

# Desempenhando atitude: uma imposição de espaço e gênero pelos *hip hoppers* brasileiros

*Derek Pardue*

*Washington University*

RESUMO: Em São Paulo, os *hip hoppers* utilizam a frase “conquistar espaço” para avaliar um evento ou o “movimento” em geral. Assim, o espaço ou território é uma categoria orgânica de análise e, ao mesmo tempo, oferece uma perspectiva sobre o *status* relativo de classe, raça, gênero e sexualidade entre os *hip hoppers*. Enquanto clamam representar a periferia, suas narrativas e, especificamente, sua expressão de “atitude”, potencialmente demonstram relações significantes entre as identidades e as práticas de cultura popular. Em minha opinião, a *performance* de *hip hop* produz críticas positivas, mas reproduz ideologias conservadoras. Meu argumento baseia-se em pesquisa de campo realizada desde 1995.

PALAVRAS-CHAVE: *hip hop*, atitude, espaço, gênero.

[A cultura] *hip hop* é sempre bonita, porque ela desafia a noção padrão Americana de como os jovens e excluídos devem ser. (*Rapper* americano Mos Def, citado em Cooper, 2004, p. 109)<sup>1</sup>

Recentemente fui assistir a um simpósio da Virada Cultural, não a de São Paulo, mas a de São Bernardo do Campo, um lugar obviamente

famoso pela política, mas também conhecido no mundo do *hip hop*. Diferentemente de seus aliados nos Estados Unidos, os *hip hoppers* brasileiros gostam – como nós acadêmicos – de se reunir e debater. Nesse belo dia, assisti entre outras a palestra de Lady Rap (Cris), fundadora do grupo Minas de Rima e ícone da cultura *hip hop* desde o começo nos anos 80.<sup>2</sup> Pessoa humilde, como quase todo praticante de *hip hop* e moradora da periferia, Cris levantou questões teóricas sobre gênero relacionadas ao *hip hop* de maneira fluida e confiante. Ela desenvolveu uma *atitude* diferente daquela que vi três anos antes, quando conversamos rapidamente no centro de São Paulo depois de um debate, e certamente distinta daquela de 1999, quando discutimos nas galerias da 24 de Maio acerca da qualidade social do *hip hop*. Cris é uma exceção mas, talvez pela recepção positiva durante o simpósio, suas idéias sejam reconhecidas como senso comum. Entre várias frases de Cris, uma que me marcou foi: “feminismo como um exercício de reflexão”.

É esse espírito que gostaria de incorporar neste artigo. Penso que *hip hop*, uma cultura expressiva de vários “elementos” e de uma filosofia explicitamente inclusiva e unificadora, representa um campo rico para “exercitar” uma reflexão sobre aspectos de identidade – no caso de minha análise, de gênero e espaço –, que revelam conceitos e práticas não somente sobre essa cultura popular de jovens da periferia, mas também sobre São Paulo e outras áreas urbanas no Brasil e nos Estados Unidos, além de outros lugares onde o *hip hop* prevalece. Seguindo o exemplo discursivo da socióloga Patricia Hills Collins e do jornalista e ativista Kitwana Bakari, afirmo que há uma “geração” *hip hop*, obviamente com suas vertentes culturais no mundo, cuja importância vai além da indústria de entretenimento e reflete um *zeitgeist* com relação ao *status* de democracia, identidade e outros ideais louvados pelas sociedades “modernas” atualmente.

O conceito de “atitude” é a base de coesão do *hip hop*.<sup>3</sup> A “atitude” é um feito de força e conhecimento. Milhares de jovens utilizam os “elementos” de *hip hop* (*rap*, DJ, grafite, dança de rua) para desempenhar sua atitude.<sup>4</sup> Sendo uma cultura de representação, o *hip hop* facilita a transferência de atitude do indivíduo ao grupo. Sugiro que os *hip hoppers* têm articulado atitude e espaço com repercussões positivas e criadoras de visões alternativas para a periferia. Quanto à questão de gênero, o processo tem sido mais lento devido à hegemonia ou, nas palavras da Cris, à “naturalização” do machismo na sociedade brasileira e, por extensão, na comunidade *hip hop*. O que não significa que os *hip hoppers* deixem o tema de gênero de lado, como se fosse esgotado ou sem valor artístico. Pelo contrário, os *hip hoppers* estão “nervosos”, ou ansiosos, para mostrar com vigor suas idéias de masculinidade.

Primeiro, tratarei do impacto do *hip hop* no sentido da periferia e da figura do marginal. Em seguida concentrar-me-ei numa linha mais psicológica, para discutir os aspectos de gênero e juventude.

## **A periferia como uma epistemologia narrada pelo marginal**

A “cidade” e a experiência urbana têm se tornado mais complexas com o tempo, pois as cidades em si têm se expandido de um modo desnivelado em áreas metropolitanas descentralizadas, onde se encontram, lado a lado, intensa densidade e vasta vacuidade (Ouroussoff, 2008). No caso de São Paulo, a “periferização”, ou espoliação nas teorias de Lúcio Kowarick (1980), tem ocorrido de uma maneira em que a porcentagem do município em relação à população inteira da metrópole vem diminuindo gradualmente nos últimos cinquenta anos (Moreira, Leme, Naruto & Pasternak, 2006; Gois, 2004). Além disso, as estatísti-

cas socioeconômicas demonstram que tal expansão coincide com um desequilíbrio mais elevado se considerarmos os condomínios fechados, cercados por múltiplos bairros operários e favelas, refletindo vários métodos de autoconstrução (Caldeira, 2000). Essa é uma prática bastante comum na periferia brasileira, que envolve um improviso arquitetônico baseado nos recursos disponíveis. Por fim, a periferização de cidades, tais como São Paulo, Rio de Janeiro, Mumbai/Novo Mumbai, Shen-Chen na China, Jakarta e Lagos indica uma presença maior da juventude nas periferias; conseqüentemente, o processo de autoconstrução de moradia atua como uma metáfora para compreendermos as articulações dos *hip hoppers* com relação à periferia enquanto lugar de identificação.

A periferia é um lugar material e uma ideologia contestada. Em termos gerais, ela é um dos mais desenvolvidos projetos na história global. No Brasil, a periferia é uma referência à autoconstrução, ao abandono do Estado e aos preconceitos sociais. Nas palavras da autora famosa e trágica, Carolina Maria de Jesus, no seu diário escrito nos anos 50 na favela do Canindé, “Eu classifico São Paulo assim: O Palácio é a sala de visita. A Prefeitura é a sala de jantar e a cidade é o jardim. E a favela é o quintal onde jogam os lixos... E quando estou na favela tenho a impressão que sou objeto fora de uso, digno de estar num quarto de despejo” (Jesús, 1960, pp. 33, 37). A favela e, por extensão, a periferia estão “no fundão” em termos literais e conceituais; elas estão “fora”. Por outro lado, a periferia como uma manifestação sociogeográfica de marginalidade é “nomeadamente parte do sistema, mas em termos de poder afetar decisões, o sistema também perde controle dela [a periferia]” (Lomnitz, 1977, p. 11).

Em geral, os brasileiros consideram a periferia um lugar perigoso, porque ela representa o avesso do moderno, cheia de criminalidade dentro do próprio espaço metropolitano, o símbolo de modernidade e progresso. A periferia é uma manifestação sociogeográfica da diferença “ne-

cessária” na formação da identidade burguesa. A dialética entre a “cultura” do litoral e a “tradição” do interior tem gerado, em grande parte, o que se denomina por história brasileira. A periferia, pois, está fora de lugar, mas, ela continua sendo o “*ponto que eu peço*”, *claramente a forragem discursiva para a cultura hip hop*.<sup>5</sup>

Sugiro que por meio de uma das vertentes mais prevalentes do *hip hop*, a periferia virou uma epistemologia. Constantemente, os *hip hoppers* avaliam seus eventos e produtos como “conquistas de espaço”. Certamente, essa frase se banalizou, mas creio que a prática de *hip hop* oferece um modelo alternativo de valor ao das corporações e do Estado. Os *hip hoppers* tentam combater a estrutura histórica de desvalorização da periferia pela especulação da indústria imobiliária e pelo investimento de capital durante o processo de urbanização em São Paulo.<sup>6</sup>

A figura que narra a periferia é o marginal. A objetificação brutal do “marginal” é o resultado variável de um sistema caótico, quebrado, da infra-estrutura municipal. Simultaneamente, o “marginal” representa um anti-herói típico do Brasil contemporâneo, o migrante sem rumo com o dom danado da fábula e uma atitude Calibanesca de revolta. O marginal é um sujeito alternativo de modernidade, um autor subalterno de uma cosmologia translocal – uma visão de mundo baseada no cotidiano e no rejeitado. Vale lembrar que os fenômenos do “marginal” e a periferia não são isolados, mas essencialmente entrelaçados no processo de modernização de cidades como São Paulo (Rolnik, Kowarick & Somekh, 1991).

A marginalidade é um mito mágico, que “exerce uma atração magnética” para aqueles engajados na política pública e nos assuntos de expressão cultural, segundo o texto escrito por Fernando Henrique Cardoso (*in* Perlman, 1976, p. xi). Como Perlman demonstrou sistematicamente no seu estudo sobre o Rio no fim da década de 60 e no primeiros anos de 70, em plena ditadura, a marginalidade funciona

como um mito poderoso porque ela emerge de uma ideologia baseada numa história destacada de “diferença” e de uma realidade empírica das políticas econômicas e da urbanização, que continua obrigando milhões de brasileiros a uma localidade heterogênea mas excluída – a periferia.<sup>7</sup>

Ao invés de me preocupar com o mito de marginalidade em si, prefiro focar no “nível cultural”, nas palavras de Paul Willis (1977), dos discursos e práticas espaciais potencialmente subversivos dos *hip hoppers*. A negociação do marginal com relação a suas chances precárias na vida cotidiana tem criado, em parte, o lugar da periferia. Os espaços dos ônibus, trens, botecos, terrenos próximos a mananciais, parques despejados, prédios abandonados, filas de espera para os serviços do Estado e as “bocas” dos becos de narcotráfico marcam a periferia como uma área de comércio alternativo fora do sistema do Estado e também como o lugar do mendigo dependente dos serviços básicos prestados pelo Estado. As práticas na política pública e as representações na mídia ligam tal espacialização da marginalização com uma definição da periferia como uma “cultura de pobreza”. Em geral, o Estado e a mídia têm fixado a periferia numa “iconicidade atemporal” representada em documentos oficiais relacionados a indicadores de “modernidade” (concernentes a, por exemplo, propriedade, salário, taxas de analfabetismo e homicídio etc.). A diversidade da cultura de *hip hop*, entre outras formas de arte e ativismo de classes operárias, questiona tal inflexibilidade e, por conseguinte, complica qualquer noção singular da periferia.<sup>8</sup>

É claro que essa perspectiva tomada como absoluta seria maniqueísta e ignoraria os projetos significativos realizados por indivíduos e grupos motivados nas secretarias de governo estaduais, municipais etc., instituições públicas e privadas, além de conglomerações da mídia, com quem os *hip hoppers* têm estabelecido uma série de programas sociais e educacionais baseados em parte na rearticulação do espaço. Por exem-

plo, em 2001, alguns membros do grupo de *hip hop* Aliança Negra, juntos com outros ativistas da comunidade no distrito de Cidade Tiradentes, na Zona Leste de São Paulo, investigaram as ruínas de um grupo de prédios da COHAB aparentemente abandonados. Depois de várias conversas com os moradores temporários, os membros da Aliança Negra conseguiram realizar um vídeo documentário sobre as condições de moradia e colecionar algumas histórias de vida dessas pessoas. Os membros negociaram com representantes do SPTV, um programa jornalístico da Rede Globo dedicado às notícias cotidianas de São Paulo, e não somente revelaram uma série de deveres e obrigações do Estado, mas também utilizaram a oportunidade para iniciar um *workshop* na comunidade sobre jornalismo e filmagem.

Como demonstra o caso da Aliança Negra, a ocupação de espaço e a “conquista” do lugar é politicamente significante. Os *hip hoppers* tentam rearticular a periferia como algo de valor para que os moradores a vejam com outros olhos. Nas palavras de James Holston, a cultura *hip hop* em São Paulo é um movimento insurgente, “um processo que é uma atuação contra, uma contrapolítica, que desestabiliza o presente e o torna frágil, desconstruindo a coerência com que ele normalmente se apresenta” (Holston, 2008, p. 34). É a coerência da “marginalidade” com que os *hip hoppers* expressam sua “insurgência” que tem provocado milhares de jovens e, por extensão, suas famílias e amigos a redefinirem *vis-à-vis* a cidade e, em particular, o poder da periferia.

Se o “marginal” se manifesta como um arquétipo de conhecimento da periferia, o que ele sabe? Vale ressaltar que a concepção de “conhecimento” afeta – se não determina – como são entendidos os atos de percepção, o juízo, a memória e a racionalização, entre outros. Por isso, quanto mais um grupo sociocultural, tal como os *hip hoppers* paulistanos, conseguem mudar ou re-situar o discurso de “conhecimento”

para incluir as coisas que eles sabem, o sentido de valor e razão consequentemente se ajustam. Isso é uma mudança epistemológica e, portanto, paradigmática.

A cultura de *hip hop* aborda as questões de “conhecimento” parcialmente em termos espaciais. Tal como De Certeau cogitou sobre as funções *fáticas* dos *flanêurs* urbanos (1984, pp. 97-110), os *hip hoppers* paulistanos têm explorado suas próprias “retóricas pedestres” em relação ao entendimento da área metropolitana e às trajetórias novas para o *hip hop*. Durante os anos 90, a maioria dos *hip hoppers* conseguiu um nível de reconhecimento mais forte e o efeito mais nítido por enfatizar uma idéia particular de localidade, uma noção extremamente literal e empírica de periferia. Com tempo e um crescimento rápido de jovens praticantes de *hip hop* com cada vez mais acesso à tecnologia informática, as divergências emergiram não somente em termos estéticos, mas também com relação ao papel e ao sentido, de fato, que a periferia deveria ter para a comunidade de *hip hop* (Pardue, 2008). Em São Paulo, a persistência do conceito “periferia” como a ideologia supostamente unificadora afeta a dinâmica territorial do *hip hop*. De fato, a perspectiva relativamente conservadora sobre “periferia” é um fator que limita a “mobilidade espacial” da cultura *hip hop* brasileira. Diferentemente de outros gêneros de música brasileira, tais como a *música sertaneja*, o *axé*, o *fórró* e até o *samba pagode*, os artistas de *hip hop* se concentram num circuito reduzido quando saem de São Paulo. Há uma base de fãs e praticantes nas cidades de Londrina, Curitiba e Porto Alegre. Podem ser incluídas também as cidades mais centrais de Brasília, Belo Horizonte e as cidades litorâneas de Santos e Rio de Janeiro. Nos últimos anos, grupos paulistanos têm viajado ao nordeste – Recife e Salvador – e surgiram alguns coletivos de *hip hop* por lá. Mesmo assim, pode-se afirmar que a grande maioria do país está fora do *imago mundi* de *hip hop*.



Dentro da área metropolitana, o/a *hip hopper* afirma sua autoridade por meio de sua experiência com o território, que então se transforma em “pontos” de narrativa nas modalidades líricas (*rap*), ambientes de som (DJ), murais públicos (grafite) e movimento corporal (dança de rua). Eles representam os pontos de cruzamento entre a arte expressiva e o urbanismo, que constituem novos sentidos da periferia e de São Paulo em geral.

Concluirei esta seção do texto com uma discussão sobre a condução no processo de conhecimento e atitude no ato de “conquistar um espaço” pelos *hip hoppers*. Eventos de *hip hop*, como quaisquer eventos sociais, são formações de desenvolvimento temporal e espacial. Os eventos em si são destaques, mas como fenômenos sociais, são processos. O prelúdio e *dénouement* de um evento são compostos de trajetórias de movimento, pois os participantes e observadores viajam, no caso do *hip hop*, cruzando a cidade. Antropólogos como José Guilherme Magnani e geógrafos como Milton Santos demonstraram em seus estudos que idéias distintas de São Paulo emergem de atividades com circuitos diferentes (Magnani, 1985, 1992; Santos, 1979). Em 2007, Caju me contou uma história que mostra um desenvolvimento – ou talvez uma imposição – do conceito de periferia por meio de uma atitude fortalecida pelo *hip hop*.

*Rapper*, produtor de fanzine, *blogger* e ativista veterano do *hip hop*, Caju foi criado e continua morando em Jardim Silvina, um bairro periférico em São Bernardo do Campo. Caju e eu nos conhecemos em 2002 durante uma sessão de “Hip Hop em Ação”, um evento mensal na Casa de Cultura Hip Hop em Diadema. A “Casa” em si representa uma conquista significativa, pois ela costumava ser um centro cultural do município. Em 1999, um grupo de ativistas de *hip hop* de Diadema, São Bernardo do Campo e São Paulo entraram em negociação para assumir

o controle e inaugurar três pequenos prédios em nome do *hip hop*. Até hoje é a única instituição, com uma sede própria, dedicada exclusivamente à cultura *hip hop* brasileira, tendo se tornado uma marca nacional para a comunidade *hip hopper*. Em 2007, o Ministério da Cultura reconheceu a Casa como um “ponto cultural” pelo projeto liderado pelo ministro Gilberto Gil.

Em 2002, Caju e eu batemos um papo sobre os fanzines. De fato, as revistas foram o motivo principal por que ele foi até a Casa. Muito embora ele seja hoje um *blogger* ávido e perceba as dificuldades logísticas das revistas impressas, Caju gosta de se lembrar daquele tempo. Como explica, sua nostalgia não é de pura emoção, mas rotina. Caju se tornou ciente de que ser “informado” (uma palavra-chave no *hip hop*) requer consciência espacial.

Talvez esteja meio folgado agora. Não penso assim realmente. Quero dizer, estou por aí, na luta. Sabe? Tenho um livro publicado e isso me faz lembrar do tempo quando era *fanzineiro* carregando as cópias de “Folhas” e “Mente” [abreviações dos títulos das revistas]. Entende, eu raramente saía do meu bairro antes do *hip hop*. Peguei alguns bicos trabalhando com vidro, trabalhando numa fábrica, fui cobrador de ônibus, mas aquilo foi diferente. Com o *hip hop* eu saí do Jardim Silvina por mim e eu prestei mais atenção nas coisas e nas pessoas ao meu redor. Senti que estava vendo os outros e eles realmente estavam indo para um lugar, no caminho para algo sério... Ser um *fanzineiro* é tudo sobre informação. Estou tentando compartilhar o que eu sei com os outros. Tinha uma atitude que estava levando meu conhecimento da periferia pra fora. Nos eventos de *hip hop* tinha muitas pessoas fazendo coisas parecidas. Eu conheci um monte de gente e me acostumei e virei craque com as ruas, os terminais, pontos de referência... Ainda tenho contatos e faço projetos com algumas das pessoas que eu conheci naquela época... Todo fim de semana a gente tomava controle

de um lugar, muitas vezes um espaço no centro de São Paulo, uma praça, uma estação de metrô, qualquer lugar, e a gente transformava aquele lugar numa coisa quase como um pedaço da periferia, no bom sentido entende... Foi temporário, mas foi importante. Tudo isso foi forte para mim e me afetou, tipo, como eu comecei a entender o jeito de fazer coisas e também aprendi como o *hip hop* pode crescer e se espalhar...

A identidade de lugar ou “*place identity*”, segundo a geógrafa britânica Doreen Massey, é “construída de movimento, comunicação e relações sociais, que sempre se estendem para além de si” (Massey, 1992, p. 14). As ligações entre transporte, conhecimento e reconhecimento não ficam ausentes com respeito aos *hip hoppers*. Os eventos no fim de semana em clubes na periferia, rádios comunitárias, centros culturais, parques públicos, festas de amigos ou nas calçadas do centro urbano sublinham uma rede espacial de cultura, um “*network*” que facilita alianças e promove o que é definido, de modo otimista, como união. Porém, a união é um ideal, uma ferramenta ideológica de persuasão.<sup>9</sup>

Até este ponto, mostrei que, na prática, o valor da cultura *hip hop*, tanto quanto o valor da cidade em si, é espacial. Os eixos de centro-periferia como esferas de distribuição socioeconômicos e reservas psicoculturais de imaginação atraem o “marginal” narrador (o *hip hopper*), o intelectual elitista (o acadêmico), o tecnocrata (o engenheiro e/ou político) e mais. Nós utilizamos esses modelos de urbanização em prol de nossas agendas práticas e de nossas articulações existenciais. Os *hip hoppers* têm percebido há bastante tempo que o conhecimento de lugar (as periferias) representa um valor na luta diária de persuadir o outro que sua existência requer um reconhecimento e uma autorização. Nesta segunda parte do texto, descreverei em mais detalhes a noção de atitude e os parâmetros atuais de *hip hop* na dinâmica de gênero.

## Atitude e gênero

*Hip hop* é uma forma de política e prazer com base na atitude. A atitude é um fenômeno sociopsicológico bastante complexo, que envolve uma tensão entre a opinião, o comportamento e o juízo. Enquanto as metáforas de economia – valor, capital e investimento – se encaixam bem na teoria social sobre espaço e poder, a linguagem de psicologia social ajuda a abordar a importância pragmática de atitude. O desenvolvimento de atitudes é um exemplo das ligações essenciais entre o corpo material e a cognição mental ou “abstrata”. Uma atitude baseia-se na avaliação de “informação social” (Niedenthal, Barsalou, Winkelman, Krauth-Gruber & Ric, 2005, p. 184), ou seja, informação emergente da relação entre interlocutores.<sup>10</sup> Além do mais, a categoria “atitude” se manifesta em ações, tais como postura, gesto e outros movimentos corporais.<sup>11</sup> Para juntar os dois conceitos, a atitude é um exemplo de cognição incorporada. Os fatores como a experiência e a percepção são cruciais no desenvolvimento e na expressão de atitude.

A atitude é uma característica adquirida, uma postura e, ao mesmo tempo, um jeito de ser, que requer uma manutenção consistente, especialmente durante os anos de adolescência na juventude. No processo de autoconhecimento, os *hip hoppers* brasileiros “desenham” ou criam seus conceitos de masculinidade e feminilidade. O que é especial sobre o *hip hop* é que os *hip hoppers* no mundo inteiro têm transformado a “atitude” num feito estético, algo para mostrar e chamar a atenção. Os jovens procuram a cultura *hip hop* porque podem impor uma linguagem “subversiva” para contra-atacar os rótulos de personalidade estruturados pelas instituições sociais, tais como a escola, os pais, a polícia, o emprego, a moradia e a aparência.

Nos Estados Unidos, a atitude funciona diferentemente se comparada ao Brasil. Lá, instituições como escolas primárias e secundárias utili-

zam a “atitude” como uma categoria de disciplina para identificar alunos “problemáticos” e para medir o desempenho objetivo dos alunos. Na prática, a “atitude” freqüentemente significa uma atitude “má”, e jovens com uma “atitude” tendem a se envolver em encrenca. Como os estudos realizados pelos acadêmicos da educação, psicólogos e sociólogos têm demonstrado, a noção de “atitude má” e “encrenca” foi estruturada historicamente por racionalizações de raça, classe e gênero (Ferguson, 2001; Kelley, 1998; Collins, 2006). Nos Estados Unidos isso significa que a “atitude” é uma coisa de pobre, negro e latino, associada, na maioria das vezes, aos meninos.

No Brasil, a “atitude” é em geral uma qualidade positiva de autoconfiança, e de que a maioria dos jovens na periferia sente falta. É como se os jovens da classe média tivessem nascido com atitude e o resto precisasse buscá-la, ou, como é dito comumente, “tomar uma atitude” com respeito a uma tarefa ou a sua vida. De fato, o *playboy* tem e desempenha atitude, mas sabe-se que, em geral, ele não precisou se esforçar diariamente para estabelecê-la. É uma questão de “capital social” (Bourdieu, 1991) ou “visibilidade social” (Soares, 2000, 2002), que requer um ato de afirmação.<sup>12</sup> No *hip hop*, a atitude é semelhante ao conceito de “informação”. É algo para ser alcançado e acumulado, pois os *hip hoppers* ligam “atitude” ao conhecimento e, por conseguinte, ao objetivo maior de ser “real” e representar a “realidade”. Relato uma experiência pessoal com um grupo de jovens numa periferia no extremo leste de São Paulo. A história se desloca entre cenas públicas (um *show*) e cenas domésticas (treinamento de postura).

No verão de 2001, visitei o que seria a última reunião da posse União Periferia, uma organização de grupos de *hip hop*. A posse realizou um *show* no sábado anterior e aparentemente havia sido um desastre. Alguém do bairro cortou a eletricidade na hora do evento e misturou voltagens diferentes, “queimando o filme” dos *rappers*. As facções já ha-

viam se formado nos meses anteriores e isso foi a gota d'água. Meu amigo DJ Lâmina me apresentou ao grupo e todos se desculparam porque sabiam que iria ser uma reunião “muito revoltada”. Conversamos então sobre o futuro e idéias para um videoclipe. Mais animado agora, o presidente, Ice, pediu para um menino buscar uma cópia de uma fita VHS com trechos do *show* e entrevistas com membros dos grupos, feitas de maneira caseira. Ice, Lâmina, Jota e eu conseguimos uma televisão e um aparelho de vídeo para assistirmos as entrevistas. Tentei tirar minhas dúvidas enquanto assistíamos à fita.

**DP:** Parece que você está procurando algo no palco? O que vocês estão tentando fazer nesta música?

**Ice:** Mano, eu só sei o que tá ao meu redor. Aí tento colocar esse sentimento numa história. É isso. É tipo um caçador procurando comida. Acho que sendo homem, a gente sempre tá meio procurando coisas para nos fortalecer.

**DP:** Por que essa cara de durão? Vi num outro trecho que no seu ensaio vocês meio treinam isso, esse olhar de raiva.

**Jota:** Talvez apareça assim, mas não é. Não é uma fachada. Você tem que entender que é difícil realizar uma música, um *show*, qualquer coisa aqui. A gente não tem nada. Tem que tomar uma atitude. Às vezes a gente não sabe por quê. A gente só sabe que a gente tá revoltado e o *hip hop* deixa a gente usar isso aí para nossa vantagem. Eu sinto um certo poder, sabe...

As imagens na fita velha aparentemente foram gravadas em cima de um filme pornográfico do tio de fulano-de-tal. Eles me disseram que esse tiozinho continua perdido no mundo da pinga.

Como em vários centros de *hip hop* no mundo, em São Paulo os jovens querem mostrar seus talentos para provar que eles são “alguém.” No sentido literal da expressão, eles querem “aparecer”. Essas questões sociais de visibilidade e capital tratam de um poder cotidiano, realizado

no ato de controlar pelo menos um momento e conseguir um espaço no palco. Este feito é entendido como algo natural para um homem, nas palavras do Ice. Seguindo essa lógica, a noção de conquista é um desenvolvimento de revolta, uma emoção geradora de um menino a caminho de ser homem.

No processo de se impor na cena social como protagonistas, os *hip hoppers* às vezes utilizam o outro, neste caso, o *boy*, ou, no sentido coletivo, a *playboyzada*. Nesta formação, os *hip hoppers* criam uma atitude por desconstruir, pelo menos no discurso, a atitude burguesa. Isso é feito para chamar a atenção explicitamente aos *boys*, a categoria, neste caso, marcada como algo sobre o que se deve refletir, os *boys* como algo não-natural, mas, sim, algo “estranho”, que requer uma explicação. Nas palavras de Mano Brown, o líder enigmático dos Racionais, grupo de *rap* brasileiro mais famoso: “*Hey boy...* Pense bem se não faz sentido. Se hoje em dia eu fosse um cara. Tão bem sucedido. Como você é chamado de superior. E tem todos na mão. E tudo a seu favor. Sempre teve tudo. E não fez nada por ninguém. Se as coisas andam mal. É sua culpa também.”<sup>13</sup> Nesta música, Mano Brown, como é o costume de muitos *rappers*, evita, na verdade, nomear e descrever o *boy*. Em vez disso, ele utiliza o *boy* como um interlocutor invasor, alguém que não foi convidado e está fora do lugar neste bairro periférico imaginário. Mano Brown e outros normalmente usam o *boy* como um objeto de contraste para se autodefinirem. O trecho acima é diferente neste aspecto e constitui uma força distinta, mesmo como uma introdução condicional (“se... eu fosse um cara...”) de desconstrução. Esta combinação de desconstruir o outro, o burguês, e usá-lo como interlocutor “negativo” fez com que a música “Hey Boy” se tornasse uma marca significativa no repertório dos Racionais MCs.

A idéia de “virar a mesa” no processo cotidiano de se identificar por marcar o outro está sempre em jogo com os moradores da periferia.

Requer uma atitude forte e a cultura *hip hop* oferece um veículo, cada vez mais reconhecido como algo legítimo, com o qual alguém pode atuar como o protagonista da música “Hey Boy”.

A história do DJ Umbigo é típica. Filho de um branco descendente de portugueses e uma negra da Bahia, Umbigo passou a infância e uma parte da adolescência sempre em transição. Morador de vários bairros periféricos da Zona Sul, sempre ao redor da Represa Billings, DJ Umbigo me contou que ele estava muito acostumado com “aquele jeito” das coisas na periferia. O pai dele, basicamente ausente, exceto nas cenas marcantes de violência doméstica que resultaram nas mudanças temporárias e precárias da mãe com seus filhos, se orgulhava de ser forte no bate-boca. Quando Umbigo fala sobre “aquele jeito”, se refere ao jeito de ser e, principalmente, o jeito de negociar, que no caso dele se reflete em suas apresentações ao toca-discos.

Eu nunca pensei duas vezes em entrar num lugar, tipo na Avenida Cupecê, uma casa noturna e falar com o dono ou gerente e tentar negociar algo para mim. Pô, o cara é sempre tipo eu, na moral. Mas, recentemente vim aqui [estávamos conversando perto da Praça da República no centro de São Paulo], para dar uma olhada nos bares novos. Alguém me falou que eles rolam noites de *soul*, música *black*, até um *rap*, *funk* de raiz, então aí eu vim para mostrar meu trabalho e aí quem sabe... Mas, aí, na hora H eu fiquei com um pé meio atrás, porque tinha todo esse pessoal diferente. Me sentia muito fora. Mas não era só isso; era também o visual do lugar, tudo novo, pintado, super chique. Sem dúvida, nas minhas primeiras tentativas, minha postura tava muito para baixo, alguém sem confiança, alguém que não sabe o que quer nem como lidar com os negócios. Parei, mano, parei mesmo e olhei meus vnis e resolvi que eu iria acreditar em mim mesmo. Tomei uma atitude de *hip hop* mesmo e logo depois consegui um contrato com aquele bar lá [Umbigo apontou para um bar “moderno”



na rua Marquês de Itu]. Bom, é temporário, cobrir as férias de alguém na equipe de som. Mas, para mim tá sendo bem legal.

A história do DJ Umbigo demonstra a força espacial na cidade em termos de classe e também um modo como os “elementos” de *hip hop* podem ser usados por um praticante ousado como ferramentas para se impor e derrubar as fronteiras simbólicas, mas certamente reais. Mesmo um praticante de *hip hop* veterano, como é o caso de Umbigo, tremeu e quase se deixou impressionar pelo *design* socioespacial dos bares “modernos” no centro de São Paulo. Isso sublinha o fato de que há uma diferença de acesso estrutural e sistemática na sociedade brasileira que se realiza no cotidiano.<sup>14</sup>

O aspecto mais óbvio sobre gênero em *hip hop* é a dinâmica de feminilidade e o papel de mulheres na cultura, especialmente com respeito à representação de “realidade”. Cito um *hip hopper* paulistano.

O problema delas [*hip hoppers* femininas] é que você nunca sabe se elas são sérias sobre o movimento. É mais provável que elas vão te trair do que lutar pela união. Sem dúvida, tem várias boas *rappers*, *B-girls*, e talvez uma DJ, mas, é muito trabalho para elas. É diferente. Nós, homens, estamos lá fazendo os negócios, criando os *beats*, pegando os ônibus para lá para cá. A gente vai nas altas horas da noite para fazer uma entrevista numa rádio... elas têm outras responsabilidades. É assim; as mulheres cantam bem, têm uma presença positiva e forte no palco, mas elas não trocam uma idéia igual a gente.

Isso foi a resposta do *rapper* Gordo quando perguntei sobre as vantagens e desvantagens de ter uma mulher num grupo de *hip hop* ou *rap*. Implícito nos pensamentos do Gordo há um grupo de pressuposições sobre a masculinidade e a feminilidade com relação às atividades coti-

dianas dentro do *hip hop*. Além disso, Gordo expressa um senso comum e, de fato, um aspecto da dinâmica do processo de identificação. A noção – e por consequência, o “*design*” de gênero – se realiza numa série de relações entre os conceitos e práticas de masculinidade e a feminilidade (Urra, 2008). São interdependentes e, muitas vezes, antagônicos. No caso do Gordo e muitos outros/as *hip hoppers*, isso gera competição e suspeição.

Como as mulheres dentro de *hip hop* se representam? A feminilidade se manifesta regularmente na figura da cantora “*back up*”. Seguindo de uma certa maneira a fórmula das duplas americanas, tais como Mary J. Blige e Method Man ou Janet Jackson e Busta Rhymes nos anos 90, os *rappers* brasileiros começaram a incluir mais mulheres nesse papel de ajudante. Normalmente, o estilo de R&B transmite a idéia de que a feminilidade em *hip hop* oferece conforto e apoio por meio de discursos de relações e uma domesticidade implícita.

Uma breve análise da música “Rosas” pelo grupo Atitude Feminina revela que, freqüentemente, as *rappers*, mesmo como protagonistas, se colocam em cena usando os estilos de “*back up*” e narrativas de apoio. Em 2005, o grupo brasiliense empatou em primeiro lugar nos prêmios Hutúz na categoria de “Demo Feminina”. A música premiada conta a história da violência masculina contra a mulher no cotidiano e consiste de letras extensas e detalhadas com seqüências sonoras repetidas. O que é marcante nessa música em termos de estilo é que ela soa como uma balada romântica. O tempo é relativamente lento e as batidas são suaves, sem o costureiro *beat* pesado, por exemplo. A melodia etérea e quase espiritual do refrão cria um sentimento de coesão, e o ouvinte rapidamente percebe que a narrativa é contada como uma memória póstuma. A narradora nos leva numa jornada enquanto lembra seu relacionamento tumultuoso com seu homem, passando do encantamento ao amor,

do abuso familiar à violência, das cenas de tráfico à gravidez, e, finalmente, da frustração com seu homem à morte pelo namorado brutal.

“Rosas” começa com uma narração de tom jornalístico, dando uma série de estatísticas sobre a violência doméstica. A música termina com a mesma voz explicando a legislação atual que protege as vítimas. Essas informações enquadram a narrativa de “Rosas”, mas contrastam de forma estética com a poesia convencionalmente lírica. A protagonista, na voz da *rapper* Aninha, lembra do cheiro do perfume do homem e o sentimento aconchegante de tê-lo por perto. Ela recorda que achava que a gravidez iria “resultar numa paz” em sua vida; recorda também da saudade que sentia pelo namorado quando este estava na cadeia por dois anos.

Na verdade, a narrativa não demonstra nenhum tipo de agência. A vida da protagonista é um resultado das ações dos outros. Enquanto o grupo Atitude Feminina oferece uma história importante sobre as condições cotidianas de muitas brasileiras, qualquer semelhança com “atitude” presente na música emerge como um resíduo dos atos e decisões de homens. O poder na formação narrativa da música “Rosas” se alinha com o modelo de “poder-como-dominação”, segundo o qual o poder emerge na forma de sistemas de opressão, no caso de “Rosas”, principalmente o machismo. Neste modelo, a esperança dos subalternos/as é a redistribuição de poder pelos grupos mais privilegiados.

Em minha opinião, a história da música “Rosas” poderia ter sido contada de uma maneira mais feminista, no sentido de uma agência pró-ativa, se os eventos cotidianos fossem relatados num modelo que focalizasse os recursos possíveis e a mobilização social, que obviamente fazem parte de cenas como as de “Rosas”. Podemos ver que, mais recentemente, alguns grupos de *rap*, na categoria de “*rap* feminino”, têm feito algo nesta linha de “poder como a mobilização de recursos”. Cito o exemplo da música “Afronordestina” do grupo homônimo que ganhou o prêmio

Hutúz na categoria de “Demo Feminino” em 2007, na qual as *rappers* enfatizam o “eu” na ação da narrativa sobre os problemas de machismo no cotidiano na periferia da cidade de João Pessoa, Paraíba.

Mesmo assim, minha experiência com centenas de praticantes de *hip hop* é que, na grande maioria, a feminilidade é um conceito parcial. Os valores e tendências preconcebidos de ser mulher impedem-nas de participar completamente da cultura *hip hop*. A ligação entre elas e a “realidade” indicada acima, em termos de transporte à noite, mundo de negócios e produção de som, deixa a desejar na visão machista. Os homens de *hip hop* vêem as mulheres como provedoras “fracas” de “informação”. Por depender quase exclusivamente de sua imagem, tom de voz e movimento corporal (“presença” nas palavras do Gordo), as mulheres de *hip hop* tendem a ser vistas como objetos de beleza, um valor que necessita de “proteção”.<sup>15</sup> Com isso, os *hip hoppers* masculinos reforçam uma noção geral de masculinidade brasileira dentro do paradigma de patriarcado.<sup>16</sup>

Construído como relações macho-fêmea, esferas públicas-privadas e um grupo de afinidades “naturais”, o gênero é um discurso ativo e até “nervoso” na comunidade *hip hop*. O que diferencia a mediação de gênero daquela de raça e classe é que os *hip hoppers* brasileiros aparecem menos comprometidos a radicalizar gênero como parte do projeto geral de transformação social.<sup>17</sup> Talvez não seja uma falta de compromisso, mas apenas uma falta de “consciência” de como o *hip hop* é sempre um ato de gênero em primeiro lugar e, por conseguinte, um aspecto significativo do suposto “sistema” contra o qual os *hip hoppers* pretendem lutar.

## Conclusão

Para concluir, enquanto os americanos têm desenvolvido uma estratégia de mercado voltada a espalhar o *hip hop* não somente para além da “quebrada”, do bairro e da cidade, conquistando o subúrbio e até a área rural, além dos espaços banais como supermercados Wal-Mart, os brasileiros, na grande maioria, têm se concentrado nos temas de “periferia” e “marginalidade” como uma epistemologia; um caminho real e íntimo para compreender o mundo e, mas importante, para impor suas filosofias aos outros. O que é São Paulo para eles é integralmente imposto pela periferia, narrado pelo sujeito do “marginal”.

A “atitude” de gênero tem sido menos radical na prática, mas de qualquer forma mostra mais uma diferença cultural entre os gringos e os brasileiros. Enquanto os *hip hoppers* americanos buscam transformar a noção de “mã” e “encrença” em idéias positivas e um discurso gostoso de rimar, os brasileiros querem provar que eles, de fato, *têm* uma atitude. Em geral, o feminismo no *hip hop* brasileiro demonstra seus limites por meio de um discurso de “inclusão”, e não de crítica epistemológica. *Hip hop*, de modo geral, é uma prática homosocial, que envolve a produção de masculinidade através da interação entre os homens. Os cruzamentos entre machismo e o patriarcado decifram a feminilidade como um resíduo dessa prática.

Certamente, há exceções e, ao longo de minha experiência, tenho observado uma mudança significativa entre os *hip hoppers*, alguns só na retórica e outros de maneira mais profunda, percebendo que a questão de gênero no *hip hop* não é só sobre o número de mulheres no movimento, mas envolve uma reflexão, lembrando as palavras de Cris, a Lady Rap, na abertura deste artigo, sobre a masculinidade e o processo geral de um jovem se tornar adulto.

Como estudiosos engajados no mundo, precisamos prestar atenção a culturas expressivas e populares como a de *hip hop*, porque elas atuam como um veículo para que milhares – e mundialmente milhões – de pessoas possam sentir que são alguém. Além de ser um elemento de auto-estima, o *hip hop* se manifesta espacialmente em instituições como a Casa de Cultura Hip Hop em Diadema, no sentido sociogeográfico da cidade. Neste texto tentei descrever o processo utilizando uma palavra-chave do movimento e da academia: a “atitude”. Os *hip hoppers* têm articulado a complexidade desse conceito com vigor, isto é, que a atitude é constituída de uma série de atos para que cada um se imponha enquanto cidadão ativo, e não passivo.

## Notas

- <sup>1</sup> Os textos utilizados neste ensaio foram consultados em sua língua original. As traduções para o português são de minha responsabilidade.
- <sup>2</sup> Todos os nomes usados neste texto, com exceção de artistas mais públicas como Lady Rap e Mano Brown, são pseudônimos.
- <sup>3</sup> Agradeço os comentários dos participantes do 1º Simpósio Internacional Diálogos Brasil - Estados Unidos, realizado na USP em 2008. Mais especificamente, agradeço as colocações de Kibe, Sylvia Caiuby, Ronaldo e John Collins, que foram importantes nas minhas reflexões sobre a diversidade de “atitude”, “periferia” e “território”. Obviamente, ao mesmo tempo que reconheço o apoio dessas pessoas, eu me responsabilizo por quaisquer afirmações neste texto sujeitas à crítica.
- <sup>4</sup> Segundo o King Afrika Bambaataa, fundador da Zulu Nation no bairro nova-iorquino de South Bronx, existe um “quinto elemento”, que envolve o reconhecimento do valor do outro e o espírito de inclusão social de *hip hop*. Este “elemento” é bem conhecido entre os *hip hoppers* brasileiros, sobretudo porque o Bambaataa tem visitado Brasil e, em especial, a Casa de Cultura Hip Hop em Diadema, pelo menos quatro vezes desde 1999. Além disso, o ativista mais respeitado na comuni-

dade de *hip hop* brasileira, King Nino Brown, sempre prega o “quinto elemento” quando se apresenta em palestras aos jovens.

- <sup>5</sup> Esta frase é parte da música “Vida Loka” gravada em 2002 pelos Racionais MCs, o grupo de *rap* mais famoso no Brasil.
- <sup>6</sup> Para maiores informações sobre o processo de urbanização, especulação e exclusão social em São Paulo, veja os estudos de Rolnik, Kowarick e Somekh (1991), Maricato (1979), Sachs (1999), Caldeira (2000) e Campos, Pochman, Amorim & Silva (2004).
- <sup>7</sup> Veja o resumo dos estudos sociológicos e antropológicos sobre o conceito de “marginal” de Perlman (1977, pp. 91-131).
- <sup>8</sup> Para uma análise dos diferentes conceitos de localidade e práticas culturais expressivas, veja o caso entre o Estado boliviano e os grupos étnicos heterogêneos dos Yureños, em Bigenho (2000). Ela argumenta que é por meio das práticas musicais no Carnaval que se pode captar as diferenças conceituais entre o espaço e a identidade.
- <sup>9</sup> Para maiores informações sobre o conceito de “união” na comunidade *hip hop*, veja o trabalho do DJ TR (2007).
- <sup>10</sup> A criação ou “desenho” (*design*) de atitudes acontece em ambientes solitários também, e esses processos são ligados à manifestação de atitude em cenários públicos; para o argumento específico deste artigo, concentro-me porém nas dimensões de atitude demonstradas nas esferas explicitamente sociais.
- <sup>11</sup> A partir do momento em que a “atitude” é concebida como algo material e empírico, pode-se racionalizar o processo de estereótipos de gênero. Portanto, pode-se seguir a lógica dos estereótipos, tais como o olhar e a aparência de homem e mulher. Eles são reproduzidos na forma de produtos no mercado, seja nos meios de comunicação, na linguagem cotidiana ou na indústria de moda. No caso do *hip hop*, pode-se ver como os “elementos” são entendidos em termos de gênero por causa da “materialidade” de um toca-disco, por exemplo. Na lógica comum no *hip hop*, a força física necessária para carregar, montar e até mexer com os toca-discos marca esses aparelhos como instrumentos “masculinos”. Para um resumo sobre a ligação entre gênero e o estereótipo no contexto brasileiro, veja os cadernos da CECE, Conselho Estadual da Condição Feminina, especialmente o n. 4, de 1994.
- <sup>12</sup> Veja também Novaes (1996) para uma análise da estética visual dos “exclusivas e excluídos”. Quanto aos Estados Unidos, a socióloga Patricia Hills Collins afirma que a juventude negra está simultaneamente ignorada e hipervisível na mídia.

Conseqüentemente, “eventos públicos, passadas numa época crítica na vida, usualmente definidas nos anos de juventude, podem produzir um grupo de atitudes para toda uma geração que persistem na vida inteira.” (Collins, 2006, p. 4).

- <sup>13</sup> Estas letras são da música “Hey Boy”, de 1993, dos Racionais MCs. Consultei as letras no *site* [www.bocada-forte.com.br](http://www.bocada-forte.com.br) em julho de 2008.
- <sup>14</sup> Membros de várias classes, mas principalmente os da classe média e as elites dos Estados Unidos e do Brasil, continuam, em sua grande maioria, acreditando que o indivíduo determina seu futuro. No caso do Brasil, veja-se o texto de Novaes (1996), e no caso dos Estados Unidos, as declarações recentes de Phil Gramm (ex-senador e principal apoiador de John McCain na sua campanha à presidência em 2008) sobre as reclamações do público americano quanto à economia (<http://religionblog.dallasnews.com/archives/2008/07/phil-gramm-mccain-adviser-tell.html>).
- <sup>15</sup> Veja Collins (2006, pp. 55-72) para uma descrição dos discursos como a necessidade de “proteger” as mulheres como ícones da nação ou grupo coletivo.
- <sup>16</sup> Para uma breve história de “família patriarcal” no Brasil, veja-se Dias (1992) e Álvarez (1990). Para um estudo mais narrativo e de alcance popular, recomendo o trabalho de Cuschnir (1995).
- <sup>17</sup> Veja Pardue (2004) para uma análise de raça, ou melhor “racialização”, na cultura *hip hop* paulistana.

## Bibliografia

ÁLVAREZ, S.

1990 *Engendering Democracy in Brazil*, Princeton University Press.

BIGENHO, M.

2000 Sensing Locality in Yura: Rituals of Carnival of the Bolivian State, *American Ethnologist*, vol. 26(4): 957-980.

BOURDIEU, P.

1991 *Language and Symbolic Power*, Harvard University Press.



- CALDEIRA, T.  
2000 *City of Walls*, Berkeley, University of California Press.
- CAMPOS, A.; POCHMAN, M.; AMORIM, R.; SILVA, R. (orgs.)  
2004 *Atlas da exclusão social no Brasil*, São Paulo, Cortez.
- CERTEAU, M.  
1984 *The Practice of Everyday Life*, Berkeley, University of California Press.
- COLLINS, P.  
2006 *From Black Power to Hip Hop: Racism, Nationalism, and Feminism*, Philadelphia, Temple University Press.
- COOPER, M.  
2004 *Hip Hop Files: Photographs 1979-1984*, New York, From Here to Fame.
- CUSCHNIR, L.  
1995 *Masculino: como ele se vê*, São Paulo, Saraiva.
- DIAS, M.  
1992 *Vivendo em Família*, Rio de Janeiro, Moderna.
- DJ TR  
2007 *Hip-Hop Acorda*, Rio de Janeiro, Aeroplano.
- FERGUSON, A.  
2001 *Bad Boys: Public Schools in the Making of Black Masculinity*, Ann Arbor, MI, University of Michigan Press.
- GOIS, A.  
2004 “Maioria não quer deixar a favela diz estudo”, *Folha de S. Paulo*, 15 ago.
- HOLSTON, J.  
2008 *Insurgent Citizenship: Disjunctions of Democracy and Modernity in Brazil*, Princeton: Princeton University Press.

DEREK PARDUE. DESEMPENHANDO ATTITUDE...

JESÚS, C.

1960 *Quarto de despejo; Diário de uma favelada*, São Paulo, Francisco Alves.

KELLEY, R.

1998 *Yo Mama's Dysfunctional!: Fighting the Cultural Wars in Urban America*, Boston, Beacon Press.

KOWARICK, L.

1980 *A espoliação urbana*, Rio de Janeiro, Paz e Terra.

LOMNITZ, C.

1977 *Networks and Marginality: Life in a Mexican Shantytown*, New York, Academic Press.

MAGNANI, J. G. C.

1985 "Espaço e debates", *Revista de Estudos Regionais e Urbanos*, vol. 6(17): 127-130.

1992 "Quando o campo é a cidade: fazendo antropologia na metrópole", in MAGNANI, J. G. C. *Na Metrópole*, São Paulo, Edusp, pp. 15-53.

MARICATO, E.

1979 "Autoconstrução, a Arquitetura Possível", in MARICATO, E. (ed.), *A produção capitalista da casa (e da cidade) no Brasil industrial*, São Paulo, Alfa Omega, pp. 71-93.

MASSEY, D.; DENTON, N. A.

1992 "A place called home", *New Formations*, vol. 17: 3-15, Summer.

MOREIRA, A.; LEME, M.; NARUTO, M.; PASTERNAK, S.

2006 *Intervenção em cortiço: Análise de uma experiência didática*, São Paulo, FAU-USP.

NIEDENTHAL, P.; BARSALOU, L.; WINKIELMAN, P.; KRAUTH-GRUBER, S.; RIC, F.

2005 "Embodiment in Attitudes, Social Perception, and Emotion", *Personality and Social Psychology Review*, vol. 9(3):184-211.

- NOVAES, S.  
1996 "Exclusivas e excluídos", in *Etnografia e imagem*, Tese (Livre Docência), São Paulo, Universidade de São Paulo.
- OUROUSOFF, N.  
2008 "The New, New City", *New York Times*, Magazine Section, June 8.
- PARDUE, D.  
2004 "Putting *Mano* to music: The mediation of race in Brazilian rap", in *Ethnomusicology Forum*, vol. 13 (November): 253-286.  
2008 *Ideologues of Marginality in Brazilian Hip Hop*, New York, Palgrave.
- PERLMAN, J.  
1977 *The Myth of Marginality: Urban Poverty and Politics in Rio de Janeiro*, Berkeley, University of California Press.
- ROLNIK, R.; KOWARICK, L.; SOMEKH, N.  
1991 *São Paulo: crise e mudança*, São Paulo, Brasiliense.
- SACHS, C.  
1999[1990] *São Paulo: Políticas Públicas e Habitação Popular*, São Paulo, Edusp.
- SANTOS, M.  
1979 *The Shared Space: The Two Circuits of the Urban Economy in Underdeveloped Countries*, New York, Methuen.
- SOARES, L.  
2000 *Casaco de general; 500 dias no front da segurança pública do Rio de Janeiro*. São Paulo, Companhia das Letras.  
2002 *Ônibus 174*, Comentários no filme, José Padilha e Felipe Lacerda (dirs.).
- URRA, F.  
2008 [no prelo] "A construção social das masculinidades e o trabalho com homens nas políticas públicas de gênero", ONG Entre Nós - Assessoria, Educação e Pesquisa em Gênero e Raça e a Prefeitura de Santo André.

DEREK PARDUE. DESEMPENHANDO ATTITUDE...

WILLIS, P.

1977 *Learning to Labour: How Working class kids get working class jobs*, New York, Columbia Press.

WINKIELMAN, P.; BERNSTON, G.; CACIOPPO, J.

2001 "The psychophysiological perspective on the social mind", in TESSER, A.; SCHWARZ, N. (eds.), *Blackwell Handbook of Social Psychology: Intraindividual Processes*, Oxford, England, Blackwell, pp.89-108.

### Discografia

RACIONAIS MCs

2002 "Vida Loka", no disco *Nada Como um Dia Após o Outro Dia*, Zambia Records.

ABSTRACT: In São Paulo hip hoppers utilize the phrase "*conquistar espaço*" ubiquitously to evaluate a hip hop event or the "movement" as a whole. Thus, space is an organic category of analysis and one, I argue, that provides insight into the relative status of class, race, gender and sexuality among hip hoppers. Since hip hoppers often claim to represent the *periferia*, their narratives and particularly their expression of *atitude* potentially demonstrate significant relationships between youth and working-class identities and popular cultural practices. In my opinion, hip hop performance is both productively critical and disappointingly conservative. I draw from several years of ethnographic fieldwork since 1995 to demonstrate my argument.

KEY-WORDS: Hip Hop, Attitude, Space, Gender.

Recebido em agosto de 2008. Aceito em dezembro de 2008.