

UNIVERSIDADE FEDERAL DE JUIZ DE FORA  
INSTITUTO DE ARTES E DESIGN  
MESTRADO EM ARTES, CULTURA E LINGUAGENS

DEYSE PINTO DE ALMEIDA

**OS DIFERENTES PAPÉIS DA MODA  
NO UNIVERSO HIP HOP**

JUIZ DE FORA  
2015

DEYSE PINTO DE ALMEIDA

**OS DIFERENTES PAPÉIS DA MODA  
NO UNIVERSO HIP HOP**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Artes, Cultura e Linguagens área de concentração: Arte, Moda: História e Cultura da Universidade Federal de Juiz de Fora, como requisito parcial para obtenção do título de Mestre.

Orientadora: Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Elisabeth Murilho da Silva

JUIZ DE FORA

2015

DEYSE PINTO DE ALMEIDA

**OS DIFERENTES PAPÉIS DA MODA  
NO UNIVERSO HIP HOP**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Artes, Cultura e Linguagens; área de concentração: Arte, Moda: História e Cultura, da Universidade Federal de Juiz de Fora, como requisito parcial para obtenção do título de Mestre.

Banca Examinadora

---

Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Elisabeth Murilho da Silva – Orientadora

---

Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Maria Claudia Bonadio – Presidente

---

Profa. Dr.<sup>a</sup> Maria do Carmo Teixeira Rainho – Membro Externo

**“Somos o que somos, cores e valores.”  
(Racionais MC’s, Cores & Valores)**

## **AGRADECIMENTOS**

Agradeço a realização deste trabalho aos meus pais, exemplos de simplicidade e persistência que me inspiram e me motivam a seguir em frente, em busca da realização de meus sonhos e objetivos.

À minha irmã Aline, fonte de inspiração, obrigada pelo incentivo e dedicação que foram fundamentais ao longo de minha trajetória acadêmica.

Ao João, pelo apoio e paciência com a “cunhada folgada”.

Ao Felipe, meu companheiro, amigo e amor da minha vida, agradeço a confiança, o apoio integral, a paciência e dedicação durante essa não tão breve jornada.

Aos meus segundos pais, Mary e Luiz, pelo sempre generoso acolhimento em sua casa.

Agradeço à Beth pela excelente orientação, por acreditar na minha pesquisa, compreender as minhas falhas e contribuir para que minhas ideias se transformassem nesta dissertação.

Aos grandes amigos que sempre estiveram ao meu lado, compreenderam minhas ausências e torceram verdadeiramente por minha vitória.

Aos meus amigos e alunos da Escola Estadual de Ensino Médio de Rochedo de Minas e do Centro de Educação e Desenvolvimento Integrado, pelo carinho e paciência que tiveram comigo neste tempo.

À equipe do PPGACL-UFJF, professores e funcionários, pela dedicação e pelo trabalho realizado com tanto carinho durante este período.

E, por fim, a todos aqueles que por um lapso não mencionei e que colaboraram para esta pesquisa.

## RESUMO

O presente trabalho tem por objetivo analisar as diferentes faces que uma manifestação cultural juvenil pode assumir no contexto contemporâneo. Nossa proposta é investigar o movimento hip hop, entender como uma série de práticas espontâneas se transformou em um evento global, com características comerciais estruturadas, que mobiliza um grande número de jovens em todo o mundo. Para compreendermos a multiplicidade de relações estabelecidas no interior do universo juvenil, optamos por uma abordagem a partir do viés cultural, entendendo que este seja um campo interessante para analisarmos as práticas, representações e símbolos que definem a juventude contemporânea. Uma subcultura se vale de diferentes artifícios para afirmar sua especificidade. Desta forma, diferentes elementos da indústria cultural – discos, filmes, roupas e livros – são apropriados como aparatos de sustentação de sua identidade. Dentro das diferentes perspectivas de análise desse conjunto comunicativo, optamos por selecionar a indumentária, considerando a importância que esta assume na construção da identidade de um grupo que tem a necessidade em se afirmar. Entendemos que o hip hop, enquanto movimento cultural, é herdeiro de uma tradição afro-americana de resistência a uma condição subalterna em que estes foram submetidos desde os primórdios da própria história. Nesse sentido, investigamos a trajetória do negro em sua busca por identidade, apresentando as peculiaridades deste processo no contexto brasileiro e norte-americano.

**PALAVRAS-CHAVE:** moda; identidade; hip hop.

## **ABSTRACT**

This study aims to analyze the different faces that a juvenile cultural manifestation can take in the contemporary context. Our proposal is to investigate the hip hop movement, understand how a series of spontaneous practices has turned into a global event, with structured commercial characteristics, which mobilizes a large number of young people around the world. To understand the multiplicity of relationships established within the juvenile universe, we opted for an approach from cultural bias, understanding this to be an interesting field to analyze the practices, representations and symbols that define the contemporary youth. A subculture draws on different devices to assert its specificity. In this way, different elements of the culture industry - records, films, clothing and books - are suitable as apparatuses support of their identity. Within the different perspectives of analysis of this communication set, we chose to select the clothing, considering the importance that this assumes the construction of the identity of a group that has the need to be said. We understand that hip hop as a cultural movement, is heir to a african-American tradition of resistance to an inferior condition in which they were submitted since the dawn of history itself. In this sense, we investigate the trajectory of black in their search for identity, presenting the peculiarities of this process in the Brazilian and North American context.

**KEYWORDS:** fashion, identity, hip hop.

## LISTA DE FIGURAS

Figura 1- Afro-americano no século XIX.....	26
Figura 2- O vestuário negro na era do <i>jazz</i> , 1927.....	28
Figura 3- Estilo <i>zoot</i> em fotografia de 1943.....	30
Figura 4- A ativista Ângela Davis com o penteado Black Power na década de 1960.....	34
Figura 5- Uniforme do grupo panteras negras em 1968.....	36
Figura 6- O estilo <i>soul</i> em fotografia de 1970.....	37
Figura 7- Cena do filme <i>Willie Dynamite</i> , de 1974.....	39
Figura 8- Algumas cenas dos anos 1970 onde observamos o gênero <i>blaxploitation</i> .....	40
Figura 9- Machado de Assis no século XIX e no comercial da Caixa em 2011.....	46
Figura 10- Toni Tornado no V festival Internacional da Canção em 1970.....	48
Figura 11- <i>Breakdance</i> .....	61
Figura 12- Peça publicitária da marca Adidas com o grupo Run DMC em 1987.....	75
Figura 13- Public Enemy em fotografia promocional em 1987.....	77
Figura 14- Grupo X Clan em 1990.....	77
Figura 15- Tupac Shakur utilizando elementos clássicos do visual hip hop, 1990.....	78
Figura 16- L L Cool J em ação publicitária para a GAP com o boné FUBU em 1997....	81
Figura 17- Rapper Jon Lil, ícone do estilo <i>bling bling</i> em 2011.....	82
Figura 18- Peça publicitária da Sean John em 2008.....	86
Figura 19- Kanye West e seus “óculos persiana” em 2007.....	91
Figura 20- Kanye West se apresenta com peça de sua grife Pastelle em 2008.....	92
Figura 21- Modelo apresentado por West em sua estreia como estilista em 2011.....	94
Figura 22- Modelos da coleção Kanye West para Adidas, fevereiro de 2015.....	95
Figura 23- Ferréz com camisa e boné da 1DASUL em imagem divulgada no site da loja em 2015.....	100
Figura 24- Apresentação dos Racionais MC’s na MTV em 20 de setembro de 2015...	103



Figura 25- Capa da Revista Rolling Stone, publicada em novembro de 2013.....	104
Figura 26- Fotografia de divulgação da marca Fundação Roupas.....	106
Figura 27- Coleção Verão 2015 da Laboratório Fantasma.....	111
Figura 28- Emicida com terno João Pimenta, 2013.....	113

## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO.....</b>	<b>10</b>
<b>2 A IDENTIDADE NEGRA ATRAVÉS DA MODA NOS ESTADOS UNIDOS E NO BRASIL.....</b>	<b>19</b>
2.1 A identidade como conceito.....	19
2.2 A identidade do negro americano: alguns apontamentos.....	21
2.3 Moda e identidade negra .....	24
2.4 A identidade negra brasileira e sua expressão na moda .....	42
<b>3 O MOVIMENTO HIP HOP: UMA CARACTERIZAÇÃO.....</b>	<b>52</b>
3.1 Rap: o estilo musical.....	54
3.2 O <i>breakdance</i> : movimento e corporeidade.....	60
3.3 O Grafite: a arte das imagens.....	63
3.4 Algumas considerações sobre o hip hop nos Estados Unidos.....	65
3.5 As particularidades do hip hop no Brasil.....	66
3.6 A identidade construída pela aparência: peculiaridades da moda hip hop.....	71
<b>4 DAS RUAS PARA AS PASSARELAS OS RAPPERS DITAM A MODA.....</b>	<b>84</b>
4.1 A moda hip hop no contexto norte-americano.....	84
4.2 A moda hip hop no Brasil.....	96
<b>5 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....</b>	<b>114</b>
<b>6 REFERÊNCIAS.....</b>	<b>117</b>

## 1. INTRODUÇÃO.

O presente trabalho tem por objetivo discutir as diferentes faces que uma manifestação cultural juvenil pode assumir no contexto contemporâneo. Nossa proposta é investigar o movimento hip hop, compreender como uma série de práticas espontâneas se transformou em um evento global, com características comerciais estruturadas, que mobiliza um grande número de jovens em todo o mundo.

A motivação para essa investigação surgiu a partir da leitura de uma entrevista com a pesquisadora norte-americana Elena Romero<sup>1</sup>, que se dedica a compreender a influência da cultura hip hop na constituição de uma identidade positiva para a população negra nos Estados Unidos. O estudo da moda como fenômeno social faz parte do meu campo de interesse desde a minha graduação em História. A complementação de minha formação com uma especialização em História e Cultura Afro-brasileira e Africana e uma especialização em Moda, Cultura de Moda e Arte aliada a reportagem com Romero despertou minha atenção a respeito do vestuário e de seus significados possíveis para os descendentes de africanos no continente americano.

Ao estudarmos o século XX observamos várias mudanças no plano sócio-cultural, entre elas, o advento da juventude como categoria social que representou uma verdadeira revolução na forma como cada sujeito se identifica no mundo e suas relações. A aceleração do processo de urbanização, aliada ao desenvolvimento das indústrias e dos meios de comunicação transformaram a fase entre a infância e a vida adulta em um momento especial, o momento em que o sujeito busca sua inserção no mundo. Essa forma particular de interpretar as relações em sociedade é afetada pelo fato dos jovens se encontrarem em uma etapa de transição na vida, lidando de uma maneira particular com experiências ligadas à conquista do mercado de trabalho, participação na sociedade e perspectivas para o futuro. As proposições de Abramo (2007) nos ajudam a compreender esse processo:

A juventude, vista como categoria geracional que substitui a atual, aparece como retrato projetivo da sociedade. Nesse sentido, condensa as angústias, os medos assim como as esperanças, em relação às tendências sociais percebidas no presente e aos rumos que essas tendências imprimem para a conformação social futura (ABRAMO, 2007, p. 79).

---

<sup>1</sup> Disponível em: <<http://mulher.uol.com.br/moda/noticias/redacao/2012/10/26/moda-girava-em-torno-da-populacao-branca-antes-do-hip-hop-diz-pesquisadora-norte-americana.htm>>. Acesso em 17 de janeiro de 2015.

As estratégias criadas pelos jovens para superar essa contraditória etapa de conhecimento acerca de si mesmo conformam um campo de investigação que nos revelam uma condição que é reflexo da sociedade em que vivemos.

Para compreendermos a multiplicidade de relações estabelecidas no interior do universo juvenil, optamos por uma abordagem a partir do viés cultural, entendendo que este seja um campo interessante para analisarmos as práticas, representações e símbolos que definem a juventude contemporânea. Deste modo, para esclarecermos nossa posição em relação ao conceito de cultura, nos apoiaremos nas proposições realizadas pelo antropólogo Clifford Geertz (1989) em seu célebre estudo sobre a interpretação das culturas. Esclarecemos que análise de Geertz (1989) não se identifica com uma visão determinista, que busca fixar categorias e encaixar situações. O autor prefere trabalhar utilizando como método a busca por uma “ciência interpretativa, a procura do significado” e não uma “ciência experimental em busca de leis” (p.4). Segundo Geertz (1989) a cultura é formada por uma série de mecanismos simbólicos criados pelo homem e que tem por objetivo consolidar um tipo de comportamento deste em sociedade. Assim, a cultura se apresenta como uma espécie de teias de significados tecidas pelos homens que acabam os prendendo em um sistema de símbolos que somente podem ser compreendidos se analisados dentro de seu contexto. Nas palavras do autor:

Tornar-se humano é tornar-se individual, e nós nos tornamos individuais sobre a direção dos padrões culturais, sistemas de significação criados historicamente em termos dos quais damos forma, ordem, objetivo e direção em nossas vidas. Os padrões culturais envolvidos não são gerais, mais específicos (GEERTZ, 1989, p.37).

Ao considerarmos a cultura reflexo das ações humanas que se manifestam através da criação de certos padrões e significados transmitidos historicamente, estamos entendendo que a cultura também pode ser vista como um meio de comunicação, um mecanismo para expressar o conhecimento que o homem possui em relação à vida (GEERTZ, 1989).

A história do século XX nos mostra que a cultura foi um espaço privilegiado para que os jovens estabelecessem códigos fundamentais para sua identificação no mundo. De acordo com Pais (2003), no campo da sociologia da juventude, o conceito de cultura é utilizado para diferenciar os valores e comportamentos juvenis daqueles compartilhados pelas culturas dominantes, no nível da representação social. Assim, o autor pontua que, o compartilhamento de algumas práticas juvenis, tais como a música e a moda, são entendidos como sistemas de representação que constituem o processo de socialização deste grupo. É importante ressaltarmos que não consideramos que os jovens façam parte de uma categoria social única, uniforme, que

possa ser classificada seguindo critérios pré-estabelecidos. A diversidade social, econômica e os diferentes modos de vida nos leva a pensar em uma categoria mais abrangente para incluirmos a juventude. Desta maneira, alguns pesquisadores sociais tendem a usar o termo culturas juvenis para designar a pluralidade de possibilidades da condição juvenil. As culturas juvenis podem ser definidas a partir da reunião de um grupo que possui um sentimento de pertencimento em comum, compartilhando uma série de elementos e expressões que os distingue dos demais. Outra corrente de investigação científica, ligada ao *Centre for Contemporary Cultural Studies de Birmingham*<sup>2</sup>, prefere a utilização do conceito subcultura para definir as particularidades das manifestações juvenis no decorrer do século XX. Uma subcultura é definida como uma manifestação cultural particular, resultado de uma subdivisão de uma cultura dominante, mas que representa as aspirações de uma classe social distinta (CLARKE, HALL, JEFFERSON e ROBERTS, 1976). A subcultura também se caracteriza por sua vinculação com uma ideologia e sua posição de resistência simbólica através do desenvolvimento de um estilo que ressignificava alguns objetos culturais com o objetivo de chamar a atenção dos grupos sociais hegemônicos que sempre desprezaram os valores daqueles que estavam em posição subalterna.

Em nossa pesquisa optamos por encaixar o movimento hip hop na categoria de subcultura urbana, mas é importante discutirmos algumas limitações dessa teoria que não se harmonizam com nosso objeto de estudo. Em primeiro lugar, gostaríamos de ressaltar que partilhamos a perspectiva ligada aos estudos britânicos no que tange a importância da música popular e dos estilos visuais a ela incorporados, acreditando que ambas podem ser consideradas uma poderosa força de resistência no campo social e político na sociedade contemporânea. Em segundo lugar é preciso termos em mente que estamos inseridos em um momento histórico bem diferente daquele em que se encontravam os autores ligados ao CCCS. Naquele contexto, as subculturas eram interpretadas como veículos de oposição à indústria capitalista que massificava e comercializava toda resistência. Conforme argumenta Hebdige (1979):

Assim, logo as inovações originais da subcultura são convertidas em mercadorias e colocadas à disposição, elas se tornam congeladas. Uma vez removidas de seus próprios contextos por pequenos negociantes e grandes intérpretes que produzem

---

<sup>2</sup> O *Centre for Contemporary Cultural Studies* (Centro de Estudos da Cultura Contemporânea – Tradução Nossa) foi criado no final da década de 1960 na Universidade de Birmingham, na Inglaterra. Os estudos do CCCS revolucionaram as interpretações sobre os estudos culturais, em especial sobre a condição juvenil. A partir de então as produções culturais juvenis passaram a ser entendidas como evidências das mudanças sociais e culturais das sociedades contemporâneas.

moda numa escala de massa, elas são codificadas, assimiladas, tornadas de uma vez por todas propriedade pública e negócio lucrativo<sup>3</sup> (HEBDIGE, 1979, p. 84).

Vivemos em uma época em que o fluxo de informações é constante e, graças ao desenvolvimento dos meios de comunicação, os contatos culturais estão mais fluidos e o intercâmbio de ideias é uma constante. Assim, conforme observaremos neste trabalho, a subcultura hip hop expandiu seus limites de atuação, suas características não ficaram limitadas apenas aos seus apreciadores e se tornaram ítems do mercado de consumo produzido em larga escala. Sabemos que esse fenômeno não é privilégio do hip hop, tendo ocorrido também com outras manifestações juvenis características da segunda metade do século XX. Nesse sentido, o hip hop se distingue das demais subculturas ao dialogar com a sociedade de consumo, a partir do momento que não apenas seus símbolos foram incorporados por esta, mas também seus membros foram inseridos neste universo. Em outras palavras, os atores sociais ligados ao hip hop se transformaram em protagonistas de uma sociedade contemporânea pautada no consumo, servindo de inspiração para o mercado ao mesmo tempo em que passaram a atuar neste de forma ativa, impondo sua presença.

Uma subcultura se vale de diferentes artifícios para afirmar sua especificidade. Desta forma, diferentes elementos da indústria cultural – discos, filmes, roupas e livros – são apropriados como aparatos de sustentação de sua identidade. Dentro das diferentes perspectivas de análise desse conjunto comunicativo, optamos por selecionar a indumentária, considerando a importância que esta assume na construção da identidade de um grupo que tem a necessidade em se afirmar. As roupas funcionam como um meio de comunicação eficiente e fundamental no ambiente urbano, transmitindo informações de forma não verbal, mas que podem ser compreendidas por todos. As considerações de Diana Crane (2006) sobre os diferentes significados assumidos pelo vestuário nos ajudam a compreender seu papel no contexto contemporâneo:

Para compreender como os novos significados são conferidos a itens de vestuário, e o papel da cultura popular nesse processo, lançarei mão de teorias segundo as quais alguns itens da cultura popular, entre eles o vestuário, são ‘abertos’, pois são frequentemente redefinidos tanto pelos criadores de cultura como pelos consumidores. O cinema e a música são elementos importantes nesse processo. Ao associar imagens de destaque a peças de roupas específicas, ambos alteram o significado dessas peças e seu poder simbólico para o público. (CRANE, 2006, p. 339).

---

<sup>3</sup> *Thus, as soon as the original innovations which signify ‘subculture’ are translated into commodities and made generally available, they become ‘frozen’. Once removed from their private contexts by the small entrepreneurs and big fashion interests who produce them on a mass scale, they become codified, made comprehensible, rendered at once public property and profitable merchandise.* (Tradução nossa)

Nossa proposta de estudo tem como objetivo construir uma reflexão sobre a subcultura hip hop através da análise do relacionamento que seus adeptos estabelecem com a moda. Não nos interessa aqui a moda das tendências e da frivolidade de seus ciclos de sobrevivência. Para nós, a interpretação da moda como fenômeno social mostra-se mais importante uma vez que esta auxilia na compreensão e identificação de determinado grupo que partilha as mesmas ideias, os mesmos interesses e aspirações.

Sendo um amálgama de materiais extraídos de diversas fontes, os estilos de roupas têm significados diferentes para diferentes grupos sociais. Assim como alguns gêneros de música e literatura populares, os estilos de roupas são significativos para os grupos sociais em que se originam ou para aqueles aos quais são dirigidos, mas frequentemente incompreensíveis para os que estão fora desses contextos sociais (CRANE, 2006, p. 47).

Não há como negar que as vestimentas foram e são utilizadas para determinar a colocação social de cada indivíduo. Lipovetsky (1989) destaca que o surgimento da burguesia como classe e, seu desejo em evidenciar seu poder econômico adquirido, inicia um processo de luta no campo social onde uma nobreza decadente no plano financeiro pretendia manter sua importância ao se valer de estratégias de diferenciação da própria imagem. Assim, a mudança constante nas formas de vestir dos nobres era seguida de perto por uma burguesia que pretendia conquistar seu espaço. O triunfo da industrialização e a consolidação do plano urbano como principal cenário das relações sociais representa a vitória da ideologia burguesa pautada na igualdade e liberdade para todos os indivíduos. De acordo com Richard Sennett (1982), a consolidação do capitalismo industrial acabou provocando uma confusão entre a vida pública e a privada, onde os sujeitos passam a construir uma imagem a ser apresentada em público, ao mesmo tempo em que não compartilham seus sentimentos mais íntimos. A ideia de igualdade entre os indivíduos acabou por homogeneizar a aparência destes. A alta costura, pensada pelos costureiros franceses, era consumida pelos setores mais abastados e imitada por aqueles menos privilegiados economicamente. A moda atingia a todos os estratos sociais, segundo uma lógica pautada pela novidade e a mudança controlada. Esse sistema, que tinha como base a busca por status através da manipulação da aparência, entra em decadência ao longo dos anos 1950 quando a racionalização atinge o setor têxtil e a roupa pronta para vestir com preços mais acessíveis conquista as camadas médias ocidentais. A partir da década de 1960 observamos a moda adquirir um novo significado, na medida em que a juventude se destaca socialmente e passa a utilizar as roupas como um instrumento para expressar sua individualidade, procurando forjar um “estilo pessoal”. Nesse contexto, os jovens passam a buscar peças de roupas que,

aparentemente, não indicassem classe social, que negassem a formalidade das gerações anteriores e que comunicassem os novos valores e padrões que estes defendiam.

As vestimentas não são apenas construções que imitam, são feições que marcam determinados desejos e valores. Existe um paradoxo que permeia esse campo, que mistura valores e mantém a indumentária em constante mutação. Ao mesmo tempo em que a moda é uma expressão da individualidade ela acaba se tornando um fenômeno coletivo, quando determinado grupo se une e percebe semelhanças em seus interesses e aspirações, passando a transmitir a mesma mensagem através de um estilo. Essa contradição é o principal norteador das sociedades contemporâneas, a busca incansável pela liberdade de pensar e agir, se valendo da diferença para obter destaque e afirmação no plano pessoal. Desta forma, compartilhamos a perspectiva de Rainho (2010) a respeito da importância das pesquisas ligadas a roupa e a moda:

Acreditamos que a roupa e a moda são produzidas em face de circunstâncias sociais e históricas, e constituem um observatório privilegiado do ambiente político, econômico e cultural de uma época. Mais do que isso, acreditamos que seus significados são produzidos conforme as diferentes circunstâncias sociais e históricas. Dada à complexidade da moda como objeto, cabe, assim, ultrapassar paradigmas consolidados, romper com as abordagens historicistas ou descritivas e recolocar a roupa e a moda no centro de uma discussão histórica, filosófica, estética e sociológica, que as afaste das perspectivas esvaziadoras a que elas muitas vezes acabam relegadas (RAINHO, 2010, p. 30).

O hip hop possui hoje um repertório de moda característico que merece ser investigado. É um campo economicamente viável, interligado com os instrumentos midiáticos e que adquire novos significados a todo o momento. Ainda que este seja um movimento que tenha sua identidade ligada à periferia urbana, acabou conseguindo transcender de uma forma muito original as frágeis fronteiras entre um espaço ocupado pelos privilegiados pela sociedade e outro considerado subalterno à mesma.

Através da análise da disseminação do estilo hip hop conseguimos perceber que de um lado existe um estilo ligado à realidade das ruas, criado a partir do interesse daqueles que estão engajados na construção do próprio movimento que pretendem atingir somente aqueles que se identificam com os princípios da subcultura, da periferia. Por outro lado notamos a existência de um fenômeno que ultrapassou as fronteiras erguidas inicialmente, atingindo a um público que não possui a mesma vinculação histórica, mas aprecia a manifestação e a consome como um produto. Nos interessa aqui compreender como essas duas realidades são possíveis de acontecer, como uma subcultura que surge a partir da crítica ao sistema capitalista excludente acaba se relacionando com o mesmo, o alimentando e o negando, dependendo do contexto em que está inserida.



Para analisarmos o universo que compõe a subcultura hip hop, buscamos inspiração na metodologia de estudos comparados, que procuram cruzar duas realidades a partir de uma temática em comum. Deste modo nos aproximamos das proposições elaboradas por Marc Bloch:

[...] aplicar o método comparativo no quadro das ciências humanas consiste em buscar para explicá-las, as semelhanças e as diferenças que apresentam duas séries distintas de natureza análoga, tomadas de meios sociais distintos (BLOCH, 1928, p. 31 apud LIMA, 2007, p. 27-28).

Tal perspectiva não tem como objetivo eleger um modelo padrão de dinâmica social, adotando uma visão ideal ao criar categorias rígidas onde os indivíduos precisam se encaixar. A partir da análise do desenvolvimento do hip hop nos Estados Unidos e no Brasil pretendemos estabelecer conexões e salientar as particularidades que uma mesma subcultura pode assumir em situações distintas. É importante termos em mente que a cultura juvenil norte-americana exerce, ao longo do século XX, uma significativa influência nos jovens brasileiros. Deste modo, nos parece natural investigar como se desenvolvem as peculiaridades de uma mesma manifestação através de experiências sociais distintas. Procuramos ao longo desta pesquisa, estabelecer uma contextualização histórica dos dois países no que tange o percurso enfrentado pelos afro-americanos na construção de sua identidade.

Nossa análise se divide da seguinte forma: em nosso primeiro capítulo, optamos por analisar a trajetória histórica do afro-americano em sua busca por identidade. Partilhando os conceitos de Stuart Hall e Paul Gilroy, que consideram as identidades como fenômenos fluídos, em constante formação, acreditamos que a subcultura hip hop é herdeira de uma tradição de resistência afro-americana mediante as condições de submissão histórica pelo qual passaram. Para tanto, realizamos inicialmente um levantamento bibliográfico a respeito de autores que pesquisaram a identidade e seus sentidos, com o objetivo de traçarmos uma consideração a respeito deste conceito. Nesse sentido, dedicamos uma atenção especial para as particularidades das identidades do negro na América, levando em consideração que esse é um conceito ainda em formação e que se relaciona intimamente com as mudanças no campo social e cultural, formulada ao longo dos anos. A seguir, dedicamos uma seção à história da afirmação racial nos Estados Unidos dando ênfase à importância do vestuário nesse processo. Apesar das dificuldades decorrentes da escassez de fontes, procuramos, neste trabalho, organizar algumas informações ou elementos que podem contribuir para a reflexão da identidade do negro no

Brasil, buscando uma articulação dessa construção com a influência norte-americana e com a evolução do vestuário deste grupo no país.

Nosso segundo capítulo se dedica a investigação da subcultura hip hop. Iniciamos a seção apresentando alguns conceitos chave para o entendimento do hip hop enquanto subcultura, nos apoiando nas formulações teóricas de Clarke, Hall, Jefferson e Hebdige. Os estudos de Micael Herschmann (1997; 2000) a respeito do desenvolvimento do funk e do hip hop no Brasil nos servem como base para a compreensão dessas expressões juvenis. A seguir, optamos por apresentar cada peça que constitui essa manifestação cultural procurando contextualizar a importância de cada segmento. Para realizar esta análise recorreremos a diferentes pesquisas realizadas nos espaços acadêmicos brasileiros que, ao longo das décadas de 1990 e 2000, buscaram compreender como ocorre a articulação dos elementos característicos do hip hop com os diversos setores sociais. As particularidades apresentadas pela subcultura no campo da moda ganham uma atenção especial em nossa pesquisa. Nesse sentido, o estudo empreendido por Ted Polhemus (1994) a respeito dos aspectos visuais das subculturas urbanas juvenis se mostrou importante, uma vez que o mesmo apresenta uma minuciosa caracterização de nosso objeto de interesse, o hip hop.

Ao longo de nossa pesquisa nos deparamos novamente com uma dificuldade em encontrar trabalhos que descrevam a importância da moda no contexto dessa subcultura no Brasil. Assim, a dissertação de Fochi (2006) sobre a ideologia hip hop e marcas direcionadas a esse público foi de extrema importância na construção de nossa análise. Defendido em 2003, o trabalho de conclusão de mestrado de Carla Maria Camargos Mendonça nos apresentou uma perspectiva a respeito da importância dos videoclipes para a propagação da moda hip hop. A autora consegue sintetizar muito bem o paradigma enfrentado por cantores de rap no Brasil ao buscar uma estética em seus vídeos que não contrarie os princípios do movimento ao mesmo tempo em que precisam dialogar com a indústria cultural. O trabalho de Camila da Silva Marques (2013) a respeito das interações entre o hip hop e a moda apresenta uma reflexão muito interessante sobre o poder de comunicação da subcultura e a importância das roupas para os jovens que se identificam com a ideologia.

O que distingue nossa investigação das pesquisas supracitadas é a abordagem e construção do raciocínio que privilegiamos. Acreditamos que a subcultura hip hop é herdeira de uma série de manifestações culturais que marcam a trajetória do africano na América. Deste modo, consideramos imprescindível reconstruir alguns momentos cruciais dessa jornada procurando, assim, compreender como a identidade do afro-americano irá se manifestar através da subcultura. Sabemos que uma mesma subcultura irá se apresentar de formas distintas, em

contextos distintos. Por isso buscamos o método comparativo para que as características marcantes do hip hop norte-americano fossem evidenciadas, ao mesmo tempo em que levantamos as particularidades do movimento no Brasil. Assim, nosso trabalho se divide em dois eixos principais: a construção da identidade do negro nos Estados Unidos e no Brasil e a subcultura hip hop e sua identificação através da moda.

Em nosso terceiro capítulo, estabelecemos uma análise da moda produzida por ícones do hip hop norte-americano, buscando identificar os aspectos que caracterizam a figura do rapper como criador e influenciador de tendências. Para compreender o mundo da moda ligado ao hip hop nos Estados Unidos recorreremos aos apontamentos de Elena Romero (2012) e Steve Stoute (2011), autores que traçam a importância do estilo tanto no plano da identificação da juventude afro-americana quanto para a ascensão econômica de um novo nicho de mercado. A moda hip hop produzida no Brasil também recebe nossa atenção neste capítulo. Apresentaremos os resultados de nossa pesquisa bibliográfica e de campo, bem como nossa interpretação a respeito dos dados recolhidos.

Em relação a metodologia empregada nesta pesquisa científica, trabalhamos inicialmente realizando o levantamento bibliográfico a respeito do tema. Através das fontes escritas, conseguimos estabelecer um contato inicial com nosso objeto de interesse, conhecendo melhor o tema escolhido e suas particularidades. Buscamos em jornais, revistas, livros, trabalhos acadêmicos e artigos na internet, subsídio para compreendermos o hip hop enquanto manifestação cultural juvenil. Esta etapa bibliográfica da pesquisa foi fundamental para que pudéssemos compreender a história do negro no continente americano, nos permitindo reconstruir sua trajetória utilizando a moda como subsídio. Esta etapa da pesquisa revelou-se fundamental para que pudéssemos elaborar uma interpretação própria a respeito da moda ligada ao hip hop no contexto norte-americano, permitindo-nos superar a distância geográfica. Para que pudéssemos enriquecer nossa análise a respeito da moda hip hop no Brasil, nos valemos da investigação em campo, realizadas a partir do primeiro semestre de 2014, observando na cidade de São Paulo lugares onde a moda ligada ao hip hop é comercializada. Assim, visitamos a Galeria do Rock local frequentado por inúmeros jovens paulistanos que se identificam com diferentes subculturas, entre elas o hip hop. Estivemos também no bairro do Capão Redondo, onde visitamos duas marcas locais que comercializam roupas para o público da periferia e se identificam com a filosofia e princípios do hip hop. Através dessas incursões exploratórias procuramos analisar as características que distinguem esse segmento de mercado em nosso país, em busca de uma interpretação que apontasse as particularidades deste em relação ao que ocorre nos Estados Unidos.

## **2. A IDENTIDADE NEGRA ATRAVÉS DA MODA NOS ESTADOS UNIDOS E NO BRASIL.**

Nesta seção, temos como objetivo apresentar a trajetória do negro norte-americano na construção de sua identidade, utilizando como suporte analítico as modificações adotadas por este grupo em sua forma de vestir ao longo do século XX. No contexto contemporâneo, a percepção que possuímos sobre identidade nos parece tão natural que nos esquecemos que esta foi forjada a partir de uma estrutura social (SVENDSEN, 2012). Nesse sentido, para que possamos compreender as interações entre moda e identidade negra, precisamos nos debruçar sobre o significado de alguns conceitos. Inicialmente apresentaremos uma breve reflexão sobre o significado de identidade, utilizando como base os estudos de Tomaz Tadeu da Silva, Kathryn Woodward e Manuel Castells sobre o tema. A seguir, optamos por discutir a percepção de identidade para os afro-americanos, utilizando para tanto, as ponderações de Paul Gilroy e Stuart Hall. Realizadas essas considerações teóricas, apontaremos as manifestações negras na história da moda do século XX, apresentando-as em contexto norte-americano e brasileiro.

### **2.1 A identidade como conceito.**

A identidade pode ser compreendida como um conjunto de valores e crenças compartilhados por um grupo de indivíduos. Peculiaridades que aproximam certas pessoas ao mesmo tempo em que as distinguem de outras. Para Stuart Hall (2006) a identidade é construída a partir da interação do sujeito com a sociedade, num diálogo contínuo com o mundo. Essa relação leva esse sujeito a projetar e internalizar imagens e símbolos que irão constituir sua identidade numa relação dinâmica e constante. Assim, a constituição da identidade acontece na relação com as pessoas que mediam os valores, sentidos e símbolos, ou seja, a cultura, para o indivíduo.

Kathryn Woodward (2000) destaca que a identidade é um conceito relacional, ou seja, construído a partir de uma percepção individual, possível apenas no contexto produzida pelas relações sociais. Partindo dessa premissa, entende-se que os indivíduos somente conseguem se unir em torno de determinada identidade quando se colocam em oposição a outra, estabelecendo uma série de marcações simbólicas que os definem e diferenciam. Em outras palavras, as identidades são construídas a partir do momento em que indivíduos que partilham de um sentimento de não pertencimento. As noções de diferença e identidade então acabam por

coexistir, se relacionando e convergindo. Considerando ainda as proposições de Woodward (2000), percebemos a importância dos referenciais simbólicos, entendendo que estes são os meios pelo quais as relações sociais adquirem sentido, sendo utilizados como instrumentos para se definir quem pertence ou não a determinado grupo. Para a autora são os significados produzidos pelas representações baseadas em símbolos que concedem sentido às experiências individuais e definem aquilo que cada um é ou aspira ser.

A relação que se estabelece com o outro é fundamental para compreendermos o sentido que a noção de identidade adquire no mundo contemporâneo. Os estudos de Tomaz Tadeu da Silva (2000) nos auxiliam na compreensão da diferença para a afirmação da identidade. De acordo com o autor um conceito não existe sem o outro, uma vez que a identidade define aquilo que o sujeito se declara ser e a diferença pontua aquilo que o outro é e, por consequência, não define ou representa o indivíduo. Silva (2000) ainda destaca que tanto a diferença quanto a identidade são resultado da interação humana em seu meio sociocultural e, por isso, dependem das formas de representação para se manifestarem e possuírem sentido.

Ao considerarmos identidade e diferença como conceitos socialmente construídos, precisamos pensar como essas ideias se relacionam com as relações de dominância no mundo contemporâneo. As reflexões de Silva (2000) nos auxiliam nessa compreensão:

É também por meio da representação que a identidade e a diferença se ligam a sistemas de poder. Quem tem o poder de representar tem o poder de definir e determinar a identidade. E por isso que a representação ocupa um lugar tão central na teorização contemporânea sobre identidade e nos movimentos sociais ligados à identidade (SILVA, 2000, p. 91).

Percebemos que a representação da identidade pode ser utilizada como instrumento para a disputa de poder nas sociedades. Por se ligar intimamente aos desejos e vontades individuais, identidade e diferença podem ser manipulados para manter determinado sistema de dominância ao mesmo tempo em que abre espaço para se construir um discurso de resistência.

Para Manuel Castells (1999) é de suma importância estabelecer as motivações que geram as identidades. O autor enxerga que as relações de poder são estabelecidas a partir do momento que se determina os interesses existentes por trás da união de indivíduos em torno de determinada ideologia. Assim, Castells (1999) enxerga a existência de três possibilidades de construção de identidade. A primeira é definida pelo autor como “identidade legitimadora”. Esta, seria instituída pelas instituições em dominância social com o objetivo de reforçar uma posição privilegiada. A “identidade de resistência”, como o próprio nome sugere, seria criada por aqueles que se encontram em posição subalterna aos dominantes e tem como objetivo

subverter as regras impostas e propor um novo lugar para os desvalorizados. Por fim, a “identidade de projeto” é descrita como uma nova forma de representação criada a partir de uma identidade reprimida que se utiliza de material cultural disperso e disponível. O interessante na teoria de Castells é que a trajetória assumida por uma identidade não é posta como algo fixo, linear. Assim, como bem pondera o autor, uma identidade que nasce como resistência pode se tornar um projeto e, posteriormente, assumir caráter legitimador. As negociações possíveis na formação de uma identidade podem ser observadas no estudo da trajetória dos afro-americanos, como faremos a seguir.

## **2.2 A identidade do negro americano: alguns apontamentos.**

A discussão sobre o caráter identitário do negro americano nos leva ao século XIX, período em que estes deixam o trabalho compulsório para se tornarem homens livres no continente. As primeiras interpretações criadas, para compreender quem é este indivíduo afro-americano, surgem como resposta às teorias raciais em voga no período. Tais proposições trabalhavam com o conceito de raça, categorizando os sujeitos de acordo com o fenótipo que possuíam, buscando assim justificar a dominação dos brancos europeus, evoluídos socialmente, frente a outros povos considerados primitivos, tais como asiáticos e africanos. Os teóricos precursores na discussão de uma identidade genuinamente negra defendiam então a ideia de que os africanos não configuravam um grupo degenerado, pelo contrário. O continente africano é entendido de forma idealizada, uma pátria homogênea e singular pronta para receber de volta seus filhos que lhe foram arrancados. Esse conceito, conhecido como pan-africanismo<sup>4</sup>, foi fundamental para gerar um discurso de consciência nas elites culturais africanas que passam a refletir sobre a situação política, econômica, social e cultural do continente. Em outras palavras, o pan-africanismo auxiliou a formação da ideia de nação nos territórios africanos dominados pelas potências europeias.

Entre as décadas de 1920 e 1940 essa ideia de uma raça negra única, que partilhava das mesmas origens culturais reaparece através do trabalho de uma série de intelectuais afro-americanos oriundos do *Harlem*, bairro da cidade de Nova Iorque cuja população negra era

---

<sup>4</sup> Alexander Crummell e o liberiano Edward Blyden são considerados os idealizadores do pan-africanismo ao defenderem a constituição de uma única nação africana unida em torno de uma cultura comum e partilhando a língua inglesa e a religião cristã. Ambos teóricos defendiam o retorno de todos os negros à África, para que consolidassem a igualdade racial.

bastante significativa. O movimento conhecido como *Harlem Renaissance*<sup>5</sup> defendia a autodeterminação dos negros e concedia, pela primeira vez na história, espaço para que as histórias, desejos e aspirações desta comunidade fossem expostas no meio artístico. Os negros escreviam sobre si mesmos com orgulho, rejeitando a imagem de submissão ligada aos anos de cativo. Essa defesa da autonomia afro-americana é retomada na década de 1960 com o apelo pelos direitos civis. Nesse contexto, muitos autores reforçam a ideia de união da raça negra em defesa de uma identidade pura que fosse completamente diferente do mundo pregado pela dominação dos homens brancos. O pan-africanismo ganhava uma releitura, chamada *Négritude* que, em essência, significava um “racismo anti-racista”<sup>6</sup>.

Essas maneiras de pensar o negro e seu lugar no mundo contemporâneo são muito importantes e devem ser pensadas sempre em função de seu contexto histórico de criação. Entretanto, essas explicações essencialistas deixam de fora da interpretação inúmeros outros aspectos que são fundamentais para a compreensão da identidade do negro no continente americano. Appiah (1997) argumenta que a celebração da raça negra apenas serve para equilibrar o discurso imperialista, não auxiliando na desestabilização do sistema que opõe opressores e oprimidos. Para o autor:

Toda identidade humana é construída e histórica; todo o mundo tem seu quinhão de pressupostos falsos, erros e imprecisões que a cortesia chama de “mito”, a religião, “heresia”, e a ciência de “magia”. Histórias inventadas, biológicas inventadas e afinidades culturais inventadas vêm junto com toda identidade; cada qual é uma espécie de papel que tem que ser roteirizado, estruturado por convenções de narrativa a que o mundo jamais consegue conformar-se realmente (APPIAH, 1997, p. 243).

A identidade negra forjada em terras americanas é, essencialmente, um processo de caráter histórico, resultado de uma série de contrastes e disputas no campo político-social. A existência de um passado em comum é uma das ferramentas mais utilizadas para que indivíduos se unam em torno de um projeto. De fato, a existência de um laço histórico em comum cria uma espécie de legitimidade, valoriza um discurso que, como vimos anteriormente, busca ressaltar suas particularidades em relação ao outro. A ponderação de Stuart Hall sintetiza muito bem a importância da história na formação de identidades:

---

<sup>5</sup> É interessante destacar que a *Harlem Renaissance* obteve um apoio vultoso do mercado editorial norte-americano, fascinado naquele momento pela cultura exótica dos negros. O movimento entra em declínio na década de 1930, quando a crise vivenciada nos Estados Unidos ocasiona uma retração econômica no país.

<sup>6</sup> Conforme pontua Paul Gilroy (1996) os movimentos que pregavam a união dos povos de origem africana foram importantes instrumentos de mobilização social. Entretanto, não leva em consideração as particularidades do continente africano, ressaltando apenas as semelhanças entre os povos (história de dominação europeia).

É precisamente porque as identidades são construídas dentro e não fora do discurso que nós precisamos compreendê-las como produzidas em locais históricos e institucionais específicos, no interior de formações e práticas discursivas específicas, por estratégias e iniciativas específicas (HALL, 2000, p. 109).

As ponderações de Hall encaminham a reflexão sobre o estudo da identidade negra para um campo não determinista, onde as trajetórias construídas não são homogêneas, não são estabelecidas através de um modelo fixo, seguido por todos. Isso significa que para compreendermos a identidade do negro americano precisamos conhecer as relações estabelecidas por este grupo em seu meio social, entender como as percepções que esse sujeito possui sobre si vão sendo moldadas de acordo com a conjuntura histórica e como estas irão interagir com aqueles com quem não se identificam.

Figura de destaque no campo dos estudos culturais afro-americanos, Paul Gilroy (2001) define as identidades negras, ou as culturas negras, como sendo resultado de um conjunto de vivências semelhantes (não necessariamente idênticas), construídas a partir de uma história comum, oriunda da África, das influências recebidas de uma cultura dominante, que seria a do branco europeu e as informações recebidas no novo mundo, a América. Os estudos de Gilroy (2001) inserem a cultura negra no contexto da modernidade uma vez que esta é conceituada não levando em conta apenas os aspectos ligados à tradição, mas também é apresentada como resultado da influência de outros modos de vida.

A história de hibridação e mesclagem desaponta o desejo de pureza racial acalentado pelo afro centrismo e pelo euro centrismo. A história do Atlântico Negro nos ensina que a reprodução das tradições culturais não pode ser interpretada como a transmissão pura e simples de uma essência fixa ao longo do tempo, ela se dá nas rupturas e interrupções sugerindo que "a invocação da tradição pode ser, em si mesma, uma resposta distinta, porém oculta, ao fluxo desestabilizante do mundo contemporâneo (GILROY, 2001, p. 208).

Negando a existência de uma raça negra pura, Gilroy (2001) trabalha com a concepção de diáspora<sup>7</sup> entendendo esta como a responsável pela criação de um sistema de trocas culturais que permitiu ao afro-americano possuir uma identificação, construída sem um território próprio ao mesmo tempo em que se apropria de novos espaços. Stuart Hall (2003) acrescenta que o sujeito moldado a partir destes parâmetros está sempre em constante formação, em negociação com suas experiências, que os define e redefine em modelos não rígidos de identidade cultural.

---

<sup>7</sup> O termo diáspora é comumente utilizado para explicar a dispersão dos judeus pela Europa, ocorrida ainda na Idade Antiga. Gilroy (2001) se apropria deste conceito para tratar do deslocamento dos africanos no mundo moderno. Nesse sentido, a definição de identidade passa a não depender necessariamente de definições territoriais, uma vez que será forjada a partir do trânsito intercultural que mistura as percepções africanas com as do colonizador.



Ainda sobre a diáspora negra, Hall (2003) entende que dois momentos foram fundamentais para que a identidade afro-americana fosse forjada: a experiência do cativo, marcada pelos horrores da escravidão e a vivência pós-abolicionista, onde o racismo segregava este grupo. Para Stuart Hall (2003) esses momentos foram chave para que o negro americano criasse uma leitura própria de mundo, capaz de se adaptar à cultura dominante porém, sem perder suas peculiaridades. Esse duplo deslocamento, essa conflituosa relação com o grupo hegemônico será nosso objeto de análise a seguir, com o levantamento histórico da moda afro-americana ao longo do século XX.

### **2.3 Moda e identidade negra.**

O processo de construção da identidade negra na América se inicia com a chegada dos africanos ao continente, ainda durante o período da colonização, a partir do século XVI. Retirados de seu território, separados de suas comunidades e explorados como mão de obra, destituída de vontade própria, esses homens e mulheres vindos da África precisaram criar novos referenciais simbólicos, resistindo às influências do opressor. O fim da escravidão no continente americano no decorrer do século XIX foi, sem dúvida, um marco nesse processo de combate por igualdade, porém não significou o fim do cativo para esse grupo. Os negros necessitavam ainda de serem acolhidos como agentes participantes da sociedade, dotados de uma identidade própria que os representassem.

A aparência sempre foi uma questão importante para os descendentes de africanos na América. Os diferentes povos africanos, por mais peculiaridades que apresentam, possuem em sua essência, uma preocupação com o visual que atravessou o Atlântico e, juntamente com outras práticas culturais, acabaram adquirindo novos significados após o doloroso processo de colonização. Stuart Hall (2003), ao estudar os aspectos da cultura popular negra, ressalta a importância das representações realizadas através do corpo por este grupo. O autor destaca que o corpo é, frequentemente, utilizado pelas culturas africanas como uma tela onde podem expor aquilo que sentem, muitas vezes como o único capital cultural que possuem. De fato, é notável o quanto os adornos corporais, as joias e demais adereços são importantes na identificação de cada povo africano, em seu reconhecimento em relação ao outro e em relação com a própria comunidade.

Neste momento, passamos a refletir acerca do papel que a moda possui na concepção de identidade do negro americano. A moda constitui um espaço rico para a observação das relações

humanas em comunidade. Símbolo de status e colocação social, as roupas assumiram ao longo do desenvolvimento da sociedade ocidental um papel central nas formas de representação e comunicação. Gilles Lipovetsky (1989) destaca que a moda é um dos espaços sociais em que os indivíduos conseguem exercer sua liberdade e sua maneira crítica de enxergar o mundo. Para o sociólogo, a moda é resultado do desejo de afirmação de uma personalidade que cada ser possui. Desta maneira, a moda pode ser compreendida como um suporte para a criação da identidade social do indivíduo. A forma de vestir acaba representando uma expressão, uma manifestação particular que liga uma pessoa a um grupo social. Diana Crane (2006), em sua análise sobre o papel social da moda, enxerga que as roupas possuem uma capacidade de expressar aquilo que os indivíduos desejam.

O vestuário, sendo uma das formas mais visíveis de consumo, desempenha um papel da maior importância na construção social da identidade. A escolha do vestuário propicia um excelente campo para estudar como as pessoas interpretam determinada forma da cultura para seu próprio uso [...] O vestuário constitui uma indicação de como as pessoas, em diferentes épocas, vêem sua posição nas estruturas sociais e negociam fronteiras de status (CRANE, 2006, p. 21).

Assim, a forma como cada sociedade se veste acaba indicando o modo como estas vivem e a análise de suas modificações nos permite compreender as mudanças do comportamento e da maneira de pensar de acordo com contextos diferentes. Ideias e sentimentos podem também ser identificadas a partir do modo como os indivíduos se vestem. "Pela aparência que assume, um indivíduo se situa em relação aos outros, como também em relação a si mesmo. Nessas condições, a moda é um dos meios que ele utiliza para se tornar ele mesmo" (ERNER, 2005, p. 220).

Diana Crane em *A Moda e seu Papel Social* (2006), observa que desde o século XIX, as roupas possuem um significado diferenciado para a população negra americana. A autora aponta que a apresentação pessoal dos negros nos espaços de sociabilidade era um momento muito importante, estar bem vestido na Igreja aos domingos era uma tradição e servia para construir uma imagem de homens, buscando acabar com a percepção de que estes eram apenas animais utilizáveis no mundo do trabalho e descartáveis quando fosse conveniente. A autora ainda acrescenta que para os jovens negros, vestir-se bem e andar pelas ruas do bairro, olhar e ser visto funcionava como um código de distinção importante. É preciso ponderar que neste momento não existia um estilo próprio elaborado e consumido exclusivamente por negros. Em uma conjuntura em que o racismo era muito presente na sociedade americana, a estratégia dos negros para possuir a respeitabilidade almejada era imitar os signos de distinção daqueles que

estavam em uma posição superior. Perceba que essa imitação não era feita com base em uma simples admiração ou aceitação de que a comunidade negra era inferior. Para compreendermos a moda vinculada a esse processo histórico precisamos ter em mente a necessidade que um indivíduo possui em se representar, em se impor de maneira respeitável na sociedade em que habita.



Figura 1. Afro-americano no século XIX.

Disponível em: <<http://www.old-picture.com/mathew-brady-studio/Robert-Small.html>>. Acesso em 01 de fevereiro de 2015.

Stuart Hall (2003) acredita que essa apropriação de elementos da cultura dominante representava uma negociação de espaço por parte dos negros, uma forma de inserção e resistência, importante para a construção da identidade dos mesmos.

A apropriação, cooptação e rearticulação seletivas de ideologias, culturas e instituições europeias, junto a um patrimônio africano [...] conduziram a inovações linguísticas na estilização retórica do corpo, a formas de ocupar um espaço social alheio, a expressões potencializadas, a estilos de cabelo, a posturas, gingados e maneiras de falar, bem como a meios de constituir e sustentar o companheirismo e a comunidade (HALL, 2003, p. 343).

Esse posicionamento do negro frente à cultura hegemônica inaugura a primeira experiência de inserção deste grupo em um campo simbólico que não lhe pertencia. Na figura 1 observamos Robert Smalls em fotografia feita em 1870. Escravo que conquistou sua liberdade durante a Guerra Civil, Smalls lutou pela igualdade entre brancos e negros no exército dos Estados Unidos, atuando como deputado na Carolina Do Sul. Na imagem, observamos que Robert Smalls está vestido em conformidade com os padrões da classe média alta norte americana e europeia do século XIX: casaco e calça além da gravata, do colete e o relógio. Também nos chama atenção a presença do anel no dedo mínimo que era, frequentemente, associado à formação acadêmica. A assimilação do modo de vestir das classes dominantes era fundamental no século XIX, uma vez que as roupas transmitiam “informações tanto sobre o papel e a posição social daqueles que a vestiam quanto sobre sua natureza pessoal” (Crane, 2006, p. 199).

Ao tratarmos da construção da identidade negra, não podemos deixar de citar a influência do fenômeno musical neste processo. Assim como as roupas, a música atua como um veículo de comunicação, sintetizando experiências históricas e revelando uma interpretação pessoal a respeito do mundo. Uma das principais características da cultura negra acentuada por Paul Gilroy (2001) é sua capacidade de inventar e reinventar. Neste contexto, daremos um destaque inicial em nossa reflexão abordando o *jazz* e sua interação com a moda utilizada pelos afro americanos. O *jazz* tem sua origem ligada aos subúrbios negros da cidade de Nova Orleans, no sul dos Estados Unidos. Caracterizada por uma forte presença de imigrantes, Nova Orleans possuía no final do século XIX e início do XX uma atmosfera social livre, onde diferentes grupos étnicos conviviam e se comunicavam com facilidade. Não foi difícil para esse novo ritmo ser aceito e incorporado pela burguesia das principais cidades do Ocidente.

Em linhas gerais, o *jazz* pode ser definido como uma música de protesto. Resultado da política de segregação que separava os espaços públicos para brancos e negros que acabou levando estes a construir estratégias que amenizassem essa condição. Em “A História Social do *Jazz*” (1986), o historiador Eric Hobsbawm destaca que a principal característica do *jazz* é a improvisação e sua capacidade em misturar os instrumentos musicais considerados de elite (tal como o piano, o trompete, o saxofone) com a musicalidade de matriz africana, baseada nos *spirituals*<sup>8</sup>. O compasso acelerado do *jazz* combinava perfeitamente com a atmosfera vivenciada nos Estados Unidos na segunda década do século XX. A prosperidade econômica e industrialização avançada dos chamados “Anos Loucos” fascinavam e levavam todos a crer que

---

<sup>8</sup> Assim chamados os cantos entoados pelos escravos vindos da África que tinham como tema a saudade da terra natal, o sofrimento do trabalho forçado e o desejo por liberdade.

o desenvolvimento humano e industrial não possuía mais limites. Pela primeira vez a cultura afro-americana atingia um patamar de destaque, sendo admirada e consumida por outros segmentos sociais<sup>9</sup>.



Figura 2. O vestuário negro na era do *jazz*, 1927.

Disponível em: <<http://musica.culturamix.com/estilos/jazz/louis-armstrong>>. Acesso em 02 de fevereiro de 2015.

Através da figura 2 conseguimos observar que apesar da grande visibilidade alcançada durante os anos 1920 e 1930, os músicos negros que se dedicavam ao *jazz* se vestiam da mesma maneira que a elite branca do período; com uma silhueta elegante, as calças ficaram mais frouxas, o colete foi abandonado e um indispensável lenço no bolso do paletó, mais amplo foi adotado. Neste momento o comportamento social dos negros em ascensão se encontrava bem distante do estilo de vida das camadas mais populares, uma vez que eram os símbolos e valores da elite branca que eram almejados. É preciso esclarecermos que esta conduta não significava

---

<sup>9</sup> A popularização do *jazz* nos anos 1920 ocorreu simultaneamente ao movimento artístico-literário *Harlem Renaissance*, citado anteriormente. Nota-se que em ambos os casos a cultura negra é consumida como algo exótico, interessante pela sua excentricidade e diferença.

uma negação das origens ou uma espécie de vergonha em ser negro. Conforme Silva (1990) observa em seu estudo sobre o comportamento dos afro-americanos na década de 1920:

A elite negra procurava, portanto, afirmar-se como negra, mas de forma oposta ao negro pobre dos porões. Procuravam marcar a alteridade e estabelecer suas fronteiras, a partir da afirmação contraditória da condição negra, porém sob os padrões brancos de conduta social (SILVA, 1990, p. 112).

Ao investigarmos a evolução do vestuário na história humana é comum observarmos a existência de grupos minoritários que escolhem se encaixar nas normas e padrões vigentes em busca de sua colocação social. Entretanto, as tensões existentes no plano social também podem ser divulgadas a partir da formação de novos conceitos e novas direções que podem ser observadas nas maneiras de vestir. No final de 1930 e início de 1940, com novas misturas musicais sendo incorporadas ao *jazz* (como os ritmos caribenhos), um novo estilo de indumentária, nomeado *zoot*, surge em Nova Iorque. Trata-se de um perfil menos tradicional, marcado pelas calças engomadas na altura da cintura, paletós gigantescos (às vezes com tamanho duas ou três vezes maior que o normal) que vinham até os joelhos com ombreiras e, comumente, coloridos. Compunham o visual enormes correntes douradas (ou relógios que nunca eram consultados), que desciam abaixo dos casacos, sapatos bicolores e chapéus que poderiam ter abas largas ou menor, utilizada bem ao alto da cabeça. De acordo com Diana Crane (2006):

Confeccionado em cores fortes (como azul- celeste), com chapéu combinando, usado com uma longa corrente dourada e um cinto com monograma, o terno *zoot*-imediatamente identificava quem o vestia como parte de uma cultura diversa da branca, pois era oferecido apenas em bairros negros e usado somente por negros e hispânicos. O traje era uma afirmação contundente da identidade negra; representava ‘uma recusa subversiva a ser subserviente. (CRANE, 2006, p. 361,362)

Segundo Ted Polhemus (1994) essa releitura do terno ia de encontro a uma tendência do vestuário masculino que, desde o final do século XVIII, apontava para uma postura mais discreta, menos suntuosa, livre de extravagâncias, valorizando mais a ética do trabalho e o conservadorismo. O fato é que o estilo *zoot*<sup>10</sup> representa uma nova etapa no processo de negociação dos afro-americanos com sua aparência e identidade, representado um avanço na maneira como negros interpretam seus gostos e utilizam os elementos de vestuário que estão à sua disposição.

---

<sup>10</sup> Os ternos em estilo *zoot* também foram muito populares entre os imigrantes de origem latina, sobretudo os mexicanos que chegaram em expressivo número aos Estados Unidos entre as décadas de 1930 e 1940.



Figura 3. Estilo *zoot* em fotografia de 1943.

Disponível em: <<https://www.pinterest.com/pin/568016571724071367/>>. Acesso em 10 de fevereiro de 2015.

Inicialmente essa peculiar forma de vestir era considerada apenas um exemplo de mau gosto, símbolo de uma população degenerada por natureza. De acordo com Patrice Bollon (1993, p.81) toda essa exuberância na maneira de vestir “encontrava razão de ser na sua ausência de razão, sua finalidade se confundia com a falta de finalidade”. O que transforma o terno *zoot* em uma roupa ligada a subversão é a mudança no cenário social norte-americano provocada pela entrada do país na guerra. A partir de 1942 itens de primeira necessidade, tecidos incluídos, precisavam ser racionados. Todo o esforço deveria ser realizado para que as tropas aliadas fossem conduzidas à vitória. Nesse sentido, o Conselho de Produção de Guerra, nos Estados Unidos, determinou que a lã utilizada em ternos masculinos fosse reduzida a cerca de vinte e seis por cento, definindo assim o terno *zoot* como um artigo ilegal, antipatriótico (Polhemus, 1994). A proibição da silhueta larga não foi suficiente para tirar das ruas esse estilo. Quanto mais os *zooties* eram criticados, mais jovens sonhavam em possuir um (Bollon, 1993). No entanto, essa insubordinação não conseguiu se livrar da intolerância de alguns grupos que se

auto proclamavam “patriotas”. A partir de 1943 uma série de ataques foram dirigidos àqueles que se aventuravam a utilizar o terno subversivo. Ted Polhemus (1994) destaca que algumas gangues formadas por jovens brancos no sul da Califórnia atacavam jovens negros que estivessem vestidos “fora dos padrões” os deixando na rua sem roupa alguma. Polhemus (1994, p.19) acrescenta que é neste momento de repressão que o terno *zoot* se transforma em um objeto de identidade para os negros, uma vez que se torna um uniforme, no sentido pleno da palavra, um distintivo de desafio, um marcador da comunidade e uma declaração ideológica<sup>11</sup>. Essa subversão acabou servindo de prenúncio para os tempos que estavam por vir.

Foi durante a década de 1960 que surgiu uma identificação verdadeiramente peculiar da população negra americana com o vestuário. Este período foi marcado por muitas demonstrações de contestação e rebeldia diante da ordem vigente pela juventude. Em relação aos jovens, cabe dizer que os mesmos surgem como uma categoria social durante os anos que sucederam a Segunda Guerra Mundial, tornando-se uma peça fundamental na construção do entendimento deste período histórico. (CLARKE, HALL, JEFFERSON *and* ROBERTS, 1976). O historiador Eric Hobsbawm (1995) destaca que o desenvolvimento da economia de mercado ocorrida a partir de 1950, possibilitou uma melhoria geral no padrão de vida das famílias ocidentais que permitia aos mais novos não necessitarem mais de auxiliar nas despesas de casa, podendo se concentrar no prolongamento dos estudos e, quando iniciassem sua vida no mundo do trabalho, pudessem dedicar a renda adquirida em benefício próprio. A juventude, então, acaba simbolizando um tempo específico, de alterações no plano político e social que afetariam toda a ideologia do mundo ocidental. Essa mudança no padrão social, os tempos de relativa prosperidade e entusiasmo atingem também a população negra que passará a contestar as diferenças raciais no interior da sociedade norte-americana.

A partir de 1960 o corpo se transformou em uma ferramenta fundamental para a criação e aplicação de ideias que iam de encontro à filosofia de seus pais e avós. Emancipação sexual, liberdade para as mulheres, combater guerras e lutar pela igualdade racial eram algumas das plataformas de luta naquele momento. De acordo com Hobsbawm (1995) a destruição do passado, compreendido como um mecanismo social que vincula nossas experiências pessoais à das gerações anteriores, é uma das características principais do século XX, em especial da década supracitada. No contexto da luta pelos direitos civis no período a moda foi um importante objeto para a construção de uma identidade própria para os negros. Naquele estágio

---

<sup>11</sup> *To wear a zoot in 1943 was to put yourself on the line and within this context the garment became a uniform in the full sense of the word- a badge of defiance, a marker of community and an ideological statement* (Tradução nossa).



buscava-se negar a supremacia da cultura europeia que havia mutilado os continentes americano e africano em busca de riqueza e poder. Os padrões do colonizador e explorador precisavam ser superados, pois não expressavam os interesses das minorias que conduziam a aspiração por mudança. Segundo Pinho (2004) na maior parte das colônias americanas, que receberam escravos africanos, foi inserida a ideia de que os negros eram feios. A autora aponta que a cor escura da pele, em contraste com a aparência do branco europeu era associada a sujeira, a impureza de uma alma já condenada aos piores destinos.

Para complementar a suposta feiura da cor, os cabelos crespos e os traços grossos revelariam a falta de refinamento e a agressividade do negro, já que as representações acerca do fenótipo denotariam características da índole ou dos “dons naturais” (PINHO, 2004, p. 111).

O corpo negro recebeu os piores estigmas possíveis. Muitos senhores de escravos, que os usavam para todo o tipo de transporte, associaram a imagem do negro com o mau cheiro e a sujeira. Anos de dominação acabaram estigmatizando a aparência do negro que, mesmo após a abolição, precisava se esforçar para “melhorar a forma como se apresentava em público<sup>12</sup>”. Giovana Xavier (2013), ao pesquisar as relações entre beleza e cidadania no contexto brasileiro e norte-americano, destaca que no início do século XX os produtos mais vendidos às afro-americanas para que estas melhorassem sua aparência eram cremes de clareamento para o rosto e tônicos de crescimento capilar. A manipulação da própria imagem em busca de um arquétipo idealizado era uma tentativa de alcançar a beleza e, assim, a aceitação social.

A identidade da mulher afro-americana precisava superar dois estereótipos consagrados durante os anos de cativeiro. De um lado a imagem da doméstica amável, a “*mammy*” que estava sempre disposta a servir com doçura e subserviência à família branca que lhe “acolhera”. Por outro lado, a figura feminina negra também era vista como símbolo da perdição e do pecado. Tratadas como objetos por seus donos, as escravas no continente americano, muitas vezes assumiam funções que não eram somente ligadas ao serviço doméstico ou ao trabalho nas lavouras; serviam também de servas sexuais para atender aos desejos de seus senhores. Gilman (1985) destaca a importância dada pelos europeus às nádegas das mulheres negras em suas representações visuais no século XIX. O autor entende que as diferenças corporais africanas eram valorizadas para provar a inferioridade dos povos deste continente, viabilizando a ideologia de que estes eram primitivos e degenerados. A mulher europeia havia evoluído a um

---

<sup>12</sup> Pinho (2004) ressalta em sua pesquisa que na contemporaneidade os negros ainda são julgados por sua aparência. A autora argumenta que, não muito raro, jovens negros são abordados por possuir uma “aparência suspeita”.

estado de racionalidade e não se deixava encantar pelos prazeres da carne. Sua anatomia genital deixava claro esta característica superior. Ao contrário das africanas que apresentava variações biológicas que as tornavam escravas da própria luxúria. Nesse sentido, encontrar e valorizar a beleza natural era um desafio a ser superado no processo de identificação das afro-americanas. Para Xavier (2013, p. 430) essa busca por uma beleza essencialmente negra pode ser classificada como “cívica”, uma vez que “seu objetivo era superar as marcas de um passado repleto de dores e subtrações sem, contudo apagar as glórias, a força e a inventividade de escravas e descendentes”.

A parte do corpo negro que melhor representa a contradição de possuir uma estética que não se encaixa no mundo é o cabelo. Ao rejeitar o cabelo crespo e adotar o padrão “liso europeu” o afro-americano buscava uma inserção social ao mesmo tempo que via sua autoestima ser abalada pois a imagem sonhada, nunca era alcançada. Por maiores que fossem os esforços e as manipulações químicas, aquilo que se via no espelho ia de encontro com tudo o que a mídia propagava, defendia e vendia. É por isso que uma mudança na relação do negro com seus cabelos foi de extrema importância para que estes se aceitassem e acabou se tornando pauta dos movimentos que lutavam pela afirmação dessa comunidade.

O cabelo também é visto como marca ou sinal que melhor e mais decididamente que qualquer outro, expressariam - ou negariam - o orgulho negro. Trata-se de um ato de politização do cabelo, a generalização de uma leitura política do penteado: o penteado transformado em manifesto. (GIACOMINI, 2006, p. 203).

Se antes os homens utilizavam cortes bem curtos e as mulheres negras buscavam se pentear como as brancas, muitas vezes alisando seus cabelos, a partir da afirmação de suas identidades elas passam a assumir o formato natural dos mesmos. A naturalidade, aliás, é associada à origem africana<sup>13</sup> que é a inspiração para a adoção de novos elementos de identificação. Esta forma de se apresentar demonstrou uma força tão grande que este penteado acabou ganhando o nome do próprio movimento: *Black Power*<sup>14</sup>. Ainda que na contemporaneidade este termo seja unicamente utilizado para a definição dos cabelos crespos, esta não foi a única manifestação estética da ideologia. A tendência étnica também foi uma grande aliada na construção de um discurso próprio de afirmação. Defender o ideal “*Black Is*

<sup>13</sup> Torna-se necessário ressaltar que essa África, fonte de inspiração para os movimentos de afirmação afro-americano, era uma construção idílica, recheada de estereótipos, que não necessariamente correspondiam a pluralidade dos habitantes do continente.

<sup>14</sup> O termo “*Black Power*” teria surgido por volta de 1966, o ano em foi utilizado pela primeira vez em público. Após ser detido pela vigésima sétima vez, o estudante e ativista Stokely Carmichael teria gritado em um protesto que a única solução para a segregação seria a reivindicação de um poder negro (*Black Power*), que todos aqueles que sofriam pela segregação deveriam tomar para si a luta e brigar pela construção de uma nova sociedade.

*Beautiful*” significava a busca de uma origem pura, resgatando traços que se perderam pela mão do colonizador.



Figura 4. A ativista Ângela Davis com o penteado Black Power na década de 1960.

Disponível em: <<http://abagond.wordpress.com/2009/10/16/the-education-of-angela-davis/>>. Acesso em 05 de fevereiro de 2015.

Assumir que ser negro é bonito era assumir um orgulho da própria cor, do passado e dos ancestrais. Para transmitir essa mensagem, muitos jovens negros retornaram à África para adquirir uma inspiração que resgatasse e identificasse a liberdade de seu povo. As cores vibrantes e os tecidos coloridos foram os elementos escolhidos para a implantação desta ideia. As batas, que no continente africano possuem o poder de identificar a posição social, política e religiosa dos indivíduos, foram transportadas para o ocidente como exemplar de beleza e orgulho das origens. Adquirindo um novo significado, elas se tornaram símbolo da identidade afro-americana.

Essa modificação da percepção do negro a respeito do próprio corpo se insere em um contexto histórico bem específico no processo de construção de sua identidade. O chamado “Movimento pelos Direitos Civis” é a expressão mais singular da contestação de valores e ideias que relegavam ao negro um papel de submissão na sociedade norte-americana. Nascido em meados da década de 1950 esse movimento lutava contra o sistema de segregação racial que, sobretudo na região do sul dos Estados Unidos, julgavam os afro-americanos inferiores e os privavam até mesmo da utilização de espaços públicos. A principal estratégia do grupo era não se valer da violência para expor seu ponto de vista e defender seus direitos. Seu principal

expoente, o pastor Martin Luther King, defendia a desobediência civil (o não cumprimento de regras segregacionistas impostas pelos brancos preconceituosos) como caminho para alcançar a liberdade e a igualdade entre todos. A luta deveria ser travada no dia a dia, em atos silenciosos, porém carregados de significados, como o de Rosa Parks<sup>15</sup> que deixavam marcas e inspiravam, sobretudo a juventude, a batalhar por seus sonhos e aspirações.

A repercussão dos primeiros protestos serviu de inspiração para a criação de novas manifestações como a dos Panteras Negras. Fundado em 1966, um ano após a morte de Malcom X<sup>16</sup>, os Panteras se organizavam em um partido que pretendia defender, através da força, o direito dos negros americanos. Cansados das perseguições, das prisões sem motivo e do puro preconceito da sociedade norte-americana esses manifestantes não viam outra solução a não ser a utilização de armas para reagir à opressão. Com uma doutrina inspirada nos ideais marxistas, os Panteras Negras radicalizaram o discurso, atuando em diversas áreas, em uma busca incansável pela atenção de todos: protestos em locais públicos, passeatas e aparições armadas em bairros periféricos, que se transformavam em confronto direto com autoridades policiais e até mesmo o oferecimento de ajuda material a comunidades negras mais pobres, agitaram o final da década de 1960.

Os panteras ganharam bastante popularidade nos bairros negros das cidades grandes com sua 'política de orgulho negro', sua propaganda militante e seus programas de assistência social voltados para a comunidade. Um relatório do FBI elaborado em 1970 relata que '25% da população negra tem grande respeito pelos panteras negras, incluindo 43% de negros com menos de 21 anos de idade'. Justamente por causa dessa popularidade ampla, a organização foi esmagada brutalmente, entre 1969 e 1971, pelo FBI com muitos dos seus líderes assassinados ou presos em ações policiais. (RIBEIRO, 2008, p. 93 apud KARNAL, 2007, p. 248).

O movimento político dos Panteras Negras possuía, além de uma filosofia única, uma forma própria de identificação através do vestuário. Seus líderes, Huey Newton e Bobby Seale, se vestiam de maneira única para serem reconhecidos por seu grupo ao mesmo tempo que serviam de inspiração para o mesmo. As calças confeccionadas em jeans<sup>17</sup> já eram comuns entre a juventude contestadora e conferiam a mobilidade necessária para os previstos confrontos com

---

<sup>15</sup> Em 1955 a costureira negra Rosa Parks foi presa no estado do Alabama ao se recusar a ceder seu lugar em um ônibus a um homem branco. A prisão de Parks deu origem a uma série de protestos pacíficos que chamaram a atenção do mundo para a segregação racial nos Estados Unidos.

<sup>16</sup> Líder de uma vertente dos movimentos pelos direitos civis ligada ao islamismo, Malcom X defendia a supremacia e separação dos negros. A violência era defendida como um meio para se atingir a igualdade.

<sup>17</sup> A história do jeans começa ainda no século XIX, quando o imigrante Levi- Strauss observa o trabalho dos mineradores e confecciona uma roupa em lona que fosse resistente e flexível para este trabalho. O cinema norte-americano popularizou a peça durante os anos de 1950, ao apresentá-la como exemplar da juventude sem compromisso.

os policiais. O casaco na cor preta, geralmente feito em couro, possuía bolsos, artefatos utilitários para quem não podia carregar uma bolsa. Compunham ainda o visual a boina (retirada do signo militar) e as luvas negras, como podemos observar na imagem 5. Esses eram os trajes revolucionários, de quem estava pronto para o enfrentamento em defesa de seus ideais a qualquer preço.



Figura 5. Uniforme do grupo panteras negras em 1968.

Disponível em: <[http://www.huffingtonpost.com/danielle-james/the-illustrative-identity\\_b\\_6519244.html](http://www.huffingtonpost.com/danielle-james/the-illustrative-identity_b_6519244.html)>. Acesso em 05 de fevereiro de 2015.

O cenário político agitado pelos movimentos de afirmação dos negros teve uma influência direta nas manifestações musicais produzidas por este grupo no período. Ainda na década de 1960 a música negra norte americana, cada vez mais aceita por outros extratos sociais, ganha uma nova vertente conhecida como *Soul*. As origens do *Soul* encontram-se ligadas (assim como o *jazz*) ao hibridismo entre a cultura do colonizador e a vivência trazida pelo africano de seu continente e antepassados. Nesse caso específico o ritmo é derivado da mistura da música gospel norte americana com a música profana, representada pelo estilo R&B. A ideia era resgatar a verdadeira música negra, atingir a verdadeira alma<sup>18</sup>, corrompida pelo contato com a indústria cultural branca e que, naquele momento já não mais representava a classe de guerreiros que batalhava pela igualdade civil. Segundo Ribeiro:

---

<sup>18</sup> Soul significa alma em inglês.

A *soul music*, portanto, demarca os ‘limites com a América branca’ ao utilizarem uma linguagem específica denominando-se ‘irmãos’ – *Brothers* e ‘irmãs’ – *sisters*, que reunia-se em uma comunidade solidária e fraternal que brilhava pela alma (*soul*). A pobreza, associada à discriminação racial, somada ao fervor religioso desencadeado pelo gospel foram os elementos que nutriam a cultura que no final do ano 60 seria sinônimo de reação aos maus tratos, da busca da igualdade entre os homens e do orgulho racial (RIBEIRO, 2010, p. 227).

O *Soul* é responsável por expandir a imagem do negro feliz com sua aparência e na década de 1970 acabou se tornando sinônimo de uma forma distinta dos negros se colocarem socialmente em seus momentos de lazer. A preocupação em se vestir bem, se pentear bem, se apresentar bem tal qual os antepassados do século XIX não havia desaparecido. A questão era acrescentar novos símbolos que auxiliassem no processo de auto afirmação. Assim, as roupas eram muito coloridas, óculos e chapéus eram exagerados, ternos, casacos, gravatas, tudo, fazia menção ao exagero, incluindo os sapatos em estilo plataforma. Ainda que muitos militantes afro-americanos tenham protestado contra, a *soul music* foi rapidamente assimilada pelo mercado fonográfico, assim como a indumentária ligada ao estilo musical que se tornou uma das principais referências da moda nos anos 1970.



Figura 6. O estilo *soul* em fotografia de 1970.

Disponível em: <<http://darkjive.com/tag/soul-train/>>. Acesso em: 20 de março de 2015.

A dança é um elemento muito importante para aqueles que aderiram ao estilo *soul*. Ribeiro (2008) destaca que a dança *soul* privilegiava a elegância nos gestos e o relacionamento com outro, seja homem ou mulher. O momento reservado à dança nos bailes representa a consagração do indivíduo que consegue se destacar dos demais, garantindo a confiança e o

respeito do grupo. O espaço da dança é também um espaço social onde o orgulho de ser negro era manifestado.

Segundo Hermano Vianna (1987) em 1968 o soul já havia sido incorporado pela indústria musical e já não possuía sua vertente revolucionária característica dos tempos em que as lutas negras por afirmação eram mais intensas. Ao serem assimiladas pelo mercado fonográfico, as canções soul, para muitos negros, já não eram mais a expressão de seus sentimentos, conforme observa Herzhaft:

Os críticos e historiadores em geral saudaram com bastante justiça o papel incomparável e bem concreto de ponte entre as raças que desempenhou a música negro-americana. É verdade que os artistas negros mais ecléticos obtiveram sucesso junto ao público branco. O que, entretanto, não notaram a maior parte do tempo é que, à medida que as formas de música negra tornaram-se populares entre os brancos, deixaram de sê-lo entre os negros, que, em contrapartida, criaram novas expressões musicais, procurando em um movimento espontâneo de desafio conservar a especificidade [...] do povo negro-americano. (RIBEIRO, 2008, p. 96 apud HERZHAFT, 1989, p. 99).

Assim, em busca de uma autenticidade musical, uma variação do soul surge na virada da década de 1960 para a década de 1970. O chamado *funky*, ou *funk*, emerge nos subúrbios norte-americanos para simbolizar o orgulho negro. A palavra *funk* possui múltiplos significados ao longo da história do afro-americano. Polhemus (1994) descreve que no século XVII a palavra fazia referência ao odor dos escravos. Já durante a década de 1920, muitos músicos ligados ao *jazz* utilizavam a palavra para designar os aromas característicos da prática sexual. Ao longo dos anos 1950, 1960 e 1970 os negros continuaram utilizando a palavra com conotação sexual, desta vez ressaltando sua superioridade em relação aos brancos nesse quesito. O fato é que a conotação negativa ganhou um novo significado, e, de acordo com Herschmann (2000) passou também a identificar uma vertente da música negra novamente revolucionária, com ritmos mais marcados e arranjos mais agressivos. Vianna (1987) acrescenta que nesta época, anos 1970, o termo funk podia ser utilizado em tudo: um jeito de andar, uma rua, um bairro, uma dança e, é claro, uma roupa. Ted Polhemus (1994) descreve o estilo funk como uma abordagem sensual na maneira de se vestir. Buscando inspiração nos ternos *zoot*, as calças masculinas tinham a cintura alta e possuíam um ajuste apertado em torno da virilha e na parte inferior. Ao mesmo tempo, utilizava-se materiais caros como a camurça e pele de cobra. Completavam o visual o chapéu, suspensórios e cintos e correntes dourados.

Em seu trabalho sobre estilos urbanos, Polhemus (1994) destaca que no início da década de 1970 os meios de comunicação das elites brancas estavam ainda maravilhados com a revolução da cultura *hippie* e, deste modo, demoraram para perceber as peculiaridades da

alfaiataria *funk*. O autor pondera que levou um tempo até que a classe média americana percebesse o apelo *funk* através do olhar *pimp*. Utilizando uma tradução livre, o *pimp* seria o cafetão, aquele que vende mulheres para ganhar a vida. A representação do estilo de vida *pimp* foi um dos componentes chave dos filmes *Blaxploitation*.



Figura 7. Cena do filme *Willie Dynamite*, de 1974.

Disponível em: <<http://www.streetblogger.fr/2010/11/14/blaxploitation-1%E2%80%99image-du-pimp>>.

Acesso em: 20 de março de 2015.

O sucesso das lutas pelos direitos civis fez nascer um mercado novo que queria se ver contemplado nas telas dos cinemas. Realizando uma tradução literal do termo, chegaríamos a algo como “exploração do negro”. Em um primeiro momento somos levados a acreditar que esse pode ser um retrocesso nos movimentos de luta, uma vez que explorar o negro nos remete ao período de escravidão. Não era esse o propósito. A *blaxploitation* nada mais era do que uma série de filmes produzida e protagonizada por negros, para que estes pudessem se enxergar, inspirar e até mesmo formular críticas também a respeito da realidade retratada. A estética desses longas-metragens era bastante peculiar, utilizando-se de um discurso que continha violência e sexualidade em destaque com cenas protagonizadas em guetos e locais marginalizados. A trilha sonora feita por grandes artistas do mundo negro foi ponto fundamental para auxiliar a popularização do gênero.

Através da figura 8 podemos observar alguns elementos que compõem a linguagem visual característica do *blaxploitation*. A arma empunhada com orgulho, a boina inspirada no uniforme dos panteras negras e a sensualidade da mulher negra. Além destas características, destacam-se os enormes cabelos afro, os chapéus exagerados para os homens, minissaias e



decotes escandalosos para as mulheres. A maquiagem feminina era também repleta de cores e artifícios como os cílios postiços completavam a ilustração do excesso. O vestuário exagerado chamava atenção para aqueles que jamais a tiveram anteriormente. Os afro-americanos abriam as portas do mundo cinematográfico onde finalmente seriam protagonistas e não apenas coadjuvantes.



Figura 8. Algumas cenas dos anos 1970 onde observamos o gênero *blaxploitation*. Disponível em: <<http://museumofuncutfunk.com/2011/10/07/blaxploitation-iconography/>>. Acesso em 20 de março de 2015.

Em artigo publicado na revista *Raça Brasil*<sup>19</sup> o produtor cultural Zeca Azevedo destaca que nos filmes *blaxploitation* a história gira sempre em torno de um herói, ou heroína, de origem afro-americana que atuam na resolução dos problemas de sua comunidade. Nessas películas, nenhuma instituição oficial é confiável e, por isso, o personagem principal jamais recorre à polícia em busca de auxílio para solucionar seus problemas. Em sua dissertação de mestrado Victor Makoto Oiwa realiza uma análise interessante a respeito do gênero:

<sup>19</sup> Disponível em: <<http://racabrasil.uol.com.br/cultura-gente/156/artigo221157-1.asp/>>. Acesso em 20 de março de 2015.

[...] Mas esses papéis não necessariamente correspondiam à vida real dos espectadores. Não se tratava de ver no cinema a própria realidade, mas sim um imaginário idealizado (idealização incluía poder se impor através da violência e da atitude cool) e em boa parte das vezes transgressor (no sentido da resposta violenta ao racismo e à estrutura social excludente, resposta essa que poderia adquirir o sentido criminal) (OIWA, 2011, p. 37).

A produção do gênero *blaxploitation*<sup>20</sup> é mais um capítulo importante na trajetória da formação da identidade afro-americana. Ainda que a exploração da violência e da sexualidade não signifique o rompimento de um estereótipo da realidade do negro nos Estados Unidos, é um passo importante para a consolidação do orgulho deste grupo. Se ver nas telas de cinema, se reconhecer em ídolos que possuem uma aparência semelhante a sua é um complemento para a luta por igualdade iniciada nos anos 1950.

Neste tópico procuramos demonstrar através de argumentos históricos a forma como foi concebida uma nova identificação visual para os negros, o estilo *Black*. A partir da adoção pelos negros de determinados elementos visuais, a moda transformava-se em um instrumento de protesto contra uma sociedade discriminatória, que precisava com urgência ser combatida. Era uma forma eficiente de contestar as práticas que segregavam e asseguravam a manutenção do racismo na sociedade americana. Uma forma de comunicação que conseguia ultrapassar as barreiras linguísticas e possíveis censuras e repressões. Em última instância, a adoção pelos afrodescendentes de uma aceitação própria também foi importante para demarcar um sentimento de valorização e autoestima do grupo. A estética e a beleza provocam sentimentos e emoções que levam à empatia e à construção de valores comuns. Pela primeira vez os negros sentiam-se orgulhosos de sua cor, de seu cabelo, de seu estilo. Uma experiência que foi essencial para a solidificação da cultura negra no cenário mundial. As gerações subsequentes devem a juventude do século XX as noções de liberdade e coragem para transformar tudo aquilo com o que não concordam.

A partir da década de 1970, após os anos de grande agitação, as leis que os negros tanto almejavam foram aprovadas pelo governo norte-americano: as práticas de segregação eram colocadas em cheque mostrando a força que essa comunidade possuía. No entanto, a ampliação dos direitos civis não representou a vitória completa para esse grupo. No plano socioeconômico eram evidentes as restrições sofridas pelos afro-americanos: a grande maioria residia nas áreas periféricas das cidades, com alimentação precária e acesso limitado aos níveis superiores de

---

<sup>20</sup> Os filmes do gênero *blaxploitation* tiveram uma influência fundamental na formação das gerações posteriores de afro-americanos. Conforme abordaremos no próximo capítulo a imagem do *pimp* (cafetão) retratada nas películas foi fundamental para a construção da figura do *gangsta rap*.

educação e empregos que lhes oferecesse uma boa remuneração e melhor perspectiva de futuro. A luta não havia acabado ainda era necessário se lançar em busca de novas conquistas. O hip hop surgia para expressar essa nova fase histórica.

#### **2.4 A identidade negra brasileira e sua expressão na moda.**

Nesta seção pretendemos abordar as particularidades da identidade negra no Brasil estabelecendo uma relação desta com a moda. Nossa intenção é perceber através das roupas os diferentes momentos vivenciados pelos africanos e seus descendentes no Brasil em sua trajetória em busca de afirmação. O processo de construção da identidade do negro brasileiro está intimamente ligado à fabricação de uma identidade nacional. Como caracterizamos anteriormente, a identificação social é resultado de um processo histórico que acaba também assumindo um caráter político, sobretudo quando estudada em uma sociedade que estratifica seus indivíduos, os encaixando em categorias definidas a partir de sua origem.

O maior desafio encontrado pelos descendentes de africanos em sua busca pelo auto reconhecimento no contexto brasileiro é superar as visões negativas construídas a seu respeito ao longo da história. Em outras palavras, ao longo da formação da sociedade brasileira os negros foram enquadrados em uma categoria subalterna e, para serem aceitos, foram obrigados a depreciar suas raízes em detrimento aos valores europeus. Podemos compreender esse sistema de dominação simbólica através dos conceitos elaborados por Norbert Elias e John Scotson em *Os Estabelecidos e os Outsiders* (2000). De acordo com Elias e Scotson, na relação de domínio entre dois grupos, aqueles que estão em situação privilegiada controlam a produção de símbolos e valores que os caracterizam e auxiliam na manutenção do poder. Nas palavras dos autores:

O grupo estabelecido tende a atribuir ao conjunto do grupo outsider as características 'ruins' de sua porção 'pior' – de sua minoria anômica. Em contraste, a autoimagem do grupo estabelecido tende a se modelar em seu setor exemplar, mais 'nômico' ou normativo – na minoria de seus 'melhores' membros. Essa distorção *pars pro toto*, em direções opostas, faculta ao grupo estabelecido provar suas afirmações a si mesmo e aos outros; há sempre algum fato para provar que o próprio grupo é 'bom' e que o outro é 'ruim'. [...] A peça central dessa figuração é um equilíbrio instável de poder, com as tensões que lhe são inerentes. Essa é também a condição decisiva de qualquer estigmatização eficaz de um grupo outsider por um grupo estabelecido. Um grupo só pode estigmatizar outro com eficácia quando está bem instalado em posições de poder das quais o grupo estigmatizado é excluído (Elias, 2000, p.22-23).

Através das proposições de Elias e Scotson conseguimos perceber que a dominação dos senhores em relação aos seus escravos passava pela construção de uma imagem depreciativa

destes. Utilizando como ferramentas de autoridade o controle e a imposição de normas e condutas os colonizadores europeus garantiam sua superioridade e impunham aos africanos um estigma que afetou a forma como os mesmos construíam sua identidade. Ao mesmo tempo, os outsiders africanos (e seus descendentes) tentavam se estabelecer na sociedade, buscando uma aproximação com o modo de viver adotado pelas elites no Brasil. Cruz (2007) observa que, neste contexto, as roupas eram um instrumento eficaz na configuração do sistema de poder:

[...] enquanto havia negros que se encontravam em cativeiro e andavam com as vestes em farrapos (em consequência do limitado investimento dos senhores com o fornecimento de roupas para a escravatura) havia também outros negros que detinham maiores possibilidades de primar pela qualidade no vestir, como por exemplo os escravos domésticos, como mucamas ou negros e negras livres. Entre os negros que viviam mais próximos aos brancos, o vestir-se bem funcionava como um elemento de distinção que os levava a serem caracterizados como superiores aos demais (CRUZ, 2007, p. 20).

A indumentária era utilizada no Brasil escravagista como instrumento de distinção social. Assim, as elites buscavam regular o modo de vestir dos negros no Brasil como forma de garantir seu poder e demonstrar sua superioridade. A proibição de utilização de sapatos pelos escravos é outro exemplo desta dominação através de um elemento simbólico. Segundo Sidney Chalhoub (1998) os sapatos eram peças decisivas nas questões de escravidão e liberdade uma vez que assim que eram libertos, os negros faziam questão de comprar um par de sapatos, mesmo que fosse para carrega-los na mão, uma vez que muitos não se acostumavam a utilizá-los. O caminho de inserção na sociedade brasileira para os negros passava pela imitação do modo de viver da elite branca, buscando uma representação de si mesmo que rompesse com a ideia de submissão<sup>21</sup>.

A condição de aceitação dos valores eurocêtricos foi, sem dúvida, um dos desafios centrais enfrentados pelos descendentes de africanos na formação de sua identidade no Brasil, mas, infelizmente, não foi o único. Ao longo da história brasileira, o preceito da miscigenação se transformou em um paradigma na análise da presença do negro no país, um ponto de discussão teórico que, em última instância, afetou profundamente a reflexão sobre a imagem do povo brasileiro. Não pretendemos aqui realizar um histórico aprofundado sobre as diferentes reflexões sobre a presença dos diferentes povos no Brasil. Nossa intenção é apontar alguns

---

<sup>21</sup> A aceitação das normas e padrões europeus não significou uma conformidade do africano em relação a sua condição de escravo. É importante considerarmos que nos espaços onde houve dominação, também ocorreu resistência, incluindo o campo simbólico. O sincretismo religioso que resultou nas religiões de matriz africana é um exemplar desta conjuntura.

fundamentos que nos auxiliarão a compreensão das peculiaridades da identidade do negro em nosso país.

As primeiras ponderações a respeito da mestiçagem no contexto brasileiro surgiram no final do século XIX, quando alguns pensadores procuravam apontar as particularidades da nação brasileira e apontar o caminho para o sucesso da mesma. Nesse sentido, pensadores como Nina Rodrigues e Euclides da Cunha apontavam o perigo de um país formado pelo cruzamento de raças, acreditando que este poderia significar um retrocesso e uma degeneração da sociedade brasileira (SCHWARCZ, 1998). No mesmo período histórico, Carl Von Martius defende em seu artigo premiado pelo IHGB<sup>22</sup> que a história deveria ser escrita a partir da análise do desenvolvimento de elementos fundamentais, no caso brasileiro “estes elementos são de natureza muito diversa tendo para a formação do homem convergindo de um modo particular três raças: a de cor de cobre ou americana, a branca ou caucasiana e, enfim, a preta ou etíope” (MARTIUS, 1848, p. 390). Lilia Moritz Schwarcz (1998) destaca que na visão romântica de Martius, os bons nativos deveriam ser os exemplos nacionais enquanto que a população negra é basicamente esquecida. Em ambas as interpretações a miscigenação pode e deve ser pensada, mas com o objetivo de purificar a nação brasileira, promover o branqueamento para evitar a destruição desta. A imigração de europeus seria a solução para promover o controle social e garantir o desenvolvimento do Brasil a partir de uma população racialmente apta.

Sem dúvida, a versão mais emblemática sobre a essência do povo brasileiro data da década de 1930, nas palavras de Schwarcz:

Por fim, na representação vitoriosa dos anos 30, o mestiço transformou-se em ícone nacional, em símbolo de nossa identidade cruzada no sangue, sincrética na cultura, isto é, no samba na capoeira, no candomblé, no futebol. Redenção verbal que não se concretiza no cotidiano, a valorização do nacional é acima de tudo uma retórica que não tem contrapartida na valorização das populações mestiças discriminadas. Nesses termos, entre o veneno e a solução, de descoberta a detração e depois exaltação, tal forma extremada e pretensamente harmoniosa de convivência entre os grupos, foi, aos poucos, sendo gestada como um verdadeiro mito de Estado [...] quando a propalada ideia de uma “democracia racial”, formulada de modo exemplar na obra de Gilberto Freyre, foi exaltada de maneira a se menosprezar as diferenças diante de um cruzamento racial singular (SCHWARCZ, 1998, p. 178).

O mito da democracia racial foi fundamental para a construção da identidade do povo brasileiro e da população negra no país. O conceito das raças convivendo em harmonia revela uma negação das desigualdades entre brancos e negros e índios e, em última instância rejeita a

---

<sup>22</sup> O Instituto Histórico e Geográfico Brasileiro (IHGB) foi criado em 1838 pela elite intelectual brasileira que buscava criar um discurso de identificação nacional que apontasse os rumos a serem seguidos para o desenvolvimento do país.

possibilidade de racismo no Brasil. De acordo com essa linha de raciocínio, o atraso econômico da população negra brasileira se deve unicamente aos anos de escravidão, solapando a existência do preconceito racial no país. Roger Bastide (1983) identifica dois padrões de preconceito racial existentes no continente americano: o primeiro caracterizado pela brutalidade e violência, observado no contexto norte-americano e o segundo observado no Brasil onde se percebe que os laços da condição de servidão não foram rompidos. Bastide observa ainda que a manutenção desta hierarquia tem como consequência uma negação da raça, o esquecimento das origens e tradições em busca da imitação de um padrão aristocrático. Assim, o negro que possui reconhecimento social e consegue diminuir o preconceito é aquele que compartilha os valores aristocráticos. Essa estratégia de inserção social leva os afrodescendentes a copiar o padrão de vestir da elite branca tal como analisamos na seção anterior ao observarmos o contexto norte-americano.

A ideia de democracia racial e a idealização da miscigenação acabaram escondendo os conflitos raciais existentes na sociedade brasileira. Por mais que diferentes teóricos afirmassem que no Brasil todos eram iguais, independente da ascendência, na prática a população afrodescendente sofria restrições no campo econômico e social. Ser negro no Brasil, nas primeiras décadas do século XX, era sinônimo de desqualificação social, com baixa qualidade de vida, sem acesso a educação e a boas colocações profissionais. A figura de sucesso presente no imaginário social brasileiro era a do homem branco, portador de uma trajetória vitoriosa, inteligente e capaz. Assim, foi natural que os negros brasileiros tentassem se afastar de sua ancestralidade, negando em diferentes momentos sua aparência e origem. Kabengele Munanga (2009) pontua que a ideia de branqueamento dificultou muito a percepção do afrodescendente a respeito de si mesmo no Brasil, uma vez que representava a negação da própria estética, dificultando seu reconhecimento junto ao seu grupo e em seu meio social. O discurso do branqueamento afetou profundamente a auto-estima do negro brasileiro que passa a não aceitar a própria imagem, reverenciando como belo a aparência do branco europeu. Em suas investigações sobre a questão racial, o antropólogo Roberto da Matta (1997) ressalta que as relações sociais no Brasil são caracterizadas por uma ideologia de mistura e ambiguidade. Nesse sentido, a figura do mestiço é valorizada, categorizada como exemplar da integração dos povos em território nacional. O antropólogo destaca ainda que, na sociedade brasileira, as pessoas ficam mais claras, ou mais escuras, de acordo com suas atitudes, sucesso e até mesmo, relacionamentos. A tese de Da Matta pode ser comprovada ao analisarmos as representações de Machado de Assis. Um dos maiores nomes da literatura nacional, Machado era mestiço, descendente de escravos e de portugueses, como tantos outros brasileiros. Entretanto, não é raro

que a representação iconográfica do autor o apresente com traços europeus, com a pele clara e sem características que ressaltem sua ascendência. Um dos casos mais notáveis dessa “releitura” da imagem de Machado de Assis ocorreu em 2011 quando a Caixa Econômica Federal reproduziu uma peça publicitária<sup>23</sup> para a televisão em comemoração aos 150 anos do banco. No comercial, o escritor é caracterizado de maneira bem diferente da realidade, interpretado por um homem branco que transita em uma Rio de Janeiro que, curiosamente, não possui nenhum negro em suas ruas no ano de 1908. A transmissão do comercial em rede nacional provocou inúmeros protestos de diferentes setores da sociedade brasileira, indignados com a falta de cuidado e pesquisa por parte da agência responsável pela produção do mesmo. A Caixa Econômica se desculpou publicamente e refez a publicidade, desta vez com um ator negro interpretando o autor. O embranquecimento de Machado de Assis através do meio de comunicação mais popular do país nos revela, além da ignorância, a distorção de um fato real, valorizando a invisibilidade do afrodescendente no Brasil como figura de destaque social.



Figura 9. Machado de Assis em imagem do século XIX e no comercial da Caixa em 2011.

Disponível em: <<http://arquivo.geledes.org.br/patrimonio-cultural/literario-cientifico/literatura/machado-de-assis/11172-as-duas-cores-de-machado-de-assis>>. Acesso em 01 de maio de 2015.

A ausência de pesquisas relacionadas ao estilo de vestir do negro no Brasil nos levam a concluir que durante as primeiras décadas do século XX a tendência era manter os padrões referenciados pela elite. Segundo Lívio Sansone (2000), entre as décadas de 1920 e 1940 os objetos que definiam a identidade negra no Brasil estavam ligados à ideia nacionalista do período de criar uma definição sobre o povo brasileiro. Assim, a imagem e a importância da descendência africana são ligadas aos aspectos culturais, valorizando as interpretações idealizadas de harmonia entre os povos e associando os negros à capoeira, ao samba, a mulata

<sup>23</sup> Produzida pela agência Borghierh/Lowe.

e ao futebol. Durante as primeiras décadas do século XX, a ascensão social da população afrodescendente no Brasil era bastante restrita, fato este que dificultava a criação de um estilo próprio que distinguisse esse grupo. A luta pela sobrevivência era mais importante que buscar uma diferenciação pelo vestuário. Ainda que movimentos sociais de importância, como a Frente Negra Brasileira<sup>24</sup> e o Teatro Experimental do Negro<sup>25</sup>, tenham sido importantes para a construção da identidade e luta pelos direitos da população de ascendência africana no Brasil, não havia rupturas no que diz respeito à maneira desse povo se vestir. De fato, é no final dos anos 1960, graças à influência dos movimentos de afirmação norte americanos, que percebemos uma mudança na estética dos negros brasileiros.

Através do intercâmbio cultural, característico da segunda metade do século XX, a música *soul* chega ao Brasil entrelaçada aos movimentos pelos direitos civis nos Estados Unidos. Desta forma, a filosofia *Black Power* e a defesa do *Black is Beautiful* influenciam a forma como os negros no Brasil se identificavam. A imagem dos ídolos negros da música *soul* norte-americana inspirava os artistas e os jovens brasileiros a valorizar sua aparência com ascendência africana.

Toni Tornado, com o grupo vocal negro Trio Ternura, fez seu debut com uma poderosa balada estilo Solomon Burke 'B.R.3', escrita por Antonio Adolfo. Com mais de 1.80m de altura, vestido nas últimas modas de Harlem, e desfilando um afro, Tornado e sua apresentação tiveram um impacto enorme no público brasileiro. Com um poderoso vocal inspirado no soul e a imagem para combinar, ele desafiou a imagem tradicional do cantor negro brasileiro. Toni havia retornado recentemente de Nova Iorque, onde estava morando, e onde absorveu as culturas radicais e políticas do Harlem nos anos 60. Sua apresentação no festival resultou em dois LPs, vários singles, e a atenção persistente da polícia militar por ter usado sua identidade negra na sua manga colorida de poliéster. Ele foi falsamente acusado de ter começado uma célula brasileira dos Black Panthers e foi perturbado rotineiramente por seu relacionamento com uma popular atriz branca. (THAYER, 2006, p. 93, apud RIBEIRO, 2008, p. 111-112).

Conforme observamos em Thayer (2006), a apresentação de Toni Tornado no festival da canção em 1970 simboliza a nova etapa no processo de auto-reconhecimento do negro brasileiro. Ao analisarmos a figura 10 percebemos que Toni incorpora em sua indumentária diversos elementos típicos da cultura de resistência negra norte-americana. O cabelo ao natural, em estilo *black power*, a jaqueta e a calça para dentro das botas nos remete aos uniformes de combate, típico dos panteras negras, Toni Tornado se apresentava de forma completamente

---

<sup>24</sup> A FNB foi o primeiro movimento negro fundado no Brasil durante a década de 1930 e lutava por uma efetiva participação desse grupo na cena política nacional.

<sup>25</sup> O TEN, fundado em 1945 por Abadias do Nascimento, produzia peças de teatro que evidenciavam a cultura negra e buscavam combater a discriminação racial.



distinta de outros cantores negros nacionais, que apostavam em um visual formal para conquistar o respeito. Também nos chama atenção o figurino de uma das cantoras do Trio Ternura que demonstra que também no Brasil (tal como nos Estados Unidos) os tecidos com inspiração africana faziam sucesso entre a população negra.



Figura 10. Toni Tornado no V festival Internacional da Canção em 1970.

Disponível em: <[http://www.istoe.com.br/colunas-e-blogs/coluna/214451\\_INOVACAO](http://www.istoe.com.br/colunas-e-blogs/coluna/214451_INOVACAO)>. Acesso em 30 de março de 2015.

A apresentação de Toni Tornado é considerada um marco na história da música popular brasileira, por ser considerada uma das primeiras manifestações do gênero *soul* no país. Entretanto, a estética adotada pelo cantor chama atenção não só dos negros brasileiros, mas também das autoridades militares<sup>26</sup> que, preocupadas com a criação de uma possível célula dos panteras negras em terras brasileiras, passam a perseguir o cantor. Na ideologia de integração nacional defendida pelo exército brasileiro, qualquer discurso que pudesse colocar em perigo a ordem nacional deveria ser combatido e abafado. Naquele contexto, era impensável abrir espaço para uma articulação política da população negra brasileira. A performance de Toni Tornado acabava contrariando a imagem do negro dócil e integrado, bem vestido e modelo de

---

<sup>26</sup> O Brasil vivia, desde 1964, um regime político autoritário sob o comando do exército. Após o Ato Institucional nº 5, em 1968, há um endurecimento nas leis do regime que passa a intensificar a perseguição a todos que pudessem ameaçar a ordem imposta. Assim, a censura aos meios de comunicação e as detenções sem motivações jurídicas eram práticas constantes.

comportamento. Nesse sentido, nomes como Jair Rodrigues, Wilson Simonal e Jorge Ben<sup>27</sup> desempenhavam o papel ideal para os militares. Sempre bem vestidos e com músicas que não contestavam o regime, esses cantores eram amados e aceitos pela sociedade brasileira, por brancos e negros sem distinção.

Ainda que a estética *soul* causasse desconfiança entre os militares brasileiros, não foi possível conter a nova forma do negro se auto-representar. O cenário musical internacional, dominado por figuras importantes como James Brown e os Jackson Five dividiam a cena com nomes que, cada vez mais, consolidavam seu espaço na música nacional como Tim Maia e Wilson Simonal. Assim como ocorrera nos Estados Unidos, os descendentes de africanos passavam a desenvolver um orgulho de sua aparência física, inaugurando um novo momento na construção de sua identidade.

Quando na década de 70 os movimentos da contracultura instauraram a onda do “black is beautiful” (preto é bonito), o negro finalmente pôde ter orgulho de suas características físicas. Os cabelos alisados deram lugar aos crespos naturais e o corte black-power virou moda. Os traços faciais passaram a ser destacados em maquiagens coloridas e os tecidos étnicos ganharam as ruas. O fato de valorizar a beleza dava ao negro um poder de reivindicar espaço (BARROS, 2005, p. 5).

O soul se popularizou no Brasil ao longo da década de 1970 com a ajuda de bailes organizados em bairros populares em todo o território nacional. O baile no clube Renascença no Rio de Janeiro e o *Chic Show* em São Paulo são exemplos de eventos que mobilizavam centenas de pessoas. Nesses espaços, o soul afro-americano era apropriado pelos jovens negros brasileiros que podiam vivenciar o orgulho negro, uma vez que a simples diversão dava lugar a uma conscientização da necessidade de luta por igualdade. Através deste fragmento retirado do jornal Versus em 1978 conseguimos mensurar este momento:

Black Rio, Black São Paulo, Black Porto e até Black Uai! Primeiro a descoberta da beleza negra. O entusiasmo de também poder ser black. A vontade de lutar como o negro norte-americano, em busca da libertação do espírito negro, através do Soul. As roupas coloridas, as investidas na imprensa branca junto com a polícia comum... Num segundo momento uma consciência incipiente começa a surgir. O trabalho, as condições de vida, a igualdade racial começam a receber destaque. (VIANNA, 1987, p. 58-60).

---

<sup>27</sup> Em sua pesquisa sobre a obra de Jorge Ben, Alexandre Reis (2014) destaca que o cantor sofreu pouco com a censura, uma vez que suas músicas não se encaixavam na categoria de “protesto”. Os poucos problemas que Jorge enfrentou estariam ligados à patrulha moral da época. Em relação à Wilson Simonal, sua postura considerada “arrogante”, lhe rendeu a fama de adesista e muitas de suas canções foram classificadas como ufanistas e defensoras do regime militar.

Percebemos que a moda utilizada nos bailes *black* teve um papel significativo no despertar da consciência do negro brasileiro. Além de promover a identificação daqueles que se sentiam inseridos pelo estilo musical, as roupas funcionaram como mediadoras de um sentimento de orgulho e de alteridade. A descrição realizada por Silvio Essinger (2005) nos auxilia na compreensão dos elementos fundamentais desse figurino utilizado nesses espaços de sociabilidade.

O figurino era óculos escuros, chapelão, paletó diferente (lascado atrás), terno branco, gravatinha borboleta, casacão até o pé, calça estreita na cintura e o indispensável sapato cavalo de aço (por causa da sola descomunal, parecida até com um barco) [...] Houve ainda a moda das camisas pintadas a mão – algumas se davam ao luxo de reproduzir a capa do disco do James Brown [...] Uma produção para lá de ousada, na medida para festas em que, sob as luzes coloridas dos spots confeccionados em fundo de quintal, os frequentadores trocavam cumprimentos *black* e arriscavam paços elaborados [...] (ESSINGER, 2005 p. 32-33)

A influência norte-americana era significativa. Através do soul e da estética *black* a comunidade negra no Brasil começa a construir uma reflexão a respeito de seu lugar na sociedade do país que a singulariza e confere um destaque ainda não recebido. O terno e a gravata borboleta podem ser objetos comuns, originários do guarda roupas de uma elite que sempre segregou esse grupo. A diferença que esses itens possuem, no contexto dos bailes *black*, está ligada ao significado que esses elementos possuem para quem os usa. A partir daquele momento a aparência branca não era mais um ideal sonhado, a realidade era que ser negro era motivo para se orgulhar e ostentar essa satisfação.

É claro que dançar soul e usar roupas, penteados e cumprimentos próprios não resolve, por si, o problema básico de ninguém. Mas pode proporcionar a necessária emulação – a partir da recriação da identidade negra perdida com a Diáspora Africana e subsequente massacre escravistas e racistas – para que se unam e, juntos, superem suas dificuldades. (Jornal de Música, Nº 33, agosto de 1977, p.16 apud Vianna, 1987, p. 57)

As articulações da população afrodescendente no Brasil foram ficando mais intensas ao longo da década de 1970. A formação do Movimento Negro Unificado em 1978 foi importante direcionar as articulações no campo político. O MNU criticava a ideologia da democracia racial, apontando a exclusão econômica do negro da sociedade brasileira como argumento para a união e luta por igualdade. O primeiro grande desafio dessa luta política era assumir que a discriminação racial no Brasil era uma realidade e, a partir de então, lutar para a eliminação das desigualdades.

Segundo Dayrell (2001) a solidificação da *black music* no Brasil foi responsável pela criação de um segmento de mercado ligado à juventude negra. A propagação do orgulho e a afirmação positiva de uma autoimagem foram fundamentais para uma nova percepção da experiência juvenil, influenciando movimentos como o hip hop que viria a se desenvolver na década de 1980 no país.

A realidade do trabalho era a condição para que os jovens pobres pudessem vivenciar a sua condição juvenil, por intermédio do consumo e da diversão. Dessa forma, uma parcela desses jovens, reunidos em torno da black music, iniciou um incipiente processo de consumo cultural específico, sustentando uma rede de danceterias, lojas e equipes de som que, além de criar uma opção de lazer por meio dos bailes, também abriram espaços para novas opções de trabalho e sobrevivência para muitos deles, mesmo que de forma precária. (DAYRELL, 2001, p. 45)

Buscamos nesta seção levantar alguns momentos relevantes para a constituição de um projeto de identidade para a população afrodescendente no Brasil utilizando como fonte de pesquisas as diferentes formas de vestir adotadas por esse grupo ao longo de sua história. Nossa intenção ao realizar esse “mapeamento” foi pontuar a especificidade do processo de afirmação do negro brasileiro em relação ao que apresentamos na seção anterior, quando tratamos do negro norte- americano. O racismo à brasileira nos trouxe particularidades que são fundamentais para a constituição da identidade do negro no país. A compreensão dessas peculiaridades é fundamental para que possamos dar continuidade em nossa reflexão, analisando o hip hop como movimento de cultura jovem contemporânea que atuará na solidificação do espaço do negro na sociedade brasileira.

### **3. O MOVIMENTO HIP HOP: UMA CARACTERIZAÇÃO.**

O termo hip hop é utilizado para designar uma subcultura urbana nascida nos Estados Unidos em meados de 1970. Esta é uma década muito emblemática para a comunidade negra norte-americana, pois é o período que sucede às grandes manifestações e conquistas pelos direitos civis deste grupo étnico em uma sociedade que até então os relegava a um papel secundário. Eram tempos que traziam uma grande expectativa de realização para os negros, as práticas de segregação eram colocadas em cheque e um horizonte de maior oportunidade e igualdade parecia se desenhar. Apresentaremos nesta seção uma breve contextualização a respeito do momento histórico da criação do movimento hip hop, bem como os elementos identificadores deste.

Os anos 1970 foram muito complicados no plano socioeconômico, marcados por uma grave crise no mundo capitalista. O historiador Eric Hobsbawm (1995) destaca que embora países desenvolvidos economicamente como os Estados Unidos não admitissem, naquele momento estava ocorrendo um verdadeiro desmoronamento da ideologia da prosperidade e riqueza construídos nas décadas anteriores. Este panorama acabou por atingir em cheio aqueles que estavam mais vulneráveis a uma crise econômica: imigrantes vindos de países latino-americanos e, sobretudo, a população negra. Fragilizados após anos de restrições uma boa parcela deste grupo residia nas áreas periféricas das cidades onde viviam sob condições precárias, submetidos a uma alimentação deficiente, acesso limitado aos níveis superiores de educação e empregos que lhes oferecia uma remuneração abaixo do que era necessário para viver dignamente e adquirir perspectivas de crescimento profissional. Romero (2012) pontua que, durante os anos 1970, cerca de 13% da população norte-americana se encontrava em situação abaixo da linha de pobreza sendo que, deste total, a população negra constituía a maioria<sup>28</sup>. Os mais jovens eram as principais vítimas da falta de emprego e de oportunidades. Estava bem claro que a luta por igualdade não havia se encerrado com a garantia dos direitos civis, ainda ocorreriam muitas batalhas a serem travadas antes de se conquistar a sonhada igualdade social.

É neste contexto que o hip hop surge nos Estados Unidos. Em sua investigação sobre o tema, Micael Herschmann (2000) enfatiza que o hip hop surge como um forte referencial que permitiu a conformação de identidades alternativas e de consagração para os mais jovens, em

---

<sup>28</sup> Elena Romero (2012, p.10) destaca ainda que as taxas de pobreza nas décadas subsequentes, 1980 e 1990, giraram em torno de 13,5% ocorrendo uma redução nos anos 2000, para 11,3% e um aumento significativo ao final da década. Em 2009, 14,3% da população norte-americana se encontrava abaixo da linha da pobreza

um momento que os antigos bairros e instituições locais (onde estes encontravam a sua identificação) estavam sendo destituídos. Sintetizando uma nova forma de contestação da realidade pela comunidade negra, o movimento exibiu à sociedade toda condição subalterna que era reservada para os negros. Compartilhando uma experiência de sofrimento em comum, os afro-americanos tinham a consciência da inexistência de ações governamentais que se dedicassem a observar e auxiliar na resolução de seus problemas e acreditavam que foram os próprios órgãos de poder que os submeteram a essa condição. A partir dessa identificação de aspirações em comum, uma nova subcultura urbana surgirá, se representando através de uma linguagem própria que inclui música, dança, moda e arte.

O hip hop, na condição de subcultura, apresenta um estilo que lhe é muito particular. Quando falamos em estilo, estamos nos referindo a uma série de atributos que, quando em conjunto, definem uma determinada identidade (HEBDIGE, 1979). Esse estilo é criado a partir da escolha deliberada em privilegiar certos símbolos, rituais, objetos, comportamento, vocabulário, vestuário que auxiliam na identificação do indivíduo em seu grupo ao mesmo tempo em que o diferencia dos demais habitantes de determinada localidade. É interessante observar que um objeto, para fazer parte de um estilo, precisa possuir um sentido. John Clarke (1976) destaca que juntos, objeto e sentido constituem um sinal, e, dentro de cada cultura, tais sinais são montados, repetidamente, em formas características de um discurso. Discurso este que não é necessariamente verbal, podendo também ser observado visualmente. Clarke também nos ajuda a compreender como são realizadas as escolhas dos símbolos que irão compor um estilo:

O ponto importante aqui é que o grupo deve ser capaz de reconhecer-se nos significados potenciais mais ou menos reprimidos de determinados objetos simbólicos. Isso exige que o objeto em questão deve ter a "possibilidade objetiva" de refletir os valores e as preocupações do grupo [...], adquirindo um significado em particular entre a gama de significados em potencial que poderia conter. Ele também exige que o grupo possua uma autoconsciência suficientemente desenvolvida para os seus membros se reconhecerem na faixa de objetos simbólicos disponíveis<sup>29</sup>.

Percebemos então que o repertório de elementos que compõem uma subcultura são eleitos a partir de referências que são comuns ao grupo, que remetem aos problemas e particularidades que unem certos indivíduos em torno de demandas que são comuns aos mesmos. Os símbolos seriam, então, uma parte da resposta ao problema que gerou o

---

<sup>29</sup>*This requires that the object in question must have the 'objective possibility' of reflecting the particular values and concerns of the group in question as one among the range of potential meanings that it could hold. This developed self-consciousness both in terms of its content (their own self-image, etc.) and in terms of its orientation towards symbolic objects is the means through which the style is generated.* (Tradução nossa).

aparecimento de uma manifestação cultural. Por fim, é importante também refletir a respeito das consequências que a adoção de determinado estilo irá assumir na realidade dos indivíduos que o fazem. A esse respeito, Clarke (1976) pondera que criação de um estilo distinto não é simplesmente uma questão de encarnar a própria identidade da subcultura, criando uma espécie de auto imagem desta. Segundo o autor, o estilo é também responsável por definir as fronteiras do grupo em relação aos seus membros e todas as pessoas de fora. O reconhecimento de determinada subcultura, muitas vezes, acaba ocorrendo na oposição desta à outras formas culturais.

Ao eleger determinados símbolos, criando um estilo próprio, uma subcultura consegue afirmar sua especificidade perante a sociedade. Isso não significa que uma subcultura pode ser definida apenas por suas particularidades visuais. Outros elementos serão importantes para trazer coesão entre determinados indivíduos que partilham uma mesma experiência. No entanto, serão através dos aspectos visuais que um determinado grupo irá conseguir ser identificado e chamar a atenção para sua existência, suas demandas e reivindicações. Segundo Kipper (2008) determinado estilo irá atrair seguidores porque de alguma forma, consciente ou não, estes irão se reconhecer afetivamente nos símbolos que o compõem. Os símbolos serão, portanto, a feição exterior da subcultura, os responsáveis por atrair admiradores (e contestadores) desta.

O hip hop é composto por três expressões básicas: a manifestação musical conhecida como rap, o modo de dançar específico chamado break e a representação visual através do grafite. Além destes elementos identificadores, os adeptos do hip hop possuem uma forma particular de se vestir que irá conferir ao grupo uma aproximação e singularidade. A observação dessas características, que podem ser separadas apenas por questões analíticas, nos dirá muito a respeito dos problemas presentes nas periferias negras norte-americanas, e de outros países, que levaram ao surgimento do hip hop, bem como o significado que esta resposta cultural possui.

### **3.1 Rap: o estilo musical.**

As subculturas juvenis que surgem na segunda metade do século XX possuem a peculiaridade de se identificarem com determinado estilo musical e, a partir desta identificação, o adotam como um de seus signos característicos. Muitas vezes o estilo musical é tão forte que chega a se confundir com a própria subcultura. Podemos observar este fenômeno quando analisamos o rap, que embora seja apenas a manifestação musical do hip hop é identificado

rotineiramente, como sinônimo de tudo que este movimento representa. O rap é sim muito importante para a compreensão do hip hop, mas não representa a sua plenitude conforme comprovaremos ao longo desse estudo.

As origens históricas mais longínquas do rap nos levam até a Jamaica, país onde a maioria dos cidadãos é negra e vive em situações abaixo do recomendado por organizações internacionais de direitos humanos. Os levantamentos bibliográficos realizados por José Carlos Gomes da Silva e Priscila Saemi Matsunaga, acerca da origem do ritmo, indicam que no final dos anos de 1960 a juventude jamaicana se reunia nas ruas mais pobres, onde declamavam versos de crítica à realidade em que estavam submersos. Aos poucos foram acrescentando uma base musical às letras que nasciam a partir do improviso, aquele era um canto real, um pranto daqueles que careciam de atenção. O nome escolhido para esse exemplar da cultura popular não poderia ter sido mais emblemático: *rhythm and poetry*<sup>30</sup>; ritmo e poesia que se uniam para denunciar ao mundo a realidade das zonas periféricas. A influência jamaicana é ainda verificada através da experiência do *sound system*. De acordo com José Carlos Gomes da Silva (1998) o *sound system* eram poderosos sistemas de som utilizados em festas ao ar livre por toda a Jamaica. Segundo o autor, esse sistema permitia a reprodução de músicas em alto volume e ao ar livre sem o incômodo das distorções. Este tipo de sociabilidade irá ganhar um novo sentido a partir da chegada do rap nos Estados Unidos.

O rap surge em terras norte-americanas no início da década de 1970, trazido por jamaicanos que procuravam melhores condições de vida e trabalho. Em busca do “sonho americano”, esses imigrantes chegavam à região do Bronx<sup>31</sup>, em Nova Iorque, trazendo seus hábitos culturais. Conforme citado anteriormente, em sua terra natal eles estavam acostumados a se expressar através de frases não elaboradas previamente, colocadas sob uma mixagem feita a partir de suas músicas preferidas (em geral de reggae<sup>32</sup>). É importante ponderar que desde o período escravista há relatos de afro-americanos improvisando versos que expunham seus sentimentos e pensamentos enquanto trabalhavam ou manifestavam sua religião. A própria memória do povo africano é muito ligada à fala e aos versos, uma vez que a passagem dos costumes entre gerações desse continente sempre foi através da oralidade, tendo a escrita

---

<sup>30</sup> A abreviação RAP é proveniente do termo *rhythm and poetry*, *ritmo e poesia*.

<sup>31</sup> O Bronx é uma das cinco subdivisões administrativas (condados) do Estado de Nova Iorque. É um condado tradicionalmente habitado pela população afro americana e que recebeu durante as décadas de 1970 e 1980 inúmeros imigrantes latino americanos. Neste mesmo período o Bronx se destacava negativamente nos noticiários do país devido aos casos de violência e altos índices de criminalidade.

<sup>32</sup> O Reggae é um gênero musical desenvolvido na Jamaica por volta de 1960. Possui um ritmo dançante e suave e, em sua origem, esteve ligado ao movimento rastafári que defendia a superação social dos negros através do engajamento político e espiritual.



adquirido importância bem tardiamente. José Carlos Gomes da Silva (1998) destaca que a oralidade pode ser observada na cultura negra norte americana através de uma série de práticas como, por exemplo, os *storytellers* (contadores de histórias), aos *prayers* (pastores ou pregadores negros) e a poética presente nas ruas. Durante o período escravagista, a expressão oral possuía um significado muito especial, pois era uma maneira dos africanos se conectarem com suas origens, ao mesmo tempo em que praticavam uma forma de resistência já que, na maioria das vezes, o colonizador não compreendia aquilo que estava sendo entoado. Essa observação da trajetória inicial do rap nos permite concluir que este ritmo encontra-se intimamente ligado à fusão de tradições e novas leituras musicais que irão se encontrar com a tecnologia disponível em seu período de gestação.

A utilização das novas tecnologias musicais para a construção do rap enquanto gênero musical é uma particularidade que merece nossa atenção. Durante os anos 1970 ocorria nos Estados Unidos os primeiros avanços no sentido de uma sonorização digital, ultrapassando tecnicamente o modelo analógico. De acordo com João Batista de Jesus Felix (2005), graças a essa substituição as pessoas com um potencial aquisitivo elevado trocavam seus antigos aparelhos toca discos por aparelhos de CD. Desta forma, também as pick-ups (dois toca discos eram colocados em uma mesma mesa de som, permitindo o manuseio de dois discos ao mesmo tempo) ficavam cada dia mais acessíveis. Para Patrícia Curi Gimeno (2009) a tecnologia do som é o elemento mais importante na composição musical do rap, uma vez que permite a inserção de sons e ruídos que remetem a experiências e representações sonoras sobre a vida nos centros urbanos e na periferia.

Além dos elementos supracitados, duas figuras são fundamentais para a construção de uma reflexão consistente a respeito do rap, são elas o DJ e o MC. A figura do Disc Jockey, o DJ, é a responsável por manusear as pick-ups, mesclar os ritmos e construir uma nova sonoridade. A tarefa do DJ está intrinsecamente ligada à evolução das técnicas musicais, ele as domina e recria infinitas combinações de sons conhecidos. Nicolas Bourriaud (2009) insere o trabalho do DJ no contexto pós-moderno, ressaltando que o mesmo marca a “consagração da arte como uma criação coletiva”, ou seja, atribuindo uma interpretação própria a uma obra já conhecida e, até mesmo apresentando-a a um novo público, sob uma nova roupagem. O MC, Mestre de Cerimônia, é o autor dos versos que irão formar as canções e também pode ser identificado como rapper. Rapper ou MC, o fato é que o compositor de rap possui um talento nato. A capacidade de improvisar a partir de qualquer temática, o talento de cantar ou falar sua poesia de forma ritmada, elevou os rappers à categoria de artistas. No rap o trabalho realizado

pelo DJ e pelo MC se completam. O encontro desses dois personagens é fundamental para que ocorra a sonoridade característica desse ritmo.

Os primeiros temas abordados pelo canto rap foram as desigualdades sociais e o racismo presentes na sociedade norte americana. As experiências pessoais ofereciam o material para que esses “trovadores contemporâneos” pudessem elaborar uma poesia urbana que rapidamente ganhou a simpatia daqueles que se identificavam com o que estavam ouvindo. Não havia fronteiras para o rap, bastava apenas apresentar criatividade e originalidade, que todos os assuntos podiam ser transformados em obras artísticas. Diferente de outros estilos musicais, que exigem do compositor um conhecimento apurado em instrumentos musicais, o rap era acessível mesmo àqueles que nunca haviam adquirido uma educação musical em suas vidas. Extremamente democrático, para rimar não era preciso ter dinheiro ou elaborados equipamentos musicais, esse novo estilo oferecia a todos a possibilidade de integração. Aos poucos o *freestyle*<sup>33</sup> começou a dividir a cena com canções que eram gravadas e reproduzidas nos guetos locais. Nessa conjuntura, não podemos deixar de citar a influência decisiva de três personagens, importantes para a concepção e posterior divulgação do rap, são eles Kool Herc, Grandmaster Flash e Afrika Bambaataa.

O jamaicano Kool Herc<sup>34</sup> foi o responsável por organizar no Bronx as primeiras festas de rua, comandadas pelos poderosos sistemas de sons (os *sound systems* já descritos anteriormente). Também se atribui a Herc desenvolvimento das primeiras mixagens de sons, que seriam as primeiras colagens de diversas músicas sob as quais ele teria colocado as primeiras falas, algumas palavras de ordem conhecidas e versos comuns da “sabedoria popular periférica”. Grandmaster Flash<sup>35</sup> pode ser considerado uma espécie de “discípulo” de Kool Herc, como destaca Hermano Vianna (1987). É creditado a Grandmaster Flash uma das principais características da sonoridade do rap: a invenção da técnica do “*scratch*”, definida por Vianna como “a utilização da agulha do toca-discos, arranhando o vinil em sentido anti-horário, como instrumento musical” (p.46, 1987). Em suas festas organizadas nas ruas do Bronx, Flash costumava abrir espaço para todos que quisessem pegar o microfone e falar ou cantar livremente, possibilitando o aparecimento dos primeiros rappers. Coube a Afrika Bambaataa<sup>36</sup> o papel de nomear a manifestação que nascia. Foi ele o primeiro a utilizar o termo hip hop,

---

<sup>33</sup>Assim eram chamados os improvisos elaborados pelos cantores de rap.

<sup>34</sup> Clive Campbell, verdadeiro nome de Kool Herc, teria chegado aos Estados Unidos por volta de 1967 trazendo consigo as experiências culturais dos guetos jamaicanos.

<sup>35</sup>Grandmaster Flash nasceu na ilha de Barbados tendo imigrado para os Estados Unidos, como muitos outros jovens caribenhos, em busca de trabalho e melhores condições de vida.

<sup>36</sup>Kevin Donovan é o nome origem de Bambaataa. Nascido no Bronx em 1957 foi uma figura muito importante para a construção do Hip Hop enquanto uma subcultura.

fazendo referência ao movimento de saltar e movimentar os quadris. Nas palavras de José Carlos Gomes da Silva:

Contribuições significativas neste momento de reinvenção no plano da cultura foram igualmente acrescentadas por Afrika Bambaataa. Do ponto de vista musical, Bambaataa ampliaria a construção das bases sonoras para além do *break beat* [...] Passou a incorporar gêneros relacionados a bandas europeias como Kaferwerk, além do rock e do soul. [...] O resultado preliminar das incursões de Afrika Bambaataa, conduziu a uma *timbragem* característica do rap em sua transição para o mercado fonográfico e o *club*. As experiências de Afrika Bambaataa foram importantes na definição de novos timbres que estavam compondo a base sonora do break, a dança característica do hip hop. (SILVA, 1998, p. 42)

Afrika Bambaataa se diferencia dos criadores da subcultura por perceber as articulações possíveis de serem realizadas a partir da mesma. É ele o criador da *Zulu Nation*, a primeira organização a pensar na realidade dos jovens negros, combatendo a violência e oferecendo ajuda aos mesmos. O DJ Afrika defendia que a música era o caminho natural para a superação dos problemas sociais das periferias norte americanas. Além da importância nas questões de cunho social, Bambaataa também seria o responsável por uma das primeiras gravações em fita cassete (realizadas já em meados dos anos 1980) do rap que estava nascendo, possibilitando a expansão da música para além da região do Bronx e, como consequência, para outras partes do país. No final da década de 1980, o trabalho do grupo Public Enemy ganha espaço no movimento, ao trazer críticas e informação para a periferia, atuando contra o sistema. Outro grupo a ser citado como influenciador da universalização do estilo rap foi o Run DMC, responsável pela inclusão de novos ritmos a serem misturados como o rock, heavy metal, além de estreitar os laços entre o hip hop e o mundo da moda. A circulação de informação proporcionada pela globalização, bem como a ampliação de tecnologias ligadas ao som e a imagem, foram as responsáveis por levar o rap a outras partes do mundo, inclusive ao Brasil, conforme veremos mais adiante.

O rap desenvolvido no interior da sociedade norte-americana possui ainda uma característica peculiar, que auxiliou na divulgação e propagação do ritmo por todo o mundo, que vale a pena ser citada. No início dos anos 1990, uma interessante rivalidade dividiu os rappers americanos da Costa Leste e da Costa Oeste e episódios de confronto violento ficaram notoriamente marcados neste período. Os rappers da porção leste do país se caracterizam pelo conteúdo mais politizado, ligado às discussões a respeito dos problemas que atingem a população negra, as amostras musicais escolhidas para oferecer a base dos sons eram escolhidas entre músicas no estilo jazz, o que gerava uma sonoridade mais agressiva. Foram eles os precursores do ritmo no país e ainda eram muito ligados ao cotidiano de privações que inspirava

nas primeiras canções. Enquanto isso, no outro lado do país, na ponta Oeste, as bases para as canções eram encontradas no soul e no funk, gerando um som mais descontraído<sup>37</sup>. Dessa forma, o rap se desenvolvia com contornos menos ligados a questões sociais, trazendo temáticas ligadas a festas, mulheres, sexualidade e questões materiais. Não se trata aqui de privilegiar o trabalho de uma região em detrimento da outra. Ambas as regiões produziam um rap em que a violência era um tema recorrente e, seus maiores expoentes, se envolveram em passagens agressivas ao longo de suas vidas. Trata-se de apresentar, em linhas gerais, a trajetória de dois dos maiores rappers da história do hip hop que influenciam os adeptos da subcultura nos Estados Unidos até nos dias atuais.

Tupac Shakur<sup>38</sup>, representante da Costa Oeste, é considerado um dos maiores representantes do rap da história. Nascido em 1971, na cidade de Nova Iorque, Tupac ao longo de sua infância frequentou escolas e cursos de arte, onde seu talento para a poesia já chamava a atenção de professores e alunos. Aos dezessete anos se muda com a família para a Califórnia onde acabou, como muitos jovens da periferia, se envolvendo com o tráfico de drogas, chegando até mesmo a ser preso algumas vezes. A vida do jovem negro mudou quando ele encontrou no rap uma maneira de expressar sua realidade. Suas rimas falando da realidade logo se tornaram populares e em 1993 o rapper gravou seu primeiro disco a ser reconhecido em esfera nacional. No ano de 1994 ocorreu a primeira manifestação de violência entre músicos dos dois extremos do país. Na ocasião, Tupac fazia uma visita à gravadora de Sean “Puff Daddy” Combs, a Bad Boy Records, e acabou sendo atacado por supostos assaltantes que lhe desferiram 5 tiros<sup>39</sup>. Mesmo com toda adversidade o rapper não morreu e acusava Daddy e Notorious B.I.G<sup>40</sup>. (também rapper e até então amigo de Tupac) de saberem do ataque e serem coniventes com o mesmo. Como o atentado havia ocorrido em Nova Iorque, e todos os acusados do mesmo eram desta cidade, estava lançada a guerra entre os rappers americanos. Em 1995, Tupac Shakur retorna à prisão, acusado de agressão sexual, onde ficaria por onze meses. A saída de Tupac do encarceramento ocorreu graças à ajuda da gravadora *Death Row*, com quem o rapper assinou um contrato para a gravação de três discos em troca do valor referente à sua fiança. Pela *Death Row*, Tupac gravou o maior sucesso da carreira, o álbum *All Eyez on Me*, considerado por

---

<sup>37</sup> Ao longo do desenvolvimento da música rap, essas diferenças entre as sonoridades foram sendo diluídas, não sendo mais possíveis de serem identificadas nos raps produzidos na atualidade.

<sup>38</sup> Seu nome artístico é em homenagem a Tupac Amaru, líder inca e teria sido escolhido pela própria mãe do cantor, uma ex-ativista do grupo Panteras Negras. Também pode ser grafado como 2Pac.

<sup>39</sup> Segundo a mídia que cobriu o ocorrido, Tupac havia ido a Nova Iorque tentar acabar com a rivalidade existente no rap entre a Costa Leste e Oeste, mas o atentado deixava claro ser impossível a união do Hip Hop norte americano

<sup>40</sup> A sigla B.I.G. se refere a *Business Instead of Game*, ou seja, Negócios ao invés de jogos. Também faz alusão ao tamanho do rapper.

muitos críticos musicais o maior disco de rap de todos os tempos. Em muitas canções, Tupac Shakur fazia críticas abertas ao rap da Costa Leste o que só aumentava a rivalidade já existente.

Notorious B.I.G. nasceu e foi criado em Bed Stuy, um bairro de população negra, localizado no subúrbio de Nova Iorque, Brooklyn. A trajetória de B.I.G. se assemelha muito com a de Tupac e de diversos outros rappers que hoje possuem fama mundial: uma infância pobre, um precoce envolvimento com drogas e com o universo da criminalidade. Notorius abandonou a vida marginal pelo rap. Graças ao trabalho como M.C., conseguia dinheiro suficiente para suas despesas e podia sonhar com uma vida bem diferente da que possuía até então. Com o apoio de Sean Combs, consegue gravar seu primeiro álbum pela *Bad Boys Records* em 1994. *Ready To Die* é aclamado pela crítica e o cantor se transforma no maior expoente do rap vindo da Costa Leste. A essa altura, Notorius B.I.G. e Tupac Shakur já trocavam ofensas públicas, através dos raps que compunham e a disputa ganhava ainda mais tempero através da mídia, que compra a rivalidade e passa a se aproveitar da mesma. Os contornos dramáticos foram desenhados a partir da noite de sete de setembro de 1996 quando o carro onde estava Tupac foi cravejado por tiros em Las Vegas. O inimigo público do cantor, B.I.G. foi acusado imediatamente do crime, ainda que nenhuma prova concreta que o incrimine tenha sido encontrada. Menos de um ano depois, em março de 1997 era a vez de Notorius sofrer uma emboscada nas ruas de Los Angeles e não resistir aos ferimentos a bala. A polícia dos Estados Unidos jamais chegou a conclusões plausíveis a respeito dos responsáveis pelas mortes, mas é quase certo que uma morte ocorreu em decorrência da outra e, quem mais perdeu com toda a tragédia foram os amantes do hip hop.

O mundo do rap norte americano após o desfecho trágico de seus maiores ídolos não foi o mesmo. As disputas violentas foram deixadas, mas a rivalidade entre a costa leste e a costa oeste continua. A partir dos anos 2000 os rappers conseguiram nos Estados Unidos uma enorme projeção midiática, ampliando para além da música a área em que atuavam. Veremos ao longo deste trabalho o quanto nomes como Jay Z., Pharrel e Kanye West abandonaram os guetos americanos para inspirar costumes, hábitos e vestuários de jovens de todo mundo, independente da classe social da qual originam.

### **3.2 O breakdance: movimento e corporeidade.**

Um dos diferenciais da subcultura hip hop é a sua manifestação através de diversos canais de interação, entre eles, já foi apresentado aqui a sua música característica, o rap e agora

veremos sua dança específica: o *break*. É extremamente difícil datar as origens dessa expressão, uma vez que é uma expressão urbana espontânea praticada inicialmente por poucos, mas que se torna popular quando assimilada por um grupo. Pesquisas realizadas por José Carlos Gomes da Silva e João Batista de Jesus Félix localizam a criação do gênero no final dos anos 1970 e sua expressão é derivada da palavra em inglês *break* que significa interromper algo. No contexto do hip hop a ideia seria valorizar as quebras entre uma música e outra, valorizar as mixagens realizadas pelo DJ e aproveitar as experimentações rítmicas para demonstrar as possibilidades de movimentações corporais.



Figura 11. *Breakdance*.

Disponível em: <<http://balletshoesandbobbypins.com/boys-in-dance>>. Acesso em 17 de janeiro de 2015.

Devido à ausência de lazer nos bairros periféricos, os espaços de sociabilidade disponível às comunidades marginalizadas eram as próprias ruas. Nesse cenário ocorriam inúmeras festas onde se apresentavam os cantores de rap e os b. boys. O break consolidava dessa maneira a chamada *street dance*, a dança das ruas, a dança da periferia urbana. É interessante considerar o fato de que esta não foi a primeira manifestação cultural ocorrida em vias citadinas. Há relatos históricos, dos tempos da Grande Depressão Econômica dos anos 1930, de dançarinos negros que perderam seus empregos em cabarés e que foram demonstrar

nas ruas sua arte. Podemos concluir então que as construções culturais vinculadas ao hip hop possuem sua raiz em um passado comum dos marginalizados socialmente. Devemos ter em mente que sempre é possível elaborar ressignificações a partir de gestos e ações já conhecidos e até mesmo desenvolvidos anteriormente. Segundo José Carlos Gomes da Silva, o break ganhou expressão como dança de rua a partir dos guetos de Nova Iorque. O autor pontua três conjuntos característicos da dança que servem como identificadores da mesma:

**Breaking:** é o aspecto ginástico e acrobático da dança (...) estes movimentos teriam sido incorporados a partir dos anos 1980. [...]

**Up Rock:** representa o lado competitivo do *break*, com os dançarinos muito próximos um do outro, mas não se tocando. [...] São passos rápidos e ritmados, que devem ser executados em perfeita sincronia com a música. [...]

**Electric boogie:** é a parte da *breakdance* onde mais se percebe a influência de outras danças. É um pouco de tudo: jazz, mímica, comédia, ilusão [...] (grifo meu) (SILVA, 1998, p. 47).

O *breakdance* é executado através de gestos rápidos, bruscos, que muitas vezes aparecem como acrobáticos. Como ocorre em todo fenômeno contemporâneo artístico popular, não existem regras que limitem a criatividade desses bailarinos das ruas, o ritmo é que determina as interferências a serem feitas. Conforme pondera Silva, conseguimos destacar alguns movimentos específicos do gênero como as ondulações feitas com o corpo, a rotação do mesmo utilizando apenas as costas ou a cabeça e a utilização dos pés de maneira arrastada, tal como o passo popularizado por Michael Jackson, o *moonwalk*. Por ser uma arte nascida do improviso, as possibilidades de criação de passos e de movimentação são infinitas. O fato é que o break foi sendo desenvolvido entre e dentro das músicas, formando um corpo rítmico no interior das mesmas e levando o público a visualizar sempre uma nova abordagem, uma forma de reconstruir os próprios movimentos (CONTADOR; FERREIRA, 1997). E foi justamente nos bailes organizados por Kool Herc que os primeiros adeptos do estilo break conseguiram visibilidade dentro de seu grupo. Os trabalhos de Hermano Vianna e José Carlos Gomes da Silva apontam que nos intervalos entre as músicas, Herc chamava os dançarinos de break boys, (b. boys) e os convocava a se apresentarem individualmente ou em grupo, o que gerava algumas disputas interessantes.

Durante os anos 1970 havia muita rivalidade entre os grupos étnicos que habitavam as áreas periféricas dos grandes centros urbanos norte-americanos.

Essa situação se agravou no final da década de 1960 com o intenso fluxo migratório de pessoas para os EUA, vindas do México e do Caribe. Como esses imigrantes já eram egressos de uma precária realidade econômica e social em seus países de origem,

a tendência natural era que se mantivessem afastados das regiões mais caras das cidades estadunidenses, razão pela qual procuravam os distritos do Bronx e do Brooklyn para se instalar, contribuindo para desencadear diversos problemas de ordem social, como o desemprego, a pobreza, a violência, o racismo, o tráfico e o consumo de drogas (RIGUI, 2011).

Embora a maioria dos problemas existentes nessas áreas fosse comum a todos, negros e latinos disputavam a supremacia sobre os territórios em uma disputa que em alguns momentos chegava a conter grande dose de violência. As comunidades jovens de etnias diferentes se organizavam muitas vezes para se enfrentar, pois era necessário que se estabelecesse o grupo dominante. Não demorou muito para que esses grupos se aproximassem da cultura hip hop e a utilizassem como instrumento de disputa.

Alguns jovens que organizavam bailes, festas de rua, quarteirões, escolas, na periferia, resolveram criar disputas dentro dos bailes, por meio da dança, no intuito de conter as brigas que aconteciam nas ruas. Assim, incentivavam a dançar o break, no lugar de brigar, e a desenvolver o grafite como forma de arte, e não para demarcar territórios. As gangues transformavam-se em grupos de dança e grafiteagem, e procuravam destacar-se entre as outras gangues (FOCHI, 2006).

Afrika Bambaataa aparece novamente como um nome importante na construção das bases do hip hop. O DJ e sua organização, a *Zulu Nation*, lutavam contra as manifestações violentas e buscavam apoiar a resolução de conflitos através das disputas simbólicas. Em sua página na internet<sup>41</sup>, Bambaataa deixa bem claro a filosofia que inspira a subcultura: consciência, conhecimento, sabedoria, compreensão, liberdade, justiça, igualdade, paz, unidade, amor, respeito, responsabilidade, recreação, verdade e fé, superando desafios da economia, da matemática e da ciência. O break era então, uma maneira dos jovens ressaltarem suas individualidades, mostrarem o domínio sobre o corpo e desafiar as leis da física através dos movimentos. Ao reconhecer o papel social do hip hop, Bambaataa se colocava como uma liderança local, sendo um nome importante até os dias atuais, na defesa da cultura negra produzida nas periferias americanas.

### **3.3 O Grafite: a arte das imagens.**

O grafite surge no contexto que permeia o hip hop também na década de 1970. Como uma definição simples, poderíamos definir o grafite como sendo uma arte gráfica, que aparece

---

<sup>41</sup>Disponível em: [www.zulunation.com](http://www.zulunation.com). Acesso em 20 de fevereiro de 2014.



em espaços urbanos (muros, monumentos, paredes, carros, qualquer tipo de intervenção arquitetônica) transmitindo uma mensagem através de letras ou desenhos feitos com spray ou tinta látex. Inicialmente as batalhas entre grupos periféricos étnicos se concentravam apenas nas áreas do canto e da dança, com a disputa entre rappers e b. boys, porém uma nova forma de expressão aumentaria ainda mais a visibilidade do hip hop.

A maioria dos pesquisadores que se debruçaram sobre o assunto apontam que os primeiros grafites eram, na realidade a assinatura de um jovem de origem grega de nome Demétrius que costumava deixar sua assinatura (*tag*) por diversas regiões, chamando atenção de outros jovens que passaram a imitar a prática nos Estados Unidos. Em Nova Iorque, o metrô era a tela preferida dos primeiros grafiteiros. Através do meio de transporte, os grafites atravessavam a cidade trazendo consigo uma nova percepção do espaço da grande metrópole. Se as elites se recusavam a conhecer os problemas da periferia, a periferia iria até os mais abastados demonstrar sua real condição.

No contexto nova-iorquino, os trens do metrô se tornaram o principal alvo dos grafiteiros. Segundo Tricia Rose esta escolha não se deu de forma aleatória. Em primeiro lugar, na própria expressão artística do grafite está presente a ideia do movimento. Como a arte do grafite é endereçada a um número maior de pessoas, e os trens metropolitanos atravessam as 5 regiões geográficas em que se divide a metrópole, grafitar a superfície dos trens era uma forma de ser visto nos mais diferentes espaços da cidade (ROSE apud SILVA, 1998, p.50).

Mais do que uma demonstração de rebeldia adolescente, o grafite expunha os problemas sociais e, em pouco tempo, os trens já não possuíam mais espaço suficiente para a expressão juvenil da periferia; os muros e paredes de qualquer lugar vazio de Nova Iorque tornaram-se possíveis alvos para demarcar a existência desses personagens. Com letras garrafais que dificultavam o entendimento daqueles que não pertenciam à comunidade, não existiam fronteiras que os fizessem parar, aliás, quanto mais alto e aparentemente impossível, melhor para expor sua marca. No universo hip hop o grafite servia para auxiliar na divulgação de determinado grupo em relação a outro na afirmação de posse de determinado território.

A passagem das assinaturas para desenhos e mensagens se deu em um curto espaço de tempo. A invasão das áreas mais nobres da cidade criava uma nova paisagem urbana, uma espécie de ressignificação dos antigos espaços, e expunha os sentimentos, anseios e pensamentos daqueles que mais sofriam na pele os reflexos da crise social. Os grafiteiros perceberam que seus desenhos coloridos os expressavam com perfeição e passaram a expandir sua mensagem. Nascia dessa forma despreziosa o estilo grafite que junto com o break e o rap forma uma tríade de arte genuinamente urbana e contemporânea.

### 3.4 Algumas considerações sobre o hip hop nos Estados Unidos.

A respeito da subcultura jovem conhecida como hip hop é interessante realizar algumas ponderações que nos auxiliam a compreender o fenômeno como um todo. Em primeiro lugar é preciso ter em mente que a cultura hip hop é o resultado da fusão das características supracitadas: a música rap, a dança break e a arte visual manifestada pelos grafites. Desde os primórdios da subcultura é possível assistir a um show de rap ocorrendo ao mesmo tempo em que um muro é grafitado e dançarinos de break realizam uma performance. Aqueles que participam desse universo se reconhecem através dessas práticas e também através de um sistema linguístico próprio e de um código de vestuário que será apresentado em sua especificidade no próximo tópico.

Em segundo lugar: John Clarke, Stuart Hall, Tony Jefferson e Brian Roberts em um trabalho sobre as subculturas juvenis em 1976 destacam que embora essas tenham a clara intenção de se desvincular da cultura dominante da que derivam, acabam dialogando sempre com a mesma, tanto na tentativa de uma oposição, quanto na reprodução de certos códigos que já eram vistos na cultura matriz. Podemos claramente perceber essa característica no hip hop. Por mais que a crítica do movimento seja a sociedade burguesa, que abandona a periferia e continua a cultivar estereótipos racistas, a maioria de rappers, b. boys e grafiteiros possuem uma relação com o gênero feminino que é a mesma manifestação pautada na dominação masculina repetida em décadas. As mulheres possuem uma posição secundária, submissa, servindo como troféus e recompensas para aqueles que se destacam no segmento. As garotas que tentam romper com a imagem subordinada acabam ganhando alcunhas indesejadas, sofrendo um grande preconceito do grupo.

Em terceiro lugar é importante considerar que a projeção alcançada pelo rap norte-americano traz consigo uma singularidade que merece uma análise. A disseminação do gênero musical pelas periferias norte-americanas e sua conseqüente assimilação por jovens em todo o ocidente chamou a atenção dos grandes veículos de comunicação. De fato, conforme pontua Herschmann (2000), a mídia desempenha papel fundamental na popularização dos fenômenos culturais ao conceder visibilidade aos mesmos. Nesse sentido, a MTV desempenhou um papel fundamental.

A partir dos anos 2000 os rappers estadunidenses conquistam fama e fortuna que os fazem ser notados em todo o mundo. Este não é o primeiro caso em que movimentos surgidos

no contexto popular são apropriados pela grande mídia e acabam sendo comercializados como mais um produto do capitalismo que tanto criticavam. No caso do hip hop americano a projeção dos artistas que saem da periferia, que saem do ambiente pobre cercado pela violência e se transformam em astros internacionais, acaba atuando de maneira positiva na construção da autoestima de outros jovens que enxergam, enfim, uma possibilidade concreta de melhorar suas condições de vida. Assim como também acabam criando ilusões para outros adolescentes que não conseguirão superar a crua realidade em que estão submersos.

Por último, e não menos importante, é necessário perceber que o hip hop é uma manifestação de grupo. Foi o caminho encontrado por um grupo de jovens, carentes das instituições formais, que através de demandas que lhes eram comuns se unem para tentar amenizar as privações a que eram submetidos em seu cotidiano. O território do qual esses jovens se apropriam é a rua, uma demonstração de apropriação do espaço público que lhes é de direito e representavam aquilo que lhes era oferecido. Por esse motivo, é muito comum que as manifestações ligadas ao hip hop recebam a denominação Cultura de Rua e facilmente tenham atingido jovens para além das periferias norte americanas conseguindo uma projeção mundial. Cada jovem em seu contexto social irá se apropriar de determinados discursos, acrescentando reivindicações que lhes são próprias, criando as particularidades dentro desse movimento que é global. A seguir analisaremos as peculiaridades do hip hop brasileiro, construindo uma interpretação acerca do mesmo que nos auxiliará a compreender sua relação com os demais estratos da sociedade.

### **3.5 As particularidades do hip hop no Brasil.**

O hip hop chega a terras brasileiras no início dos anos 1980. Neste período o país era assolado por uma crise econômica que castigava os mais pobres com altos índices de inflação e desvalorização monetária. Diante dessa situação, os governos militares que se sucediam há quase vinte anos não conseguiam mais se sustentar e a volta da democracia era questão de arranjos e rearranjos políticos. É nesse contexto que chegava ao Brasil um novo tipo de música, vinda dos Estados Unidos, que era muito diferente do que se ouvia até então nos bailes *black*<sup>42</sup>.

---

<sup>42</sup> Os bailes em estilo *black* eram populares nas periferias das grandes cidades do Brasil desde meados da década de 1970. O nome é proveniente do estilo de músicas que eram privilegiados nessa ocasião, músicas de origem negra como o soul e o funk, conforme observamos no capítulo anterior.

A melodia era confusa e seus intérpretes pareciam mais falar do que cantar, mas tudo aquilo agradava aos apreciadores dessas festas que logo começaram a consumir o estilo.

É através do *break* que o público brasileiro conhece o hip hop. José Carlos Gomes da Silva (1998) descreve este momento de “flerte” e desenvolvimento do estilo como sendo resultado do intercâmbio entre brasileiros e pessoas que possuíam contato com o que ocorria nos Estados Unidos, que traziam os discos mais ouvidos, revistas e informações sobre o que ocorria em solo norte americano. A chegada da subcultura hip hop às periferias brasileiras não significou a assimilação plena de todo o plano de ideias que definia o movimento nos Estados Unidos. Ao se instalar no Brasil, o hip hop acaba assumindo características que lhe são únicas, embora não deixe de dialogar com o fenômeno americano. Nas palavras de Dayrell (2001)

[...] a adoção de um estilo produzido em outro país, como é o caso do rap e do funk, pode ser visto como fruto do reconhecimento de experiências similares, que resultam na adoção das mesmas referências. Ao mesmo tempo, esse estilo, ao ser adotado, tem seus elementos recodificados, desenvolvendo uma constelação própria de signos, atividades, temas e valores de forma a expressar o contexto social e as questões próprias do grupo. São os processos de reterritorialização no mundo contemporâneo [...] (DAYRELL, 2001, p. 29).

Entre os primeiros dançarinos a se destacarem na *breakdance* nacional está Nelson Triunfo. No início dos anos 1980, Triunfo podia ser visto na região central de São Paulo, entre as ruas 24 de Maio e Dom José de Barros (região escolhida pelo piso, calçada em mosaicos de pedra portuguesa, que facilitava o desenvolvimento dos passos de dança), praticando sua arte. Manifestações públicas como as de Triunfo não eram bem vistas no início e os dançarinos de break sofreram com perseguições e acusações preconceituosas que os ligavam a vadiagem e criminalidade. Aos poucos os passos ousados foram chamando a atenção do público negro e, graças ao sucesso de Michael Jackson em *Thriller*<sup>43</sup>, também as classes mais abastadas passaram a se interessar pelo break. Com o tempo outros aspectos da cultura hip hop foram assimilados no país, conforme afirmam Rocha, Domenich e Casseano (2001):

...com o passar dos anos os *breakers* foram adquirindo conhecimento sobre a cultura hip hop, e seus ideais. Outros elementos (grafite, mestre de cerimônias e disc jôquei) uniram-se à dança e a consciência do movimento social juvenil foi amadurecendo. Surgiu o Movimento Hip Hop Organizado, conhecido como MH2O-SP [...] criado por iniciativa do produtor musical Milton Sales com o objetivo de organizar os grupos de break. O que motivou a criar o MH2O foi a possibilidade de fazer uma revolução cultural no país. ‘A ideia principal foi fazer do MH2O um movimento político através da música’ [...]. O MH2O também contribuiu para o início da formação das posses,

<sup>43</sup> *Thriller* é considerado o álbum mais bem sucedido de toda a História Musical, foi lançado em 1982 e traz entre seus sucessos a música homônima, *Billie Jean* e *Beat It*, que foram promovidas com Michael Jackson exercitando passos de break.

característica marcante da nova escola, ou seja, a geração que aderiu ao movimento hip hop quando ele já tinha um pano de fundo social (ROCHA, DOMENICH, CASSEANO, 2001, p. 52,53).

O trecho supracitado nos revela muito sobre a origem do hip hop brasileiro e suas peculiaridades. Embora não tenha se ligado diretamente aos movimentos negros que lutavam por igualdade entre as etnias no Brasil, o hip hop acabou traçando laços de aproximação com esses grupos que foram muito importantes para sua afirmação. No caso de São Paulo a criação de posses foi fundamental para desenhar o contorno político do movimento. De acordo com a pesquisa realizada por Herschmann (2000) as posses seriam organizações não governamentais que organizam diversos trabalhos em benefício dos jovens: oficinas profissionalizantes, palestras e atividades voltadas para os problemas das comunidades, realização de eventos beneficentes e a simples organização de bailes para o entretenimento dos jovens. Elaine Andrade (1999) enfatiza o caráter educativo presente nas posses que acabaram ocupando um vácuo existente nas periferias brasileiras pela ausência do Estado, fazendo por seu povo aquilo que nenhum governante havia se preocupado em realizar até então. Este fato já coloca as organizações não governamentais ligadas ao hip hop em um nível diferente das associações como a *Zulu Nation*, chamadas de *crews*<sup>44</sup> pelos norte-americanos. No Brasil, a interferência direta das posses, buscando a solução de problemas mais imediatos, as tornam articulações de cunho significativo na vida das comunidades. As *crews* não foram capazes de estabelecer esses laços solidários com seu público. Através do estabelecimento das posses, se criou nas periferias paulistanas uma manifestação política concisa, o hip hop se tornava um agente multiplicador de uma forma de representatividade e servia como estratégia para transformar a realidade dos jovens que não possuíam, até então, nenhuma perspectiva.

Em 1988 foi lançado no país o primeiro disco de rap nacional, uma coletânea reunindo o trabalho de diversos rappers que se destacavam nas periferias. Deste álbum, sobressaiu a dupla Thaíde e DJ Hum, considerados precursores do movimento. Os artistas se conheceram em uma festa na periferia, na ocasião Thaíde era dançarino de break e Hum era o responsável pelo som. Desse encontro surgiram obras que conseguiram espaço no mercado fonográfico brasileiro e entraram para a história do rap nacional.

Thaíde, antes de receber seu nome de guerra, era Altair, ou Taí para familiares e amigos. Um garoto da Vila Missionária, bairro barra pesada da Zona Sul paulistana. Como qualquer menino pobre, Taí cresceu em meio a violência e a pobreza. Era um

---

<sup>44</sup> As *crews* são organizações que tem por finalidade enraizar nas comunidades periféricas as bases positivas do hip hop: a união, a diversão, o amor e a paz. Essas instituições pretendem oportunizar aos jovens um espaço para que possam se expressar livremente através da arte: seja o grafite, o rap ou a poesia.

garoto esperto e começou a notar coisas estranhas ao seu redor. Por que as pessoas como ele, a sua gente, sofram mais do que aquelas mais ricas, que ele via na tevê ou nas regiões mais nobres da cidade? Ao mesmo tempo que era assaltado por essa dúvida, Taí tomava contato com o lado mais lúdico da periferia: os bailes animados cuja trilha sonora era o funk e a soul music [...] Thaíde passou a frequentar a Estação São Bento do metrô ponto de encontro dos adeptos daquela cultura emergente. Assim, como todos naquele local, ele tinha sede de informação. Gradativamente, Thaíde percebeu que podia se expressar através do rap. Ele começou a criar rimas e colocar no papel suas ideias, se juntou a alguns amigos e formou uma equipe de dança [...] (Revista Raça Brasil, 1998 apud Guimarães, 1998, p. 196-197).

Contemporâneos de Thaíde e DJ Hum, os Racionais MC's são, sem dúvida, o grupo de rap mais conhecido do Brasil. Formado no final dos anos 1980, os Racionais são constituídos a partir do encontro de alguns rappers: Mano Brown, Ice Blue, Edi Rock e KL Jay. A principal característica do grupo é abordar em suas letras a realidade das periferias brasileiras através de um discurso direto que faz com que seu público se identifique de imediato com a mensagem. Os Racionais se colocam radicalmente contra aquilo que denominam “sistema”; este seria a grande mídia e os meios de comunicação em massa. O trabalho desses DJs é independente<sup>45</sup>, o que segundo os mesmos, os possibilita ter a liberdade de expressar livremente suas ideias, sem o comprometimento ou vinculação com nenhum órgão. O álbum “Sobrevivendo no Inferno” é o selo de maior sucesso do grupo, lançado em 1997 conseguiu alcançar a notável marca de 500 mil cópias vendidas sem nenhuma propaganda ou divulgação em larga escala. Michael Herschmann comenta o compromisso social do rap brasileiro evidenciado no trabalho dos Racionais:

No que se refere aos raps do hip hop produzidos no Brasil, há de modo geral, um compromisso “engajado” em retratar a realidade, o avesso do “país”, os preconceitos e os privilégios que pautam as relações dentro da estrutura social (HERSCHMANN, 2000, p. 203).

Com os elementos já citados conseguimos estabelecer as primeiras particularidades do hip hop nacional em relação ao movimento estadunidense. Em um primeiro plano, temos um rap nacional muito mais comprometido com os problemas sociais, muito ligado às questões que preocupam a periferia que aproximariam os cantores brasileiros da vertente nova-iorquina do gênero, ligado às raízes da subcultura. Guimarães (1998, p. 167) observa que “da mesma forma que quase quatro séculos de escravidão deixam marcas na sociedade, sessenta anos da ideologia da democracia racial também. Essa diferença aparece no contexto do rap norte-americano e sua inserção numa sociedade que se pretende não discriminatória”. Nesse sentido, a postura dos

---

<sup>45</sup> É chamado independente o trabalho fonográfico que não é atrelado a uma gravadora e que não utiliza os canais de mídia em massa para divulgar sua música.

rappers brasileiros se aproxima mais a uma ideia de conscientização do que enfrentamento direto.

Ao contrário da vertente norte americana, que acabou sendo absorvida pela indústria de consumo, o rap brasileiro continua exclusivo da periferia. Poucos são os cantores que aceitam sair dessa realidade, uma vez que não querem ser taxados como “vendidos” por seu público. As questões presentes no estilo *gangsta*, aquele que valoriza as formas femininas, a sexualidade e as questões materiais e demonstrações criminosas, não fazem parte do universo que desperta o interesse dos rappers nacionais. É curioso que ao longo da década de 1990 alguns setores da mídia tentaram assimilar as canções dos Racionais MC's justamente à vertente *gangsta*, algo rechaçado pelo próprio grupo e que se mostrou uma grande demonstração de preconceito por parte daqueles que possuem influência sobre a opinião pública. A música feita pelos Racionais, embora trate do cotidiano das prisões, de casos de violência dos policiais contra habitantes da periferia e a criminalidade, estão muito mais ligadas à denúncias sociais do que à exaltação de um estilo marginal.

O hip hop no Brasil acabou sofrendo uma cisão, enquanto o rap se encaixava no estilo de vida dos moradores das periferias paulistanas, em boa parte dos casos graças à atuação das posses, no Rio de Janeiro as versões bem humoradas de raps americanos acabaram dando origem a um estilo novo de música: o funk. No Brasil as canções que mais perto chegariam do estilo *gangsta* seriam os funks, que abordam em suas letras o cotidiano das áreas periféricas, mas preferem fazê-lo de uma maneira mais jocosa, sem a preocupação de ser levado a sério. Ao longo dos anos 90 e 2000, no Rio de Janeiro, a tomada do espaço das favelas pelos traficantes acabou transformando esses em protagonistas de muitos funks. O estilo foi considerado subversivo e muitos cantores acusados de fazerem apologia das drogas e do crime. A relação que os rappers estabelecem com os funkeiros é de distância. O funk brasileiro definitivamente não é considerado uma vertente do hip hop e é acusado pelos seguidores da subcultura de ser apenas sons sem fundamento e sem sentido por não conter uma explícita crítica social.

O fato é que no Brasil tanto o rap quanto o funk sofrem o ataque de meios de comunicação de massa que demonizam os adeptos desses estilos, criando estigmas que acabam influenciando a percepção que o restante da sociedade possui acerca dessas manifestações juvenis periféricas. Como muito bem pondera Herschmann (2000):

Ou melhor, tanto o funk quanto o Hip Hop são acusados de promover festas, músicas e danças que incitam a violência. A diferença é que o funk é considerado perigoso por produzir uma conduta inconsequente, que glorifica a delinquência, e o Hip Hop é considerado perigoso por sua postura radical e hiperpolitizada, por produzir um

discurso que incita o racismo, a intolerância, a revolta violenta das minorias (HERSCHMANN, 2000, p. 192).

Durante as décadas de 1990 e 2000 o hip hop nacional optou por uma não filiação com a mídia. Os rappers que tomam um caminho contrário acabam não sendo mais considerados com o mesmo entusiasmo pelos membros do grupo. O hip hop brasileiro é feito na periferia, para a periferia. O trabalho dos Racionais MC's foi importante na história do segmento tanto pela realidade exposta de maneira direta, sem meias palavras, como na inspiração para que surgissem outros cantores que se inspirassem e seguissem a linha independente. Para os Racionais, participar de programas de televisão produzidos pela grande mídia representa se adequar às regras do sistema, compactuar com uma indústria cultural que durante anos relegou ao negro uma posição secundária. Desta forma, a atuação da MTV foi fundamental para que a filosofia hip hop se tornasse conhecida para além das periferias das grandes cidades brasileiras.

Hoje a cena do hip hop nacional se encontra muito mais rica e diversificada contando com nomes de projeção nacional como Emicida, Rapin Hood, Detentos do Crime e muitos outros que se destacam em seu meio. Com a ampliação das formas de se divulgar sua música (os canais de interação proporcionados pelo advento da internet) os rappers conseguem, cada vez mais, uma projeção nacional, porém sem se desvincular de suas origens periféricas.

### **3.6 A identidade construída pela aparência: peculiaridades da moda hip hop.**

Uma subcultura se caracteriza por possuir uma identidade própria, um estilo em que seus membros se sentem reconhecidos, representados. Nesse sentido, a representação através do vestuário torna-se um dos aspectos essenciais no processo de individualização e afirmação social. A maneira como cada um se veste é influenciada diretamente pelo meio em que se vive e as aspirações que cada indivíduo possui. Conforme abordado por Diana Crane (2006), as roupas são pensadas para serem utilizadas em espaços públicos, as pessoas se vestem para serem vistas pelos outros e não para si mesmo. Ao escolherem determinadas peças para compor sua forma de vestir os membros de uma subcultura pretendem se fazer notados, afirmando sua existência e marcando sua posição ideológica.

As roupas possuem um significado importante para aqueles que apreciam o hip hop. As vestimentas assumiram ao longo do desenvolvimento do estilo um papel importante na caracterização de seus apreciadores, tornando-se um símbolo de sua ideologia, servindo também como forma de expressão e posicionamento social. A pesquisadora norte-americana Elena Romero (2012) ao entrevistar os primeiros adeptos do movimento percebe que a



preocupação com a maneira de vestir permeava a ideologia e as relações sociais dentro do grupo.

Os caras que se vestiam melhor conquistavam mais atenção e mais garotas. E se um cara fazia parte de uma equipe, além de estar bem vestido também estivesse fazendo música, ainda mais atenção apareceria em seu caminho<sup>46</sup> (ROMERO, 2012, p. 11).

Romero (2012) também destaca que a importância da moda para o universo hip hop está muito além da simples busca pela diferenciação de jovens habitantes das periferias urbanas. Segundo a autora, antes de b. boys, rappers e DJ's construírem uma identidade visual própria, os negros estadunidenses apenas copiavam os códigos de vestimenta propostos pela elite branca em busca de uma aceitação no meio social destes. Assim, a criação de um estilo próprio ligado ao hip hop representou também a emancipação dos negros em sua maneira de vestir pois, de acordo com a Romero, a partir de então a indústria da moda se viu obrigada a voltar sua atenção para os mesmos, enxergando como consumidores específicos.

Sue Van der Hook (2010) destaca que a moda ligada ao hip hop não é fruto da criação em estúdios especializados, idealizada por grandes mentes criativas. Pelo contrário, ela se inicia paralela ao movimento no final dos anos 1970, nas ruas do Bronx em Nova Iorque, de forma espontânea e sem controle. Ted Polhemus (1994) destaca que nesta mesma época a mídia estava mais interessada no que ocorria na Inglaterra, com os punks<sup>47</sup>, que chocavam com sua postura e revolucionavam em seu modo de vestir. Desta maneira, o cenário estava aberto para que a juventude periférica de Nova Iorque se expressasse de uma maneira única, nova e que passava despercebida pelos meios de comunicação. Neste período a escolha da indumentária se ligava muito a participação que cada indivíduo possuía dentro do movimento. Para os b. boys a performance na dança era o que conferia status no grupo, por isso as roupas escolhidas para as apresentações eram as de estilo atlético, que facilitavam a mobilidade e os identificavam em seu meio. Calças que remetiam a uniformes de equipes esportivas e camisetas justas eram os elementos mais utilizados. Além desses itens, recebiam também uma atenção especial os bonés que distinguiam e protegiam as cabeças durante as performances de dança no solo (POLHEMUS, 1994, pag. 107).

---

<sup>46</sup> *The guys who dressed the best got the girls and attention. And if a guy was part of a crew that was doing music in addition to being best dressed, even more attention came his way.* (Tradução nossa)

<sup>47</sup> A subcultura punk foi extremamente popular na Inglaterra no final da década de 1970. Espalhando-se para outros lugares do mundo ao final dessa mesma década, seus adeptos eram, em sua maioria, jovens desiludidos com a situação social e econômica que passam a contestar as regras da sociedade através de um discurso anárquico.

Os aspectos visuais adotados pelos membros da subcultura hip hop foram essenciais para que esta ganhasse visibilidade e atraísse a atenção de novos apreciadores. Nesse sentido, a mídia desempenhou um papel fundamental para que o hip hop ganhasse os Estados Unidos e se espalhasse também pelo mundo. Ao tentarmos compreender a relação do movimento hip hop com os veículos midiáticos percebemos que esta é uma relação pautada em controvérsias, situada entre a dependência e repulsão. De fato, como em todas as subculturas juvenis desenvolvidas ao longo da segunda metade do século XX, os meios de comunicação foram essenciais para a divulgação das ideias e pensamentos daqueles que ousavam contrariar as rígidas regras da sociedade e manifestar suas vontades, transmitindo seus valores ou os encaixando na categoria da subversão. Diana Crane (2006) nos auxilia a compreender essa relação:

Milhares de pequenas bandas que tocam em bares e discotecas contribuem para desenvolver novos estilos e promover a evolução dos estilos já consagrados. As mesmas redes sociais que geram improvisação e inovação musicais também produzem os estilos de “moda de rua”. [...] As tendências do vestuário oriundas da música popular vêm e vão muito rapidamente, transmitidas em parte pela televisão paga e difundidas dos Estados Unidos para outros países. Lucros extraordinários para confecções que atendem o mercado jovem dependem da seleção de roupas de músicos de rap dos bairros negros (CRANE, 2006, p. 364-365).

No caso específico do hip hop a MTV, primeiro canal de televisão dedicado à música 24 horas por dia, exerceu um importante papel na divulgação dos princípios que permeiam o movimento. Através de videoclipes<sup>48</sup> de rap, a ação dos grafiteiros era exposta, bem como os passos de break e, por consequência, os estilos de vestir desse grupo ganhava visibilidade e expunha a nova filosofia. As roupas representam a forma de comunicação e identificação com os ídolos mais direta, menos dispendiosa financeiramente e eficiente. Criada em 1981, a MTV se destacou ao eleger o jovem como seu público preferencial. Desta forma, uma estética visual própria foi criada, com uma proposta de interação com o telespectador que abria espaço para que se dialogasse com as tendências musicais populares nas ruas, mas que ainda não eram de conhecimento generalizado. Os videoclipes de rap estrearam na MTV em 1984, com o grupo Run DMC lançando a canção *Rock box*. A estética usada pelos b. boys nas periferias americanas ganhava, assim uma visibilidade que foi fundamental para que o hip hop se popularizasse. O músico Antônio Allen explica este momento:

Antes deles, havia shows elaborados, Afrika Bambaataa, Kool Herc, e o pessoal fantasiado: Grandmaster Flash & The Furious Five, Cold Crush Brothers. Eles usavam

<sup>48</sup> Filmes de curta duração em que artistas exibem suas canções.

roupas extravagantes, mas o Run DMC usava chapéus, casacos de couro e tênis sem cadarço. Era o máximo e a juventude, principalmente a negra, se identificava com aquilo, porque era muito simples: “o rap é isso. Eu sei o que visto todo dia. E é isso que quero usar. Não quero me fantasiar”. Quando eles surgiram, transformaram o rap na cultura do hip hop (LEAL, 2007, p. 83).

Em meados dos anos 1980 o hip hop ainda não havia se consolidado pelos meios midiáticos. Estes, enxergavam os elementos característicos da subcultura como exemplares perigosos de uma rebeldia da periferia. O fato é que as canções eram consideradas agressivas demais e, por isso, não comerciais. Mesmo com a relutância da mídia em reconhecer os valores do rap, através do Run DMC, o estilo ganhava cada vez mais apreciadores. Em 1986, o grupo inovaria novamente ao conseguir ingressar no lucrativo mercado do vestuário. O Run DMC sempre utilizava em suas exposições tênis da marca Adidas sem o cadarço, sendo imitados por inúmeros jovens que os admiravam e seguiam. O sapato se transformou em uma espécie de marca, de um signo próprio do grupo de rap, tão marcante que mereceu dos mesmos uma homenagem na música “*My Adidas*”. Na canção, os rappers dão um destaque à construção da própria trajetória e ressaltam que dos tempos difíceis ao estrelato, o tênis estava lá. Da época em que possuíam apenas um calçado ao auge, quando podiam adquirir um par de cada cor, o “Adidas” sempre esteve presente. Essa passagem é muito bem descrita por Klein:

“O mais recente capítulo na corrida do ouro do *mainstream* americano para a pobreza começou em 1986, quando os rappers do Run DMC deram uma nova vida aos produtos da Adidas com seu sucesso *My Adidas*, uma homenagem a sua marca favorita. [...] depois ocorreu a Russel Simmons, presidente do selo *Def Jam Records* do Run DMC, que os rapazes deveriam ser pagos pela promoção que estavam fazendo para a Adidas. Ele abordou a empresa de calçados alemã sobre a possibilidade de destinar algum dinheiro para a turnê *Together* de 1987. Os executivos da Adidas foram céticos a respeito de se associar com a música rap, que na época era rejeitada como moda passageira ou difamada como incitação à baderna. Para ajudá-los a mudar de ideia Simmons levou dois mandachuvas da Adidas a um show do Run DMC [...] três mil pares de tênis foram atirados para o ar. Os executivos da Adidas sacaram seu talão de cheques com uma rapidez recorde. Durante a feira anual de calçados esportivos em Atlanta naquele ano, a Adidas revelou sua nova linha de calçados Run DMC: a Super Star e a Ultra Star- desenhados para ser usados sem cadarço” (KLEIN, apud FOCCHI, 2006, pág. 57).

A demonstração de adesão do segmento rap ao tênis Adidas levou os executivos da marca a repensar sua estratégia de vendas nos Estados Unidos. Até aquele momento, a empresa alemã estava em desvantagem no segmento, enfrentando a forte concorrência da Nike que levava a preferência dos jovens norte-americanos e da Reebok que dominava o mercado fitness. Com o Run DMC, a Adidas conseguia, enfim, estabelecer um público alvo para seus produtos, podendo ampliar sua participação no mercado.



Figura 12. Peça publicitária da marca Adidas com o grupo Run DMC em 1987.

Disponível em: <<http://forum.exotics4life.com/showthread.php?11147-VIDEO-RUN-DMC-feat-A-Trak-Unite-All-Originals>>. Acesso em 17 de janeiro de 2015.

A parceria entre a Adidas e o Run DMC foi significativa para que a moda hip hop superasse as fronteiras da periferia e conseguisse se tornar um exemplar da cultura urbana. Era a primeira vez que personalidades que não eram ligadas a área esportiva faziam propaganda de um tênis (ROMERO, 2012), o hip hop mostrava sua força junto ao público juvenil norte americano. Aos poucos, itens típicos do vestuário de b. boys e rappers eram vistos nas ruas de todo o país. Seja a jaqueta *bomber*<sup>49</sup>, o tênis esportivo ou um *label-festooned hooded sportstop*<sup>50</sup>, todos utilizavam algum elemento ligado ao mundo hip hop. Ao mesmo tempo em que a música se tornava conhecida, as roupas passaram a ser objeto de desejo e consumo (HOOK, 2010).

A popularização levou aqueles que se identificavam com a ideologia do movimento a criar novos códigos para se diferenciar de quem fazia compras somente pela notoriedade do estilo (POLHEMUS, 1994). Os reais membros da subcultura precisavam de uma nova maneira para aproximar aqueles que conheciam a ideologia e afastar os que apenas imitavam, sem o real conhecimento da mesma. É neste contexto que subgrupos passam a existir de uma maneira mais visível dentro da subcultura hip hop<sup>51</sup>. Enquanto alguns membros irão eleger novas marcas

<sup>49</sup>As jaquetas *bomber* possuem sua origem no exército norte americano e possuem como característica o corte pela cintura e abertura frontal, normalmente fechados com elásticos na cintura e nos punhos para não deixar o frio entrar.

<sup>50</sup>Casaco em moletom com capuz e bolsos frontais exibindo um bordado da marca.

<sup>51</sup>É importante destacar que no interior da subcultura hip hop sempre existiram diferentes orientações: aqueles que se interessavam pela dança, os que se destacavam na música e ainda aqueles que se identificavam através do grafite.

esportivas como suas preferidas, outros rappers passam a buscar uma nova forma de representação. Ted Polhemus destaca a atuação do grupo Public Enemy que passa a valorizar, em suas vestimentas, características como o preto e estampas camufladas e grandes casacos que elevavam a indumentária do movimento a uma categoria mais combativa, ao mesmo tempo que buscava inspiração na própria história do povo afro-americano. Segundo Leal, a importância do Public Enemy, reside no fato deste grupo trazer para o rap um conteúdo mais politizado, mais ligado à história do negro nos Estados Unidos, o que elevava o rap a um novo estágio, ligado a cultura e ao conhecimento.

Em meio à mesmice que dominava o rap, surge em Nova York, em socorro não apenas ao hip hop, mas a toda América negra, o Public Enemy. Inspirado na luta dos líderes Martin Luther King, Malcolm X e de grupos ativistas como os Panteras Negras, o Public Enemy traz uma mensagem politizada ao povo afro-americano em seu primeiro álbum *Yo! Bum rush the show*. Vestimentas africanas se misturam ao visual pesado do gueto e medalhões artesanais com os desenhos do continente africano gravado (conhecidos como zulu) assumem o lugar das pesadas correntes de ouro. Pode-se dizer que, neste momento, o rap torna-se de fato a trilha sonora da resistência negra nos EUA (LEAL, 2007, p. 88).

Podemos perceber através da figura 13 que o Public Enemy adota um vestuário que acompanha a filosofia de enfrentamento do grupo à mídia americana e a sociedade que ainda discriminava a população negra. Nos chama atenção a utilização de grandes relógios pendurados no pescoço ao invés das correntes utilizadas pelo Run DMC. A postura adotada pelo P.E. não condizia com a utilização de joias ou artefatos que os ligasse ao luxo do sistema capitalista que tanto criticavam.

---

O fato é que a partir do momento em que a subcultura começa a se desenvolver e popularizar, a indumentária de cada vertente vai tomando contornos próprios, adquirindo características que lhe conferiam unicidade.



Figura 13. Public Enemy em fotografia promocional em 1987.

Disponível em: <<http://images.frompo.com/4656b9af10eba4ad83b71467d56752dc>>. Acesso em 20 de março de 2015.

Ao mesmo tempo, uma outra vertente buscava inspiração na origem africana, buscando não perder a essência e a origem. Batas, tecidos coloridos e medalhões em prata que remetiam ao continente africano eram objetos que identificavam facilmente os membros dessa orientação. Nessa linha, grupos como o X Clan e o Native Tongues procurava fugir do materialismo usando no pescoço cordões em forma de contas e medalhões em couro (Romero, 2012).



Figura 14. Grupo X Clan em 1990.

Disponível em: <<http://hiphopandpolitics.com/2006/03/01/310/>>. Acesso em 20 de março de 2015.

Sue Vander Hook (2010), em seu estudo sobre as principais características da moda hip hop, destaca que não importava a maneira como se expressavam, os *hip hoppers* usavam a roupa para quebrar paradigmas e se firmar tanto no mercado fonográfico, quanto na sociedade. A vestimenta era utilizada como um mecanismo para chamar a atenção de todos para a emergência desta nova manifestação jovem. Um exemplo dessa espécie única de utilização da roupa como fonte de significado foi a incorporação na indumentária das calças *saggy* no início dos anos 1990. As *saggy jeans* são calças largas, adquiridas um ou dois números a mais que o necessário por seus usuários. Elas foram adotadas pelos rappers em alusão aos uniformes penitenciários que, pela padronização, muitas vezes são em tamanho maior do que o utilizado pelos detentos. A impossibilidade de usar cintos (para que acidentes fossem evitados) fazia com que as calças caíssem, mostrando parte da roupa íntima. Ao saírem da prisão muitos ex-detentos continuavam a utilizar este tipo de calça, como uma espécie de indicação a respeito de seu passado no território em que conviviam. A aproximação de alguns rappers com esse universo elevou a *saggy jeans* para o “guarda-roupas do estilo”.

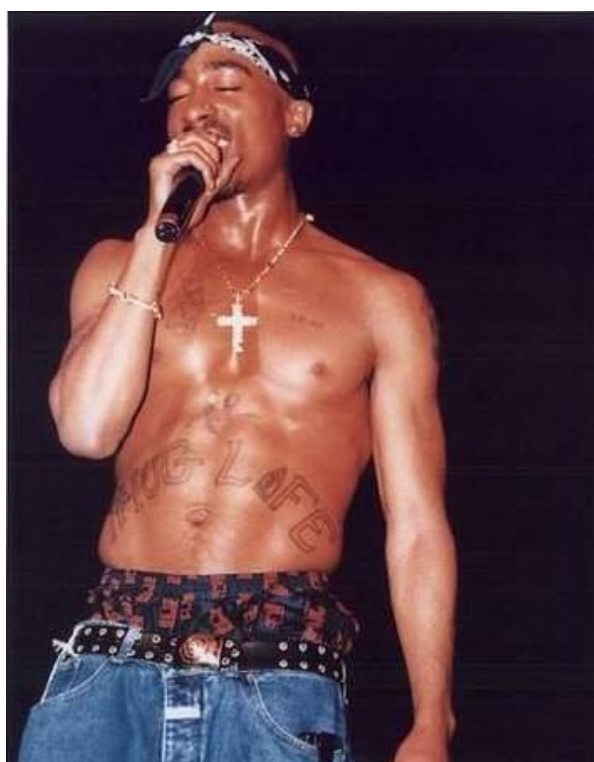


Figura 15. Tupac Shakur utilizando elementos clássicos do visual hip hop, 1990.  
Disponível em: <[http://pt.wikipedia.org/wiki/Tupac\\_Shakur](http://pt.wikipedia.org/wiki/Tupac_Shakur)>. Acesso em 01 de abril de 2015.

A silhueta exagerada era, muitas vezes, combinada com os acessórios esportivos como os bonés de beisebol, usados em geral com a aba para trás (STEVENSON, 2012). Também

compõem o visual *oversize* peças que fazem parte do uniforme de jogadores de basquete, principalmente camisas. Esse esporte é muito popular nas periferias norte-americanas, graças à existência de quadras populares e o custo baixo para a prática do mesmo. Por isso, os grandes destaques do esporte em nível nacional são oriundos dessas comunidades, tendo convivido de perto com o mesmo universo que deu origem ao hip hop. Assim, ocorreu um verdadeiro intercâmbio de influências entre o esporte e a subcultura: rappers usavam itens de atletas do basquete e atletas se vestiam com signos do hip hop.

A vestimenta em estilo esportivo foi a fonte de inspiração para que cinco amigos criassem uma das mais famosas marcas da década de 1990 entre os adeptos do hip hop, significativa para a consolidação de um mercado voltado para a juventude negra norte americana. Nascida em 1992 a FUBU, sigla referente a frase *for us by us*<sup>52</sup>, foi idealizada para atender ao jovem da periferia que não encontrava perto de casa lojas que vendessem as marcas esportivas que eram seu desejo de consumo. Segundo Romero (2012) os proprietários da FUBU questionavam as grandes empresas que utilizavam a periferia para direcionar seus produtos mas os colocava com preços altos, inacessíveis para aqueles que haviam sido a fonte de inspiração. Desta forma, com um preço mais acessível, a população jovem afro-americana teria a possibilidade de consumir aqueles elementos que a identificavam. A FUBU procurava ainda gerar empregos para a juventude negra em busca da manutenção de uma conexão com esse público. A coleção da FUBU consiste em camisetas, camisas estilo *rugby*, camisas de *hockey* e futebol americano, bonés de *baseball*, sapatos e calças jeans. Todas as peças são bordadas com a logomarca. A FUBU é considerada um fenômeno de sucesso no universo da moda ligada ao hip hop. Em pouco menos de uma década a empresa que vendia bonés na sala de estar de um dos sócios havia se transformado em um dos maiores faturamentos do setor de vestuário dos Estados Unidos, algo estimado em 350 milhões de dólares por ano em vendas por todo o mundo. O sucesso da FUBU deve muito ao seu posicionamento no mercado e a filiação da marca ao nome do rapper LL Cool J. LL Cool J é considerado o primeiro galã do estilo hip hop, um dos precursores do movimento e, por isso, detentor de grande influência no meio. Em 1985 Cool J deixou bem claro seu poder de persuasão ao aparecer em *Krush Groove*<sup>53</sup> usando um chapéu Kangol. De acordo com Stoute (2011) essa simples ação foi o suficiente para alavancar as vendas de um produto até então desconhecido, que se transformou em um dos ícones de moda dos anos 1980.

---

<sup>52</sup> De nós para nós.

<sup>53</sup> Filme produzido durante a década de 1980 narra de maneira bem humorada a saga de Russell Simmons na criação da gravadora *Def Jam*. É considerado um clássico da história do hip hop e traz além de L L Cool J nomes como o Run DMC e Beastie Boys.



Retornando à saga da FUBU e LL Cool J, em 1997 o rapper voltaria a mostrar ao mundo o poder se sua imagem junto ao público hip hop. Contratado pela GAP<sup>54</sup> para fazer uma ação publicitária, onde deveria usar um jeans da marca e cantar um rap improvisado pelo mesmo, LL Cool J chega ao estúdio de gravação usando um boné da FUBU. Amigo de infância da esposa de Daymond John, um dos sócios fundadores da FUBU, o rapper Cool J conheceu a marca e se encantara com as roupas que refletiam seu gosto pessoal. Desta forma, ao se apresentar para os produtores do comercial da GAP, se recusa a tirar o boné e nenhum executivo da empresa contratante se importa com aquela simples peça usada pelo rapper. Para completar, em sua improvisação LL Cool J inclui alguns versos que também passam despercebidos pelo departamento de marketing da GAP “para nós, por nós, por baixo<sup>55</sup>”. Stoute (2011) nos descreve o impacto da ação do rapper:

O Quê? Quando eu vi na TV, o melhor que posso me lembrar, foi como ser atingido por um raio. Minha conclusão foi que nenhum dos executivos tinham a menor ideia sobre a existência de um código, que o hip hop poderia ter a sua própria língua, ou que a GAP tinha acabado de bancar uma ação de marketing global para a FUBU em uma campanha publicitária. Esta era a GAP e não havia sequer uma pessoa culturalmente ligada no movimento ou alguém que conhecia uma pessoa culturalmente ligada<sup>56</sup>? (STOUTE, 2011, p. 63).

Conforme observa Stoute (2011), os executivos da GAP não se preocuparam com um símbolo desconhecido no boné de Cool J. Tampouco procuraram se informar a respeito do que o cantor improvisara. Ao cantar o princípio da FUBU, sugerindo o consumo da mesma “por baixo”, o rapper estabelecia um canal de comunicação único com aqueles que estavam inteirados da cultura das ruas, deixando claro que estava representando a GAP mas não havia abandonado suas origens. A vontade da empresa em se utilizar da imagem do hip hop era tão grande que a mesma preferiu ignorar ou não procurar saber a respeito das características da subcultura.

---

<sup>54</sup> Criada em 1969, a Gap se tornou na década de 1980 uma das grandes redes de lojas de roupas dos Estados Unidos, tendo entre seu público preferencial os jovens.

<sup>55</sup> “*For Us, By Us, on the low.*”

<sup>56</sup> *What? When I saw it on TV, as best as I can remember, it was like being hit by lightning. Nobody did that! My conclusion was that none of the executives had a clue about code or that hip-hop could have its own language or that he had just piggy backed FUBU onto the Gap’s megabrand global massmarketing ad campaign. This was the Gap, and there wasn’t even a culturally connected person in the room or someone who knew a culturally connected person?* (Tradução Nossa)



Figura 16. L L Cool J em ação publicitária para a GAP com o boné FUBU em 1997.  
Disponível em: <<http://www.complex.com/music/2013/03/the-40-biggest-hip-hop-moments-in-pop-culture-history/ll-cool-j-fubu-gap-commerical>>. Acesso em 16 de abril de 2015.

Em termos reais, a propaganda da GAP desencadeou uma venda gigantesca nos produtos FUBU que passou a ser conhecida em todo o território americano, se tornando o sonho de consumo para jovens que apreciavam o hip hop em todo o mundo. Em relação a GAP, a ação de marketing surpreendentemente não obteve um resultado desastroso, pelo contrário. O comercial foi um sucesso, conseguiu despertar o interesse do consumidor jovem e a marca transformou-se em legal por uma espécie de associação a Cool J e à FUBU (Stoute 2011).

O estilo construído a partir da influência do sistema carcerário acabou se solidificando como o signo de distinção daqueles que ficaram conhecidos como *Gangsta Rappers*. O *Gangsta* é aquele que dentro do movimento hip hop irá procurar expressar o cotidiano de violência em que as periferias norte-americanas estavam inseridas. Nesse sentido, os rappers dessa vertente adotam um vocabulário agressivo e suas letras são voltadas à denúncia sobre os problemas de suas comunidades. Nessa vertente, a sexualidade é abordada com frequência e os cantores *Gangsta* se caracterizam por possuírem passagens pela polícia e envolvimento com amigos criminosos. Alguns rappers se inspiram claramente nas películas do gênero *Blaxploitation*<sup>57</sup> para compor sua imagem *gangsta* junto ao público. Nomes como Snopp Dogg e 50 Cent afirmam que esses filmes fizeram parte de sua formação, que os assistiram durante a infância e a adolescência. Desta forma, a figura do cafetão (*pimp*) é resgatada em algumas músicas e videoclipes que contam com a presença de várias mulheres trajando o mínimo de roupas

<sup>57</sup> Vertente cinematográfica norte-americana criada durante a década de 1970 protagonizada por atores negros e direcionadas ao público afro-americano.

possível. Junto com as calças largas, as bandanas<sup>58</sup> foram adotadas como símbolo desse grupo. Tupac Shakur e Notorius B.I.G. foram os nomes responsáveis pela popularização dessa vertente. A morte de ambos acabou os transformando em itens de moda. Camisas estampadas com as imagens dos rappers tornaram-se objetos de consumo para a juventude que os admirava.

A fama adquirida através da divulgação em massa das músicas, proporcionou à juventude que se dedicava ao rap uma ascensão financeira até então não experimentada. Mansões, carros exclusivos, festas e outros luxos que o dinheiro proporciona, passam a ser usufruídos e exibidos pelos rappers. Esse novo status econômico alcançado acabou se refletindo também na maneira como os músicos se vestiam. Assim, novas representações foram surgindo e novos signos incorporados. Trata-se da adoção de artefatos com valores simbólicos e econômicos ao visual de rappers, que passam a utilizar enormes cordões e pulseiras em ouro ou prata, muitas vezes cravejados de pedras preciosas. Os adeptos dessa significação ficaram conhecidos como *Bling Bling*<sup>59</sup>, ou simplesmente *Bling*, em referência ao barulho que as grossas correntes utilizadas faziam ao bater uma na outra. A utilização de joias não era exclusividade dessa vertente. Na realidade, desde os primórdios do rap, esses objetos já apareciam no visual de seus adeptos. O *Bling Bling* consagra o exagero, o excesso.



Figura 17. Rapper Jon Lil, ícone do estilo *bling bling* em 2011.

Disponível em: <<http://www.thegroundmag.com/hip-hop-fashion/>>. Acesso em: 20 de abril de 2015.

<sup>58</sup> Lenços em formato quadrado ou triangular que são amarrados nas cabeças. No caso da indumentária *Gangsta*, as cores das bandanas identificavam a que gangue certo indivíduo pertencia.

<sup>59</sup>De acordo com Hook (2010) este termo foi utilizado pela primeira vez no final dos anos 1990 pelos rappers Lil Wayne e B.G. em músicas que retratam o cenário de riqueza e poder adquirido pelos rappers. Em 2003 a palavra foi incluída no Dicionário Oxford.

Para Hook (2010) a utilização das joias representa uma busca por individualidade já que, em sua forma, personificam um gosto através de uma forma representada ou simplesmente trazem o nome de cada adepto da vertente. Nos anos 2000 alguns rappers passaram também a ostentar acessórios específicos em seus dentes. Os chamados Grillz são placas confeccionadas em metal ou pedras preciosas e se tornaram um acessório de moda, um verdadeiro símbolo de status (Hook, 2010), marcando a era em que os rappers se transformaram em superestrelas, influentes em suas comunidades de origem e em outras áreas que antes os ignoravam.

A composição da vestimenta de um membro da subcultura hip hop será feita então a partir desses elementos que foram apresentados. Isso não significa que todos devam ser utilizados ao mesmo tempo ou que aquele que se identifique com o estilo *gangstar* tenha necessidade de se vestir com todos os símbolos de que remetem a essa vertente. Cada membro irá realizar uma apropriação singular das peças que são apresentadas por seus ídolos musicais. Os objetos possuem, para cada indivíduo, um significado especial. A utilização de joias não exclui o tênis ou o moletom. O casaco de couro pode perfeitamente ser combinado com a camisa do time de basquete. Por outro lado, irão existir dentro do movimento posturas contrárias à ostentação de joias e riquezas. Em entrevista ao Estado de São Paulo<sup>60</sup>, o rapper Ice Blue (um dos integrantes do grupo Racionais) critica o fato de jovens rappers se preocuparem com carros famosos e roupas de grifes caras ao invés de levarem consigo a verdadeira essência da música que é a contestação. Nos Estados Unidos o grupo Public Enemy se coloca contra a riqueza sustentada por músicos vindos da periferia, ponderando que os mesmos acabam causando frustração nos jovens de baixo poder aquisitivo, sem condições para imitar seus ídolos em relação ao padrão de vida.

Acreditamos que a apropriação de itens de luxo pelos jovens ligados ao hip hop possui uma significação particular, na medida em que esses objetos acabam servindo como ferramentas de identidade e adquirindo novos valores e sentidos. Correntes em ouro e anéis de diamantes não foram concebidos para serem utilizados junto a agasalhos e tênis esportivos. Ao ressignificar esses artefatos, a moda hip hop estabelece uma articulação com o universo do luxo, lançando novas perspectivas ao grupo, que passa a sonhar com produtos que não foram originalmente concebidos para os mesmos. Desta forma, o estilo de vida divulgado pelo *gangsta rap* acaba por reforçar antigas estratégias da cultura de consumo, ou seja, perpetua a ideia de imitação das classes mais abastadas.

---

<sup>60</sup>Disponível em <<http://www.estadao.com.br/noticias/impreso,rap-para-quem,1068263,0.htm>>. Acesso em 01/05/2014.

## **4. DAS RUAS PARA AS PASSARELAS OS RAPPERS DITAM A MODA.**

A montagem de um estilo é resultado de um processo social pautado na busca pela distinção, no desejo próprio de afirmar valores e de construir uma imagem perante aos outros. Arquitetar uma identificação própria demanda que os indivíduos estabeleçam escolhas, exige que estes façam opções de consumo que se aproximem do ideal que procuram. Desta forma, ao longo do desenvolvimento da economia capitalista, as empresas ligadas ao ramo do vestuário buscaram formas de se destacar perante a concorrência assumindo características que as tornassem mais atraentes e cativassem um público que lhes garanta o tão sonhado lucro. Focchi (2006) entende que uma marca é uma forma de separar para unir. Separar no sentido de diferenciar-se de outras marcas, e unir com intuito de aproximar-se de seus públicos estratégicos. Nesta seção iremos analisar algumas marcas ligadas ao hip hop nos Estados Unidos e no Brasil. Pretendemos compreender como a moda de uma subcultura pode assumir significações diferentes, ligadas às condições em que são desenvolvidas.

### **4.1 A moda hip hop no contexto norte-americano.**

Iniciaremos nossa reflexão a partir da observação do mercado de moda ligado ao hip hop nos Estados Unidos. Conforme abordamos anteriormente, ao longo da década de 1990, algumas marcas já presentes no mercado como a Adidas e a Gap enxergam no desenvolvimento da subcultura, sobretudo no gênero musical rap, uma oportunidade para elevarem suas vendas junto ao público juvenil que, naquele momento já não era exclusivamente afrodescendente. Stoute observa que para a maioria dos rappers associar sua imagem a determinado produto era considerado um processo natural, uma vez que se estes já gostavam de determinada marca, receber um auxílio da mesma é entendido como uma espécie de recompensa, um reconhecimento pela ajuda. Ao analisar a relação dos cantores de rap com o mercado, Rose observa:

O contexto de criação do hip hop não esteve totalmente afastado ou em oposição à comercialização; mas incentivou uma batalha pela criação de um espaço público e pelo acesso a materiais de consumo, equipamentos e produtos. Existe uma concepção errada e comum entre os artistas do hip hop e os críticos da cultura, segundo a qual o hip hop, em seus primórdios, teria sido motivado muito mais pelo prazer do que pelo lucro, como se fossem incompatíveis. Seria ingênuo imaginar que os dançarinos do

break, os rappers, os Djs e os grafiteiros nunca estiveram interessados em compensação financeira pelos seu trabalho, contudo, muitos dos primeiros praticantes não sabiam o quanto podiam lucrar com seu próprio prazer (Rose, 1997, p.209 apud FOCHI, 2006, p. 37).

Podemos perceber na colocação de Rose que nos primeiros tempos do desenvolvimento do hip hop, os personagens ligados a expansão da subcultura não sabiam ao certo o quanto poderiam influenciar e lucrar fazendo aquilo que mais gostavam. O fato é que o sentimento de poder demonstrado, sobretudo pelos rappers no palco, representava tudo aquilo que a juventude afro-americana idealizava ser. O rap é responsável por divulgar um estilo de vida de sucesso, onde o negro se destaca de forma positiva. Assim, os jovens das periferias passam a cobiçar essa posição privilegiada, buscando formas de imitar a imagem dos rappers, principalmente no que tange a maneira de vestir.

Em seu estudo sobre a moda e o hip hop, Elena Romero (2012) observa que a partir do momento que os artistas do gênero perceberam que eram influenciadores de tendências e que milhões de fãs os seguiriam, passaram a idealizar suas próprias marcas no ramo do vestuário. O grupo Wu Tang Clan foi o primeiro a se aventurar na produção de uma marca própria de roupas no início da década de 1990, a *Wu-Wear*, baseada na linha esportiva da cultura rap (STEVENSON, 2012). A partir de então, outros rappers passaram também a produzir vestimentas que traduziam seus gostos e estilos através de marcas próprias. Dentre as que possuem maior visibilidade, destacamos a marca *Sean John* criada em 1999 pelo rapper Sean “Puff Daddy” Combs.



Figura 18. Peça publicitária da Sean John em 2008.  
Disponível em: <<https://dusinfernus.wordpress.com/category/rappers/>>. Acesso em 13 abril 2015.

Nascido em 4 de novembro de 1969, Sean John Combs revelou talento para o mundo dos negócios. Dono da Bad Boy Records, uma das maiores gravadoras de rap dos Estados Unidos, Combs se transformou ao longo das décadas de 1990 e 2000 em um dos executivos mais poderosos da música norte americana, acumulando uma considerável fortuna que gira em torno de 700 milhões de dólares. A história de Sean Daddy Combs no mundo da moda se inicia na década de 1998, quando decide criar uma marca própria de roupas. Segundo Romero (2012), Combs buscou assessoria em experientes empresas que já lidavam com o mercado *private label*<sup>61</sup>, criando uma alternativa mais refinada para que os consumidores de moda urbana que gostam de algo diferente pudessem se identificar. Ao contrário de apenas dar seu nome a marca, Sean Combs participa ativamente de todo o processo de produção, incluindo a fase de criação. A opção em dar o próprio nome à marca, concede ainda mais exclusividade às roupas da empresa.

Combs, que cresceu nas décadas de 1970 e 1980 nos subúrbios de Mount Vernon em Nova York, nas ruas do Harlem e no campus da historicamente negra Howard

<sup>61</sup> O mercado Private Label é formado por empresas que atuam para algumas marcas específicas, produzindo roupas em pequena escala mais que garantem as exigências e necessidades de cada cliente.

University em Washington DC, deu novo significado ao ato de se vestir para os jovens. Este, que tinha sido tradicionalmente estereotipado com roupas folgadas e desleixadas, entrou com um olhar refinado nos clássicos de luxo. Como outras marcas urbanas haviam realizado antes, Sean John ofereceu camisas com botão frontal, polos, denim e agasalhos em veludo. No entanto, o que fez a Sean John se destacar da concorrência foi o fato da marca imitar o estilo pessoal de Combs. Ele trouxe sensualidade para as marcas urbanas [...] A difusão da moda de Combs significou um ajuste mais limpo, melhores formas e um poder total da estrela<sup>62</sup> (ROMERO, 2012, p. 147).

Para Steve Stoute (2011) o sucesso da Sean John está ligado intimamente à figura de seu criador, Sean “Daddy”, que consegue trabalhar a própria imagem de maneira única, dialogando com o universo sofisticado das elites sem perder suas referências adquiridas das experiências de uma infância e adolescência na periferia. Nesse sentido, a Sean John se apresenta como um novo modelo de elegância para o jovem (e o homem) negro. Uma distinção diferente da conquistada em décadas anteriores, onde os afro-americanos apenas reproduziam os padrões da elite branca, conforme apresentamos no primeiro capítulo. A imagem construída pela marca ressalta a ideia do negro bem sucedido, porém não condescendente. Mais do que um vestuário de luxo, “Daddy” vende seu estilo de vida, vende sua história de superação e a impressão de que o sonho americano de prosperidade é real.

Ao longo dessa pesquisa, uma questão nos chamou a atenção a respeito dos ídolos que fazem do hip hop um fenômeno de sucesso e reconhecimento mundial. Como esses nomes conseguiram projeção não somente no campo ligado aos elementos da subcultura, mas também na consagração de sua imagem como marca, em outras palavras, na transformação da própria imagem em um conceito, em um estilo de vida a ser cobiçado e inspirado por milhares de jovens, permanecendo em evidência por mais de duas décadas. Segundo Featherstone (1995) o estilo de vida ocupa um espaço determinante na cultura de consumo contemporânea, uma vez que simboliza a manifestação de uma individualidade, de auto-expressão e de uma consciência de si estilizada (p. 119). Desta forma, a escolha de determinado tipo de roupa, acessórios e bens pessoais revelam o estilo escolhido pelo indivíduo para manifestar seus desejos e vontades. O autor considera que a estetização da realidade privilegia a construção de um estilo que se articula com a lógica mercantil capitalista, pautada na constante busca por experiências e sensações

---

<sup>62</sup>*Combs, who had grown up in the 1970s and 1980s in the suburbs of Mount Vernon, New York, the streets of Harlem, and the campus of the historically black Howard University in Washington, D.C., gave new meaning to the return of dress-up for youths. Out went what had been traditionally stereo typed and baggy and sloppy and in came a more refined look of luxurious classics. Like other urban brands before, Sean John offered button-front shirts (commonly called buttondowns), polos, denim, and velour sweatsuits. However, what made Sean John stand out from the competition was that the brand mimicked Comb's personal sense of style. He brought sexiness into urban brands [...]. Infusing Comb's fashion sense meant a cleaner fit, better fabrications, and overall star power.* (Tradução nossa)



novas que estimulam o consumo. Enne (2006) nos auxilia na compreensão dessa relação contemporânea entre estilo de vida e consumo:

A associação entre consumo e estilo de vida é uma forte marca da lógica do capitalismo, em especial em sua versão pós-década de 1950, quando o sistema se orienta cada vez menos para a produção e mais para a esfera do consumo, estimulado pelos conceitos de velocidade, transformação e obsolescência, ambigualmente construídos em concomitância com uma convocação permanente a uma vida no presente, eternamente jovem e permeada por um hedonismo tipicamente contemporâneo, em que o desejo armadilhoso estimula o consumo, mas, sempre insatisfeito, é fonte inesgotável de ilusão, frustração e eterno recomeço. Assim, de atividade correlata a produção, até mesmo dela dependente e devedora, o consumo se transforma, principalmente a partir das últimas décadas do século XX, no carro-chefe do sistema econômico, base para o processo de globalização de hábitos e valores em escala mundial e principal lugar de identificação e projeção de marcas identitárias [...] (ENNE, 2006, p. 22-23).

O consumo na sociedade capitalista nos permite construirmos a imagem que desejamos, de acordo com o contexto mais conveniente. As empresas ligadas ao universo da moda utilizam as imagens de personagens influentes para a juventude como estratégia de inserção nesse mundo, buscando uma apropriação dos valores que identificam determinado grupo para que, assim, possam ampliar seu número de consumidores. Richard Sennett (2006) observa que as grandes indústrias buscam construir marcas para que um produto aparentemente básico possa ser vendido com um caráter de unicidade que obscureça o verdadeiro valor do produto, dando ênfase apenas à superfície. Desta forma, para o consumidor, “a marca deve ter mais relevância que a coisa em si” (Sennett, 2006, p. 134). Nossa reflexão sobre o valor dos objetos para o consumidor se complementa com Lipovetsky (1989, p. 171), uma vez que o autor afirma que “jamais se consome um objeto por ele mesmo ou por seu valor de uso, mas em razão de seu ‘valor de troca signo’, isto é, em razão do prestígio, do status, da posição social que confere”. Desta forma, observamos que os produtos inseridos no mercado de moda possuem uma valorização simbólica superior ao seu valor de produção e uso. Isso significa que outros itens podem oferecer o mesmo valor utilitário, ou seja, outros produtos podem cumprir as mesmas funções que um objeto detentor de uma marca específica. O que leva um indivíduo a dispor de uma maior quantia em dinheiro para adquirir um produto de marca é o conceito presente neste, ou seja, o valor simbólico que o liga a determinada ordem social, estética, cultural ou ideológica.

O valor de uso das mercadorias não é o que motiva profundamente os consumidores; o que é visado em primeiro lugar é o standing, a posição, a conformidade, a diferença social. Os objetos não passam de “expoentes de classe”, significantes e discriminantes sociais, funcionam como signos de mobilidade e de aspiração social (LIPOVETSKY, 1989, p.171).

As marcas construíram, ao longo do desenvolvimento da indústria da moda, uma espécie de estrutura de comunicação peculiar, onde transmitem ideias e opiniões e se associam a determinados grupos que partilham a mesma identidade. Quando o indivíduo escolhe determinada marca em detrimento a outra, está em busca de adquirir um posicionamento social que o aproxima de um modelo de comportamento que considera ideal, ao mesmo tempo que o afasta de uma série de valores que não fazem parte do universo que este pretende integrar.

Consumimos, através dos objetos e das marcas, dinamismo, elegância, poder, renovação de hábitos, virilidade, feminilidade, idade, refinamento, segurança, naturalidade, umas tantas imagens que influem em nossas escolhas (LIPOVETSKY, 1989, p.174).

Através da publicidade, a identidade de um artista pode ser transferida para caracterizar determinado produto ou determinada marca. Os ídolos transmitem a imagem de sucesso e habitam o imaginário social transmitindo uma ideologia de prestígio que atraem milhares de seguidores. Todas as atitudes e ações de uma estrela são monitoradas, sua vida serve como fonte de inspiração e sua personalidade é manifestada a partir da escolha de um vestuário característico. Essa aura de magia e superioridade que transforma em pública a vida íntima das celebridades é captada pela publicidade que aproveita essa exposição para associar determinados produtos.

Se a cultura de massa está imersa na moda é também porque gravita em torno de figuras de charme com sucesso prodigioso, que impulsionam adorações e paixões extremas: estrelas e ídolos. [...] Com as estrelas, a moda brilha com todo o seu esplendor, a sedução está no ápice de sua magia (LIPOVETSKY, 1989, p. 213).

A popularidade de um artista não é suficiente para que este desperte o interesse de uma empresa em vincular sua imagem ou ainda que este construa uma marca de sucesso. O monitoramento excessivo da vida das estrelas, ao mesmo tempo que desperta o fascínio de seguidores, pode também afastar determinado público que não se identifique ou que se decepcione com certas atitudes tomadas pelos ídolos. Segundo Stoute (2011) a chave de sucesso dos rappers na indústria da moda está ligada à crença, ou a credibilidade que estes possuem perante seu público.

Para você, como uma celebridade, digamos, vestir uma roupa e ter outros tentando imitar o que você está vestindo, as pessoas têm de acreditar que é intrinsecamente você; elas têm de perceber que você usava, porque você acredita, que é tão legal para você e que é parte do seu credo, sua interpretação distinta. As pessoas não querem acreditar que você usava apenas para fazer uma música de sucesso ou, por extensão, para vender um produto. Sim, se você usava por causa de sua crença, e se, ao longo

do caminho, sua marca é um sucesso e você acender uma tendência, uau, isso é deslumbrante, inspirador e legal<sup>63</sup> (STOUTE, 2011, p. 90).

Através das observações de Stoute conseguimos compreender como Sean “Daddy” Combs foi capaz de driblar as duras crises econômicas que afetaram o setor de moda ao longo dos anos 2000, se livrar de acusações que ligavam sua marca à exploração de trabalho escravo e não permitir que uma denúncia de tentativa de homicídio o afastasse do seleto grupo de criadores de moda urbana. Aceitação esta, tão evidente que, em 2006, “Daddy” foi homenageado pelo Conselho de Estilistas de Moda da América como o melhor Designer de moda pronta para vestir masculina. A Sean John conseguiu provar que seu idealizador não era um aventureiro no ramo, possuindo uma capacidade de reinvenção que o transforma em um dos maiores nomes do hip hop de todos os tempos, possuidor de uma das maiores fortunas construídas a partir do trabalho com o gênero.

Ao pesquisarmos a ligação entre rappers e moda nos Estados Unidos, nos deparamos com uma espécie de cartilha do sucesso, utilizada por todos os grandes nomes do gênero no país: gravar um disco de grande repercussão, abrir a própria gravadora e lançar a própria linha de roupas. Logo, foi necessário que escolhêssemos apenas alguns exemplos para efetuarmos a compreensão deste fenômeno, buscando uma análise que não se mostrasse repetitiva. Sabemos que cada sujeito é único em sua trajetória e generalizações podem causar reflexões equivocadas, mas por motivos metodológicos elegemos apenas dois casos que ilustram bem o momento do hip hop norte-americano. Nesse sentido, não poderíamos abordar a moda ligada a este contexto sem tratar de Kanye West e sua jornada para ser incluído no circuito da alta costura mundial.

Nos últimos anos, o rapper Kanye West é visto constantemente em eventos ligados a moda, participando ativamente do lançamento de coleções e não nega sua admiração pelo campo e desejo de se firmar como um criador de tendências. Filho de um ex-militante dos panteras negras e de uma professora de inglês, West iniciou sua trajetória no universo rap produzindo músicas do gênero para alguns cantores em início de carreira, ficando assim conhecido neste universo. Ao ser contratado pela *Roc-A-Fella Records*, Kanye West produz canções que marcam a carreira do rapper Jay-Z, alcançando a plena consagração no segmento em que atuava. Não era o bastante para o jovem que havia abandonado a *American Academy of*

---

<sup>63</sup>*For you as a celebrity to, say, wear an outfit and have others try to duplicate what you're wearing, people have to believe that it's intrinsically you; they have to perceive that you wore it because you believe in the look as cool for you and that it's part of your creed, your distinct interpretation. People don't want to believe that you wore it just to make a hit song or, by extension, to sell a product. Yes, if you wore it because of your belief, and if, along the way, your record is a smash and you ignite a trend, wow, that's dazzling and inspiring and cool.* (Tradução nossa)

*Art* e a Universidade de Chicago para se dedicar ao universo musical. Em 2004 West lança seu primeiro álbum, sucesso de público e crítica. Seus álbuns subsequentes obtiveram a mesma popularidade, o transformando em uma das personalidades negras mais influentes dos Estados Unidos.



Figura 19. Kanye West e seus “óculos persiana” em 2007.

Disponível em:

<[http://inventorspot.com/articles/holding\\_it\\_long\\_time\\_time\\_magazines\\_50\\_worst\\_invention\\_42680](http://inventorspot.com/articles/holding_it_long_time_time_magazines_50_worst_invention_42680)>. Acesso em 13 de abril de 2015.

Como todos os companheiros rappers de sucesso, West exerceu uma considerável influência no estilo urbano ao longo dos anos 2000. Como exemplo, citamos os óculos em “estilo persiana” utilizados em 2007 no videoclipe *Stronger*. Por mais exóticos que possam parecer, os mesmos se tornaram uma efêmera febre nas ruas norte-americanas, auxiliando na divulgação da música e da imagem do artista. Assim, quando o cantor anunciou, no ano seguinte, que iria lançar sua própria linha de roupas, a *Pastelle Clothing*. A expectativa em torno da futura coleção foi alta tanto para seus fãs quanto para jornalistas e críticos especializados no ramo, todos queriam saber qual surpresa um rapper que havia cursado alguns anos de arte e design poderia acrescentar ao mercado ávido por novidades. Durante o ano de 2008, West chegou a utilizar em apresentações algumas peças de sua marca, divulgou algumas fotos com peças da coleção (figura 20) e preparava o lançamento da mesma para o primeiro semestre de 2009. Kanye West havia conseguido aguçar a curiosidade e o desejo de consumo de seus fãs

quando, sem maiores explicações, o rapper anunciou o fim da marca, declarando que a *Pastelle* jamais produziria peças para o mercado de moda e estava definitivamente encerrada.



Figura 20. Kanye West se apresenta com peça de sua grife Pastelle em 2008.

Disponível em: <<http://www.ballerstatus.com/2009/10/16/kanye-west-closes-up-shop-on-his-pastelle-clothing-line/>>. Acesso em 13 de abril de 2015.

Não estamos dedicando nosso tempo de reflexão para elaborar teorias a respeito do insucesso da *Pastelle*. Não nos importa se o rapper não ficou satisfeito com as peças ou se a personalidade do mesmo o colocou contra seus parceiros nesse empreendimento. Interessa-nos aqui, o que ocorreu após essa tentativa frustrada de criação de marca de West, que seguiu a partir de então uma trajetória em busca da notabilidade no campo da moda. Cientes da aproximação da moda hip hop com elementos do mundo esportivo, a Nike convidou o rapper para assinar uma coleção de tênis. A *Air Yezzy* foi produzida em número limitado e foi sucesso imediato. Tanto que no mesmo ano, West foi convidado pela *Louis Vuitton*<sup>64</sup> para desenhar uma linha de tênis exclusivos pela marca. O projeto de Kanye West foi um sucesso de vendas. O preço elevado das peças, situado entre \$800 e \$1.200 dólares, não assustou o público que consumiu em poucas horas os modelos disponibilizados.

O diálogo do hip hop com o universo do luxo não foi inaugurado por Kanye West. De fato, desde meados dos anos 1990, com a ascensão dos rappers ligados ao universo *gangsta*, artigos com alto valor econômico, voltados para clientes com padrão aquisitivo elevado, são

---

<sup>64</sup> A *Loius Vuitton* é uma marca francesa especializada na produção e comercialização de objetos de consumo voltados ao mercado de luxo. Bolsas, malas, roupas e sapatos estão entre os objetos vendidos pela marca.

utilizados pelos membros da subcultura como forma de identificação destes. Essa vinculação do hip hop ao mundo do luxo é tema bastante complexo, tanto para os que se incluem no movimento quanto para aqueles que apenas o observam. Por um lado, existe uma corrente de pensamento que enxerga a utilização de artigos caros pelos rappers como uma espécie de traição aos princípios do hip hop, uma cooptação da subcultura pelo sistema capitalista. Ao mesmo tempo, a apropriação de símbolos das classes mais altas, como carros exclusivos, joias e roupas de grifes, que não foram idealizadas para jovens negros que passaram a infância entre as ruas das periferias, também é entendida como estratégia de resistência e inserção na nova conjuntura social. Um grupo que sempre esteve em posição subalterna, agora possui condições econômicas para se impor no universo sócio-cultural, fazendo-se presente em um espaço que não lhe era acessível até então. A peculiaridade da atuação de Kanye West no universo da moda de luxo reside no fato de que o mesmo não se contentou em apenas consumir os elementos de distinção das classes mais altas, fazendo questão de atuar como produtor de novos símbolos dessa distinção. A produção de moda idealizada por West rapidamente se popularizou entre os fãs do cantor, ao mesmo tempo em que conquistou também o público branco, pertencente às classes mais abastadas, que desejam uma imagem mais moderna, desvinculada de preconceitos raciais.

Em outubro de 2011 o desejo de fazer parte do grupo de criadores importantes da moda mundial leva Kanye West a pular da primeira fila da Semana de Moda de Paris<sup>65</sup> direto para os bastidores, assinando sua primeira coleção no tradicional evento que apontaria as tendências para o período de primavera-verão do ano subsequente. A grife *DW by Kanye West* foi idealizada para provar que um músico ligado ao hip hop também poderia atuar como estilista, não se limitando a apenas aprovar e assinar modelos elaborados por outros nomes. Embora o rapper tenha se esforçado para demonstrar que seu potencial criativo também poderia ser demonstrado no espaço da moda, a crítica especializada não demonstrou empolgação com as criações de Kanye West. A aplicação de peles e couro em demasia e a ênfase em adicionar bordados, zíperes e cristais foram apontados por especialistas como não adequados para roupas destinadas à temperaturas mais quentes.

---

<sup>65</sup> A Semana de Moda é realizada semestralmente na cidade de Paris, na França, e é uma das principais datas do circuito da moda mundial. O fato deste evento ser realizado no berço da alta costura, confere ao mesmo um status extra de importância e credibilidade.



Figura 21. Modelo apresentado por West em sua estreia como estilista em 2011.  
Disponível em: <<https://pensomodafannylittmann.wordpress.com/2011/10/03/kanye-west-a-estreia-do-rapper-na-semana-de-moda-de-paris/>>. Acesso em 14 de abril de 2015.

As críticas não foram suficientes para que Kanye West desistisse de entrar no seleto grupo de criadores prestigiados no campo da moda. Em 2012 ele retorna à Semana de Paris, desta vez para apresentar sua coleção destinada ao outono- inverno. Novamente a crítica especializada desaprova as peças concebidas pelo rapper, consideradas exageradas e fora de contexto, devido ao uso excessivo de peles e couros. Não nos interessa aqui discutir as habilidades de estilista de Kanye West. Para nós, é importante analisar a importância concebida pelo rapper ao universo da moda de luxo, o fato de o rapper se interessar em fazer parte de um círculo exclusivo de criadores, integrando um grupo onde a visibilidade não pode ser adquirida apenas pelo dinheiro ou pela fama. Para compreender o fenômeno West, recorreremos a algumas teorias elaboradas pelo sociólogo Pierre Bourdieu.

Bourdieu analisa a sociedade como sendo estruturada de forma hierarquizada, ordenada a partir do poder e do privilégio. O meio social é percebido como um campo de batalhas, onde os atores precisam elaborar estratégias para melhor se posicionarem. Assim, os indivíduos se destacam segundo uma distribuição de recursos nos quais o capital econômico, ligado aos diferentes fatores de produção e o conjunto dos bens econômicos como indústrias, terras, dinheiro e demais bens materiais e o capital cultural, que pode ser entendido como os

conhecimentos adquiridos a partir da dedicação aos estudos, comprovada por meio de títulos e diplomas. O capital social seria formado a partir de relações sociais que mobilizam formas de poder, que podem capitalizar ganhos para os indivíduos envolvidos. Por fim, o capital simbólico, utilizado para identificar os sujeitos no meio social, também chamado de honra ou prestígio. Nesse sentido, consideramos que Kanye West alcançou sua posição social proeminente, a partir de sua ascensão econômica, promovida por seu sucesso comercial na produção e veiculação de músicas do gênero rap. Entretanto, a distinção adquirida a partir do capital econômico mostrou-se insuficiente para o rapper, que passou então a buscar o pertencimento social em outras esferas. Ao se aproximar do campo da moda, West não busca apenas incrementar seus ganhos monetários, ele procura também legitimar seu status no campo simbólico, ser reconhecido como criador de tendências e ter seu nome entre as figuras mais proeminentes do mundo da moda.

Em fevereiro de 2015 Kanye West retorna às passarelas como estilista. Desta vez na Semana de Moda de Nova Iorque<sup>66</sup>, para apresentar sua coleção em parceria com a Adidas para a linha *Yezzy*.



Figura 22. Modelos da coleção Kanye West para Adidas, fevereiro de 2015.

Disponível em: <<http://ffw.com.br/noticias/moda/com-fila-a-estrelada-kanye-west-apresenta-sua-primeira-colecao-para-adidas-originals/>>. Acesso em 01 de maio de 2015.

---

<sup>66</sup> A Semana de Moda de Nova Iorque é um dos eventos mais importantes do calendário mundial da moda e apresenta as tendências a serem replicadas e adotadas em peças vendidas ao redor do mundo.



A coleção de West foi um sucesso em vendas e a Adidas tem intenção de ampliar a parceria com o rapper. Entretanto, novamente a crítica especializada não aprovou a iniciativa do cantor. A designer Fern Mallis, uma das idealizadoras da Semana de Moda de Nova Iorque, foi uma das mais ácidas vozes a se posicionar contra Kanye West, afirmando que estava cansada do estilo demonstrado pelo rapper, além de não aprovar suas canções e atitude. Novamente, as teorias de Bourdieu nos são úteis para compreender a rejeição do campo da moda às iniciativas de West. De acordo com o autor, a alta costura<sup>67</sup>, compõe um campo da moda formado por empresas tradicionais que concorrem entre si pelo mercado de luxo, ao mesmo tempo em que repelem os aspirantes que pretendem ingressar nesse seletivo grupo. Desta forma, os antigos costureiros lutam com os novos criadores que precisam criar estratégias próprias para ingressar no campo e assim conquistar o prestígio e reconhecimento sonhados. Os aspirantes, buscam sua legitimidade se aproximando mais do público, se apoiando em novas criações que procuram se contrapor à tradição.

Daí vem a oposição que, em todo campo e em todas as dimensões do estilo e do estilo de vida, estabelece uma separação entre estratégias dos dominantes e as dos pretendentes: os dominantes que só precisam ser o que são, sobressaem e distinguem-se pela recusa ostensiva das estratégias vistosas de distinção (BOURDIEU, 2002 p.20).

O empenho de Kanye West para ser aceito no campo da moda é entendido por nós como mais um episódio da luta por legitimidade. Conforme destaca Bourdieu (2002) a cada geração surgem dominadores e aspirantes que disputam o poder de ditar os símbolos a serem utilizados em cada época. É a pressão dos postulantes que leva à renovação da moda. Somente o tempo irá responder se Kanye West será um vanguardista a entrar no seletivo grupo dos criadores reconhecidos pela alta costura. Para nós sua iniciativa já se mostra digna de nota, simplesmente pelo fato de trazer um criador ligado à uma subcultura periférica para o centro criativo do campo da moda.

#### **4.2 A moda hip hop no Brasil.**

Ao refletirmos a respeito da importância da imagem de um artista na divulgação de determinadas empresas ligadas ao ramo do vestuário, fomos levados a pensar sobre a moda hip

---

<sup>67</sup> Alta Costura se refere a um grupo seletivo de criadores de moda que preservam técnicas artesanais de corte e costura, com uma estética própria que mantém o luxo e a tradição.

hop no contexto brasileiro. Para uma melhor compreensão deste panorama, optamos por apresentar alguns exemplos desse segmento, procurando identificar as particularidades do hip hop no Brasil e seu significado para aqueles que se identificam com o movimento. Assim, privilegiaremos neste tópico as fontes primárias através da coleta de dados realizada em jornais, revistas, meios eletrônicos e a pesquisa de campo com caráter exploratório e qualitativo. A pesquisa exploratória é desenvolvida de forma a obter ideias e descobertas a respeito do objeto de interesse. Concordamos com Gil (1991) em sua definição a respeito dos objetivos da pesquisa exploratória:

Pode-se dizer que estas pesquisas têm como objetivo principal o aprimoramento de ideias ou a descoberta de intuições. Seu planejamento é, portanto, bastante flexível, de modo que possibilite a consideração dos mais variados aspectos relativos ao fato estudado.

O método qualitativo proporciona ao pesquisador conhecer melhor seu tema de pesquisa, estabelecendo uma interação entre ambos através da obtenção de dados descritivos. Na pesquisa qualitativa o observador se dedica a compreender os processos sociais, podendo se deparar com situações em que os resultados obtidos são diferentes das expectativas. Optamos por trabalhar com entrevistas individuais e em profundidade. Nesta técnica, a entrevista é pouco estruturada, permitindo que o entrevistado apresente seus pensamentos em liberdade, emitindo suas opiniões de modo sincero. Essa técnica de investigação nos permitiu analisar as falas dos sujeitos, compreendendo suas motivações e o significado do hip hop e da moda em suas vidas.

Iniciamos nossa pesquisa de campo visitando a Galeria do Rock em 11 de outubro de 2013. Localizada no centro da cidade de São Paulo, entre a rua 24 de Maio e o Largo do Paissandu, a galeria reúne estabelecimentos comerciais voltados aos diferentes estilos musicais, atraindo jovens que se identificam com variadas subculturas<sup>68</sup>. Ao realizarmos nosso levantamento bibliográfico a respeito das origens do hip hop no Brasil verificamos que a galeria foi um dos primeiros pontos de encontro do grupo que se identificava com esta manifestação cultural. Desta forma, foi natural que voltássemos nossa atenção para o prédio e seu eclético público frequentador. Na Galeria do Rock o subsolo é destinado aos artigos ligados ao hip hop, dividindo espaço com alguns salões de cabelereiro especializados em penteados com inspiração africana. Através da visita à galeria estabelecemos nossa primeira aproximação com o mercado de moda hip hop brasileiro. No local são comercializados cds de rap, tênis, casacos e bonés,

---

<sup>68</sup> A Galeria do Rock foi criada em 1963 e inicialmente abrigava diferentes estabelecimentos comerciais, como outras galerias no centro da cidade. Durante a década de 1970, o prédio começou a ser ocupado por lojas de discos, atraindo diversos grupos jovens.

itens característicos da subcultura hip hop. Destaca-se também o comércio de camisetas estampadas com a figura de ícones do rap mundial como Tupac Shakur e Run DMC. Na oportunidade, percebemos que a maioria dos artigos comercializados eram importados e, através de conversas informais estabelecidas com os lojistas, confirmamos essa impressão. A Galeria do Rock é, sem dúvida, um importante centro de comércio de moda hip hop, mas não atendia nossos interesses nesta pesquisa, uma vez que buscávamos investigar as particularidades da produção desse segmento no Brasil.

Dando prosseguimento ao nosso percurso exploratório, voltamos nossa atenção ao bairro do Capão Redondo, em São Paulo, cenário para o surgimento de dois ícones do mercado de moda ligado ao hip hop brasileiro: a 1DASUL e a Fundão Roupas. Abrigando atualmente cerca de 300 mil moradores, o Capão se localiza no extremo sul da maior cidade do país e foi projetado inicialmente para servir de comunidade missionária para os membros da Igreja Adventista, em 1915. Ao longo da segunda metade do século XX, o bairro se transforma em refúgio para milhares de imigrantes que chegavam à capital em busca de melhores oportunidades de vida e trabalho, sobretudo nordestinos. O inchaço populacional provocou uma mudança geográfica na região: as matas que inspiraram o nome da localidade foram desaparecendo e inúmeras habitações foram construídas de modo precário, através da autoconstrução e ocupações de terras. Nasceram assim as várias favelas que acabaram se transformando na essência do bairro. Durante as décadas de 1980 e 1990 o Capão Redondo foi considerado uma das regiões mais violentas do Brasil e do mundo em relatórios redigidos pela Organização das Nações Unidas<sup>69</sup>. Entre as vítimas da violência, os jovens de origem africana eram os mais atingidos, sofrendo com as privações econômicas, falta de amparo estatal e sentindo na pele o preconceito racial que permeia a sociedade brasileira. Realizada esta pequena contextualização, iniciemos nossa reflexão proposta através da 1DASUL.

Através de artigos jornalísticos, selecionados em nosso levantamento bibliográfico, chegamos a 1DASUL, considerada uma das marcas de periferia mais bem sucedidas do país e que possui uma vinculação à subcultura hip hop. Criada pelo escritor Ferréz em 1999, a 1DASUL possui uma estrutura de funcionamento própria, que apresentaremos em nosso trabalho. Nascido em dezembro de 1975, Reginaldo Ferreira da Silva se mudou para o Capão Redondo durante a adolescência. No bairro se tornou Ferréz e buscou inspiração para desenvolver o romance Capão Pecado. Ao abordar o cotidiano da maior periferia paulistana, Ferréz conquistou notoriedade no meio literário, alcançando reconhecimento tanto no Brasil

---

<sup>69</sup> Para saber mais, consulte: <<http://www.revistaforum.com.br/blog/2013/10/ok-um-fim-de-semana-no-parque-20-anos-depois/>>. Acesso em 18/04/2015.

como no exterior. Ferréz concilia o trabalho de autor com a produção de roupas de sua marca. Em entrevista concedida ao programa *Provocações*<sup>70</sup>, em 2013, ele esclarece que as vendas da 1DASUL são as responsáveis pelo financiamento de sua carreira como escritor, uma vez que é impossível sobreviver no Brasil desenvolvendo uma carreira independente, sem se filiar a grandes editoras.

Embora sua produção não seja idealizada unicamente para o público hip hop, este acabou por se identificar com as roupas da 1DASUL, que trazem consigo uma ideologia que se aproxima muito com os ideais da subcultura. Em seu blog<sup>71</sup>, Ferréz esclarece que a inspiração para o nome 1DASUL vem da ideia de união, todos unidos pela dignidade da zona sul. Ao fundar a marca, Ferréz pretendia abrir espaço para que a periferia se reconhecesse, se identificasse e se orgulhasse de seu local de origem, fazendo com que o jovem oriundo do Capão Redondo pudesse consumir uma roupa pensada para ele, que refletisse sua própria cultura e forma de pensar.

Visitamos a loja conceito da 1DASUL no dia 06 de junho de 2014. Chegamos ao estabelecimento por volta das 10:00, utilizando o metrô como meio de transporte. Não foi difícil encontrarmos a loja que se localiza na Avenida Comendador Sant'Anna, uma das principais vias do Capão Redondo. Fomos recebidos por Rafael Carlos, vendedor, e por Davi Albino Feliciano, gerente da loja, que nos permitiram realizar as observações que descrevemos a seguir. As peças comercializadas na 1DASUL seguem o estilo básico que agrada aos jovens: camisas em algodão com modelagem larga, bonés e agasalhos em moletom ou tadel. A moda produzida pela 1DASUL tem uma característica urbana, com peças confortáveis, inspiradas em coleções esportivas que priorizam o universo masculino. O preço é bastante eclético, um boné pode custar entre R\$50,00 e R\$100,00. Davi nos explicou que a variação de valores é proposital, para que todos que gostam das roupas possam adquirir pelo menos uma peça, independente do status financeiro que a pessoa possui. O gerente ainda acrescentou que nos eventos comunitários organizados no bairro do Capão é comum que a marca disponibilize peças de coleções passadas a preços populares, ampliando assim o acesso dos menos favorecidos economicamente à mesma. Além das roupas, a 1DASUL comercializa livros escritos por expoentes da chamada literatura marginal, um estilo literário produzido por autores da periferia que relatam suas experiências nesse ambiente. Também podemos encontrar livros especializados na cultura hip hop, idealizados por pesquisadores como Alessandro Buzzo, que se dedicam à compreensão das particularidades do gênero no Brasil.

---

<sup>70</sup> Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=qQ0V-qQ5sFc>>. Acesso em 28 de abril de 2015.

<sup>71</sup> Disponível em: <<http://ferrez.blogspot.com.br/2005/06/o-que-1dasul.html>>. Acesso em 28 de abril de 2015.



Figura 23. Ferréz com camisa e boné da 1DASUL em imagem divulgada no site da loja em 2015. Disponível em: <<http://www.1dasul.com.br/>>. Acesso em 10 de abril de 2015.

O diferencial da marca, encontra-se nas mensagens estampadas nas peças, frases pensadas por Ferréz para elevar a auto-estima dos jovens, ao mesmo tempo que contesta alguns valores pela crítica social nelas contidas. Segundo Davi, todos os produtos comercializados pela 1DASUL são criados sob a supervisão de Ferréz que sugere frases e conta com a parceria de amigos do Capão para a confecção dos desenhos. Davi destaca que antes da 1DASUL os jovens do bairro sentiam vergonha de assumir onde moravam, tinham medo de contar a respeito de suas origens e serem estigmatizados. Assim, o trabalho idealizado por Ferréz foi importante para a construção de uma imagem positiva a respeito de si mesmo, fazendo com que os jovens não sentissem mais receio em partilhar suas experiências como moradores do bairro. Davi ressalta que todos os produtos comercializados na 1DASUL são nacionais, fabricados por

costureiras oriundas do próprio Capão, não configurando mão de obra escravizada<sup>72</sup>. Segundo Ferréz, 70% da produção é realizada no Capão e o restante ocorre em outras periferias, por falta de tecnologia disponível. O autor se orgulha em promover uma economia solidária no bairro onde mora e em outros locais menos privilegiados. Em entrevista concedida ao site Terra<sup>73</sup> Ferréz comenta que um de seus maiores orgulhos foi encomendar em uma oficina de costura 100 camisas e receber do proprietário apenas 70. As outras 30 foram consumidas pelos próprios funcionários que se identificaram com as roupas e fizeram questão de ficar com as mesmas, para que fossem descontadas em seus salários. Percebe-se através da fala do escritor que, embora a 1DASUL não discrimine seus compradores, há uma predileção pelo atendimento dos moradores das periferias. A esse respeito, Davi destaca que não há perspectivas para que a marca saia do Capão Redondo e se instale em outros pontos comerciais. O gerente relata que há alguns anos a 1DASUL viveu a experiência de possuir uma loja no centro da cidade, na Galeria do Rock, fato este que não foi tão bem sucedido, devido a grande concorrência dos produtos estrangeiros voltados ao público rap no local e os grandes custos de manutenção da filial. Segundo Davi, neste período Ferréz chegou a pensar em desistir da marca, mas foi convencido por amigos e família a continuar e manter o negócio, mesmo diante das dificuldades. Foi então que o autor decidiu que aqueles que se interessassem pela 1DASUL deveriam ir até o Capão, compreender o bairro e tudo o que cerca a concepção da roupa que está comprando. Ferréz abriu uma exceção para a venda pela internet, onde comercializa alguns exemplares de camisas e bonés, em número bem restrito se comparado ao que encontramos na chamada loja conceito.

O apelo social é, sem dúvida, a particularidade que mais distingue a 1DASUL. Parte dos lucros oriundos das vendas dos produtos é direcionado ao trabalho social desempenhado por Ferréz na ONG Interferência. O projeto tem como objetivo desenvolver ações em prol da cultura para as crianças do Capão Redondo. Entre os trabalhos realizados pela Interferência, destacam-se o reforço escolar, com base em atividades para melhorar a leitura e a organização de saraus, onde os jovens podem demonstrar seus talentos artísticos (nestes eventos as apresentações de rap e grafite se destacam). Ferréz procura estimular a produção de literatura no bairro e realiza inúmeras palestras onde divulga sua trajetória de sucesso internacional. Em entrevista

---

<sup>72</sup> O fato das peças não serem importadas da China foi muito enfatizado por Davi. De acordo com o gerente, o que define a marca é sua ideia de valorização do ser humano. Assim, seria incoerente explorar a mão de obra chinesa, como fazem outras marcas, em busca unicamente do lucro.

<sup>73</sup> Disponível em <<http://economia.terra.com.br/vida-de-empresario/criada-por-escritor-grife-vira-simbolo-da-periferia-de-sp,e1ae850e13026410VgnVCM5000009ccceb0aRCRD.html>>. Acesso em 10 de abril de 2015.

concedida à revista Carta Capital<sup>74</sup> Ferréz relata que idealizou a ONG para contribuir com o bairro onde cresceu, entendendo que esta é uma forma de compartilhar suas conquistas com o lugar de onde veio, a que deve toda a sua conquista tanto no ramo literário quanto no mundo da moda.

Para compreender a moda hip hop e seus significados no contexto brasileiro foi necessário que realizássemos uma investigação a respeito dos principais ícones desse gênero no país. Deste modo, foi impossível não reconhecer a importância do grupo Racionais MC's na construção e divulgação da música rap no Brasil. Conforme apresentamos anteriormente, os rappers brasileiros mais famosos construíram sua carreira de uma forma muito particular, se negando a dialogar com os grandes meios de comunicação, estabelecendo um contato direto com seu público, sem negociar a promoção de sua música com as grandes gravadoras e veículos de mídia. Assim, as aparições públicas dos Racionais, bem como o modo como se vestiam para as mesmas, logo se transformaram em nosso objeto de interesse. A partir da observação de uma série de exposições do grupo, uma nos despertou uma atenção especial. Trata-se da apresentação do grupo no VMB 2012, premiação organizada pela MTV brasileira para homenagear os melhores videoclipes produzidos no ano. Na ocasião, os Racionais MC's foram os artistas convidados a encerrar o programa, ou seja, seriam o grande destaque da noite, uma vez que realizariam o show mais aguardado, com o maior tempo disponível para a performance musical. Logo que os Racionais sobem ao palco, em 20 de setembro de 2012, é impossível não notar a forte presença das cores laranja e preto e a letra F estilizada que estampa camisas, bonés, bandeiras e na tela de projeção de imagens. Conseguimos observar essa composição cenográfica na figura 24, onde o cantor Mano Brown aparece em destaque vestindo uma camisa polo e boné nas cores laranja, branco e preto e a letra F é projetada ao fundo e hasteada em uma bandeira.

---

<sup>74</sup> Disponível em: <<http://www.cartacapital.com.br/blogs/speriferia/escritor-ferrez-faz-festa-de-natal-na-associao-interferencia-5624.html>>. Acesso em 10 de abril de 2015.



Figura 24. Apresentação dos Racionais MC's na MTV em 20 de setembro de 2012. Disponível em: <<http://veja.abril.com.br/noticia/entretenimento/gaby-amarantos-e-a-grande-vencedora-do-vmb>>. Acesso em 13 de abril de 2015.

Nas aparições públicas que se seguiram após o VMB, os Racionais continuam portando as cores laranja e preto. No Festival Planeta Atlântida realizado em janeiro e fevereiro de 2013 em Santa Catarina e Rio Grande do Sul, respectivamente, as cores mencionadas estavam presentes. Na Virada Cultural<sup>75</sup>, em maio de 2013, cerca de 100 mil pessoas se reuniram na Praça Júlio Prestes em São Paulo para assistirem ao grupo. Novamente o laranja e o preto ganham um destaque especial, nas roupas dos quatro integrantes e de toda a equipe, formada por rappers menos conhecidos e dançarinos, que os acompanha ao palco e é conhecida como “Família Racionais”. Em novembro deste mesmo ano os rappers mais famosos do Brasil concederam entrevista para a edição especial da Revista Rolling Stone. Na figura 25 percebemos na capa da publicação o contraste entre o estilo formal das roupas de Mano Brown com a informalidade do boné estampado com o emblema F. Consideramos que tamanha divulgação de uma marca, por um grupo de rap que critica as leis do mercado, é um fenômeno que necessita de uma maior investigação.

<sup>75</sup> A virada cultural é um evento produzido pela prefeitura da cidade de São Paulo desde o ano de 2005. São 24 horas ininterruptas de programação cultural disponível gratuitamente para a população. A apresentação dos Racionais em 2013 é emblemática, uma vez que o grupo fora afastado do evento desde 2007, quando ocorreu o enfrentamento da polícia com fãs do grupo, provocando o encerramento do show.





Figura 25. Capa da Revista Rolling Stone, publicada em novembro de 2013. Disponível em: <<http://rollingstone.uol.com.br/noticia/racionais-mcs-estao-na-capa-da-edicao-de-aniversario-da-irolling-stone-brasili/#imagem0>>. Acesso em 15 de abril de 2015.

Através deste percurso, nossa pesquisa chega a Fundão Roupas, marca derivada da equipe de futebol do Capão Redondo criada em 2001 pelo amigo pessoal de Mano Brown, Emerson Neguinho, Vila Fundão Futebol e Rap. O futebol é uma das formas de lazer mais populares das periferias brasileiras e a construção de um time próprio tem por objetivo solidificar os laços de identidade e união de cada comunidade, reforçando a ideia de que cada uma possui sua particularidade e deve ser valorizada em sua unicidade. Ao fundar a Vila Fundão, Neguinho sabia que seria necessário elaborar um canal de comunicação com seu bairro, elege elementos que os identificassem no grupo e em relação a outros times da mesma localidade e de distritos diferentes. Para realizar esta divulgação, Emerson optou pela produção de camisetas, já que esta envolvia um custo baixo e promoveria a identificação do time necessária, era o nascimento da Fundão Roupas. O nome se refere ao modo como os moradores do Capão se referiam a uma região específica do bairro, situada à margem direita da avenida Sabin, nos “fundos” da cidade de São Paulo. José Carlos Gomes da Silva (2012) ao investigar as manifestações culturais da comunidade, destaca que o nome Vila Fundão não aparece nos

registros oficiais que designa o espaço como Vera Cruz. As cores laranja e preto foram as eleitas por Emerson, sem nenhuma explicação ou significado aparente e ganharam atenção especial dos Racionais na música “Finado Neguim” lançada no álbum Cores & Valores de 2014:

[...] Yeah  
São Paulo, Brasil  
Aham, aham  
Cosa Nostra, é  
Vila Fundão, Capão  
Simples assim, o povão da Sabin

Por um gosto pessoal do finado Neguin  
Laranja e preto decidiu, se ser assim é assim [...]

Nesse fragmento o grupo Racionais realiza uma exaltação dos elementos presentes em sua comunidade, o Capão Redondo, deixando claro que a gravadora pertencente ao grupo, a Cosa Nostra, apoia a Vila Fundão e o bairro. O verso “o povão da Sabin” faz referência ao endereço da loja matriz da Fundão Roupas<sup>76</sup> que se localiza na Avenida Sabin, nº 293. Um acidente de moto no bairro ocasionou a morte de Emerson Neguinho em 2002, o que justifica o título e o verso em que o mesmo é homenageado. A esposa de Emerson, Flávia Diniz Dourado, abraçou a ideia do marido, dando continuidade à produção de camisas e bonés junto com o amigo Rodrigo Fonseca Pereira. A produção da Fundão desde então era voltada ao bairro, àqueles que se identificavam com o time de futebol e se orgulhavam da comunidade em que estavam inseridos. Em entrevista concedida à Folha de São Paulo<sup>77</sup>, Rodrigo explica que a grande virada da Fundão Roupas ocorreu após a apresentação dos Racionais no VMB 2012, quando a marca se tornou conhecida nacionalmente:

“Começou a crescer mesmo a partir do dia que eu fiz uma camisa tipo, ele ia fazer o show do VMB da MTV, aí a partir daí o pessoal começou a procurar, começou a ligar, querer saber, querer comprar. Aí a partir daí começou mesmo a conhecer, o pessoal de fora” (PEREIRA, Rodrigo. Marcas criadas na periferia de SP fazem sucesso e faturam alto. 15/03/2015. Entrevista concedida a Felipe Souza.)

Através da fala de Rodrigo percebemos que a vinculação da marca Fundão ao grupo Racionais foi fundamental para que esta se tornasse conhecida além das fronteiras do bairro, passando a se tornar desejo de jovens que admiram os rappers e querem mostrar essa identificação através das vestimentas. O estilo ligado ao hip hop domina as roupas

<sup>76</sup> Estivemos na Fundão Roupas no dia 16 de outubro de 2014. Na oportunidade, não conseguimos conversar com os proprietários da marca. Os atendentes que estavam presentes na loja não se mostraram solicitados a nos auxiliar em nossa pesquisa. De acordo com os mesmos, estavam cansados de responderem perguntas, contribuir para pesquisas e não receberem retorno. Tentamos estabelecer contato via e-mail, porém não tivemos sucesso.

<sup>77</sup> Disponível em <<http://www1.folha.uol.com.br/cotidiano/2015/03/1602989-marcas-criadas-na-periferia-de-sp-fazem-sucesso-e-faturam-alto.shtml>>. Acesso em 21 de abril de 2015.

comercializadas na Fundão. Bonés e camisetas dividem espaço com moletoms, jaquetas, bermudas e calças confeccionados, em sua maioria, nas cores identificadoras da marca. A loja disponibiliza uma linha específica para crianças e busca atingir o público feminino através da produção de vestidos e blusas, calças e bermudas em modelagem específica para esse segmento. Os preços variam de R\$ 50,00 por uma camisa ou um boné em modelo mais simples a R\$279,00 por uma jaqueta em estilo *college*, que faz menção aos agasalhos utilizados em escolas americanas. Em imagem promocional retirada do site da Fundão Roupas, conseguimos ter uma ideia geral das características de seus produtos.



Figura 26. Fotografia de divulgação da marca Fundão Roupas (sem data definida). Disponível em: <<http://www.fundaoroupas.com.br/fotos/>>. Acesso em 20 de abril de 2015.

Através da figura 26, percebemos a presença marcante da cor laranja, que representa e identifica a marca. A imagem é composta unicamente por homens, em diversas idades, e possui elementos do universo masculino do hip hop e da periferia, como carros e bicicleta. Bonés e bandanas são itens quase obrigatórios na composição visual dos integrantes da fotografia. A presença de grandes colares nos remete ao visual clássico dos rappers americanos. A direita, percebemos um rapaz segurando uma placa com o escrito *vida loka* sustentado por cifrões. O termo *vida loka* é utilizado na periferia para designar um estilo de vida pautado na inexistência de regras, marcado por uma vida cercada de aventuras e perigos e, muitas vezes, associada ao crime. O grupo Racionais foi responsável pela popularização do termo em suas canções lançadas em 2002, *Vida Loka*, parte 1 e *Vida Loka*, parte 2. A partir de então, este termo é

utilizado tanto em músicas produzidas por cantores de rap e funk quanto em bonés e camisas, consumidos por apreciadores desses ritmos. A presença dos cifrões relacionada com o termo vida loka pode ser entendida como uma interpretação nacional da vertente norte-americana *gangsta rap*, que apresentamos no capítulo anterior.

Observamos que a Fundão Roupas oferece, aos interessados a adquirir seus produtos, a oportunidade do consumo através de um canal de vendas pela internet, ampliando assim sua rede de atuação. O comércio eletrônico é uma eficiente oportunidade para a captação de clientes e sua utilização por uma marca nascida na periferia demonstra que esta não é mais apenas espaço de submissão, miséria e violência como revelava os índices sociais de décadas passadas. O público alvo da Fundão é o jovem que se interessa pelo estilo urbano, aprecia rap e futebol e se aproxima da proposta da marca: uma roupa da periferia para quem com ela se identifica. A rede mundial de computadores possibilita que pequenas empresas realizem uma eficiente divulgação de seus produtos a um custo baixo, superando barreiras geográficas, ao mesmo tempo que garante uma regularidade nas vendas. Durante reportagem concedida à Folha de São Paulo, Flávia chamou a atenção para o fato de muitas pessoas ainda terem preconceito em ir ao Capão para conhecer a loja por temer serem vítimas da violência urbana. A abertura de um canal de vendas à distância é uma alternativa para captar esse consumidor, além de abrir a possibilidade para que interessados em todo o país possam também vestir a Fundão.

Na matéria de capa da revista Rolling Stone, que citamos anteriormente, Brown afirma que estimula os amigos a usarem a Fundão como forma de auxiliar a família de Neginho. Em nossa investigação, percebemos que é mais do que simples filantropia a promoção que os Racionais realizam, assim como é mais do que roupas os artigos vendidos pela Fundão Roupas. Ao longo dos anos, a organização em torno do time de futebol se estendeu à esfera cultural, a partir da organização de saraus onde as produções artísticas da região podem ser compartilhadas. Organizado no bar, que também serve de sede para a equipe de futebol, o Sarau da Vila Fundão acontece todas as quintas-feiras e abre espaço para apresentações de músicos, poetas e peças de teatro, partilhando a cultura da comunidade com a comunidade. Verificamos que nos últimos 15 anos, iniciativas como o Sarau da Vila Fundão ocorrem com frequência nas periferias paulistanas. Eventos como o Sarau do Binho e o Sarau da Cooperifa<sup>78</sup> oferecem aos moradores de áreas menos prestigiadas a oportunidade de produzir e receber cultura.

---

<sup>78</sup> Organizados na zona sul paulistana nos bairros do Campo Limpo e Parque Santo Antônio, respectivamente. Ao lado do Capão Redondo esses bairros formavam o “Triângulo da Morte” durante a década de 1990 e registravam altos índices de mortalidade causada por meio da violência.

Silva (2012) entende que os saraus são uma nova modalidade de intervenção cultural promovida pelos jovens nas periferias em que estes habitam. A pesquisa de Silva nos auxilia na compreensão da articulação entre a moda da Fundão, o sarau e a equipe de futebol:

Na Vila Fundão o recinto onde o evento-sarau se desenvolve é marcado por um experimento de maior proximidade e familiaridade. Os símbolos do time de futebol, o FR Vila Fundão, estão estampados em grandes dimensões. A “sede da comunidade”, o bar onde o evento acontece, abrigou em primeiro lugar o time de futebol. Os grandes troféus não deixam dúvidas sobre o fato de que estes bens simbólicos são um orgulho para a “comunidade”[...] (SILVA, 2012).

A mobilização dos moradores da Vila Fundão em torno do time de futebol e dos saraus são importantes para marcar um novo passo na relação entre a comunidade e seus moradores, que não se envergonham mais do lugar onde vivem e podem ostentar com orgulho as cores que os identificam perante aos demais. O time da comunidade participa anualmente da Copa da Paz, competição que envolve diferentes equipes formadas nas periferias paulistanas desde 2008. Historicamente o lazer sempre foi um assunto relegado nas periferias das grandes cidades brasileiras. Em um contexto urbano carente de infra-estrutura básica, o lazer sempre foi considerado um item de luxo nas políticas públicas. A promoção de um torneio de futebol é uma oportunidade para o jovem da periferia demonstrar seu talento, realizando por alguns meses o sonho de ser um famoso jogador de futebol. Assim, as cores laranja e preto acabam por possuir uma simbologia muito particular, representando o time, o sarau e a própria comunidade, conforme observado por Silva: (2012).

As cores laranja e preto do FR Vila Fundão são marcantes e funcionam como adornos. Ostentar as cores do clube é mais um indicativo de pertencimento ao lugar. O cromatismo laranja e preto está presente nos adesivos destinados às motocicletas e carros. [...] “Vestir a camisa do FR Vila Fundão” é como “vestir a camisa do sarau”. Os jovens conhecem a força expressiva desse ato. Trata-se de um marcador de fidelização fortemente internalizado. A escolha do time de futebol, sabemos, é culturalmente assumida como opção para toda a vida, apenas as demais é que são circunstanciais e mutáveis. As mesmas cores e símbolos do FR Vila Fundão estão presentes nos painéis grafitados. A primeira sensação visual fornecida pelo adentrar ao sarau é, portanto, o forte cromatismo laranja e preto (SILVA, 2012).

Percebemos na fala de Silva a importância das roupas na identificação do grupo que pertence à Vila Fundão. Quando os Racionais se apresentam vestindo as cores da Fundão, não estão simplesmente promovendo a marca, mas também divulgando a periferia a que estão ligados, demonstrando ao seu público que ainda estão conectados com sua origem, que não se esqueceram da mesma, possuem orgulho em promovê-la. Essa reafirmação da identidade periférica dos Racionais MC's acontece em um momento bem emblemático para os rappers. O

disco *Cores & Valores*, lançado no segundo semestre de 2014, marca uma nova etapa de suas carreiras, onde os mesmos apresentam canções diferentes dos demais trabalhos. A postura de enfrentamento e denúncia dos problemas sociais abre espaço para melodias que trazem uma crítica social mais implícita, ligada ao novo cotidiano das periferias brasileiras. Em outras palavras, ao abordar temas ligados ao consumo, os Racionais MC's dialogam com a nova condição econômica e social do país. Na última década as novas políticas públicas direcionadas para uma melhor distribuição da riqueza proporcionaram às classes mais baixas uma ascensão e desenvolvimento que não fora possível até então. Desta forma, o cotidiano da periferia cantada pelos Racionais não é mais o mesmo do início da carreira do grupo, que precisa apontar os novos desafios do grupo que estes representam.

A análise da 1DASUL e da Fundação Roupas nos permite compreender que as marcas de periferia ligadas ao hip hop no Brasil possuem um significado muito particular e se vinculam a uma ideologia de reconhecimento territorial, valorização da própria história e imagem, desempenhando um importante papel na construção da identidade do jovem que mora no Capão Redondo. Também nos chama a atenção a preocupação que os proprietários possuem com a mensagem que estão passando para sua comunidade, o desejo de retribuir à sociedade o apoio que recebem. Deste modo, a atuação da ONG Interferência e o desejo manifestado por Flávia e Rodrigo em também possuir uma organização em prol dos jovens, demonstra que a essência do rap continua viva, a ideia de união dos menos favorecidos através do conhecimento. Ao se recusar sair do bairro e ser comercializado fora do território da periferia, o proprietário da 1DASUL assume uma postura de resistência, de enfrentamento e firma sua posição contra o consumismo capitalista mantendo assim sua ideologia. Obviamente que a marca se trata de um negócio e precisa do lucro das vendas para continuar a existir, logo, Ferréz não escolhe aqueles que podem ou não usar suas roupas. Entretanto, nos chama a atenção o fato do escritor fazer questão de que os interessados na 1DASUL passem pela loja conceito no Capão, atravessem o bairro e tomem conhecimento da origem do produto que querem consumir. Acreditamos que esse pensamento mais ortodoxo se filia à própria trajetória de construção da identidade nas áreas menos privilegiadas economicamente. Após tantos anos de exclusão, esses sujeitos elaboraram estratégias próprias de superação e articulação e se colocam em uma posição defensiva para garantir seu lugar na sociedade. Observamos que esta forma de pensar que foi hegemônica nas décadas de 1990 e 2000 vem sofrendo modificações, a partir da entrada de novos atores sociais, gerados em um contexto diferente da primeira geração de rappers.

Ao considerarmos a emergência do novo como motor propulsor da moda no contexto contemporâneo, precisamos refletir a respeito da longevidade do estilo hip hop no cenário da

moda urbana. Sabemos que a globalização e democratização dos meios de comunicação permitem que diferentes estilos possam conviver lado a lado na paisagem urbana. Entretanto a tendência hip hop continua inspirando e servindo de referência para que novas leituras possam ser realizadas. É o caso do rapper Emicida, porta voz de uma nova geração de rappers brasileiros que possui uma trajetória ligada à produção de moda a qual dedicamos nossa observação.

Leandro Roque de Oliveira é um dos rappers da nova geração do hip hop brasileiro. Nascido em um bairro pobre da zona norte de São Paulo, Leandro encontrou no rap o espaço para superar as dificuldades de uma infância sem pai, vivida com sérias restrições financeiras. O nome artístico é uma junção bem humorada das palavras MC e homicida, esta alcunha conquistada após as sucessivas vitórias nas batalhas de rappers onde Leandro “eliminava” seus oponentes. Se aproveitando das novas mídias comunicativas, em especial o canal de vídeos youtube<sup>79</sup>, Emicida segue o exemplo de outros astros do rap nacional e lança em 2009 seu primeiro disco independente, feito em casa com a ajuda da família e amigos, sem apoio algum de grandes gravadoras. O sucesso é instantâneo e surpreendente. Com uma produção caseira, custeada com as economias familiares, cerca de 10 mil cópias foram vendidas ao valor de R\$2,00 após as apresentações do rapper. Evandro Fióti<sup>80</sup>, irmão de Emicida, explica que quando o irmão lança seus videoclipes e resolve lançar um disco com suas músicas, havia uma crise nas gravadoras que não conseguiam conter a pirataria, assim como não eram capazes de transformar seu produto em algo acessível, com preços que atraíssem o público. A opção dos irmãos, então, foi criar a própria gravadora, onde Emicida podia se expressar livremente ao mesmo tempo em que poderiam oferecer músicas a um valor atrativo, superando a venda em mercados ilegais. Além das dificuldades características da indústria fonográfica, Emicida e Fióti enfatizam<sup>81</sup> o receio das grandes gravadoras em contratar artistas ligados ao universo rap para fazerem parte de seu *casting*. O rap no Brasil ainda é associado à subversão e seu potencial de mobilização é visto com desconfiança. Assim nascia a Laboratório Fantasma, uma empresa que foi crescendo junto ao público de rap, diversificando seu campo de atuação e se firmando como uma representante da indústria do rap no Brasil.

---

<sup>79</sup> O Youtube é um site para compartilhamento de vídeos criado em 2005 nos Estados Unidos que permite aos seus usuários produzir e trocar imagens caseiras sem precisar instalar nenhum tipo de programa.

<sup>80</sup> Entrevista concedida à Revista O Grito, disponível em: <<http://revistaogrito.ne10.uol.com.br/page/blog/2015/02/03/entrevista-com-fiotti-da-laboratorio-fantasma-existe-uma-industria-e-o-rap-querendo-ou-nao-esta-dentro-dela/>>. Acesso em 05 de abril de 2015.

<sup>81</sup> Matéria da Revista Carta Capital. Disponível em: <<http://www.cartacapital.com.br/cultura/o-laboratorio-de-emicida>>. Acesso em 06 de abril de 2015.



Figura 27. Coleção Verão 2015 da Laboratório Fantasma.

Disponível em: <<http://racabrasil.uol.com.br/home/moda-e-beleza/nova-colecao-de-roupas-do-rapper-emicida/2833/>>. Acesso em 05 de abril de 2015.

A Laboratório Fantasma<sup>82</sup> é definida por Emicida como uma mistura entre gravadora, produtora e loja virtual, efetuando uma verdadeira revolução no cenário do rap nacional, uma vez que demonstra a modernização e amadurecimento deste mercado se inspirando no consagrado modelo norte americano. O nome é inspirado em uma história em quadrinhos do herói preferido do rapper, o Motoqueiro Fantasma, que se deparava com uma oficina de espectros que viviam na internet e planejavam um plano contra o governo. Como explica Emicida: “Na revista, o nome da oficina era Fantasma e como nós também estamos fazendo experiências através da internet para lutar contra um sistema, o nome acabou ficando Laboratório Fantasma”<sup>83</sup>. Camisas, camisetas, moletons, vestidos e meias estão entre os produtos de moda fabricados pela Laboratório Fantasma. Em entrevista à revista Raça Brasil, Emicida explica sua ligação com o mundo da moda:

Isso de vender camisetas e outros artigos atrelados à nossa música tem a ver com as pessoas quererem mostrar sua identificação, como se fôssemos todos parte de algo

<sup>82</sup> O fato da Laboratório Fantasma não possuir lojas físicas impossibilitou nossa visita à mesma. Toda a distribuição das peças é realizada a partir de um escritório, localizado no bairro de Santana, na zona norte paulistana. Desta forma, utilizamos como base para nossa pesquisa, matérias e entrevistas onde o rapper Emicida e seu irmão Emerson Fióti oferecem detalhes sobre a marca. Através do canal de comunicação disponibilizado pelo site da empresa, trocamos mensagens via e-mail com Fernando Mundiko, um dos responsáveis pela distribuição dos produtos da Laboratório Fantasma.

<sup>83</sup> Disponível em: <<http://www.cartacapital.com.br/cultura/o-laboratorio-de-emicida>>. Acesso em 06 de abril de 2015.



maior que nos une. O hip hop sempre foi um movimento que viu sua música ligada de alguma maneira à moda, ao jeito de se vestir das pessoas que dele fazem parte, então tem esse lance estético e o fato de sempre termos sido marginalizados. Já disse algumas vezes que quando vejo nas ruas alguém com um produto Laboratório Fantasma, penso “ali vai um dos nossos”. Acho que o que nos motivou foi essa percepção<sup>84</sup>. (EMICIDA, 2014).

A Revista Veja São Paulo<sup>85</sup>, em edição publicada em agosto de 2013, calcula que o faturamento mensal da marca cresceu de R\$1.500 em 2009 para cerca de R\$80.000 em 2012. A estratégia para atingir os consumidores foi desenhada pelos irmãos Leandro e Emerson de forma intuitiva, percebendo aquilo que o público de rap no Brasil se identificava e buscando suprir essas necessidades. Em entrevista<sup>86</sup> concedida à revista “O Grito”, Emerson pontua que o diferencial da Laboratório Fantasma encontra-se na qualidade da produção. Para ele, embora as roupas apresentem um valor elevado, se comparadas às encontradas em magazines ou lojas populares, a durabilidade das peças aliada à estética ligada ao rap são as responsáveis por atrair o público consumidor da marca.

A moda produzida pela Laboratório Fantasma é inspirada em tendências clássicas do hip hop e, apresenta e sua composição, bonés e camisas com frases que, na maioria das vezes, são trechos das canções de Emicida. Através da figura 27 podemos observar as características principais das peças de vestuário que levam a marca de Emicida. Nos chama a atenção a presença de modelos negros e uma preocupação em produzir alguns itens voltados exclusivamente às mulheres, como vestidos, tops e camisetas com uma modelagem e tecido pensado para elas. Essa preocupação com o público feminino é mais uma demonstração do talento empreendedor dos irmãos Oliveira que contrataram para a coleção 2015 a estilista Juliana Haas que se responsabiliza pelas criações dirigidas a esse segmento do mercado. Outro destaque da coleção, que podemos visualizar na figura 28, é a camiseta masculina, inspirada no terno utilizado por Emicida na capa de seu álbum “O Glorioso Retorno de Quem Nunca Esteve Aqui” lançado no segundo semestre de 2013. A articulação entre o lançamento musical e a coleção de moda da Laboratório Fantasma é utilizada por Emicida como estratégia de marketing. Assim, aqueles que se identificam com sua música, acabam também consumindo as roupas disponibilizadas em sua marca.

---

<sup>84</sup> Disponível em: <<http://racabrasil.uol.com.br/moda-e-beleza/conheca-a-grife-do-cantor-emicida/1916/>>. Acesso em: 05 de abril de 2015.

<sup>85</sup> Disponível em: <<http://vejasp.abril.com.br/materia/emicida-se-destaca-na-musica-e-nos-negocios/>>. Acesso em 05 de abril de 2015.

<sup>86</sup> Disponível em: <<http://revistaogrito.ne10.uol.com.br/page/blog/2015/02/03/entrevista-com-fiotti-da-laboratorio-fantasma-existe-uma-industria-e-o-rap-querendo-ou-nao-esta-dentro-dela/>>. Acesso em 05 de abril de 2015.

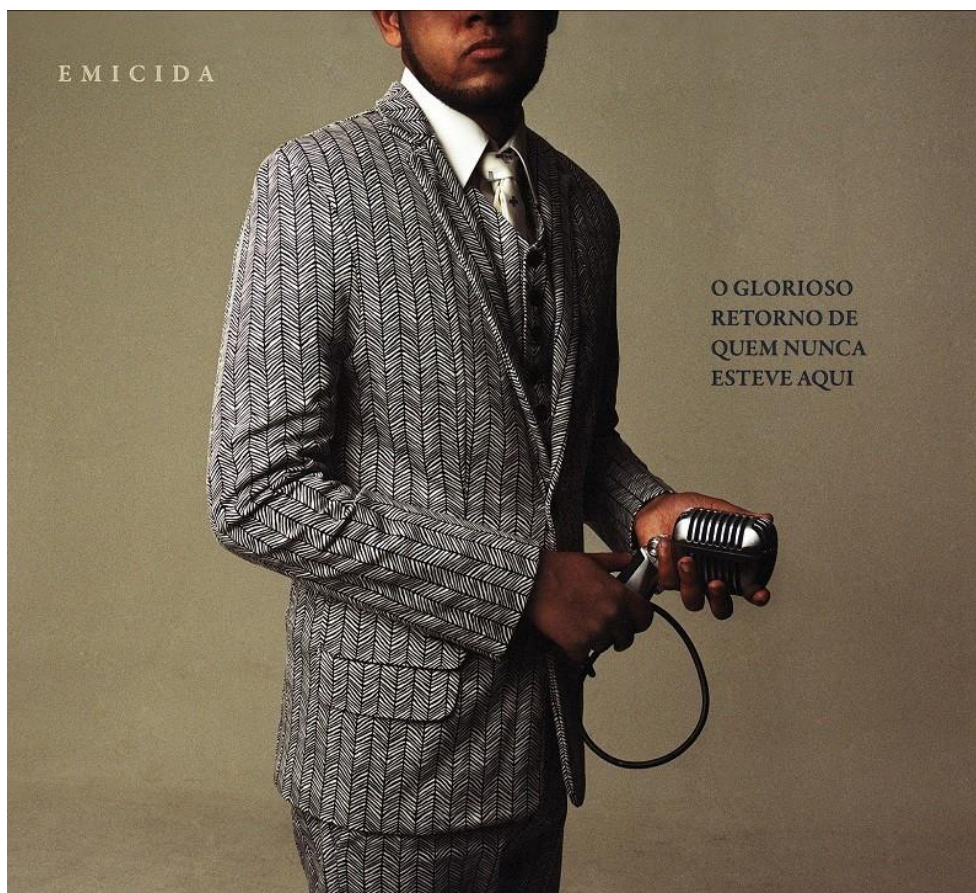


Figura 28. Emicida com terno João Pimenta, 2013.

Disponível em: <<http://www.laboratoriofantasma.com/loja/emicida-grqnea-cd>>. Acesso em 05 de abril de 2015.

A Laboratório Fantasma não possui lojas físicas, há uma distribuição das roupas para que estas sejam comercializadas em cerca de trinta lojas (em sua maioria localizadas no estado de São Paulo, embora também esteja presente em Minas Gerais, Mato Grosso do Sul, Santa Catarina, Rio Grande do Sul, Pará e Bahia). Fernando Mundiko<sup>87</sup>, gerente de vendas da marca, destaca que o meio virtual esteve presente desde a concepção desta, uma vez que as primeiras camisas eram vendidas por e-mail. Em diferentes entrevistas onde descreve seu trabalho com a Laboratório Fantasma, Emicida deixa claro sua inspiração na atuação de rappers norte americanos como Diddy e, a comparação com este, é inevitável, uma vez que o rapper brasileiro busca, cada vez mais, uma diversificação em seus negócios ao mesmo tempo em que abre caminho em sua produtora para lançar novos nomes na cena rap nacional (assim como Diddy realiza no contexto norte-americano).

<sup>87</sup> Em entrevista concedida via e-mail em 03 de abril de 2015.

## 5. CONSIDERAÇÕES FINAIS.

Ao longo deste trabalho procuramos apresentar os diferentes significados que a moda possui no interior do movimento hip hop. Percebemos que a escolha de um repertório próprio de roupas foi importante para a formação da identidade do grupo, servindo como fonte de distinção destes em relação a si mesmos e aos outros, fazendo com que uma parcela da juventude negra se reconhecesse como indivíduos, se orgulhasse de suas origens e construísse uma interpretação positiva a respeito desta. Também evidenciamos a ascensão econômica proporcionada pelo estabelecimento de um mercado próprio, significando a inserção de uma série de indivíduos no universo do capitalismo, algo que não seria possível se não estivessem vinculados à subcultura.

O hip hop enquanto movimento cultural é herdeiro de uma tradição afro-americana de resistência a uma condição subalterna em que foram submetidos desde os primórdios da própria história. Desta forma, julgamos imprescindível reconstruir a trajetória do negro nos Estados Unidos e no Brasil enfatizando sua peculiaridade na forma de se expressar através do vestuário. Notamos que a luta por um posicionamento social de destaque deste grupo foi forjada a partir do reconhecimento e valorização de suas particularidades que transformaram as relações sociais ao longo do percurso descrito neste trabalho. A construção da identidade do jovem de descendência africana no contexto contemporâneo que se afilia ao hip hop é resultado de um processo que transcende as questões raciais, uma vez que chama a atenção para a situação de desprestígio a que milhares de pessoas estão submetidas nas periferias das grandes metrópoles do continente americano. Desta forma, apontamos que a instrumentalização do vestuário pelo afro-americano foi uma das estratégias de resistência à dominação e inserção social deste grupo. Sabemos que o processo de construção das identidades é aberto, que toma novos significados e se reinventa continuamente. Por isso, sabemos que o hip hop não encerra este fenômeno, embora faça parte de um novo momento do posicionamento social de uma juventude historicamente marginalizada. Além disso, estamos cientes da existência de outras manifestações juvenis no campo da moda e da música, datadas da mesma época histórica, que influenciaram o jovem negro e seu posicionamento social, tal como os rastafáris. Nossa opção pela abordagem voltada ao hip hop se justifica pelo alcance atingido pela subcultura e pela evidente presença nos contextos norte-americano e brasileiro.

Não podemos negligenciar em nosso estudo a existência de outras subculturas juvenis que se desenvolveram na segunda metade do século XX, como os movimentos hippie e punk

que, assim como o hip hop, contestaram os valores dominantes em sua época, construindo uma identificação própria através da escolha de determinado estilo musical, modo de vestir e particularidades na maneira de enxergar seu espaço no mundo. Assim, somos levados a refletir sobre as características do hip hop em relação às demais manifestações culturais juvenis. Em outras palavras, nos questionamos o quanto a subcultura hip hop e sua manifestação no vestuário se distinguem de outras subculturas juvenis no contexto capitalista contemporâneo. De fato, ao analisarmos as subculturas juvenis contestadoras que emergiram ao longo do século XX, percebemos que estas foram gradualmente sendo assimiladas pela indústria do consumo, em um movimento do sistema da moda identificado por Ted Polhemus (1994) como teoria do “*bubble-up*”, que traduzimos aqui como “efeito borbulha”. Para Polhemus (1994), a necessidade de inovação que mobiliza as mudanças no vestuário e é a essência da moda contemporânea, leva os estilistas que criam para as classes mais abastadas a voltarem suas atenções aos fenômenos urbanos, buscando inspiração nos elementos de identificação visual das subculturas juvenis. Assim, a emergência das ruas como espaço de criação proporcionou uma inversão no processo de divulgação e popularização dos produtos de vestuário, em uma lógica que contraria a teoria clássica a respeito do sistema da moda idealizada por Simmel<sup>88</sup>, onde as classes que pretendiam ascender imitavam as elites consolidadas (WAIZBORT, 2008). Nesse sentido, o hip hop se destaca das demais subculturas juvenis, uma vez que o mercado irá assimilar não somente seus elementos identificadores, mas também seus ídolos representativos que atuarão de forma ativa na divulgação comercial do movimento. Nomes como Daddy e Kanye West não se contentaram em apenas ser os rostos de grifes tradicionais, atuando como peças em estratégias de marketing baseadas no apelo juvenil, se tornando eles próprios os criadores de moda. Ao contrário, tornam-se protagonistas. Entendemos que ao se colocarem no meio comercial como protagonistas, esses ícones do hip hop se posicionam como agentes da resistência, impondo sua presença na mídia e redefinindo o papel do jovem negro na sociedade ocidental. Neste ponto, concordamos com Romero (2012) que defende a ideia de que antes do hip hop não havia uma moda pensada por negros, para os negros. Assim, é muito significativa a presença desses atores em um mercado voltado ao luxo, que se mostra restrito e exigente em relação a novas propostas.

Por fim, é importante salientarmos que as diferenças percebidas na construção da identidade negra no Brasil e nos Estados Unidos apontam para o entendimento de que as

---

<sup>88</sup> Também conhecida como “*trickle-down*” (ou de cima para baixo), a teoria de Simmel formulada em 1904 defendia a ideia de que a moda era formulada pelas classes sociais privilegiadas que criavam códigos de vestir que eram imitados pelos demais estratos sociais. Logo que determinado padrão entrava em evidência, as classes mais altas tratavam de elaborar novas condutas, mobilizando assim o sistema da moda.

estratégias de colocação social deste grupo não foram as mesmas, não existindo uma fórmula de atuação para que a aceitação e reconhecimento ocorresse. As particularidades históricas levantadas nos fazem perceber que a ausência de políticas segregacionistas institucionalizadas no Brasil foi responsável pela construção de um racismo velado, negado durante muitos anos pela sociedade. Assim, o posicionamento mais radical dos membros da subcultura hip hop no contexto brasileiro, pode ser interpretada como necessária para que este grupo afirmasse seu posicionamento. Se distanciar da grande mídia para reconhecer suas particularidades e poder lutar para que sua posição subalterna fosse evidenciada. Através da análise das marcas periféricas 1DASUL e Fundão percebemos que esta postura ainda fechada continua existindo nas manifestações periféricas brasileiras. Essas marcas acabam possuindo um sistema próprio de divulgação, onde somente aqueles que se identificam com os valores da periferia tem acesso à sua produção. Desta forma, a moda produzida por estas pequenas empresas acaba representando uma resposta da periferia ao estigma de violência conferido ao bairro e às décadas de negligência e ausência de políticas estatais que buscassem o desenvolvimento da localidade. Ao mesmo tempo, a estratégia adotada por Emicida nos mostra o quanto a construção de identidades e o desenvolvimento de uma subcultura não são fechados, apontando para um novo momento do jovem negro que se filia ao hip hop no Brasil, que agora já reconhece suas particularidades e entende que a mídia pode servir como um canal de comunicação de sua ideologia. A estratégia de divulgação idealizada por Emicida se aproxima do modelo concebido pelos rappers americanos, que atuam em diferentes seguimentos do mercado, afim de controlar toda a produção de suas músicas e dos produtos ligados à sua imagem.

Buscamos ao longo deste trabalho apresentar as diferentes faces assumidas pelo hip hop no campo da moda. Os rappers americanos foram responsáveis por introduzir uma nova relação entre as grifes de luxo e o mercado, celebrando através de suas músicas e indumentária um estilo de vida que até então não se identificava com uma população oriunda de locais economicamente desprivilegiados. Conforme observa Hermano Vianna, em artigo publicado no jornal O Globo, o hip hop foi responsável pela construção de inúmeras pontes improváveis entre o gueto e o mundo artístico, tais como os grafites consagrados nas academias e museus de arte. Assim, o fenômeno protagonizado por Kanye West representa a quebra de mais um paradigma, um cantor vindo das ruas que se aproxima do espaço restrito dos criadores de moda de luxo. De instrumento de identificação à objeto de disputa simbólica, a moda hip hop se reinventa, trazendo consigo os atores e princípios da subcultura que ganha novos significados ao se desenvolver em diferentes contextos.

## 6. REFERÊNCIAS

ABRAMO, H. W. **Cenas Juvenis: punks e darks no espetáculo urbano**. São Paulo: Scritta, 1996.

\_\_\_\_\_ Considerações sobre a tematização social da juventude no Brasil. In: **Juventude e Contemporaneidade**. Brasília: UNESCO, MEC, ANPEd, 2007, pp.25-36.

ANDRADE, E. N. **Movimento negro juvenil: um estudo de caso sobre jovens rappers de São Bernardo do Campo**. São Paulo, 1996, Dissertação de Mestrado em Educação, USP.

APPIAH, K. A. **Na casa de meu pai: a África na filosofia da cultura**. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.

BARROS, M. Beleza Negra. **Jornal A Tarde**. Edição especial: Consciência Negra- 20 de Novembro. Salvador, 20 nov. 2003, p 5.

BASTIDE, R. **Estudos Afro-Brasileiros**. São Paulo: Ed. Perspectiva, 1983

BOULON, P. **A moral da máscara: merveilleux, zazous, dândis, punks, etc**. Rio de Janeiro: Rocco, 1993.

BOURDIEU, P. A “juventude” é só uma palavra. In: **Questões de sociologia**. Rio de Janeiro: Marco Zero, 1983, pp 112-121.

\_\_\_\_\_ A Produção da Crença: contribuição para uma economia dos bens simbólicos. São Paulo: Editora Zouk, 2002.

\_\_\_\_\_ O Poder Simbólico. Lisboa: Difel, 1989.

CASTELLS, M. **O Poder da Identidade**. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

CHALHOUB, S. **Visões da Liberdade: uma história das últimas décadas da escravidão na corte**. São Paulo: Companhia das Letras, 1998.

CRANE, D. **A Moda e seu Papel Social**. Classe, gênero e identidade das roupas. São Paulo: Editora Senac, 2006.

CRUZ, M. S. **Nem tudo é valentia ou vadiagem: práticas culturais e usos de símbolos de civilidade por escravos, forros e mestiços na província do Maranhão oitocentista**. In: Revista Outros Tempos, vol. 4, 2007. <Disponível em: <http://www.outrostempos.uema.br/Volume04/vol04art02.pdf>>. Acesso em 02 de fevereiro de 2015.

DA MATTA, R. Notas sobre o racismo à brasileira. In: **Multiculturalismo e racismo**. Brasília: Paralelo 15, 1997, pp.69-76.

DAYRELL, J. **A música entra em cena: o rap e o funk na socialização da juventude em Belo Horizonte**. São Paulo: USP, 2001. Tese de Doutorado em Educação.

ELIAS, N. **O processo civilizador**. Formação do Estado e da Civilização (vol. 1). Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1993.

\_\_\_\_\_. **O processo civilizador**. Uma história dos costumes (vol. 2). Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1994.

ELIAS, N. e SCOTSON, J. L.: **Os estabelecidos e os Outsiders**. Sociologia das relações de poder a partir de uma pequena comunidade. Rio de Janeiro: Zahar, 2000.

ENNE, A. L. S. À perplexidade, a complexidade: a relação entre consumo e identidade nas sociedades contemporâneas. In: **Comunicação, mídia e consumo**. Vol. 3, nº 7, 2006, pp. 11-29.

ERNER, G. **Vítimas da moda?**. São Paulo: Ed. Senac-SP, 2005.

ESSINGER, S. **Batidão**: uma história do funk. Editora Record, 2005.

FEATHERSTONE, M. **Cultura de consumo e pósmodernismo**. São Paulo: Studio Nobel, 1995.

FELIX, J. B. J. **Hip Hop**: Cultura e Política no Contexto Paulistano. São Paulo, USP, 2005. Tese de Doutorado em Antropologia.

FOCHI, M. A. B. **Cultura hip hop e marcas alternativas**: a presença da ideologia e das estratégias mercadológicas. São Paulo, Faculdade Cásper Líbero, 2006. Dissertação de Mestrado em Comunicação e Mercado.

GEERTZ, C. **A Interpretação das Culturas**. Rio de Janeiro: LTC, 1989.

GIACOMINI, S. M. **A alma da festa**: família, etnicidade e projetos num clube social da Zona Norte do Rio de Janeiro - o Renascença Clube. Belo Horizonte: Ed. UFMG; Rio de Janeiro: IUPERJ, 2006.

GIL, Antônio C. **Como Elaborar Projetos de Pesquisa**. São Paulo: Atlas, 1991.

\_\_\_\_\_. **Métodos e Técnicas de Pesquisa Social**. São Paulo: Atlas, 1999.

GILMAN, S. L. *Black Bodies, White Bodies: Toward an Iconography of Female Sexuality in Late Nineteenth-Century Art, Medicine, and Literature*. In: **Critical Inquiry** Vol. 12, No. 1, "Race," Writing, and Difference (Autumn, 1985), pp. 204-242 Published by: [The University of Chicago Press](http://www.jstor.org/stable/1343468) Article Stable URL: <<http://www.jstor.org/stable/1343468>>. Acesso em 10 de dezembro de 2014.

GILROY, P. **O Atlântico Negro: Modernidade e Dupla Consciência**. Tradução de CisKnipel Moreira. São Paulo: Ed. 34; Rio de Janeiro: Universidade Cândido Mendes, Centro de Estudos Afro-asiáticos, 2001.

GIMENO, P. C. **Poética Versão: a construção da periferia no rap**. Campinas, Unicamp, 2009. Dissertação de Mestrado em Antropologia Social.

GUIMARÃES, M. E. A. **Do samba ao rap: a música negra no Brasil**. Campinas, Unicamp, 1998. Tese de Doutorado em Sociologia.

HALL, S. **Da diáspora: identidades e mediações culturais**. Belo Horizonte: Editora UFMG; Brasília: Representação da UNESCO no Brasil, 2003.

\_\_\_\_\_. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Tradução Tomaz Tadeuda Silva e Guaracira Lopes Louro. 11ed. – Rio de Janeiro: DP&A, 2006.

\_\_\_\_\_. Identidade Cultural e Diáspora. In: **Revista do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional**, n.º 24, 2006, pp. 68-75.

HALL, S. & JEFFERSON, T. *Resistance through rituals; youth subcultures in post-war Britain*. London, Huchinson and Co, CCS, University of Birmingham, 1976.

HERSCHMANN, M. (org). **Abalando os anos 90: funk e Hip Hop**. Rio de Janeiro, Rocco, 1997.

\_\_\_\_\_. **O Funk e o Hip Hop invadem a cena**. Rio de Janeiro, Editora UFRJ, 2000.

HOBBS, E. J. **História Social do Jazz**; [tradução Ângela Noronha]. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1989.

\_\_\_\_\_. **A era dos extremos: O Breve século XX: 1914-1991**. São Paulo: Companhia das Letras, 1995.

HOOK, S. V. *Hip Hop Fashion*. Mankato: Capstone Press, 2010.

KIPPER, H. A. *A Happy House in a Black Planet: Introdução à Subcultura Gótica*, 2008. Disponível em: <http://www.gothicstation.com.br/Coluna%20Kipper/Novos%20Artigos/SignificadodoEstiloHomologia.htm>. Acesso em 13 de março de 2014.

MARQUES, C. S. **É rap é roupa!** Moda hip hop: iguais e diferentes. Santa Maria: UFSM, 2013. Dissertação de Mestrado em Comunicação.

MATSUNAGA, P. S. **Mulheres No Hip Hop: identidades e representações**. Campinas: Unicamp, 2006. Dissertação de Mestrado em Educação.

LEAL, S. J. M. **Acorda hip-hop!:** despertando um movimento em transformação. Rio de Janeiro: Aeroplano, 2007.

LIMA, A. G. S. L. História Comparada: Potencialidades e Limitações. In: **História Social**, n.º 13. Campinas, 2007, pp. 23-27.

LIPOVETSKY, G. **O Império do Efêmero: a moda e seu destino nas sociedades modernas**. São Paulo: Companhia das Letras, 1989.



LIPOVETSKY, G.; ROUX, E. **O Luxo Eterno**: Da idade do sagrado ao tempo das marcas. São Paulo: Companhia das Letras, 2005.

MARTIUS, C. F. P. “Como se deve escrever a história do Brasil”. **Revista do Instituto Histórico e Geográfico Brasileiro**, 6, jan. 1845, pp. 389-411.

MENDES, V. e DE LA HAYE, A. **A Moda do século XX**. São Paulo: Martins Fontes, 2009.

OIWA, V. M. **Filmes e trilhas no cinema negro dos EUA dos anos 1970**: Uma análise sobre o ciclo blaxploitation. São Paulo: Anhembi Morumbi, 2011. Dissertação de Mestrado em Comunicação.

PAIS, J. M. **Culturas Juvenis**. 2ª Ed. Lisboa: Imprensa Nacional – Casa da Moeda, 2003.

PATTERSON, S. V. *Just Another Family Comedy: Family Matters and the Fresh Prince of Bel-Air*. In: **African Americans on television: race-ing for ratings**. Santa Barbara: ABC – Clio, 2013, pp. 159-176.

PINHO, P. S. **Reinvenções da África na Bahia**. São Paulo: Annablume, 2004.

POLHEMUS, T. *Streetstyle: from the sidewalk o the catwalk*. London: Thamesand Hudson, 1994.

RAINHO, Maria do Carmo Teixeira. Notas sobre moda, juventude e paradigmas teóricos. In: **Cienc. Cult**, 2010, vol.62, n.2, pp. 28-30.

RIBEIRO, R. A. C. **Identidade e Resistência no Urbano**: O Quarteirão *Soul* em Belo Horizonte. Belo Horizonte, UFMG, 2008. Tese de Doutorado em Geografia.

RIGHI, V. J. **RAP: RITMO E POESIA**: Construção identitária do negro no imaginário do RAP brasileiro. Brasília: UNB, 2011. Tese de Doutorado em Letras, Literatura e Poesia.

ROCHA, J.; DOMENICH, M. e CASSEANO, P. **Hip Hop: a periferia grita**. São Paulo, Editora Fundação Perseu Abramo, 2001.

ROMERO, E. *FreeStylin´ how hip hop changed the fashion industry*. Connecticut: Praeger, 2012.

SANSONE, L. Os Objetos da Identidade Negra: consumo, mercantilização, globalização e a criação de culturas negras no Brasil. In: **Mana** vol.6 n.1. Rio de Janeiro, 2000, pp. 87-119. Disponível em: <[http://www.scielo.br/scielo.php?pid=s0104-93132000000100004&script=sci\\_arttext](http://www.scielo.br/scielo.php?pid=s0104-93132000000100004&script=sci_arttext)>. Acesso em 13 de janeiro de 2015.

SCHWARCZ, L. M. Nem preto nem branco, muito pelo contrário: cor e raça na intimidade. In: **História da Vida Privada no Brasil**: contrastes da intimidade contemporânea. São Paulo: Companhia das Letras, 1998, pp. 173-244.

\_\_\_\_\_. **As Interações entre Moda e Música na Constituição de Identidades: uma Análise das Influências da Black Music**. São Paulo: Rosari, Universidade Anhembi Morumbi, PUC-Rio e Unesp- Bauru, 2010. Artigo Acadêmico.

SENNETT, R. **A cultura do novo capitalismo**. Rio de Janeiro: Record, 2006.

SILVA, J. C. G. **Os Sub-urbanos e a outra face da cidade - Negros em São Paulo (1900-1930)**: cotidiano, lazer e cidadania. Campinas, Unicamp, 1990. Dissertação de Mestrado em Antropologia Social.

\_\_\_\_\_. **Rap na cidade de São Paulo: música, etnicidade e experiência urbana**. Campinas, Unicamp, 1998, Tese de Doutorado em Ciências Sociais.

\_\_\_\_\_. Hip-Hop e Sarau Vila Fundão: jovens, música e poesia na cidade de São Paulo. **Cadernos de Arte e Antropologia**, América do Norte, 1, set. 2012.

SILVA, T. T. **Identidade e Diferença**: a perspectiva dos estudos culturais. Tomaz Tadeu da Silva (org.). Stuart Hall, Kathryn Woodward. Petrópolis: Vozes, 2000.

STOUTE, S.; RIVAS, M. E. *The tanning of America: how hip hop created a culture that wrote the rules of the new economy*. New York, Penguin Group, 2011.

STEVENSON, N.J. **Cronologia da Moda**: de Maria Antonieta a Alexander McQueen. Tradução Maria Luiza X. de a. Borges. Rio de Janeiro: Zahar, 2012.

SVENDSEN, L. **Moda**: uma filosofia. Rio de Janeiro: Zahar, 2012.

TELLA, M. A. P. **Atitude, arte, cultura e autoconhecimento: o rap como voz da periferia**. São Paulo, PUC-SP, 2000, Dissertação de Mestrado, em Ciências Sociais.

VIANNA, H. **O baile funk carioca: festas e estilos de vida metropolitanos**. Rio de Janeiro, UFRJ, 1987. Dissertação de Mestrado em Antropologia Social.

WAIZBORT, L. George Simmel sobre a Moda- Uma Aula. **IARA- Revista de Moda, Cultura e Arte**. São Paulo- v. 1 n.1 abr./ago. 2008.

XAVIER, G. Segredos de penteadeira: conversas transnacionais sobre raça, beleza e cidadania na imprensa negra pós abolição do Brasil e dos EUA. In: **Estud. Hist. (RioJ.) vol. 26 n° 52**. Rio de Janeiro July/Dec. 2013. Disponível em: <[www.scielo.br/scielo.php?pid=S0103-21862013000200009&script=sci\\_arttext](http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0103-21862013000200009&script=sci_arttext)>. Acesso em 15 de janeiro de 2015.

## Sites Consultados

ALCÂNTARA, F. **Conheça a grife do cantor Emicida**. Disponível em : <<http://racabrasil.uol.com.br/moda-e-beleza/conheca-a-grife-do-cantor-emicida/1916/>>. Acesso em: 05 de abril de 2015.

CARAMANTE, A. **Eminência Parda**. Disponível em: <<http://rollingstone.uol.com.br/edicao/39/mano-brown-eminencia-parda#imagem0>>. Acesso em 09 de abril de 2015.

DUARTE, A. **A explosão do Cinema Negro.** Disponível em: <<http://racabrasil.uol.com.br/cultura-gente/156/artigo221157-1.asp/>>. Acesso em 20 de março de 2015.

FÉRREZ. **O que é 1DASUL?** Disponível em: <<http://ferrez.blogspot.com.br/2005/06/o-que-1dasul.html>>. Acesso em 28 de abril de 2015.

LIMA, J. **Fióti, do Lab Fantasma: “Existe uma indústria do rap, querendo ou não”.** Disponível em: <<http://revistaogrito.ne10.uol.com.br/page/blog/2015/02/03/entrevista-com-fioti-da-laboratorio-fantasma-existe-uma-industria-e-o-rap-querendo-ou-nao-esta-dentro-dela/>>. Acesso em 05 de abril de 2015.

MENDES, B. **O laboratório de Emicida.** Disponível em: <<http://www.cartacapital.com.br/cultura/o-laboratorio-de-emicida>>. Acesso em 06 de abril de 2015.

MEIRELLES, B. **Criada por escritor, grife vira símbolo da periferia de SP.** Disponível em <<http://economia.terra.com.br/vida-de-empresario/criada-por-escritor-grife-vira-simbolo-da-periferia-de-sp,e1ae850e13026410VgnVCM5000009ccceb0aRCRD.html>>. Acesso em 10 de abril de 2015.

NOBILE, L. **Artistas defendem nova postura de rappers que têm se aproximado do ‘funk ostentação’.** Disponível em <<http://www.estadao.com.br/noticias/impresso,rap-para-quem,1068263,0.htm>>. Acesso em 01 de maio de 2014.

PASCOAL, C. **Rapper Emicida também se destaca nos negócios.** Disponível em: <<http://vejasp.abril.com.br/materia/emicida-se-destaca-na-musica-e-nos-negocios/>>. Acesso em 05 de abril de 2015.

PEREIRA, R. **Marcas criadas na periferia de SP fazem sucesso e faturam alto.** Disponível em <<http://www1.folha.uol.com.br/cotidiano/2015/03/1602989-marcas-criadas-na-periferia-de-sp-fazem-sucesso-e-faturam-alto.shtml>>. Acesso em 21 de abril de 2015.

SILVA, J. **Escritor Ferréz faz festa de natal na Associação Interferência.** Disponível em: <<http://www.cartacapital.com.br/blogs/speriferia/escritor-ferrez-faz-festa-de-natal-na-associacao-interferencia-5624.html>>. Acesso em 10 de abril de 2015.

TERRA, A. **"Moda girava em torno da população branca antes do hip hop", diz pesquisadora Americana.** Disponível em: <<http://mulher.uol.com.br/moda/noticias/redacao/2012/10/26/moda-girava-em-torno-da-populacao-branca-antes-do-hip-hop-diz-pesquisadora-norte-americana.htm>>. Acesso em 17 de janeiro de 2015.

VENCESLAU, P. e OLIVEIRA, R. **Um fim de semana no parque, 20 anos depois.** Disponível em: <<http://www.revistaforum.com.br/blog/2013/10/ok-um-fim-de-semana-no-parque-20-anos-depois/>>. Acesso em 18 de abril de 2015.

**Exclusivo: Racionais MC's lança vídeo do show realizado na Virada Cultural.** Disponível em: <<http://rollingstone.uol.com.br/noticia/exclusivo-racionais-mcs-lancam-video-do-show-realizado-na-virada-cultural/>>. Acesso em 20 de abril de 2015.

**Fundão Roupas.** Disponível em: <<http://www.fundaoroupas.com.br/>>. Acesso em 15 de abril de 2015.

**Laboratório Fantasma.** Disponível em: <<http://www.laboratoriofantasma.com/>>. Acesso em 05 de abril de 2015.

**1DASUL.** Disponível em <<http://www.1dasul.com.br/>>. Acesso em 10 de abril de 2015.

**THE HIP HOP HISTORY.** Disponível em: <<http://www.zulunation.com>>. Acesso em 20/02/2014.

## **Música**

RACIONAIS MC'S. Finado Neguin. In: **Cores & Valores.** São Paulo: Cosa Nostra e Boogie Naípe, 2014, (2min 01seg).