

ESCOLA DE COMUNICAÇÃO, ARTES E DESIGN - FAMECOS  
CURSO DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA

PIETRA MOREIRA ALVES

**A DINÂMICA DA CULTURA HIP-HOP NO RIO GRANDE DO SUL:  
PERTENCIMENTO E IDENTIDADE CULTURAL EM CONTEXTOS SOCIAIS  
DIVERSOS A PARTIR DO FESTIVAL RAP IN CENA**

Porto Alegre  
2024

GRADUAÇÃO



Pontifícia Universidade Católica  
do Rio Grande do Sul

PIETRA MOREIRA ALVES

**A DINÂMICA DA CULTURA HIP-HOP NO RIO GRANDE DO SUL:  
PERTENCIMENTO E IDENTIDADE CULTURAL EM CONTEXTOS SOCIAIS  
DIVERSOS A PARTIR DO FESTIVAL RAP IN CENA**

Monografia apresentada para obtenção do  
título de Bacharel em Publicidade e  
Propaganda pela Pontifícia Universidade  
Católica do Rio Grande do Sul.

Orientadora: Prof<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup>. Rosângela Florczak

Porto Alegre

2024

## EPÍGRAFE

"O hip-hop é minha arma, minha cultura, minha alma. É o que me faz acreditar na igualdade e lutar pelos meus ideais."

- Racionais MCs

## **AGRADECIMENTOS**

Gostaria de começar esta parte agradecendo aos meus pais, Cláudia Lúcia e Otávio André, pela presença firme, pelas dicas constantes, pelo apoio ininterrupto e pela oportunidade que me proporcionaram ao cursar a graduação em uma faculdade privada. Registro aqui meu imenso agradecimento por sempre colocarem minha educação em primeiro lugar e por me mostrarem que a dedicação é capaz de nos levar aonde desejamos.

O percurso para escrever este artigo não foi fácil. A construção deste trabalho foi um dos maiores desafios pelos quais já passei, mas também foi um dos momentos em que mais pude contar com aqueles que gosto de chamar de "minhas pessoas". Em meio a tantas adversidades devido à crise climática no Rio Grande do Sul, me ancorei na força que minha família sempre demonstrou para dar continuidade ao documento que marca o encerramento deste ciclo.

Aos que mais celebram minhas conquistas e que fazem meu coração transbordar de amor — minha família, de todos os lados, aos Moreiras e aos Alves —, esta é mais uma conquista nossa. Em especial, agradeço aos meus avós, Carmem Maria e Dirnei Alves, meus maiores exemplos e referências vivas, e em memória, à minha avó Terezinha Carmem, que certamente usaria um colar de pérolas para celebrar este momento.

Aos meus amigos, que muito me escutaram, aconselharam e apoiaram, meu muito obrigada. A cada etapa concluída ao lado deles, percebo como é gratificante saber que existem pessoas que vibram por nós. Em especial, à Julia Fagundes e Yasmin Batisti, que compartilharam comigo a jornada da graduação e incontáveis noites em claro para a entrega de trabalhos.

Com muito carinho, deixo aqui também meu agradecimento à minha orientadora, Rosângela Florczak, que soube, com palavras pontuais, transformar a orientação em uma fase de crescimento pessoal gradual. Aprendi com ela que a pesquisa é como um belo tecer e nada melhor do que encantar com conhecimento.

## RESUMO

O presente trabalho de conclusão de curso visa investigar a influência da cultura hip-hop no Rio Grande do Sul, a partir do Festival Rap In Cena, como uma identidade cultural que conecta diferentes gerações e transcende diversos contextos sociais. Para atender esse objetivo realiza-se pesquisa exploratória, entrevistas em profundidade com figuras-chave, combinadas a análise de documentos relevantes. Explorando como esta cultura é muito mais do que um movimento artístico; é um fenômeno cultural global que se manifesta de diversas maneiras, percebe-se como o contexto brasileiro, permitiu que o hip-hop encontrasse terreno fértil para se desenvolver como uma expressão de resistência, inclusão e afirmação social. O Rio Grande do Sul, em particular, tornou-se um cenário significativo para a disseminação e evolução dessa cultura. Ao examinar a contribuição da publicidade para expansão do movimento pelo Rap In Cena constatou-se que além de assim gerar maior alcance, a comunicação promove um senso de pertencimento e identidade cultural. Esta pesquisa evidencia o papel do Rap In Cena na construção e na consolidação de uma identidade hip-hop no Rio Grande do Sul.

**PALAVRAS-CHAVE:** hip-hop, identidade cultural, Festival Rap In Cena, pertencimento, publicidade e propaganda.

## **ABSTRACT**

The present course completion work aims to investigate the influence of hip-hop culture in Rio Grande do Sul, from the Rap In Cena Festival, as a cultural identity that connects different generations and transcends different social contexts. To meet this objective, exploratory research is carried out, in-depth interviews with key figures, combined with the analysis of relevant documents. Exploring how this culture is much more than an art movement; It is a global cultural phenomenon that manifests itself in different ways, it is perceived how the Brazilian context has allowed hip-hop to find fertile ground to develop as an expression of resistance, inclusion and social affirmation. Rio Grande do Sul, in particular, has become a significant setting for the spread and evolution of this culture. When examining the contribution of advertising to the expansion of the movement for Rap In Cena, it was found that in addition to generating greater reach, communication promotes a sense of belonging and cultural identity. This research highlights the role of Rap In Cena in the construction and consolidation of a hip-hop identity in Rio Grande do Sul.

**KEYWORDS:** hip-hop, cultural identity, Festival Rap In Cena, belonging, advertising and promotion.

## LISTA DE FIGURAS E QUADROS

<b>Figura 1</b> - Convite para a primeira festa do DJ Kool Herc <i>Back to School JAM</i> e imagem da fachada do prédio no Bronx, em Nova Iorque, tido como berço do hip-hop .....	14
<b>Figura 2</b> - Imagem ilustrativa exemplificando o <i>phygital</i> como parte do ambiente omnichannel .....	39
<b>Figura 3</b> - Placa do Museu do Hip-Hop de Porto Alegre sobre o hip-hop no Rio Grande do Sul .....	40
<b>Figura 4</b> - Arte de divulgação do evento Rap In Cena disponível no Facebook da <i>New Island</i> .....	47
<b>Figura 5</b> - Foto do show do Djonga no palco principal da edição de 2022 do Festival Rap In Cena .....	50
<b>Figura 6</b> - Fotos de duas versões das camisetas assinadas por Rap In Cena, Budweiser e produzidas pela fábrica da LRG Brasil.....	51
<b>Figura 7</b> - Gráfico que apresenta a teoria da Cauda longo .....	54
<b>Figura 8</b> - Guindaste misterioso na Orla do Guaíba .....	55
<b>Quadro 1</b> - Perfil dos entrevistados .....	44
<b>Quadro 2</b> - Estratégias de comunicação adotadas e resultados .....	76

## SUMÁRIO

<b>1. INTRODUÇÃO.....</b>	<b>8</b>
<b>2. CULTURA HIP-HOP – ORIGENS E EXPANSÃO.....</b>	<b>12</b>
2.1 ORIGENS, SENTIDOS E IDENTIDADE DO HIP-HOP.....	13
2.2 CHEGADA DO HIP-HOP NO BRASIL.....	19
<b>3. PERTENCIMENTO E IDENTIDADE CULTURAL.....</b>	<b>24</b>
3.1 O TRÁFICO NEGREIRO NO BRASIL.....	24
3.2 INTERFERÊNCIA DA CULTURA BRASILEIRA NO MOVIMENTO HIP-HOP.....	29
3.3 CHEGADA DO HIP-HOP NO SUL DO PAÍS.....	36
3.4 A PUBLICIDADE NO CONTEXTO DE EVENTOS E FESTIVAIS.....	42
<b>4. O ECOSISTEMA GERADO PELO FESTIVAL RAP IN CENA.....</b>	<b>45</b>
4.1 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS.....	45
4.2 ORIGEM E HISTÓRIA DO MAIOR FESTIVAL DE CULTURA HIP-HOP DA AMÉRICA LATINA.....	47
4.3 ESTRATÉGIAS DE COMUNICAÇÃO PARA EXPANSÃO DO FESTIVAL.....	54
<b>5. MAIS QUE UM FESTIVAL – DESENVOLVIMENTO DE UMA IDENTIDADE CULTURAL.....</b>	<b>58</b>
5.1 MANIFESTAÇÕES DO HIP-HOP EM CONTEXTOS SOCIAIS DIVERSOS..	58
5.2 FESTIVAL RAP IN CENA E O ECOSISTEMA CULTURAL.....	66
5.3 PUBLICIDADE E A EXPANSÃO DO MOVIMENTO HIP-HOP A PARTIR DO FESTIVAL RAP IN CENA.....	72
<b>6. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....</b>	<b>77</b>
<b>REFERÊNCIAS.....</b>	<b>83</b>
<b>APÊNDICE A - ENTREVISTAS.....</b>	<b>89</b>

## 1. INTRODUÇÃO

O Brasil é reconhecido como um país multicultural devido à sua ampla diversidade social, cultural e étnica. Essa peculiaridade é reflexo das diferentes misturas de povos, como também, é resultado de uma complexa história de combinações e influências indígenas, africanas, europeias e asiáticas que formaram a nação ao longo dos séculos. Essa diversidade se manifesta em cada estado e região do país, de forma variada, evidenciando uma gama de identidades culturais locais.

Percebe-se que cada região do Brasil representa uma diversidade de relações e significados que contribuem para a formação de uma identidade cultural. Um exemplo disso pode ser observado na relação entre o estado do Rio Grande do Sul e o cenário do Hip-Hop. O Estado vem se destacando como um exemplo de entrelaçamento com a cultura hip-hop no Brasil. Esta cultura não apenas se estabeleceu como uma forma de expressão artística, mas também como espaço de transformação social e construção de identidade. O Festival Rap In Cena se destaca como um evento central nessa dinâmica, reunindo diferentes vozes e experiências dentro do cenário gaúcho.

Este entrelaçar de culturas é a inquietação inicial desta pesquisa que tem como objeto de investigação o movimento Hip-Hop no Rio Grande do Sul, sua evolução ao longo do tempo por meio de manifestações culturais que ultrapassam barreiras e agregam diferentes vozes em uma perspectiva de diversidade social e cultural. Ao entender essa dinâmica, é possível apreciar a profundidade cultural do hip-hop na região e observar seu impacto significativo em contextos sociais diversos do estado.

A evolução do movimento ao longo do tempo permitiu que, no Brasil, o hip-hop completasse 50 anos em 2023. Ao longo de sua jornada vem influenciando, globalmente, culturas e expressões artísticas. É considerável destacar que o berço dessa caminhada surgiu em Nova Iorque, no bairro do Bronx, por meio das bagagens musicais dos moradores de diversas origens da região. Em seu primórdio, o hip-hop era composto por quatro elementos: a batida, por quem toca; o rap, por quem canta; o grafite, pela arte visual e a dança, por meio do *breaking* (Stumpf, 2022). Após certo período, foi acrescentado por Afrika Bambaataa, o elemento chamado conhecimento. Tal

componente auxiliou a caracterizar o movimento hip-hop como instrumento de transformação, mas também como uma cultura com embasamento teórico (Fonseca, 2021).

Quando o hip-hop chegou ao Brasil, na década de 1980, vivia-se o início da disseminação de informações por meio de computadores pessoais e pela Internet. Embora essas tecnologias ainda estivessem em estágios iniciais de desenvolvimento e não fossem tão amplamente difundidas como são hoje, a cultura das ruas foi abraçada e disseminada facilmente, considerando os poucos recursos de maior alcance da época. Atualmente, o hip-hop vem ganhando cada vez mais espaço no sul do Brasil e criando uma verdadeira dinâmica de adoração através das mensagens que educam e inspiram seguidores.

A repercussão do movimento hip-hop ultrapassa a música, intervindo na moda, na arte, na linguagem e no comportamento das pessoas. Além disso, o hip-hop é um fenômeno cultural abrangente que impulsiona uma ampla variedade de atividades de consumo, consolidando sua posição como uma potência multifacetada na sociedade moderna.

Para além do que já se sabe sobre a cultura hip-hop e do que se encontra no banco de dados sobre essa temática, neste estudo, a inquietação da pesquisadora surge da busca em compreender mais sobre a dinâmica Hip-Hop no Rio Grande do Sul, percebendo por meio do festival Rap In Cena, a influência da cultura hip-hop do estado como identidade cultural que conecta diferentes gerações e transcende diversos contextos sociais. No entanto, para essa discussão, ainda não há explicações científicas. Por esse motivo, é importante compreendermos como se constituiu a dinâmica deste processo e como ele vem impactando as comunidades gaúchas.

Sendo assim, o estudo tem como objetivo geral: investigar a influência da cultura hip-hop no Rio Grande do Sul, a partir do Festival Rap In Cena, como uma identidade cultural que conecta diferentes gerações e transcende diversos contextos sociais. Os objetivos específicos, foram definidos: (1) Compreender as manifestações do movimento hip-hop em contextos sociais diversos; (2) Entender como o Festival Rap In Cena interfere no ecossistema cultural da capital gaúcha; (3) Apresentar a contribuição da publicidade para a expansão do movimento hip-hop a partir do Festival Rap In Cena.

Considerando a temática, as pesquisas de estado da arte foram feitas usando as palavras chaves: hip-hop, identidade cultural, Festival Rap In Cena, pertencimento e publicidade e propaganda. Com bases de dados no Google Acadêmico, sites do Governo do Estado do Rio Grande do Sul e da Prefeitura de Porto Alegre. Como meio do levantamento de dados destacam-se estudos que descrevem a chegada do hip-hop no Brasil, porém poucos são os casos que adentram especificamente no Rio Grande do Sul e muito menos a visão dos efeitos e sentimentos que o hip-hop é capaz de gerar em seus adoradores. No que tange ao festival Rap In Cena, objeto de estudo do presente trabalho, são menores ainda as informações e nenhuma pesquisa científica específica foi encontrada a esse respeito.

Desse modo, a autora se propõe a adentrar, ainda mais, na história do hip-hop e abordar como ela vem afetando a sociedade gaúcha causando tamanho pertencimento e representatividade no movimento e no repleto acervo do Museu do Hip-Hop do RS.

A pesquisa adota uma abordagem exploratória, iniciando com a revisão bibliográfica detalhada nas obras denominadas de: A Pedagogia Hip-Hop (Dias, 2019); O Fascismo da Cor (Sodré, 2023) e Do Black Power ao Hip-Hop: racismo, nacionalismo e feminismo (Collins, 2023). Articula-se, também, na pesquisa de campo, entrevistas em profundidade com figuras-chave da comunidade hip-hop e organizadores do festival, combinadas a análise de documentos relevantes do Grupo Austral e do Rap In Cena. Esta metodologia integrada proporciona dados sobre as dinâmicas culturais e sociais do hip-hop no contexto gaúcho, destacando o Festival Rap In Cena como força para disseminação do movimento.

Ao explorar a cultura no contexto específico do Rio Grande do Sul proporciona-se uma oportunidade para aprofundar o entendimento sobre como as identidades culturais são moldadas e comunicadas através da arte, música, dança e outras formas de expressão criativa. Este estudo desafia a compreensão das dinâmicas de uma cultura compartilhada, oferecendo uma perspectiva sobre o poder da comunicação e da cultura na sociedade, essencial para carreiras na área de Publicidade e Propaganda.

Esta pesquisa está organizada em cinco capítulos. O primeiro, que compõe esta introdução, apresenta o problema de pesquisa, delinea os

objetivos e define a base do estudo. O segundo capítulo apresenta a origem do movimento hip-hop, até sua chegada no Brasil. Para composição do capítulo usa-se as principais contribuições dos autores: Rose (2008), Collins (2023), Gilroy (2001), Leal (2007) e Postali (2011).

O terceiro capítulo explora o pertencimento e a identidade cultural dentro do hip-hop, investigando também as conexões ancestrais das comunidades que deram origem ao movimento nos anos 1980, em Nova Iorque, e suas semelhanças com o Brasil. Este capítulo aborda o impacto do tráfico negreiro no país e as diversas influências culturais de cada região brasileira. Autores fundamentais para esta discussão incluem Schwartz (2003), Silva (2014) e Pinsky (2000), que contextualizam o tráfico negreiro no contexto brasileiro.

Adentrando as interferências culturais do Brasil no movimento, os principais autores citados foram: Sodré (1988), Ricoeur (2006), Bonfim (2019) e Silva (2023). Sobre a chegada do hip-hop no Brasil, as heranças culturais e históricas do movimento, as principais bases vieram de: Gonçalves (2005), Torres (2008), Ferreira (2018) e Santos (2023).

No quarto capítulo descrevem-se os procedimentos metodológicos adotados e o objeto da análise, que consiste no estudo do Festival Rap In Cena e seu impacto no ecossistema cultural do hip-hop no Rio Grande do Sul. Este estudo se baseia principalmente em relatos obtidos através de entrevistas em profundidade conduzidas com os organizadores do festival, proporcionando uma visão abrangente da história, evolu o e influência do Rap In Cena na cena artística e social da região.

O quinto, e último capítulo, é dividido em três subcapítulos: (5.1) Manifesta es do hip-hop em contextos sociais diversos; (5.2) Festival Rap In Cena e o ecossistema cultural da capital; (5.3) Publicidade e a expansão do movimento hip-hop a partir do Festival Rap In Cena, englobando também as considera es finais do trabalho, apresentando os dados adquiridos e analisados, apontando reflexões sobre os desafios enfrentados pela cultura hip-hop no Rio Grande do Sul, bem como a compreensão do Festival Rap In Cena como ferramenta fundamental para expansão do movimento no cenário gaúcho. Assim, este estudo não apenas contribui para o campo acad mico ao ampliar o conhecimento sobre a cultura hip-hop no Rio Grande do Sul, mas também oferece conteúdos valiosos para profissionais da área da comunica o,

publicidade e gestão cultural interessados em compreender e apoiar movimentos culturais dinâmicos e inclusivos como o hip-hop.

## **2. CULTURA HIP-HOP – ORIGENS E EXPANSÃO**

Neste capítulo, será apresentado um panorama geral sobre a origem do hip-hop e os elementos que o compõem. Nele, será explorado o percurso histórico do movimento e como ele transcende origens humildes para se tornar um fenômeno cultural global e patrimônio artístico. Assim, pretende-se oferecer no início desse estudo uma visão abrangente e contextualizada do impacto duradouro do hip-hop na música, na dança, nas artes e na identidade cultural ao redor do mundo.

### **2.1 ORIGENS, SENTIDOS E IDENTIDADE DO HIP-HOP**

Para entender integralmente o valor e a relevância do movimento hip-hop na sociedade atual, é primordial examinar suas origens, sentidos e identidade. No que diz respeito à origem da cultura hip-hop, a mesma será abordada como forma de expressão cultural e resistência das comunidades marginalizadas. Já nas questões de sentidos do movimento, será questionado não apenas acerca do sentido da música de rua na sociedade, mas também, da implicação dela na dança, na arte e na vida. Por outro lado, temos o aspecto da identidade, cuja as raízes do hip-hop estão profundamente entrelaçadas com as questões sociais e políticas, refletindo as lutas e aspirações de seus participantes.

Diante do exposto, é essencial compreender que o movimento hip-hop originou-se no final dos anos 70, no subúrbio do Bronx, cidade de Nova Iorque. Uma região dos Estados Unidos que recebera inúmeros grupos de imigrantes - em sua maioria, jamaicanos e porto-riquenhos - fugidos dos problemas econômicos e políticos que enfrentavam as ilhas caribenhas, na época. Neste período, os guetos abrigavam muitas famílias afro-estadunidenses cuja história de vida se baseava na luta contra a segregação social (Postali, 2011). Reforçando essa ideia, Weller (2011) destaca que o movimento então se

desenvolveu como *cultura de rua* e como forma de articulação das vozes oprimidas e marginalizadas dos jovens residentes em bairros periféricos.

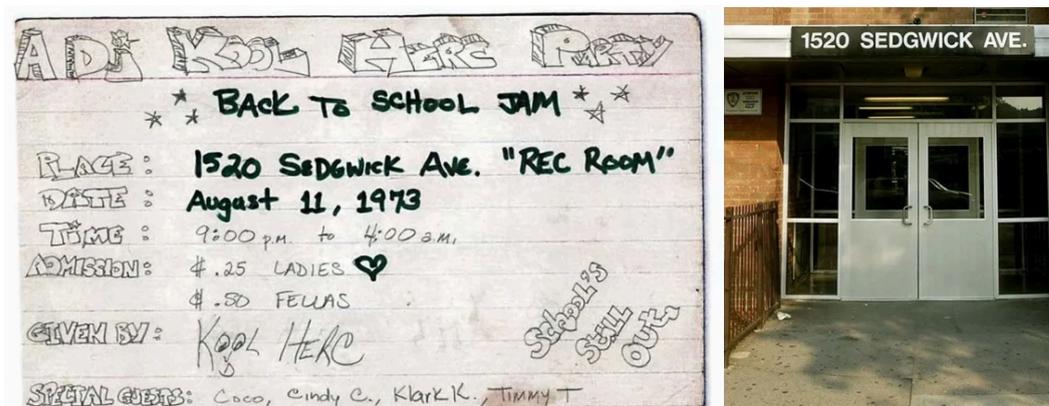
Por outro lado, Rose (1997) nos diz que, o hip-hop inicialmente representou a criação de um espaço de diversão em meio à decadência urbana de uma cidade em crise, refletindo a perspectiva juvenil da marginalização social nesse contexto. Nos anos 1970, Nova Iorque passava por profundas transformações. A cidade estava em transição de uma base industrial para uma economia predominantemente de serviços e experimentava uma mudança demográfica significativa, com uma população cada vez mais multicultural devido à imigração em crescimento.

Como se não bastasse, a cidade enfrentava uma crise financeira que resultou em cortes nos serviços públicos e uma crise habitacional, afetando profundamente as famílias negras e hispânicas de baixa renda. Foi nesse contexto que o hip-hop se desenvolveu, surgindo do encontro e da interação entre essas diversas culturas (Rose, 1997).

Frente aos inúmeros problemas que assolavam estes bairros periféricos, como violência, pobreza, tráfico de drogas, racismo, educação, ausência de espaço de lazer para os jovens, a alternativa foi enfrentar o problema com os recursos da própria comunidade. Salienta-se ainda que, a comunidade não dependia de influência ou apoio externo, já que o governo, conforme evidência (Rose, 1997), foi o principal agente causador desta situação.

Foi em 1973, antes mesmo do termo hip-hop entrar para o vocabulário, que o DJ (Disk Jockey, disco-jóquei ou discotecário) jamaicano Kool Herc, hoje conhecido como pai fundador do hip-hop, organizou uma festa que mudaria a história da música (Figura 1). Criado na Jamaica até seus 10 anos, Clive Campbell, conhecido como DJ Kool Herc, trazia um formato diferente de discotecagem, usando dois toca-discos e estendendo o tempo de pausa do vocal (Silveira, 2014).

**Figura 1** – Convite para a primeira festa do DJ Kool Herc *Back to School JAM* e imagem da fachada do prédio no Bronx, em Nova Iorque, tido como berço do hip-hop



Fonte: Steal The Look, 2023.

Conforme já mencionado, Kool Herc comumente chamado de DJ Kool Herc era amplamente reconhecido como um dos pioneiros do hip-hop no bairro do Bronx, em Nova Iorque, durante os anos 70. Na época, quando ele começou a tocar nas festas do bairro, as comunidades afro-americanas e latinas se reuniam.

Frente a isso, verifica-se que a música teve papel marcante no surgimento do hip-hop já que, além de ser o principal veículo de manifestação das ideias da causa, foi o grande encorajador de sua organização. Com suas batidas rítmicas e letras impactantes, não exclusivamente viabilizou um meio para que os jovens explanassem suas frustrações e esperanças, mas também agiu como um catalisador para a mobilização comunitária.

Sendo assim, a música da cultura hip-hop é vista e considerada como um agente de transformação social e um potente segmento que proporciona reunir as pessoas, construir pontes culturais e fortalecer comunidades. Ainda, é pertinente referir que o surgimento do hip-hop está diretamente vinculado à história da música negra norte-americana e a luta por espaço e visibilidade por parte desse segmento (Souza, 2004).

No que diz respeito a reação das pessoas, na época, Kool Herc percebeu que, durante suas performances, as pessoas demonstravam uma reação singularmente entusiástica durante os trechos das músicas em que apenas a bateria tocava (Altman, 2021). Hoje, essa técnica é conhecida como *break beat*.

Uma vertente da música eletrônica, com a técnica do *back-to-back*, dois discos iguais e um *mixer*<sup>1</sup> (Silva, 2018). Essas pausas para bateria ficaram conhecidas como *breaks* e foram a base para o surgimento do rap, do *breakdance* e do grafite. Lembrando que esses componentes são considerados como as três principais manifestações do hip-hop.

Enquanto acontecia a febre nas pistas das discotecas, nas ruas do Bronx, o gueto negro e caribenho localizado na região norte da cidade de Nova Iorque, já estava sendo arquitetada a próxima reação da autenticidade black. No final dos anos 70, o DJ Kool Herc trouxe da Jamaica para o Bronx a técnica dos famosos *sound systems* de Kingston (Vianna, 1997, p. 23).

Por outro lado, na Jamaica, os DJs costumavam recitar versos e falas, normalmente citando *griots*, tidos na África Ocidental como guardiões da história e da memória africana, com trechos políticos e espirituais durante as músicas (Pereira, 2020). Porém, em Nova Iorque, o *funk* e o *soul* eram os gêneros do momento e estavam fazendo muito sucesso pelas ruas. Este movimento fez com que Kool resgatasse a tradição africana, passando a cantar seus versos no momento do *brake* (Corniani, 2008). Assim, começou o rap, que é a união das palavras ritmo e poesia, do inglês: *rhythm and poetry*.

Paralelamente ao DJ Kool Herc, outros dois nomes foram marcos importantes para o surgimento e expansão do hip-hop, ainda nos guetos nova-iorquinos. Afrika Bambaataa e Grandmaster Flash, originário de Barbados. Esses dois foram os grandes divulgadores do, então, novo ritmo. Esses dois personagens históricos foram os grandes divulgadores do, então, novo ritmo. No entanto, Afrika Bambaataa, conhecido como padrinho do hip-hop, incorporou o pilar do conhecimento ao movimento. Neste cenário, ele ajudou a estabelecer a instituição Universal Zulu Nation, em 1973, uma organização não-governamental que promove a conscientização cultural e social por meio do hip-hop, especialmente entre jovens urbanos. A entidade Zulu Nation trazia como lema a seguinte frase: *Paz, Amor, União e Diversão* (Leal, 2007).

O que anteriormente era considerado puramente como festa e diversão, sem perder essa dimensão, gradualmente adquiriu um caráter mais politizado em meio à luta pelos direitos civis dos negros norte-americanos. A partir do

---

<sup>1</sup> aparelho que controla a saída de som de dois aparelhos toca-discos. Com ele é possível alternar a saída do som de um aparelho para o outro, desta forma criando efeitos sonoros.

entrelaçamento do conhecimento com o movimento hip-hop, Afrika Bambaataa, também, introduziu o conteúdo político, promovendo a ideia de que as disputas entre as gangues do Bronx não deveriam ser resolvidas com violência, mas sim através de competições de música, dança e arte (Felix, 2005).

Assim, se deu a formação do movimento como uma afirmação da identidade dos negros e pobres, que se articulou com as tendências da moda de rua e as tecnologias emergentes da música (Felix, 2005). Isso não apenas representa uma transcendência em relação a identidades impostas, mas também se assemelha à ideia de território imposto (Haesbaert, 2004), onde a cultura hip-hop se posiciona como um espaço de construção afirmativa e resistência cultural.

Na visão de Chang (2005), Bambaataa foi fundamental na difusão de mensagens de conhecimento, autoconsciência e empoderamento em suas músicas e discursos, destacando a importância da educação e da história nas comunidades afro-americanas e urbanas. Enquanto isso, Grandmaster Flash foi um dos precursores em trazer inovações técnicas que são características do ritmo até hoje (Ultra, 2016). São essas mudanças que se transformaram em força motriz para a progressão contínua do gênero e sua expansão global.

A partir das ideias dos autores, constata-se, indubitavelmente, que o hip-hop é movimento cultural dinâmico que harmoniza conhecimento e inovação técnica de maneiras refinadas e diversificadas. Por meio de letras musicais e das técnicas de produção inovadoras, o hip-hop vem gerando impacto cultural global. Deste modo, percebe-se que o movimento hip-hop está longe de ser invisibilizado perante à sociedade. Pelo contrário, cada vez mais suas ações continuam a evoluir, educar, inspirar pessoas, permanecendo como força vital, tanto na música quanto na sociedade.

Por outro lado Rose (2008) nos diz que, o rap é a forma musical do hip-hop, caracterizada por rimas faladas sobre uma base rítmica, enquanto o *breakdance* é descrito como a forma de dança do hip-hop, envolvendo movimentos acrobáticos e sincronizados com a música. Além disso, Rose (2008) afirma que o grafite é uma das formas de arte visual do hip-hop, composta por desenhos e inscrições feitas com spray nas paredes da cidade.

No período de 16 de setembro de 1979, foi lançado o *Rapper's Delight*, do grupo Sugar Hill Gang. De acordo com Moura (2022), esta melodia, é

conhecida como a música que levou a cultura hip-hop para as massas. Foi a partir dela que o hip-hop figurou pela primeira vez no Top 40 dos Estados Unidos, rompendo barreiras e impulsionando a popularização do gênero no país (Ramone, 2016). Ainda no final dos anos 70, Sylvia Robinson, considerada mãe do hip-hop (Ernani, 2020) e a equipe de comunicação da *Sugar Hill Records* inovariam ao promover músicas de seus artistas no mercado europeu com videoclipes bem produzidos. (Ramone, 2016). Este movimento ajudou a estabelecer o hip-hop como uma força cultural e musical internacional.

Kellner relaciona a disseminação do rap à década de 1980. O autor esclarece que, apesar de já haver rappers pelo menos uma década antes dessa, as condições sociais em que as populações marginais norte-americanas se encontravam a partir de 1980 fizeram com que o movimento se tornasse essencial para os grupos marginais, ao mesmo tempo que popular. A década de 1980 foi um período de declínio das condições de vida e das expectativas da população negra, durante os governos conservadores que transferiram a riqueza dos pobres para os ricos, fizeram cortes nos programas sociais e negligenciaram negros e pobres (Kellner, 1995).

O hip-hop tem sua filosofia própria, com valores construídos pela condição das experiências vividas nas periferias de muitas cidades. Colocando-se como um contraponto à miséria, às drogas, ao crime e à violência, o hip-hop busca interpretar a realidade social. Seu objetivo é justamente encontrar saídas e fornecer uma alternativa à população excluída (Souza, 2008). Kool Herc, conhecido como o pai do hip-hop disse: "O hip-hop é uma família, então todo mundo tem como contribuir. Leste, oeste, norte ou sul - viemos de uma mesma costa e essa costa era a África" (Herc, 2005).

As experiências da população negra, marcadas pela escravidão moderna e por ações que buscavam motivos para uma nova existência, levam pessoas afrodescendentes a construir referenciais de interpretação das suas realidades e a redesenhar os seus destinos. Em consequência, as culturas afrodiáspóricas, como o hip-hop, apresentam produções que colocam em pauta colonialismo, racismo, nação, classe, gênero, sexualidade e desigualdades sociais. Isso torna o hip-hop um movimento sociocultural global cujo passado e presente são marcados por opressão e exclusão social (Collins, 2023).

Segundo Pimentel (1997), o conjunto de influências ancestrais e futuristas da cultura negra pode ser acrescentada à tradição oral da cultura popular, expressa pelos cantadores e poetas repentistas. Este tipo de relação entre culturas sinaliza, que a diáspora da cultura negra pelo mundo precisa ser lembrada para que a autonomia local possa ser evidenciada ao lado dos desvios que marcam as jornadas. As expressões artísticas que vieram da cultura dos escravizados encontraram na música e na dança, liberdades políticas que lhes eram negadas (Gilroy, 2001). A arte se tornou a espinha dorsal das culturas políticas dos escravizados e da sua história cultural (Gilroy, 2001, p.129).

No próximo capítulo, investigaremos a chegada do movimento hip-hop em solo brasileiro, explorando como esse fenômeno cultural se estabeleceu e o contexto histórico que permeava o Brasil na época. Analisaremos os primeiros passos do hip-hop no país, sua adaptação às realidades locais e o impacto inicial nas expressões artísticas e sociais brasileiras.

## **2.2 CHEGADA DO HIP-HOP NO BRASIL**

Dos guetos nova-iorquinos, o hip-hop se espalhou por diversas regiões e cidades ao redor do mundo, encontrando solo fértil em São Paulo, considerada a cidade mais populosa do Brasil e a quinta do mundo (IBGE, 2023). Foi no início da década de 80, aproximadamente uma década após seu surgimento oficial, que o hip-hop chegou ao Brasil. Os elementos musicais, as formas de dança e as gírias originadas no Bronx começaram a ser adotadas e reinterpretadas pelos moradores da periferia paulista (Rabetti, 2022), marcando o início de uma nova era cultural e social nas metrópoles brasileiras.

Ao longo de um período que foi finalizado pela ditadura militar no Brasil, quando os costumes da sociedade eram altamente controlados e numerosas expressões eram reprimidas, a cultura hip-hop emergiu como um atributo de liberdade. Este novo modo de expressão possibilitou que muitas pessoas exteriorizassem sua capacidade artística por meio da dança, música e grafite, propiciando um espaço livre de preconceitos e julgamentos.

As semelhanças não são coincidência: tanto os Estados Unidos como o Brasil foram construídos com o trabalho escravo de negros sequestrados de

suas terras na África (Lima, 2019). Aqui e lá, a abolição da escravatura foi conseguida com luta e revolta. (Corniani, 2008). Trata-se de um movimento cultural inovador, o qual vem adquirindo uma crescente dimensão nacional; é um movimento popular, que fala a linguagem da cultura negra. (Domingues, 2007).

Por esse motivo, o hip-hop é considerado um movimento cultural inovador que ultrapassa as barreiras tradicionais da arte e da música para se tornar uma forma de expressão e identidade. Além disso, esta cultura permite a conexão entre diversas comunidades ao redor do país, especialmente nas regiões urbanas das periferias. Contudo, por meio do hip-hop as pessoas tiveram voz para explicar as desigualdades sociais, a violência e discriminação, transformando-se em um influente veículo de resistência, empoderamento e transformação social. Para (Domingues, 2007), o hip-hop trata-se de um movimento cultural inovador, o qual vem adquirindo uma crescente dimensão nacional; é um movimento popular, que fala a linguagem da periferia.

Importante lembrar que no período da ditadura, vivia-se, amplamente, a censura, mas, mesmo assim, chegavam algumas informações sobre o movimento negro norte americano, de luta pelos direitos civis e de afirmação de identidade. As informações, contudo, chegavam de forma fragmentada, por diversos canais, como jornais, revistas, indústria fonográfica e mesmo por algumas pessoas que viajavam aos Estados Unidos e lá tinham contato diretamente com a efervescência cultural e política, desde os anos de 1960, da população afro-americana (Felix, 2005).

A visão de Camargos (2015) traz uma análise sobre o surgimento do gênero no país. De acordo com seus estudos, foi através dos *bailes blacks*, que se disseminou, pela primeira vez, a cultura hip-hop no Brasil (Camargos, 2015). Por outro viés e, na perspectiva de Richard (2005), apesar de ter sua estrutura original formada nos EUA, a cultura do hip-hop é característica de cada nação e o movimento sempre tende a retratar a realidade local.

Os *bailes blacks*, nos anos de 1970, permitiram uma sintonia entre os jovens negros e negras dos grandes centros urbanos brasileiros, com as modas e debates que aconteciam nos Estados Unidos. Diferentemente dos movimentos de afirmação racial anteriores, os *bailes* colocavam a dimensão festiva no centro do processo de construção identitária e podem ser considerados um movimento

marcadamente juvenil. A música *black* que chegava, trazia consigo um estilo próprio, que se estendia às roupas, aos cortes de cabelo e às formas de dançar (Neto, 2013).

Neste contexto, importante mencionar um pouco da história do movimento negro no Brasil e como a arte, particularmente na forma da música e da dança, era para a população escravizada um substituto para as liberdades políticas formais que lhes eram negadas no regime de mão de obra escrava da *plantation*<sup>2</sup>. “As culturas expressivas desenvolvidas na escravidão continuam a preservar em forma artística as necessidades e desejos que vão muito além da mera satisfação de desejos materiais” (Gilroy, 2001).

De acordo com a história, Thaíde e Nelson Triunfo, paulista e pernambucano, que estão vivos até hoje (2024), são tidos na história como os grandes precursores do movimento no Brasil. Foram eles, os primeiros frequentadores do local, dançarinos, criando nas ruas o que depois se tornaria patrimônio cultural imaterial do Brasil. (Yoshinaga, 2014). A história conta que a estação São Bento, a Rua 24 de maio e o Viaduto do Chá foram os principais locais de onde o movimento saiu dos bailes e ganhou mais força, na cidade de São Paulo, contagiando um maior número de jovens inquietos com a desigualdade social e econômica existente no país (Camargos, 2015).

Ainda durante a vigência da Ditadura Militar no Brasil, os artistas da 24 de maio tornaram-se referências de heróis que desafiavam a repressão policial. Nelson Triunfo, detido diversas vezes, sempre defendeu que aqueles que ali estavam eram artistas de rua e que não estavam cometendo qualquer crime para receberem tal represália (Medeiros, 2022).

Nos anos 70, após 21 anos de Regime Militar no Brasil, se iniciou o processo de redemocratização do país, com quebra do regime de censura e concentração do controle político pelo Executivo. A partir dessa revogação, o país passou para um cenário de diminuição das restrições a propagandas políticas, e, conseqüentemente, de aumento das mobilizações populares, que atingiu seu ápice a partir do movimento que ficou conhecido como "Diretas Já", ocorrido entre os anos de 1983 e 1984 com o objetivo principal de retomar as eleições diretas ao cargo de Presidente da República. (Santos, 2022).

---

<sup>2</sup> Nome dado a um modelo de organização econômica em que se destacam quatro aspectos principais: latifúndio, monocultura, mão-de-obra escrava e produção voltada para o mercado externo.

Nesse contexto histórico pós ditadura, em 1984, Thaíde e Nelson Triunfo foram convidados pela emissora Globo a gravar a abertura da novela Partido Alto, dançando uma mistura de hip-hop com samba, o que foi uma revolução para o que hoje chamamos de freestyle e grande avanço do alcance do hip-hop no Brasil. (Rocha, *et al.* 2001). Nelson, em entrevista para o Portal Breaking World<sup>3</sup>, em 2021, disse:

A dança Black não tinha comércio no Brasil, hoje nós temos batalhas de Hip-Hop, temos batalha de Soul, de Breaking, isso não tinha naquela época, eu fui um dos primeiros caras a fazer disso aí um produto cultural e alguns que queriam ter em determinado local, nos contratava. Em 1984, na novela Partido Alto, nós abríamos a novela, fomos pagos para isso, então, a dança era uma profissão também (Triunfo, 2021).

Na visão de Ruberval Marcelo Oliveira, mais conhecido como Who, e Fábio Aparecido da Motta, o Kaseone (2016), o surgimento do hip-hop no Brasil reconectou a juventude negra ao centro de São Paulo, tornando-se o ponto de encontro entre as gangues nos anos de 1980. O primeiro disco de rap nacional foi denominado *Hip-Hop Cultura de Rua*, uma coletânea que incluiu os trabalhos de diversas personalidades: Thaíde, DJ Hum, Código 13, O Credo e MC Jack, lançado em 1988. (Dias, 2019, p.146).

O lançamento do disco marcou a abertura de alguns caminhos. Artistas que formaram uma resistência às rádios e equipes que determinavam o caminho a ser trilhado, esse grupo que procurou as praças e ruas para continuar a ter sua arte em uma perspectiva crítica, transgressora e principalmente independente! E os outros que cederam à sedução da fama e dinheiro rápido oferecido pelas equipes e rádios. Hoje a cultura Hip-Hop se espalhou pelas ruas, quebradas, pelo Brasil inteiro. A resistência deu certo. E serve até para quem deu as costas para a rua (Who, 2015)

Também em 1988, Thaíde marcou história ao representar o Brasil no festival "New Music Seminar" em Nova Iorque, sendo o primeiro rapper brasileiro a interagir com a cena internacional do Hip-Hop. Ao mostrar essa evolução, a exposição celebra não apenas o Hip-Hop como um fenômeno global, mas

---

<sup>3</sup> O Portal Breaking World é veículo especializado em disseminar conteúdos sobre Breaking e Cultura Hip-Hop.

também como uma manifestação enraizada na rica diversidade da cultura brasileira (Frade, 2015).

Foi depois do lançamento dos Racionais MC's, que apareceu a ideia de um rap mais politizado e da politização do próprio movimento, no Brasil. A partir daí, o movimento expandiu-se, até surgir a primeira posse<sup>4</sup>, o Sindicato Negro, sediada na Praça Roosevelt, em São Paulo. Essa movimentação dos Racionais deu ligação orgânica ao rap, break e grafite, dispersos em diferentes grupos pela cidade (Haag, 2009).

Estudos realizados por Corniani (2008), atestam que em 1982, antes do que a história conta sobre a chegada do hip-hop no Brasil, em 1983, a juventude da periferia já dançava o *break* e ouvia os primeiros *raps* prolongando uma tradição que vinha dos anos 70 quando na periferia das grandes cidades do país, eram comuns os *bailes blacks*<sup>5</sup>, onde eram tocados *soul* e *funk*.

O break teve papel importante na história do hip-hop no Brasil, porque graças a ele começaram a surgir os grupos organizados dos *B. Boys*<sup>6</sup> brasileiros. O rap nacional começou nessas rodas de *breakers* na estação São Bento do metrô, depois na Praça Roosevelt (São Paulo), o que dava forma ao contexto de se fazer hip-hop.

Em 2018, o *breaking* fez sua estreia nos Jogos Olímpicos da Juventude (JOJ), em Buenos Aires, a notícia de sua inserção nos Jogos Olímpicos veio anos depois (em 2020) e agora, a modalidade terá sua estreia nas Olimpíadas de 2024 (Silva, 2022).

Por outro lado Béthune (2003), diz que tais manifestações tenderiam a atualizar a tradição cultural afro-americana e afro-brasileira por meio de um olhar estético contemporâneo, como estratégia de luta e de fortalecimento sociocultural para a juventude negra e periférica. Dessa forma, podemos entender o quanto o *breaking* é fundamental para essa recomposição de vivências históricas afro-descendentes, embora aparentemente preso ao presente, o *breaking* e ademais elementos da cultura hip-hop são herança cultural trazida dos africanos escravizados (Dias, 2019).

---

<sup>4</sup> Conforme Rocha, Domenich e Casseano (2001), posse pode ser definida como associação local de grupos ligados ao movimento hip-hop, sejam eles de break, grafite ou rap, com o objetivo de reelaborar a realidade conflitiva da periferia, por meio da cultura e do lazer. As posses visam o aperfeiçoamento artístico e a divulgação da cultura hip-hop, além da ação política e social no contexto do bairro.

<sup>5</sup> Bailes voltados para a comunidade negra

<sup>6</sup> Vem da expressão *Break Boy*, são dançarinos especializados em Breakdance ou Breaking

Consolidando esse primeiro momento da chegada do hip-hop no Brasil, será desenvolvido no próximo capítulo uma visão de como se organizavam as manifestações e quais foram os principais motivos que fizeram com que as pessoas comesçassem cada vez mais a se sentir pertencentes ao movimento. Além disso, serão apresentadas versões de outros espaços geográficos brasileiros sobre o movimento no Brasil e a interferência cultural regional que fez com que a música e a dança ganhassem uma versão brasileira.

### **3. PERTENCIMENTO E IDENTIDADE CULTURAL**

Neste capítulo, exploraremos a intersecção entre o movimento negro no Brasil e a influência geográfica e cultural na formação do hip-hop brasileiro. No universo das culturas urbanas e movimentos sociais, assim como o hip-hop, o pertencimento e a identidade cultural empreendem um papel focal na formação de identidades coletivas e na resistência às intolerâncias sociais. Em vista disso, analisaremos como estes elementos se entrelaçam, contribuindo para moldar não apenas o cenário musical, mas também a identidade e as expressões artísticas da cultura afro-brasileira. Além disso, investigaremos as dinâmicas e contribuições específicas de Porto Alegre, a capital do Rio Grande do Sul, para o desenvolvimento e consolidação do movimento hip-hop no contexto nacional.

#### **3.1 O TRÁFICO NEGREIRO NO BRASIL**

Para compreender o movimento negro no Brasil é importante entender quais foram os trajetos percorridos desde a chegada da população afrodescendente no país. Os primeiros africanos começaram a chegar ao Brasil por volta da década de 1550, inicialmente, por meio do tráfico ultramarino, também conhecido como tráfico negreiro<sup>7</sup> (Schwartz, 2003). Estima-se que 4,8 milhões de africanos foram escravizados e enviados para o Brasil (Silva, 2024).

Africanos entraram no Brasil pelo nordeste do país, escravizados procedentes de toda a costa ocidental africana, da Gâmbia ao Congo, durante a segunda metade do século XVI. Os especialistas no estudo do tráfico para o

---

<sup>7</sup> Entre os séculos XV ao XIX, africanos eram comprados nas regiões litorâneas da África para serem escravizados no continente europeu e no continente americano.

nordeste brasileiro ressaltam a imprecisão de ordem geográfica e cultural dos acontecidos, tendo em vista termos generalizados e o difícil acesso à autenticidade dos documentos da época (Oliveira, 1997).

No Brasil, durante o regime colonial<sup>8</sup>, que durou de 1500 a 1822 – período em que os portugueses dominaram o território brasileiro (Higa, 2024) –, negros e indígenas foram escravizados e sofreram com a criação da colônia portuguesa, além da ocupação de suas terras e restrições impostas pelo regime de exportação agrícola. Essa dimensão de sofrimentos e adversidades dos afro-brasileiros e nativos americanos constituía, apenas, uma parte da história de suas interações resultantes das iniciativas da Coroa portuguesa e dos colonizadores que, por sua vez, alimentavam as hostilidades entre os dois grupos, provocando rivalidade em favor do regime colonial (Schwartz, 2003).

A violência e a discriminação que os negros ainda sofrem atualmente são o reflexo direto de um país que se construiu por meio da normalização do preconceito e da violência para com esse grupo (Silva, 2014). No Brasil, os colonizadores costumavam dizer que negros e índios não tinham alma, e essa ideia também era comum em outras culturas e épocas. Aristóteles dizia que alguns povos nasciam para ser escravos, ou seja, determinados grupos tinham as qualidades necessárias para isso, e sobre eles se acumulavam defeitos como lentidão de raciocínio e preguiça (Silva, 1992).

O termo *escravos* que foi utilizado por muitos anos como correto, atualmente já tem sua forma atualizada entre os especialistas, que buscam usar o termo *escravizados* em vez de *escravos*, deixando claro que a escravidão foi uma condição imposta e não algo natural (Pinsky, 2000). O substantivo *escravo*, do latim “*sclavus*”, que significa *pessoa que é propriedade de outra*, refere-se diretamente às pessoas que se encontram em condição de escravidão. Historicamente, este termo foi amplamente utilizado, omitindo o papel ativo dos escravizadores. O termo *escravizados*, por sua vez, é um adjetivo que indica que a pessoa foi forçada a entrar na condição de escravidão, enfatizando a ação de ser submetido à escravidão (Harkot, 2012).

A escravidão foi o processo mais violento e perverso de recrutamento e exploração de trabalhadores. A ideia de homem

---

<sup>8</sup> O Sistema colonial é o conjunto de relações de dominação e subordinação envolvendo metrópoles e colônias durante a época moderna.

como mercadoria, sendo comprado e vendido, é uma prática muito antiga em todas as culturas. A ideia da escravidão só passou a ser vista como algo infame no século 19, e mesmo assim não de forma unânime. E para quem acha que a escravidão é coisa do passado, vale lembrar que ela só foi abolida oficialmente em alguns países no século 20. Na Arábia Saudita ela acabou legalmente em 1962, mas ainda é praticada. Na Etiópia foi abolida em 1942, e na Mauritânia em 1982 (Silva, 1992).

Historicamente a presença negra, apesar de afirmada e evidente constitutiva de cidades afro-diaspóricas como Salvador, sofre sucessivas investidas de apagamento por estarem fora da lógica da branquitude que institui a ordem urbana (Bonfim, 2019). Para a maior parte da população negra no Brasil, que foi a parcela social que sofreu violências sociais sistemáticas de marginalização social e cultural, a inserção no espaço urbano acontece desde sempre na disputa pelo direito a existir, a ser cidadão e, assim, a construir a cidade. Nesse sentido, destaca Sodré:

Por colocar a liberdade corporal no centro de todo processo comunicativo, a cultura negra choca-se com o comportamento burguês-europeu, que impõe o distanciamento entre os corpos. [...] A intensificação de um império normativo dessa ordem, correspondente ao aumento do poder das aparências européias no espaço urbano brasileiro, fazia com que a noção de promiscuidade abrangesse toda a esfera de atos não garantidos ou autorizados pelos códigos metropolitanos (Sodré, 1988).

Crone (2017) defende que são de origem africana os primeiros escravizados introduzidos em Portugal, no século XV, mas seu relato iria muito além. Ele descreve tudo o que então lhe parecera *muito estranho e admirável* entre aquelas populações, como as diferenças na cor da pele, no tipo de cabelo, na maneira de vestir, nas práticas religiosas e nos costumes (Crone, 2017). Sendo de origem africana os primeiros escravizados, cabe entender também a interferência da música caribenha, no território norte do Brasil, considerando que essa era a referência musical do povo recém chegado ao país (Mesquita, 2019).

Obedecendo a motivações diversas, sabe-se que pelo menos desde o século XVII percebe-se inúmeros casos evidenciadores da relação entre o norte do Brasil e a região caribenha. Um fator importante seriam os fenômenos climáticos representados pelos chamados ventos alísios. Tais ventos vinham da África em direção à costa brasileira fazendo com que muitas embarcações a vela

se dirigissem para a altura da boca do rio Amazonas, assim como para os portos das Guianas e das Ilhas do Caribe. (Tinhorão, 1991). Esse fato fez também com que houvesse uma troca entre as culturas, fazendo com que afro-latinos se misturassem com quem já estava em terras brasileiras, americanos, portugueses e indígenas. Em entrevista para Thaís Aragão, do programa Zumbi – O Rap na Universitária FM (2020), Francisco Igor Almeida do Santos (1984), mais conhecido pelo seu nome artístico: RAPadura Xique-Chico, rapper do Ceará, citou:

O hip-hop vem da década de 70, e o repente veio do século 19. Eu acho que a história, por si só, já fala, né? A gente tem uma ligação muito grande com a Jamaica. O nosso baião equivale ao raga e o nosso xote é o reggae. Isso é bem explicável. Na década de 50 e 60, algumas frequências de rádio caribenhas e latinas pegavam em alguns sertões. Rádio AM, mesmo. Meu avô ouvia, e tal. Por isso também que, São Luis do Maranhão é conhecida como a capital do reggae no Brasil. Eles lá beberam de influências que, por exemplo, o Notorious Big ouvia na Jamaica e levava pro Brooklyn quando voltava (Chico, 2020).

Esse relato de Xique-Chico reforça que a população já ouvia vertentes do rap antes dos americanos e também reforça a influência da cultura afrodescendente com os sons e movimentos de dança, vindos da Jamaica. É inegável a matriz afro-brasileira do Movimento hip-hop e sua relação com a diáspora africana e suas repercussões históricas, políticas, ideológicas e culturais (Bastos, 2008). No primeiro estudo brasileiro sobre o hip-hop<sup>9</sup> (Andrade, 1996) a autora utiliza mais de 300 páginas para caracterizar e demonstrar o hip-hop como movimento negro juvenil.

Na década de 1990, o hip-hop assume um recorte racial mais nítido e definido, sofrendo um branqueamento, visível, sobretudo nos temas que marcam o rap no final da década, o que o autor considera extremamente prejudicial para a juventude negra (Bastos, 2014).

O hip-hop pode ser compreendido como movimento social negro devido a suas matrizes africanas, suas temáticas e lutas raciais, além de seu papel como referencial identitário e seu efeito na elevação da autoestima de jovens negros e negras da periferia. Contudo, suas especificidades como organização política, cultural e artística, podem ser entendidas na formação de lideranças gerais e na

---

<sup>9</sup> Dissertação de Mestrado Movimento negro juvenil: um estudo de caso sobre jovens rappers de São Bernardo do Campo, elaborada na Faculdade de Educação da Universidade de São Paulo (FE/USP).

referência com as matrizes sociais, culturais, raciais e com as histórias regionais. Dessa forma, a luta do movimento como um todo se faz muito importante, mesmo que, por vezes, com particularidades específicas (Honerê, 2007).

A partir de 1993, discursos sobre pertencimento tornaram-se mais frequentes, e análises como a de Silva (1998) destacaram que a afirmação da identidade periférica no rap passou a ter uma amplitude maior. Deixando de ser apenas uma descrição geográfica, a periferia passou a representar um jovem marginalizado, independentemente de sua cor de pele - seja ele negro, branco ou pardo.

O ano de 1999 foi um marco representativo não só da mudança de século, mas também para significativas mudanças nas lutas do Movimento Negro em prol dos direitos da população negra e do combate ao racismo (Munanga, 2019), mesmo ano em que Afrika Bambataa veio ao Brasil para participar do Festival DuLôco: Cultura hip-hop em Festa, ocorrido nas unidades Belenzinho e Itaquera do Sesc, ambas localizadas na cidade de São Paulo, e revelou gostar muito mais do hip-hop do Brasil e de países como França, Alemanha, e África do Sul do que do hip-hop dos Estados Unidos. (Postali, 2011).

Já no século XXI, a cultura hip-hop e, paralelamente, a voz da população negra e periférica cresceram globalmente, trazendo consigo um senso de pertencimento e inclusão para um número crescente de pessoas. Esse movimento expandiu-se para além de suas raízes, alcançando novos adeptos e influenciando diversos aspectos da sociedade contemporânea (Andrade, 1999). O rap não estava mais limitado aos circuitos negros ou populares como ocorrera nos anos 1980, passando a fazer parte também do campo de preferências de jovens de classe média, considerando que a junção de ritmo e poesia atraíam a população jovem e o próprio mercado de consumo cultural de massas (Sposito, 1994).

Após contextualizarmos a relação entre o movimento negro e a cultura hip-hop e as mudanças do cenário cultural e racial seguindo a linha do tempo brasileira, passamos para o próximo capítulo para compreender a interferência cultural que o Brasil foi capaz de promover na cultura hip-hop que se foi criada.

### 3.2 INTERFERÊNCIA DA CULTURA BRASILEIRA NO MOVIMENTO HIP-HOP

O hip-hop, nascido da inventividade dos jovens afro-americanos e influenciado pelos afro-jamaicanos, tem se reinventado em diversas periferias ao redor do mundo. Em cada localidade, surge como uma resposta à imposição de territórios e identidades por outros, permitindo a expressão da exclusão socioespacial e a afirmação de novas identidades territoriais urbanas, onde os jovens pobres frequentemente são marginalizados (Filho, 2004).

Segundo Ricoeur (2006), cada sociedade transcreve os signos transnacionais, adapta-os, os reconstrói e reinterpreta-os. Dessa forma, ele entende que a tradução não é somente de língua para língua, mas também de cultura para cultura, sendo assim culturas não são estranhas umas às outras a ponto de serem intraduzíveis. Passando essa interpretação para o contexto do hip-hop, significa que tanto o hip-hop brasileiro, como outros movimentos do gênero adotados por diferentes países, são processos de tradução que envolvem, além das características básicas oferecidas pelo gênero, como modo de se vestir, gesticular, dançar, cantar, falar e se posicionar perante a vida social, outras próprias do contexto social local (Ricoeur, 2006).

Enquanto manifestação preta de resistência, o movimento hip-hop tem enfrentado, desde sua chegada, desafios como a não materialização do direito à cidadania e o isolamento de regiões periféricas das cidades (Bonfim, 2019). A questão fundiária no país, desigual desde os tempos da colonização europeia, continua a ser um obstáculo significativo para a inclusão social e a igualdade urbana. O artista Nelson Triunfo, um dos precursores do movimento no país, destaca sobre o tema:

Alguns manos, depois, vieram falar que, quando eu dançava em 83, 84, na (rua) 24 de Maio era para diversão, que eu não tinha ideia do que estava fazendo [...]. Agora, imagina, um cara chegar no centro da cidade, tomar um bocado de porrada da polícia, ir preso e, no outro dia, tá lá, dançando de novo... Eu quero saber o que tem de divertido nisso, né, cara? Certo? Eu acho que era resistência, e os caras não sabiam o que queria dizer isso, né não? Não é verdade, era resistência (Triunfo, 2016).

O movimento hip-hop, de acordo com o crítico musical Essigner (2008), recebeu influências da cultura brasileira: o tempero do samba dentro do Rap e a ginga da capoeira dentro do *Break*, diferenciando do estilo norte-americano de se fazer o hip-hop. A capoeira e o *Breaking* tem a luta como forma de proteger e salvar esses corpos vulneráveis, resgatando as raízes africanas, fazendo da dança, luta, arte e cultura. O Graffiti, por sua vez, tem sua essência estar nas ruas e nos muros, é uma arte de origem marginal, que busca mostrar os esquecidos pela sociedade (Silva, 2012).

A cultura do hip-hop no Brasil é um indicativo de todas as marginalidades conectivas, incluindo classe, raça, opressão histórica e a conexão com o hip-hop norte-americano e o contexto dos guetos pobres de onde ele surgiu. O reconhecimento das marginalidades conectivas do hip-hop promove vigilância, particularmente no nível do hip-hop independente, em direção à busca da verdade que transcende fronteiras (Osumaré, 2015, p.90).

A maneira de construir o hip-hop no Brasil se diferencia em todos esses aspectos, de acordo com as possibilidades locais. Sobre a moda, a diferença entre a cultura norte-americana e brasileira se dá, principalmente, pelo diferente acesso a marcas grandes como Nike, Puma e Adidas. Segundo Romero (2012), a moda hip-hop acaba despertando um tipo de relação contra-hegemônica<sup>10</sup>, onde o vestuário composto de calças largas, camisetas grandes e bonés de aba reta dizem muito sobre quem são os sujeitos que se utilizam desse vestuário, e fazem parte da sua colocação como sujeitos no mundo (Romero, 2012). Os *rappers* brasileiros apresentam dificuldades maiores de manter um padrão de estilo elevado já que vestir marcas que fomentam o chamado *streetwear*<sup>11</sup>, do inglês *trajes de rua*, é uma oportunidade para poucos.

Ao descrever a realidade da periferia, o rap denuncia suas mazelas, criticando a sociedade como um todo e desafiando o pensamento único. Observam-se nas letras, elementos como a presença das drogas, o assassinato dos pares e a pobreza na periferia, mas também o coletivismo e a união dessa população. Há também uma crítica aguda à desigualdade social e suas interferências na forma com que o povo se enxerga dentro da sociedade (D'Andrea, 2013).

---

<sup>10</sup> Práticas de resistência aos discursos de gestão dominantes que buscam contestar e escapar à disciplina da ordem do sistema capitalista.

<sup>11</sup> Um estilo de roupa casual que ganhou o mundo a partir da década de 1990, inspirado no hip-hop.

As marcas: Nike, Adidas, Reebok, entre outras, tem custo alto no nosso país. Desta forma, muitos *rappers* apresentam um estilo semelhante ao norte-americano, porém com roupas de valor mais baixo e jóias de prata ou aço cirúrgico, materiais que custam menos que os cordões de ouro utilizados pelos *rappers* norte-americanos (Postali, 2011).

Sobre a interferência na música, a técnica do *Beat Box* (percussão vocal), por exemplo, é um caso mais explorado no Brasil do que nos Estados Unidos, já que o acesso a aparelhos eletrônicos é mais complicado para os brasileiros, pelo custo elevado dos aparatos (Freitas, 2011).

Um dos principais pontos que fizeram com que o movimento do hip-hop crescesse nacional e internacionalmente foram as gravações das músicas e aparição nas rádios, até porque, na origem, não se lê rap, a letra foi feita, primeiramente, para ser escutada (Garcia, 2004). O rap é apresentado sempre em uma sequência de ritmos, batidas e sons, e por palavras até mesmo inesperadas, como no *freestyle*. A música, fala de um conjunto de imagens de uma cultura, de suas relações estéticas, políticas e ético-morais, sendo assim, cada região do mundo vai receber sons através das rádios e a partir da sua bagagem, vai desmembrar uma nova versão de hip-hop, com valores e sentidos da sua sociedade e cultura local (Rocha, 2022).

Adentrando os avanços e expansão do movimento no Brasil, nos apoiamos ao que Barbero (2003) contribuiu, considerando os meios como mediadores vitais na constituição da experiência popular urbana, de modo que cada grupo absorve e traduz aquilo que deseja ou acredita ser necessário para si. (Barbero, 2003). Dentro disso, cabe contextualizar que na mesma época em que o hip-hop chegava no Brasil, o movimento de rádios ganhava espaço, emissoras na luta em busca de liberdade de expressão, somadas ao desejo de realizar novas formas de comunicação social emitiam seus sinais, muitas vezes, mesmo sem estarem regulamentadas (Moretti, 2003).

Esse movimento histórico auxiliou para que o rap, a música do hip-hop, tivesse maior alcance entre os brasileiros, chegando a mais territórios. Ambos, música e rádio, possuem em comum sua disseminação inicial pela população pobre e um público que, em sua maioria, vive em comunidades carentes, com poucas perspectivas, desprovido de acesso aos direitos e serviços básicos, além de conviver num contexto marcado pela criminalidade. Com o advento das

rádios comunitárias, surge a possibilidade de incorporar a fala da periferia, funcionar como uma verdadeira *ouvidoria* e questionar o poder público, além de fazer trabalhar a integração com a comunidade.

Muitos criticam o rap pelo fato de a temática se repetir. Se isso acontece, porém, é porque a vida se repete: a violência, as drogas, o crime, a falta de perspectivas [...] Mas cantam também a amizade, o espaço onde moram, o desejo de um 'mundo perfeito', a paz. O discurso poético busca a dimensão subjetiva a partir da experiência comum vivida na periferia. E abordando temas que evidenciam o caráter conflitivo da condição humana, tais como a vida e a morte, as escolhas, o sistema de condutas, valores como amizade e honra, reintroduzem a dimensão humana presente entre os pobres da periferia, que, no discurso dominante, aparece como desumanizado (Dayrell, 2005).

Um dos exemplos mais bem sucedidos em uma emissora comunitária é o programa *Uai Rap Soul* da Rádio Favela FM 10, de Belo Horizonte, no ar desde os primeiros anos da chegada do hip-hop no Brasil, na década de 1980. Por muitos anos desprezado pelos meios comerciais de comunicação, o hip-hop encontrou nas rádios comunitárias um microfone aberto (Casseano, 2001). Devido à importância dessas rádios, a Favela FM [...] é até citada em uma das letras dos Racionais MC's (2001), um dos maiores e mais conhecidos grupos brasileiros de hip-hop, nascidos em 1988, formado por Mano Brown, Ice Blue, Edy Rock e o DJ KL Jay.

Essas interferências mostram como o hip-hop no Brasil é uma manifestação cultural multifacetada, que dialoga com diversas tradições, formatos e expressões artísticas brasileiras, criando um movimento rico e diversificado (Justo, 2015). O Brasil é um dos maiores países do mundo em área total, com aproximadamente 8,5 milhões de quilômetros quadrados (IBGE, 2021). Com toda certeza, um país com 26 estados formaria formas diversas sobre um mesmo movimento.

Sobre a diferença do hip-hop por regiões, no nordeste do país, o rapper fortalezense, Rapadura Xique-Chico (2020) contou em entrevista que seu pai não gostava, muito menos autorizava que ele escutasse rap em casa. Dessa forma, ele teve que introduzir o rap dentro da sua cultura nordestina e sonoramente foi buscando proximidades entre o ritmo e a batida do forró, com a

zabumba<sup>12</sup>. Ele conta como precisou inserir a sua cultura regional para conseguir então fazer com que o gênero musical fosse aceito dentro da sua casa.

Rapaz, vou misturar esse negócio aqui, já que o meu pai gosta, eu gosto, e eu não posso ouvir rap em casa, vou fazer um rap misturado com sanfona, com a minha cultura. Fiz a batida, botei o *sample* de sanfona, criei a letra, que fala da nossa cultura. Um dia, quando cheguei em casa, minha mãe tava ouvindo um CD demo com essa música, que eu tinha gravado. E o meu pai também gostou. Eles falaram: É isso aí. Agora, sim, você tá fazendo uma coisa que a gente gosta, que é da onde nós vem. Essa música, *Amor popular*, o mais interessante é que ela nunca foi mixada e masterizada. Ela vazou para a internet e aí espalhou. Aí eu deixei do jeito que foi, entendeu? (Chico, 2020).

Para além das regiões, as religiões com as formas mais diversas de fé fizeram com que o hip-hop brasileiro se formasse de maneira diferente dos guetos de Nova Iorque. As religiões afro-brasileiras, como o candomblé e a umbanda, influenciam a cultura hip-hop através de seus ritmos, cantos e simbolismos. Muitos artistas incorporam elementos dessas religiões em suas músicas, vídeos e performances, honrando a ancestralidade africana e sua resistência cultural (Silva, 2023).

No pilar da dança, com o *breaking*, tido como o principal fator de expansão do movimento no Brasil (Leal, 2007), resgatamos a história durante o tempo de tráfico negreiro (1550), onde os membros das tripulações obrigavam os africanos a dançar no convés das embarcações para se exercitar, já que um cativo morto era de grande prejuízo (Caldeira, 2013). A dança sempre fez parte da cultura afro. A maneira de se movimentar dos indígenas e africanos era bem diferente daquela que os europeus conheciam. Os africanos escravizados dançavam para honrar seus orixás com uma forma única de se mover (Bezerra, 2024).

Uma dessas formas de dança é a capoeira, uma herança de expressão cultural afro-brasileira composta por elementos musicais e por movimentos corporais da dança e das artes marciais. Para o *breaking*, a capoeira foi objeto de grande contribuição cultural. A expressão *capoeira* surgiu pelos povos escravizados como forma de resistência à opressão dos senhores e de

---

<sup>12</sup> Zabumba é o instrumento responsável pela marcação do ritmo nos trios de forró. Ela é a única responsável pela base de sustentação do pulso, por possuir um som grave e profundo.

preservação de suas identidades culturais, uma arte marcial utilizada como defesa dos escravizados fugitivos contra os capitães do mato. A roda, os instrumentos musicais, o canto e os movimentos corporais compõem a performance em capoeira (Afonso, 2024).

Tanto na Capoeira quanto no Breaking se vê a intenção de simular uma batalha, um jogo com o seu adversário, de forma pacífica, os dois têm a ideia de provocar o seu adversário a fazer melhor que você. Mas, enquanto a capoeira busca tocar seu companheiro de jogo, o Breaking em situação de batalha tem intenção de provocar, desafiar sem o toque (Silva *et al.* 2023). A capoeira é o resultado da reelaboração no Brasil de práticas corporais originárias da África. A controvérsia sobre suas origens, seja como princípio africano ou brasileiro, parece inexplicável (Sodré, 2023). Em alguns casos assemelha-se a capoeira também como um esporte, entendendo que os dois são capazes de promover movimento, simbologia, resgates ancestrais que demandam esforço físico (Bolaño, 2023).

Ainda sobre a pluralidade da dança que os navios africanos trouxeram para o Brasil, diversos elementos que ajudaram a compor a formação tradicional têm origem no continente africano. São eles: o samba; o axé, dança originária do ritmo afoxé que tem origem nas tradicionais danças religiosas; o coco; e o maracatu (Porfírio, 2024).

Tratando das danças coletivas e ancestralidade, Halbwachs (2006) reforça a subordinação do individual pelo coletivo, quer dizer, só é possível falar da existência de uma memória individual se esta estiver entrelaçada a uma memória coletiva. É o meio social e as percepções da vida material que acionam esta memória individual.

O Brasil é forte em organizações não governamentais que, assim como a Universal Zulu Nation, oferecem conteúdos diversos para os jovens que habitam os territórios marginalizados brasileiros. Organizações como a Central Única de Favelas (CUFA) e o Movimento Enraizados trabalham com palestras sobre temas diversos, mostras, oficinas e cursos gratuitos, tanto sobre o desenvolvimento dos elementos que compreendem o hip-hop, como capacitações profissionais diversas, de acordo com as necessidades locais. (Jacinto, 2010).

Tendo o rapper M.V. BILL como um de seus fundadores, a CUFA tem em seu site oficial informações sobre suas atividades, que acontecem desde 1999. A CUFA age como um pólo de produção cultural por meio de parcerias, apoios e patrocínios, formam e informam os cidadãos de 25 estados brasileiros. Dentre as atividades desenvolvidas pela CUFA, há cursos e oficinas de DJ, Breaking, Graffiti, Escolinha de Basquete de Rua, Skate, Informática, Gastronomia, Audiovisual e muitas outras. São diversas ações promovidas nos campos da educação, esporte, empreendedorismo, direitos humanos, economia e cultura e cidadania (2024).

Já o Instituto Enraizados esclarece em sua página que é uma organização de juventude que trabalha em rede, está presente em 17 estados brasileiros e em 10 países do mundo. Através da formação artística e cidadã, lutam de maneira transparente e democrática pela construção de uma sociedade mais justa e solidária. O Instituto abraça causas que visam proteger os direitos, o bem-estar e a qualidade de vida dos cidadãos periféricos, bem como o ambiente em que vivem. Se baseiam fortemente sobre como hip-hop e a juventude, unidos, têm o potencial de ser a solução inovadora e criativa para os desafios que a sociedade enfrenta (2024).

Assim, as duas organizações apresentam a ideia de que o hip-hop é capaz de promover educação, melhores condições de vida e, principalmente, apoio na luta pelos direitos humanos. O movimento une pessoas diversas a fim de transformar o ambiente social dos grupos marginalizados das sociedades (Collins, 2023).

Ao incorporar elementos identitários dos mais diversos, o hip-hop nacional adquire uma identidade única que reflete a diversidade cultural do país como uma manifestação multifacetada que dialoga com diversas tradições e expressões artísticas brasileiras. Além disso, a presença da moda, e a influência das religiões afro-brasileiras, como o candomblé e a umbanda, enriquecem ainda mais essa expressão artística. Assim, o hip-hop brasileiro se destaca não apenas como um gênero musical, mas como um espaço de resistência e afirmação cultural, onde tradições se reinventam e se entrelaçam, fortalecendo a identidade e a voz das periferias urbanas. (Silva, 2023).

### 3.3 CHEGADA DO HIP-HOP NO SUL DO PAÍS

Embora o rap seja o elemento de maior visibilidade no hip-hop, não foi por meio dele que o hip-hop chegou ao Brasil, foi no ano de 1983, através do *breaking* e do *graffiti*, que o movimento chegou ao país (Leal, 2007). Impulsionado pelos bailes black e pela formação dos primeiros grupos de breakdance e rap na região (Brito, 2010).

Esses bailes, que já ocorriam desde os anos 1970, foram essenciais para a disseminação do hip-hop, proporcionando um espaço onde jovens podiam se reunir e expressar sua identidade cultural através da música e da dança. As tendências musicais e culturais chegavam dos Estados Unidos através de discos e eram então inseridas no contexto dos bailes gaúchos (Gonçalves, 2005).

Um fato que muito contribuiu para que o *breaking* se tornasse um fenômeno de massa foi o lançamento do filme *Beat Street*, que no Brasil ganhou o nome: Na Onda do Break; onde no elenco e na trilha sonora as participações incluíam vários nomes representativos do hip-hop, que vinha se tornando algo irrefreável nos EUA. Em pouco tempo, este filme se tornaria uma espécie de vídeo-aula sobre fundamentos importantes para que o hip-hop começasse a ser compreendido como cultura mais ampla que, além da dança, incluía o grafite e o rap (Yoshinaga, 2014).

Esses primeiros passos do hip-hop no estado foram fundamentais para a construção de uma identidade cultural única, que mesclava as influências globais do movimento com as tradições locais. O hip-hop gaúcho se diferenciou por incorporar elementos da música regional e da cultura urbana, tornando-se uma voz poderosa para a juventude da periferia (Lemos, 2005).

Para entender o processo de expansão do hip-hop na capital gaúcha é necessário entender também o movimento negro no estado, bem como a interferência que a presença de caribenhos e afro-americanos chegados no Bronx tiveram para a origem do hip-hop em Nova Iorque. Durante o comércio de escravizados nos quadros do tráfico negreiro transatlântico até a primeira metade da década de 1850, a chegada de negros ao Rio Grande do Sul se dava pelo porto de Rio Grande (Torres, 2008).

Um registro que ficou da passagem de pessoas escravizadas pela Alfândega do Rio Grande foi deixado por Antônio José Gonçalves Chaves<sup>13</sup>, que levantou para o período de 1816 a 1822 a chegada de 6.157 escravizados ao Rio Grande do Sul. As localidades de relevância econômica tinham maior alocação de mão-de-obra escrava, como é o caso de Pelotas, Rio Pardo e Rio Grande, logo depois se estendendo para Bagé, Camaquã e Cristal, regiões essas que concentraram com os anos, maior população negra (Torres, 2008).

Já na capital, no século XIX, Porto Alegre foi marcada pela distinção entre a parte alta, o núcleo de onde partiu o povoamento, chamado de *centro*, e a genérica e mal definida parte baixa, situada entre o bairro do Bom Fim e o Rio Guaíba, que se estendia até o bairro Menino Deus. Tal distinção implementada por origens europeias de organização espacial urbana, não se refere somente a uma questão de nomenclatura, mas social, econômica e racial. A *cidade alta* como o lugar de residência da burguesia, enquanto que a *cidade baixa*, dos proletários, pobres e nesse caso, também muitos negros. (Rosa, 2019).

A construção de cidades como Porto Alegre, Rio de Janeiro e São Paulo se assemelha muito no que se refere à utilização de políticas urbanísticas importadas de países europeus. Nesse sentido, Sodré (2019) sugere que esse processo infere diretamente no que o autor considera um movimento de dominação cultural, identitária e ideológica que se inscreve por meio do desenvolvimento de reformas urbanísticas e arquitetônicas nas grandes cidades. Porto Alegre foi impactada pelos processos de *higienização* do centro da cidade, em detrimento da implementação de políticas de urbanização e modernização (Sodré, 2019).

Como o hip-hop em Porto Alegre, se iniciou como uma forma de lazer a partir dos bailes *blacks* de *soul* e *funk* das comunidades negras da cidade, foi só depois que os gaúchos passaram a compreender o então gênero musical, como um movimento social (Ferreira, 2018). Relevante contextualizar que na mesma época de 1980, ganhava força o movimento de rádios livres, emissoras de baixa potência na luta em busca de uma liberdade de expressão, somada ao desejo de realizar novas formas de comunicação social, na tentativa de produzir maior democratização da comunicação social (Moretti, 2003.)

---

<sup>13</sup> Antônio foi um político, escritor, empresário e dono de charqueada luso-brasileiro.

[...] as Rádios Comunitárias possuem um potencial para conquistar a adesão social, contando com o apoio da população em geral. Um benefício importante para a ampliação e proliferação destas emissoras foi as inovações tecnológicas, facilitando o acesso da população à radiodifusão. [...] As Rádios Comunitárias respeitam um público com diversidade em termos sociais, políticos e culturais, além de entender o ouvinte como um elemento importante que age e interage com a mensagem e com amplas possibilidades de transformar e melhorar seu meio (Moretti, 2003).

Considerando o presente movimento das rádios brasileiras nos anos 80, ao ter o direito de se expressar com o auxílio da radiodifusão, a comunidade pode falar por *si mesma* e para *ela mesma*. Ambos, música e rádio, possuem em comum sua disseminação inicial pela população pobre e um público que, em sua maioria, vive em comunidades carentes, com poucas perspectivas, desprovido de acesso aos direitos e serviços básicos, além de conviver num contexto marcado pela criminalidade. Com o advento das rádios comunitárias, surge a possibilidade de incorporar a fala da periferia e assim os *rappers* se aliaram às rádios comunitárias (Bonora, 2007).

Além das rádios ampliarem o alcance do hip-hop quanto gênero musical, o centro da capital, especialmente no Beco do Zaire, depois chamado de Esquina Democrática (Rua dos Andradas com Av. Borges de Medeiros), era onde ocorriam reuniões e encontros do povo negro, onde as novidades culturais e os eventos nos bairros eram compartilhados, muitas vezes por meio de panfletos (Silva, 2020). Tal espaço era parte de um território negro na região central da cidade, batizado com esse nome devido ao jogo entre Brasil x Zaire da Copa do Mundo de 1982, em que os negros reuniram-se na esquina para torcer pelo time africano como símbolo da sua verdadeira raiz étnica (Maffioletti, 2013).

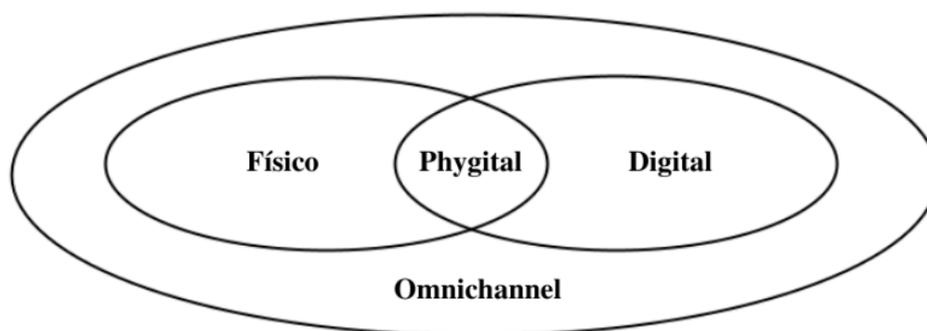
O ano de 1999 foi um marco importante na história do hip-hop nacional alcançando novos espaços, mas também para o hip-hop gaúcho. No mesmo ano, foi criado o Programa hip-hop Sul, veiculado na TV Educativa do Rio Grande do Sul (TVE RS), que foi ao ar pela primeira vez em junho de 1999, após dez anos de luta e articulação da Organização Cultural do Movimento hip-hop, composta por artistas e ativistas da cidade de Porto Alegre e Região Metropolitana (Rafuagi, 2021). Mesmo com poucos recursos, o Programa hip-hop Sul foi uma janela para as realidades da periferia, apresentando o

hip-hop como uma alternativa a esse contexto e colocando em evidência diversos grupos e artistas do movimento (Santos, 2023).

Rafuagi (2021), defende que a criação de museus regionais do hip-hop impacta a sociedade por meio do desenvolvimento da cidadania, pois transmite as ideias do consumo consciente, de uma sociedade colaborativa, criativa e solidária. Ademais, o autor indica a importância da existência de museus que trabalham com a preservação da história ancestral, sendo possível uma interpretação histórica a partir da perspectiva e do protagonismo daqueles que foram vencidos na história (Rafuagi, 2021).

Abordando a expansão do movimento a partir das rádios e gravações de músicas, é necessário entender esse grande papel que a comunicação teve para o crescimento e maior alcance do movimento. O conceito de *phygital*, surge como um neologismo proveniente da síntese dos termos físico e digital, propondo uma caracterização alinhada à crescente convergência entre ambas as dimensões (Gaggioli, 2017). Está inserido em um formato *omnichannel* (Figura 2), o qual compreende uma estratégia integrada entre os distintos pontos de contato com o cliente e canais de venda pelos negócios (Sarquis, 2019), e é compreendida, com a particularidade de reunir as manifestações físicas e digitais em uma mesma organização espaço - temporal (Belghiti, 2017).

**Figura 2** – Imagem ilustrativa exemplificando o *phygital* como parte do ambiente omnichannel.

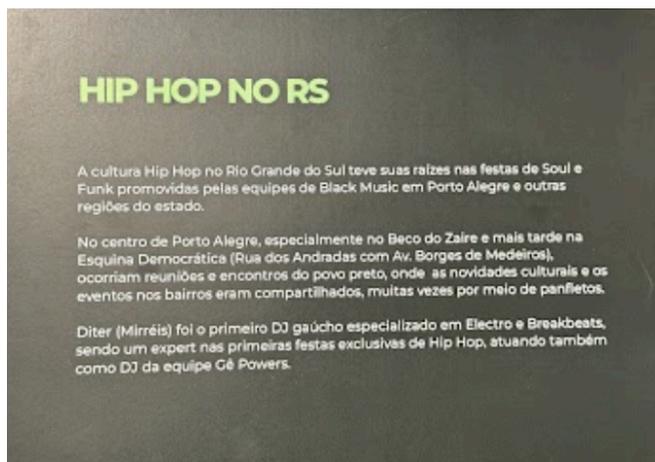


Fonte: Feijó, 2024.

Em termos práticos, esse hibridismo na experiência de consumo se manifesta por uma lógica de onipresença que toma espaço no físico (Belghiti, 2017). O movimento de expansão do hip-hop contou com essa integração de espaços físicos e digitais em todo seu processo de ampliação no cenário brasileiro. Seja a partir de acervos museológicos, rádios, panfletos, bailes ou redes sociais, o hip-hop foi aos poucos ganhando grande presença e penetração na sociedade.

Segundo texto em placa na parede do Museu do Hip-Hop de Porto Alegre (Figura 3), Mirréis foi o primeiro DJ gaúcho especializado em *Electro* e *Breakbeats*, sendo um dos especialistas nas primeiras festas exclusivas de hip-hop, atuando também como DJ da equipe de Geovaine Ornelles, conhecido como Gê Powers, o principal DJ pioneiro do hip-hop em Porto Alegre, integrante de um dos grupos de rap e charme mais antigos capital, chamado J CLIP e produtor de centenas de festas e eventos que inspiraram muitos artistas e ativistas da cultura de rua gaúcha.

**Figura 3** - Placa do Museu do Hip-Hop de Porto Alegre sobre o hip-hop no Rio Grande do Sul.



Fonte: Foto produzida pela Autora no Museu do Hip-Hop de Porto Alegre, 2024.

As lideranças do movimento, no Rio Grande do Sul foram atrás de direitos e reconhecimento para o hip-hop por anos e, em 2008, foram então instituídas leis que asseguram a presença da cultura hip-hop no estado, como por exemplo a Lei Municipal 10.378/08, que insere a Semana Municipal do Hip-Hop no calendário oficial de eventos de Porto Alegre, e a Lei Estadual 13.043/08, de setembro de 2008, que estendeu a Semana a todo estado (Goulart, 2010).

O primeiro Museu de Cultura Hip-Hop da América Latina se encontra na capital gaúcha, com a proposta de tratar diversos temas abordados pela cultura, como racismo, homofobia e machismo, para além da dança, música e arte. Rafuagi, fundador do Museu, é uma das lideranças do movimento que não mede esforços para engrandecer e preservar o legado do hip-hop no Brasil (Ferreira, 2021).

Olhar para trás, para os 50 anos do hip-hop, oferece uma visão melhor de como ele aborda as controvérsias contemporâneas de justiça racial e social. Porque não apenas sobreviveu como também prosperou durante o mesmo período, ele oferece uma forma de examinar as conexões entre a política cultural e a luta mais ampla dos negros por liberdade. Muitos negros acreditam que na década de 1980 os movimentos sociais negros desapareceram, no entanto, como voz dos despossuídos, o hip-hop oferece e ofereceu uma linguagem comum às pessoas ao longo do tempo. No mínimo, fornece uma ponte cultural entre os movimentos sociais negros de meados do passado e do presente (Collins, 2023).

Quando se estende o olhar para essa ponte cultural no Rio Grande do Sul, e, especificamente para Porto Alegre, constitui-se, automaticamente, um cenário de preconceito racial maior do que em algumas outras regiões do Brasil, sendo o estado com maior índice de casos de racismo, segundo dados do Anuário Brasileiro de Segurança Pública (2022). A cultura gaúcha possui tradições arcaicas, conservadoras e preconceituosas enraizadas, mas mesmo assim é palco para diversas atividades, debates, shows, exposições e ações da cultura hip-hop, o que acaba criando um embate geracional e racial contra esses costumes tradicionalistas (Luvizotto, 2010).

O próprio Museu do Percurso do Negro, em Porto Alegre, foi concebido por diversos motivos, mas principalmente para promover a valorização da autoestima do negro na capital, além da reapropriação do espaço urbano visibilizando-os como espaços identitários (Zanini, 2017). O que mais uma vez coloca o hip-hop como espaço de pertencimento e representatividade.

### **3.4 A PUBLICIDADE NO CONTEXTO DE EVENTOS E FESTIVAIS**

Este subcapítulo visa investigar como estratégias publicitárias são empregadas para promover, fortalecer e difundir o movimento hip-hop, destacando a interação entre a publicidade, o público-alvo e as características específicas que a comunicação de eventos e festivais têm em comum. Sendo assim, importante pontuar que a publicidade contemporânea não se limita apenas à venda de produtos ou serviços, mas também desafia e molda percepções sobre questões sociais, culturais e políticas. A propaganda há muito tempo não pode ser pensada nem estudada como um fenômeno isolado. Ela faz parte do panorama geral da comunicação e está em constante envolvimento com fenômenos paralelos, dos quais colhe subsídios (Sant'Anna, 2015).

O termo *comunicação*, todavia, envolve uma esfera mais ampla. Tudo comunica. No campo da comunicação mercadológica, é quase impossível acreditar que um produto tenha sido adquirido, em qualquer circunstância ou local, sem que houvesse um elemento que informasse ao consumidor a sua existência. Considere não apenas a produção publicitária midiática – na TV, no rádio, no cinema e na internet – mas os cartazes espalhados pela cidade, a decoração estratégica do ponto de venda ou o desenho da embalagem. A

comunicação se trata de um processo social fundamental. Sem a comunicação, não existiriam os grupos e as sociedades (Sant'Anna, 2015).

Inicialmente, a publicidade aborda a linguagem. A linguagem que referimos aqui é aquela que se transformou numa materialidade concebida, fabricada, distribuída e vendida como um produto industrial. Quessada (2003) entende que a publicidade é um complemento desse movimento industrial. A publicidade modela a linguagem à maneira dos produtos, calculando a eficácia e o peso de cada representação (Quessada, 2003).

Por intermédio do discurso publicitário, as empresas se servem da linguagem para convencer e seduzir. No contexto de eventos e festivais, como argumentado por autores como Kotler (2013) e Hackley (2010), a publicidade desempenha um papel crucial não apenas na divulgação dos eventos, mas também na disseminação de mensagens que podem influenciar profundamente a audiência. Estratégias publicitárias que focam em causas sociais não apenas informam, mas também buscam engajar e mobilizar o público em torno de questões relevantes para a comunidade (Wottrich, 2023).

Sobre valorização de discursos e causas sociais é possível citar a responsabilidade social, que é um conceito completamente diferente de *marketing social*. O primeiro tem como preocupação o bem-estar da sociedade, então são criadas ações que sejam voltadas para suprir tais necessidades. Já o segundo, tem por finalidade guiar as ações mercadológicas das empresas que buscam estabelecer uma identidade responsável e que também se preocupam com a sociedade. Ou seja, se o objetivo é criar uma identidade como uma empresa que atua com responsabilidade social, é necessária a prática do Marketing Social (Oliveira, 2009).

No caso de eventos e festivais estamos falando também sobre uma comunicação cultural. Trazendo como exemplo histórico, o primeiro festival de música do Brasil, o Festival da Velha Guarda, realizado em 1954, já demonstrava inicial interesse de veículos de mídia em explorar esse formato de comunicação cultural. No primeiro ano o evento foi realizado na Rádio Record de São Paulo e no ano seguinte já passou a ter o apoio também da TV Record. Em termos de contexto, é importante também pontuar que em 1985, ano marcado pelo fim da ditadura militar, foi realizada a primeira edição do Rock in Rio, considerado um marco na história do entretenimento do país (Martinelli, 2013).

Com o tempo e mudanças da sociedade a comunicação deixou de ser unilateral, e os consumidores não querem mais ficar passivamente só recebendo mensagens comerciais. Os consumidores querem um diálogo interativo, querem receber e produzir conteúdo, e que as marcas sejam tratadas como pessoas, replicando e cocriando campanhas o tempo todo. A reputação das marcas está permanentemente em discussão nas redes sociais (Sant'Anna, 2015).

Castells (2010), dá enfoque ao poder da comunicação na sociedade contemporânea, construindo o conceito de *mass self-communication*, ou autocomunicação de massa, na tradução para o português. Um conceito que endossa o poder da Era da Informação, termo usado para descrever a realidade tecnológica como facilitadora das relações humanas e interações entre máquinas (Magrani, 2019), apontando que a internet e o desenvolvimento dos telefones celulares criaram um ambiente propício permitindo que qualquer um possa disseminar mensagens para uma audiência global.

Nessa dinâmica em que uma multiplicidade de indivíduos se comunica entre si, Castells (2010) identifica uma nova realidade da comunicação, onde a linguagem é predominantemente digital e os emissores estão dispersos globalmente, engajando-se em interações contínuas. Jenkins (2009), por sua vez, argumenta que a convergência da comunicação mais significativa ocorre no cérebro dos consumidores individuais, influenciada pela interação social e pela bagagem pessoal de cada indivíduo dentro de seu nicho específico.

Sobre nichos específicos, é preciso buscar compreender o consumidor brasileiro e em quais redes sociais esses consumidores estão. Dados mostram que o WhatsApp é usado por 93,4% da população brasileira (Meta, 2024). No Brasil, 80% das pessoas concordam que preferem se comunicar com as marcas por mensagem, e outras 81% concordam que essa forma é mais fácil do que lidar com um site. Quando uma empresa não oferece essa opção, 79% dos brasileiros se sentem frustrados, enquanto 81% confiam mais em uma marca quando podem dialogar com ela por mensagem (Digital Brasil, 2024).

Como o objetivo principal deste estudo é investigar a influência da cultura hip-hop em Porto Alegre, capital do Rio Grande do Sul, o próximo capítulo se dedicará à análise detalhada do Festival Rap In Cena, reconhecido como o maior evento de cultura hip-hop no Brasil. Desde sua fundação em Porto Alegre, o festival não apenas promove a música e a arte urbana, mas também se

destaca como um espaço vital para a expressão cultural e a promoção de valores como inclusão, autenticidade e empoderamento.

#### 4. O ECOSISTEMA GERADO PELO FESTIVAL RAP IN CENA

Neste capítulo inicia-se a análise apresentando a história do Maior Festival de Cultura Hip-Hop do Brasil (Oliveira, 2023), o Rap In Cena Festival. O Projeto nasceu e segue sendo realizado na capital do Rio Grande do Sul, Porto Alegre. Também serão evidenciados dados de entrevistas em profundidade com roteiro semi estruturado (Apêndice A), realizadas com pessoas ligadas ao festival e a cultura hip-hop que auxiliam a visualizar as contribuições para a cultura hip-hop gaúcha e brasileira.

##### 4.1 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Para atender os objetivos estabelecidos nesta pesquisa, além de investigar o tema de forma exploratória teórica, foi realizada uma pesquisa de campo com coleta de dados por meio de entrevistas em profundidade. Como unidades de estudo, foram escolhidos profissionais envolvidos com o hip-hop em Porto Alegre (Quadro 1). Paralelamente a isso foram analisados documentos disponíveis no Museu do Hip-Hop, assim como planejamentos e relatórios obtidos junto ao Grupo Austral, responsável pela organização do festival.

Quadro 1 – Perfil dos entrevistados

Setor	Entrevistado	Descrição
Música	E1	Homem, 67 anos, negro, gaúcho, natural de Bagé. Residente de Porto Alegre. DJ pioneiro da Black Music no Rio Grande do Sul.

Cultura	E2	Homem, 35 anos, negro, gaúcho, natural de Porto Alegre. Residente de Esteio. Fundador do Museu do Hip-Hop de Porto Alegre. Artista e cantor de um grupo de hip-hop. Ativista artístico e social em âmbito nacional e internacional.
Entretenimento	E3	Homem, 30 anos, branco, gaúcho, natural e residente de Porto Alegre. Formado em Técnico de Administração (2015). Sócio fundador do Rap In Cena Festival. Membro do Conselho do Museu do Hip-Hop de Porto Alegre.
Entretenimento	E4	Mulher, 31 anos, branca, natural e residente de Porto Alegre. Superior incompleto em Administração. Sócia do Grupo Austral e do Rap In Cena Festival.

Fonte: Autora, 2024.

Para as entrevistas, foi decidido que todas seriam em formato virtual possibilitando melhores horários nas agendas dos entrevistados, porém, entendeu-se que para o **E1**, seria possível entrevista presencial, considerando a possibilidade de visitar também o acervo do Museu do Hip-Hop e absorver a compreensão do entrevistado sobre aspectos históricos.

Em média, as entrevistas duraram 40 minutos, realizadas no mês de abril de 2024 (Apêndice A). As que foram feitas de forma *online*, por meio da plataforma *Google Meet*, com **E1**, **E3** e **E4** foram gravadas através da extensão *Tactiq*, responsável por transcrever as falas de forma automática. Já na entrevista com **E2**, a conversa foi gravada através do gravador de voz do iPhone.

Os dados foram analisados a partir de uma planilha de Excel, organizada em categorias a priori: (1) Compreender as manifestações do movimento hip-hop

em contextos sociais diversos, (2) Entender como o Festival Rap In Cena interfere no ecossistema cultural da capital gaúcha; (3) Apresentar a contribuição da publicidade para a expansão do movimento hip-hop a partir do Festival Rap In Cena.

Cada categoria foi desdobrada em perguntas específicas (Apêndice A), selecionadas para explorar as diferentes perspectivas dos entrevistados e proporcionar uma análise completa do tema em estudo. Para cada categoria, foram coletadas respostas que ajudaram a entender como o Festival Rap In Cena influenciou o cenário cultural da capital gaúcha, além de investigar o papel da publicidade na ampliação e disseminação do movimento hip-hop através do evento. Essa abordagem metodológica permitiu uma análise abrangente sobre diferentes experiências e forneceu dados valiosos sobre a interseção entre cultura e história no contexto estudado.

O próximo subcapítulo apresenta o Festival, sua origem e trajetória, destacando a perspectiva de quem viveu o início do evento e sua significativa contribuição para a promoção da música, da dança, do grafite e da poesia improvisada. A história do festival não apenas reflete a evolução do movimento hip-hop no sul, mas também revela como ele se tornou um real espaço para a expressão cultural e a afirmação identitária de gerações.

## **4.2 ORIGEM E HISTÓRIA DO MAIOR FESTIVAL DE CULTURA HIP-HOP DA AMÉRICA LATINA**

O ano era 2012 e **E3**, fundador do Festival Rap In Cena, produzia festas pela sua produtora chamada *New Island*, para um público que gostava de consumir *funk*. Na época, **E3** havia recém completado 18 anos e acreditava ser necessário convidar para os shows artistas de sua preferência pessoal. Sem grandes conhecimentos sobre administração, gestão de eventos ou venda de ingressos, os primeiros anos da produtora tiveram tentativas sem lucros.

O rap não tava tão em alta na época, era 2012, o funk tava crescendo muito então tava difícil de virar as vendas em alguma coisa com eventos de rap. Até 2017, só perdi dinheiro fazendo rap, ganhava dinheiro fazendo funk e eletrônica. Mas sempre fui muito ambicioso e acreditava que chegaria muito longe. Hoje fico

feliz de não ter parado, mesmo com todo mundo que me subestimou (E3).

Dois anos depois, em 2014, a *New Island* apresentou, pela primeira vez, o nome Rap In Cena, em mais uma tentativa do empresário de movimentar a cena e o público com o rap. No texto do evento que aconteceu na sede da Império da Zona Norte, dia 9 de maio de 2014, a equipe do então Grupo *New Island* buscava citar o rap como movimento histórico, em busca de trazer mais engajamento para o evento.

Pensando chegar em outro estado de espírito, refletindo e sentindo a vibração que as palavras que compõem a mensagem deixada tem, podemos entrar em conflito com nossa cabeça e nossa mente, pois os choques sonoros causados pelo RAP parecem ser comprovados por cientistas famosos, que aguçam o amadurecimento mental, ensinam os Seres Humanos sobre a sociedade e a cultura e mostram de verdade a vida real, por isso é indicada por médicos em caso de suspeita de estar com a doença do olhos vendados, venha fazer parte deste momento histórico e evolua com seus pensamentos (LAST.FM, 2014).

A identidade visual da marca Rap In Cena ainda não era reconhecida e os eventos eram divulgados e fomentados através da plataforma do Facebook (Figura 4), na aba de eventos. No Gerenciador de Eventos, era possível configurar, monitorar e comparar as atividades nas fontes da sua empresa ao longo do tempo e criar públicos, além de promover interação entre os participantes confirmados no evento, por meio das postagens na página. (Meta, 2024).

**Figura 4** - Arte de divulgação do evento Rap In Cena disponível no Facebook da *New Island*.



Fonte: Facebook, 2014.

Mais uma vez, o evento realizado no Império da Zona Norte não foi lucrativo, apesar de ter sido a primeira vez em Porto Alegre de artistas nacionais como Filipe Ret e Oriente, que já estavam começando a mobilizar fãs. Em entrevista concedida ao canal Geração Empreendedora do Jornal do Comércio (Sommariva, 2022), **E3** assume que a escolha dos artistas foi motivada mais por sua preferência pessoal do que para de fato fomentar o cenário musical, ou seja, não era necessariamente o que o mercado gostaria de ouvir. Ele destacou que acredita que por este motivo não obteve os melhores resultados financeiros desde o início, já que sempre fazia escolhas pessoais de artistas, sem base.

Na época, **E3** estava cursando técnico em administração e começou a aplicar conhecimentos adquiridos em sala de aula, na gestão da produtora. Foi em novembro de 2018, em parceria com Opinião Produtora, que o festival Rap In Cena começou a ganhar força. As atrações do evento incluíram Cynthia Luz, Djonga, Matuê, Sant, Froid, L7nnon, Baco Exu do Blues e Nonsense, artistas que estavam impulsionando o cenário do rap nacional em 2018. Os shows foram realizados no palco do Pepsi On Stage, uma casa de festas na zona norte de Porto Alegre, e esse foi o primeiro evento de rap a gerar lucro para os sócios (**E3**)

Em 2019, o Rap In Cena expandiu seu formato, aumentando o número de dias do evento e incorporando novas atividades, como batalhas de *breakdance* e *graffiti* ao vivo. Além disso, a organização que sempre promoveu ingressos solidários em troca de alimentos não perecíveis, firmou parcerias com ONGs e instituições culturais, fortalecendo sua presença na comunidade direcionando doações e ampliando seu impacto social (**E3**).

**E3** cita sobre como entende que a pandemia do COVID-19, que começou em 2020, foi um período pujante para o rap e hip-hop brasileiros. Após esse contexto global, tanto o rap quanto o Rap In Cena evoluíram significativamente. Ainda em 2020, o festival foi adaptado para um formato online, permitindo que continuasse a engajar o público e apoiar artistas durante um período desafiador para a indústria cultural. Em 2021, o Rap In Cena retornou aos palcos, com L7nnon, Cristal e Djonga *headliners*<sup>14</sup> no Pepsi On Stage.

---

<sup>14</sup> Artistas principais de um show ou festival, aquele que atrai a maior parte do público e é responsável por encerrar o evento de forma grandiosa.

Em 2022, o festival se uniu ao Grupo Austral, uma agência de marketing e ativação de marcas com foco em execução e produção de eventos. O principal motivo dessa nova parceria foi transformar o Rap In Cena em um festival de grande porte e realizar o evento em um espaço aberto (E3). Um evento é considerado um festival por pesar fatores artístico-culturais, composto de apresentações previamente selecionadas, com o objetivo de competição, divulgação ou promoção comercial. Tem frequência variável e pode acontecer em ambientes abertos ou fechados (E4).

Assim, o Rap In Cena já se configurava efetivamente como um festival. No entanto, era o desejo dos sócios que o projeto alcançasse proporções ainda maiores, e assim aconteceu. Em outubro de 2022, realizou-se a primeira edição do Rap In Cena *World*, no Parque Maurício Sirotski Sobrinho, conhecido popularmente como Parque Harmonia, com mais de 60 artistas do cenário nacional (E4). E3 comentou sobre sua ambição de alcançar o mesmo patamar de marca e grandeza internacional que o *Rock In Rio*.

Sobre a perspectiva do Grupo Austral, E4, que se tornou sócia do projeto conta sobre a primeira vez em que ouviu falar sobre a possibilidade da sociedade se firmar e como ficou contente com a notícia de que os sócios do RIC (apelido dado pelas siglas de Rap In Cena) teriam vontade de unir a essência do projeto com o conhecimento especializado em grandes eventos que a Austral já tinha (E4).

O título de *Maior Festival de Cultura Hip-Hop do Brasil* veio em 2022 (Oliveira, 2023), a partir do crescimento do evento junto ao Grupo Austral e foi realmente confirmado considerando que estamos falando sobre magnitude e ponto de contato com mais frentes da cultura hip-hop, além da música e dança, incluindo um campeonato de skate, com a participação do skatista profissional Pedro Quintas, representante do Brasil nas Olimpíadas de Tóquio, como jurado, além de batalhas de rima, de *breaking* e quadras de basquete (E3).

A parceria com o coletivo *Bronx* também foi um marco importante que dinamizou a cena do hip-hop gaúcho. O coletivo que leva o nome da cidade berço do hip-hop tem promovido reflexão sobre a negritude, gênero e os seus arredores através da representatividade no hip-hop e desenvolveu um palco próprio no festival, com uma curadoria de artistas locais e nacionais durante o evento (E3).

Esta edição do Rap In Cena *World* 2022 atingiu os objetivos dos sócios, consolidando-o como o maior e mais prestigiado festival de hip-hop do Brasil (Oliveira, 2023), com dois palcos e mais de 25 mil participantes ao longo dos dois dias de evento (Figura 5).

**Figura 5** - Foto do show do Djonga no palco principal da edição de 2022 do Festival Rap In Cena.



Fonte: Jornal do Comércio, 2022

Em 2023, seguindo a sociedade com o Grupo Austral, o Rap In Cena promoveu a maior edição da sua história, até então. Com 45 mil metros quadrados de área, dois dias e mais de 50 mil pessoas, o dobro da edição anterior. Neste ano, o festival aumentou em área, em público, palcos, parceiros, atratividades, patrocinadores e em mídia (**E4**).

Dentro do escopo do Grupo Austral esteve presente toda a parte comercial do festival (**E4**), e a marca global de cerveja, Budweiser, foi uma das gigantes que assinou contrato de uma cota chamada *namings rights*, que traduzida para o português significa: *direitos de nomeação*. Esta cota consiste nos direitos de associar o nome do patrocinador ao evento, através da inclusão do nome do patrocinador no título do nome que está sendo evidenciado. Dessa forma, em 2023, o festival levou o nome de *Rap In Cena Budweiser* (**E4**).

Ainda para o festival de 2023, o Rap In Cena firmou uma *collab*<sup>15</sup> com a marca LRG (Lifted Research Group), uma empresa de roupas e acessórios de

<sup>15</sup> Uma abreviação do termo em inglês “collaboration”, que significa “colaboração” em português. É um conceito amplamente utilizado para descrever parcerias ou colaborações estabelecidas entre indivíduos, empresas ou artistas com o objetivo de trabalhar juntos em um projeto específico.

skate e *streetwear*<sup>16</sup>, fundada em Irvine, Califórnia, em conjunto também com a patrocinadora Budweiser. Uma coleção de camisetas personalizadas com estampas oficiais do Rap In Cena assinadas pela ilustradora Betina Valadão e pela *designer* Maria Eduarda Bervian, duas gaúchas que deram vida aos elementos do RIC (Figura 6) através do time de criação do Grupo Austral (E3).

**Figura 6** - Fotos de duas versões das camisetas assinadas por Rap In Cena, Budweiser e produzidas pela fábrica da LRG Brasil.



Fonte: LRG Brasil, 2022.

Quanto a estrutura e atratividades, a edição de 2023 contou com três palcos, 46 artistas nacionais, 108 artistas locais e 28 horas de música. Uma verdadeira cidade de cultura, arte, esporte, educação, música e entretenimento. Expandindo ainda mais o pilar de esporte, essa edição ainda contou com uma área reservada para mais de 500 atletas e seis esportes, acontecendo simultaneamente nos dois dias de festival. A chamada Vila Olímpica uniu batalhas de *breaking*, lutas de boxe, jiu-jitsu e kickboxing, pista de skate, quadra de basquete e batalhas de rima e *slam*<sup>17</sup> (E3).

Em parceria com a Prefeitura de Porto Alegre, o festival forneceu seis mil ingressos que foram distribuídos entre comunidades indígenas, quilombolas, pontos de cultura de diversas comunidades periféricas, Marcha do Hip Hip, entre

<sup>16</sup> Estilo de roupa casual que ganhou o mundo a partir da década de 1990. Ele surgiu inspirado pela moda hip-hop e hoje é conhecido pelo estilo das ruas.

<sup>17</sup> Slam é uma competição de poesia falada. Originário do inglês, o termo slam quer dizer batida.

outros. Ação essa que promove acesso mais democratizado à cultura hip-hop que tanto preza por igualdade e equidade racial, religiosa e de gênero para a sociedade (**E3**).

Resgatando memórias afetivas e ancestrais daqueles que iniciaram com o movimento do hip-hop no Rio Grande do Sul e em todo Brasil, em 2023, um dos palcos do RIC foi o Palco 90's. Um espaço dedicado a homenagear os anos 90, contemplando todos os artistas e público da velha guarda que pavimentaram a cultura anos atrás para que hoje possamos ter tamanho e valor de transformação na cena. Foram alguns dos artistas presentes no Palco 90's: *Thaíde, NDee Naldinho, Pepeu, Dexter e Gê Powers* (**E3**).

De 2014 a 2024 já foram mais de 190 artistas contratados e um público superior a 97 mil pessoas passaram por 30 eventos realizados pelo Rap In Cena. Durante o período, também foram gerados cerca de 7,5 mil empregos, além da arrecadação de 80 toneladas de alimentos distribuídos para mais de 50 instituições gaúchas. Em entrevista para GZH (2023), **E3** comentou sobre o sentimento de estar aumentando o tamanho dos seus sonhos:

Deixamos de ser apenas um festival de música e passamos a conduzir uma plataforma cultural de comunicação, onde, hoje, temos novos braços que fazem parte da operação, como um podcast, YouTube com canal de entrevistas, além do Instagram e de *collabs* com marcas globais (**E3**).

Para além do festival, o Rap In Cena também criou um projeto chamado RIC Educa, uma ação que promove educação e espaço para intervenções do hip-hop em escolas de ensino público e particular de Porto Alegre e região. Nos intervalos dos colégios, a equipe Rap In Cena busca levar formas de descontração através da música, dança e ações promocionais que engajam os estudantes que tiram as maiores notas a concorrerem ingressos para o festival. Artistas locais também ganham espaço para se tornarem atrações dos alunos e mostrarem a sua voz e dessa forma a comunidade RIC vai ganhando novos admiradores e pertencentes (**E3**).

Considerando todos esses pontos de contato e formatos diversos de atuação, hoje em dia, o Rap In Cena deixou de ser apenas um festival e se tornou uma plataforma completa de arte, cultura, música, esporte, educação e entretenimento.

No próximo subcapítulo vamos adentrar as estratégias de comunicação que fizeram com que o festival ganhasse mais alcance, fãs e seguidores na vida real e também nas redes sociais. Por trás do sucesso do festival, vamos abordar qual foi a contribuição que a comunicação promoveu ou não para esse avanço.

### 4.3 ESTRATÉGIAS DE COMUNICAÇÃO PARA EXPANSÃO DO FESTIVAL

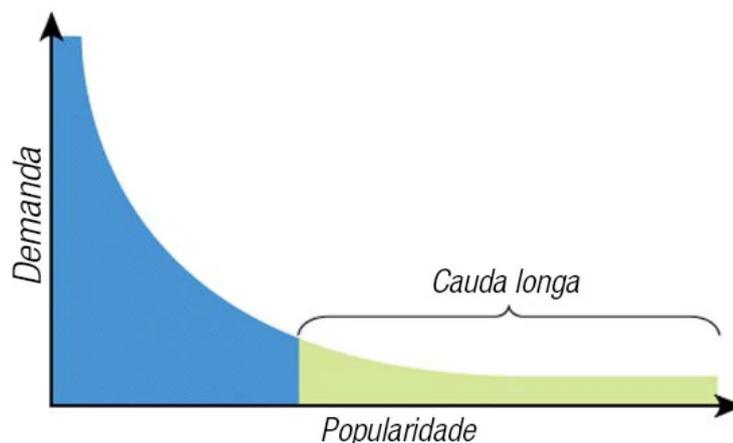
O Rap In Cena tem forte presença em redes sociais e usa a plataforma do Instagram como principal meio de contato com o público. São dois perfis principais que se comunicam com o público do RIC, o @rapincena é um perfil que funciona como uma plataforma de notícias e entretenimento, dedicado a comunicar tudo sobre a cena do rap e hip-hop nacional, com 343 mil seguidores (E3). Já o @rapincenafestival é o perfil oficial do Festival, dedicado a comunicar todas as principais informações sobre o evento e interagir com o público de 134 mil seguidores (*Instagram, 2024*).

Através da internet e mais precisamente das redes sociais, observa-se a formação de sistemas de interesse e circulação de artistas, fãs e consumidores de música dentro de uma lógica que Anderson (2006) chama de: Princípio da Cauda Longa (Figura 7). Trata-se de um retrato da nossa realidade atual, onde a economia de massa já não seduz mais o consumidor. Anderson observou o surgimento de novos mercados de nicho – voltados a públicos mais reduzidos e que operam fora do *mainstream*<sup>18</sup> –, que puderam se desenvolver graças à internet. O Rap In Cena fomenta esse movimento para além do que chamam de *hype*, que nada mais é do que os artistas e músicas mais famosos e escutados. Com a cultura de falar sobre artistas locais e recentes o RIC abraça começos e possibilita a formação de novos pontos de interesse (E3).

---

<sup>18</sup> A corrente dominante ou convencional, também conhecida pelo anglicismo *mainstream*, é a corrente de pensamento mais comum ou generalizada no contexto de determinada cultura.

**Figura 7** - Gráfico que apresenta a teoria da Cauda longa.



Fonte: Blog em Gotas (2016).

Além do Instagram como plataforma oficial, o Rap In Cena usa de uma comunicação *phygital*, um conceito que surge como um neologismo proveniente da síntese dos termos físico e digital, propondo uma caracterização alinhada à crescente convergência entre ambas as dimensões, integrando tecnologias digitais como redes sociais, QR Codes, realidades alternativas, interfaces interativas, etc. (Belghiti, 2017).

A comunicação do festival mudou bastante com os anos, até se tornar verdadeiramente *phygital*. Até 2022, todos os materiais eram produzidos por uma equipe interna do Rap In Cena, de forma mais caseira com uma equipe que conhecia muito o produto, mas não tinha visões tão comerciais e de comunicação (E3). Para o lançamento do festival de 2022, pela primeira vez em sociedade com o Grupo Austral, a comunicação passou a tomar novos rumos. Na segunda edição, junto ao Grupo Austral, com estratégias de comunicação bem estruturadas, o festival teve mais de 2 milhões de contas alcançadas, de agosto a novembro de 2023 (E4).

Quanto aos materiais do perfil do Instagram, a dinâmica é disposta em lançamento de artistas e conteúdos sobre os mesmos, além de comunicar também ativações, parcerias, homenagens, conteúdos sobre a história do hip-hop, divulgação de marcas patrocinadoras e espaços específicos do festival, divulgação essa que normalmente acontece nos meses de outubro ou novembro (E4). Para o primeiro lançamento, foi realizada uma ação inédita e inesperada na Orla do Guaíba de Porto Alegre, em maio de 2023, um guindaste com letreiro

luminoso foi implementado na Orla em uma quarta-feira, 17 de maio, sem qualquer indício sobre o festival, comunicando uma única mensagem: Vamos parar o Brasil dia 19 de maio, às 19h, e um QR Code (Figura 8) que levava para uma página em preto com uma lacuna de cadastro (GZH, 2023).

**Figura 8** - Guindaste misterioso na Orla do Guaíba.



Fonte: Agência RBS, 2023.

Desvendado em 19 de maio, a ação reuniu cerca de 2 mil curiosos, de acordo com estimativa da Secretaria de Segurança (2023), e em um palco pendurado no guindaste, o ilusionista Kronnus elaborou um número, fazendo com que o fundador do Rap in Cena, desaparecesse de lá do alto, surgindo, em seu lugar, Major RD, sendo assim a primeira atração confirmada do festival (GZH, 2023). Gabriel Martins, menino de 18 anos, que esteve presente na ação, disse: "Aqui no Sul não tem tanta cena hip-hop, isso é mais no Rio e em São Paulo. Mas com o festival, quem gosta de hip-hop por aqui tem um espaço (GZH, 2023)".

Essa foi uma das ações que o Rap In Cena promoveu gerando expectativa e fomentando curiosidade do público. Todas as estratégias levavam, de alguma forma, para as redes sociais e os cadastros realizados através do QR Code captavam dados como e-mail e número de *WhatsApp* e assim foi captada uma lista de pessoas curiosas. Depois do lançamento, essas pessoas receberam mensagens personalizadas em seus contatos *cadastrados*,

convidando a participarem dos grupos oficiais do RIC, que futuramente gerariam promoções e informações antecipadas sobre o festival (E3).

Os grupos de *WhatsApp* foram parte muito importante para as estratégias de venda e durante todos os meses que antecederam ao festival, pois uniram e proporcionaram aos membros do grupo um sentimento de comunidade (E3). A sensação de estar no grupo cadastrado promove pertencimento e intimidade, resultante do compromisso e crença de que os ali presentes possuem mais informações, são mais especiais e irão partilhar histórias, lugares e tempo em comum, juntos (E4). Esse senso de comunidade foi explorado, em paralelo, no Instagram e antes dos lançamentos de grandes artistas era publicado um conteúdo com algumas dicas sobre a atração a ser divulgada. Quem fazia parte dessas comunidades, recebia dicas extras e ainda ficava sabendo da informação antes das outras pessoas (E3).

Quanto ao que é popularmente chamado de *mídia off*, ou seja, a mídia tradicional, como meios: televisão, rádio, jornais, *outdoors*<sup>19</sup> e outras formas de publicidade física, o Rap In Cena contou com uma parceria estratégica junto ao Grupo IMobi, empresa gaúcha de OOH mídia externa em Porto Alegre, que forneceu mais de 30 pontos da cidade, gerando 720 inserções por dia, em cada ponto, considerando 24h por dia de conteúdo rodando (Relatório Grupo Austral, 2023).

Também dentro da comunicação, a *collab* de camisetas entre RIC, LRG Brasil e Budweiser gerou conexão física com o público e proporcionou ainda mais mídia para o festival. A assessoria de imprensa da Porque Assessoria, especializada em rap e trap, também foi um dos grandes pontos de expansão da comunicação, fazendo com que o festival fosse ainda mais falado e tivesse espaço nas mídias de São Paulo e do Rio de Janeiro, capitais onde o hip-hop, historicamente, tem mais visibilidade (E4).

No próximo capítulo, serão analisados os dados captados em entrevistas em profundidade realizadas com pessoas que estão conectadas à cultura hip-hop de formas diversas. Importante ressaltar que pouco se encontram dados

---

<sup>19</sup> Um outdoor é uma forma de publicidade exterior, geralmente uma placa grande colocada ao ar livre em locais estratégicos, como ao longo de estradas, em áreas urbanas movimentadas, ou em eventos públicos. Geralmente, contém informações publicitárias como mensagens comerciais, imagens, ou anúncios, destinados a capturar a atenção do público-alvo enquanto ele passa pelo local.

científicos e concretos sobre os movimentos do hip-hop no sul do país e menos ainda, sobre ações atuais como o Museu do Hip-Hop de Porto Alegre e as frentes de comunicação e visibilidade que o Festival Rap In Cena gera para o cenário gaúcho.

## **5. MAIS QUE UM FESTIVAL – DESENVOLVIMENTO DE UMA IDENTIDADE CULTURAL**

Neste capítulo, serão apresentados os resultados das pesquisas documentais e das entrevistas em profundidade, analisados à luz das provocações teóricas abordadas na revisão bibliográfica. Esta abordagem integrada visa não apenas fornecer uma visão detalhada dos dados coletados, mas também contextualizá-los na busca de alcançar os objetivos estabelecidos para este trabalho.

### **5.1 MANIFESTAÇÕES DO HIP-HOP EM CONTEXTOS SOCIAIS DIVERSOS**

A expansão do hip-hop em Nova Iorque na década de 1970 é uma narrativa poderosa sobre como um movimento cultural e artístico emergiu das comunidades marginalizadas para se tornar uma influência global. Diante dos severos problemas econômicos e sociais, os bairros marginalizados, como o caso do Bronx, enfrentavam um cenário desafiador para qualquer evolução cultural ou melhoria das condições de vida, a pobreza e o caos eram realidade cotidiana do Bronx (Postalli, 2011).

Nesse contexto adverso, os jovens afro-americanos e latinos descobriram nas festas de rua uma forma de expressão autêntica, assim como Rose (1997) cita sobre o Bronx ter se tornado um espaço de diversão em meio à decadência urbana de uma cidade em crise, integrando música, dança, arte visual e poesia improvisada. A cena em Porto Alegre também segue este padrão. **E2** conta que como um jovem de periferia, morador da Vila Cruzeiro em Porto Alegre, muito já usou do hip-hop como fonte de escape para a dura realidade cotidiana.

Originariamente surgidas de maneira espontânea e localizada, as manifestações culturais do movimento logo se tornaram fundamentais para o

desenvolvimento do hip-hop, emergindo como pilares sólidos da cultura urbana contemporânea. A música, então denominada rap, que é a fusão das palavras ritmo e poesia (*rhythm and poetry* em inglês), a dança com o *breaking*, o *graffiti* como forma de arte visual, e o *freestyle* como poesia improvisada (Rose, 2008). Com o tempo, o hip-hop abraçou um quinto elemento: o conhecimento, que não só caracteriza o movimento como uma ferramenta de transformação, mas também como uma cultura com fundamentos teóricos sólidos (Fonseca, 2021).

Afrika Bambaataa, considerado o padrinho do hip-hop, foi fundamental ao incorporar o pilar do conhecimento ao movimento e introduzir conteúdo político, promovendo a ideia de resolver disputas entre gangues do Bronx não pela violência, mas por meio de competições de música, dança e arte (Felix, 2005). Reconhecido por gerações como um ícone, **E1** conta sobre sua admiração e sobre a honra de ter sido chamado pela CUFA para receber Bambaataa na sua primeira vez em Porto Alegre, em 2010. **E1** citou "não é todo dia que conhecemos nossos ídolos, não é mesmo"?

Na mesma época, problemas econômicos em países próximos aos Estados Unidos provocaram migrações e os guetos se tornaram lar de muitas famílias afro-americanas, cujas vidas eram marcadas pela luta contra a segregação social (Postali, 2011). Segundo Weller (2011), o movimento se desenvolveu por lá como uma cultura de rua e uma forma de dar voz aos jovens marginalizados e oprimidos que viviam nos bairros periféricos.

Rose (1997) contextualiza que nos anos 1970, Nova Iorque estava passando por uma grande transição econômica, movendo-se de uma base industrial para uma economia de serviços. Ao mesmo tempo, a cidade enfrentava uma mudança demográfica significativa devido à crescente imigração, resultando em uma população cada vez mais multicultural. **E3** discorre sobre o contexto do Bronx levantando os desafios comuns de bairros periféricos, como altos índices de violência, pobreza generalizada, tráfico de drogas, racismo estrutural e deficiências no sistema educacional. Além disso, havia uma carência de espaços de lazer adequados para os jovens, exacerbando as tensões sociais e culturais na cidade.

O hip-hop emergiu inicialmente como uma resposta cultural e social à decadência urbana e às condições adversas enfrentadas pelos residentes dos guetos de Nova Iorque (Rose, 1997). Construído como um espaço de expressão

e entretenimento, o hip-hop proporcionou uma saída criativa para a juventude local, que encontrava nas manifestações e no estilo de vida, uma forma de resistência e afirmação de identidade diante das dificuldades cotidianas.

Foi assim que se deu a formação do movimento como uma afirmação da identidade dos negros e pobres, se articulando com as tendências da moda de rua e as tecnologias emergentes da música (Felix, 2005). Isso não apenas representou uma transcendência em relação a identidades impostas, mas também se assemelhou à ideia de território imposto (Haesbaert, 2004), onde a cultura hip-hop se posiciona como um espaço de construção afirmativa e resistência cultural, confirmando o que **E1** conta sobre como o hip-hop foi oportunidade para jovens naquela época, ajudando muitos a saírem de certa agonia, podendo expressar o que acontecia nas sua comunidade ou família: "Colocar para fora através da música é hip-hop. Hip-hop é um meio de comunicação".

No entanto, como Collins (2023) destaca, o hip-hop não se limita apenas à comunidade negra e periférica. A cultura hip-hop aborda questões de igualdade e luta por causas sociais que demandam reconhecimento. Isso revela a capacidade do movimento de transcender barreiras raciais e sociais e unir diferentes grupos na busca por justiça e igualdade social.

O rap mesmo vem de raiz, seja dos jovens de Nova Iorque ou do cara da Bom Jesus em Porto Alegre. Negros e brancos caminham juntos, antes dentro dos guetos, hoje já até fora dele. O negócio é expandir o discurso. Todos viram divulgadores do movimento e isso abrange camadas sociais que antes eram inimagináveis (**E1**).

Collins (2023) também enfatiza que essa colaboração interétnica fortalece a mensagem do hip-hop como um movimento inclusivo e coletivo, capaz de inspirar mudanças significativas para além das fronteiras étnicas e culturais.

Como resistência cultural, o sentimento comum de pertencimento amplificou as vozes marginalizadas, tornando-se um meio poderoso de narrar as experiências e os desafios da vida nas periferias urbanas. O hip-hop proporcionou uma cultura única para os jovens das comunidades marginalizadas se afirmarem e se reconhecerem, desafiando estereótipos e reivindicando seu espaço na sociedade.

A expansão global do hip-hop não se restringe apenas à sua propagação geográfica, mas também à sua adaptação às diversas realidades culturais ao redor do mundo (Postalli, 2011). Ao longo das décadas, o hip-hop consolidou-se como uma plataforma influente para denunciar injustiças sociais, desigualdades raciais, violência policial e outras formas de opressão enfrentadas pelas comunidades negras e periféricas globalmente. **E2** aborda o quanto a conexão profunda que as diversas populações mantêm com o hip-hop surge das histórias compartilhadas de marginalização, resistência e expressão cultural dentro das comunidades.

O hip-hop se tornou um veículo de divulgação acessível a diferentes camadas sociais, unindo indivíduos que antes estavam separados por divisões impostas. Essa expansão e diversificação do movimento prepararam o terreno para explorar como o hip-hop chegou ao Brasil, no início da década de 80 (Leal, 2007), revelando suas proximidades e similaridades. As semelhanças não são coincidência: tanto os Estados Unidos quanto o Brasil foram construídos com o trabalho escravo de negros sequestrados de suas terras na África e são países multiculturais, devido às sua ampla diversidade social, cultural e étnica (Lima, 2019).

Os anos 1980 foram profundamente influenciados pelo regime da ditadura militar no Brasil, caracterizados pela repressão e pela limitação das liberdades individuais e culturais. Nesse contexto, **E1** fala sobre como o surgimento da cultura hip-hop brasileira representou uma expressão de liberdade e resistência. O movimento proporcionou que muitos pudessem expressar sua arte de forma autêntica e sem restrições.

A história conta que as informações sobre o movimento negro norte americano, de luta pelos direitos civis e de afirmação de identidade, chegavam aos poucos até os brasileiros, de forma fragmentada, por diversos canais, como jornais, revistas, indústria fonográfica e mesmo por algumas pessoas que viajavam aos Estados Unidos e lá tinham contato diretamente com a efervescência cultural e política da época (Felix, 2005). **E3** aborda sobre esse contexto a importância que os veículos de mídia tiveram para a expansão dessa identificação. "Se não tivessem começado a falar sobre o que estava acontecendo no Bronx, talvez a história tivesse sido diferente. Todo movimento precisa de voz e repercussão pra ganhar notoriedade".

Aqui e lá, o hip-hop emergiu como um movimento cultural inovador, ganhando crescente dimensão nacional e falando diretamente a linguagem das periferias (Domingues, 2007). Nos anos 1970, após duas décadas de regime militar no Brasil, o processo de redemocratização iniciou-se, marcado pela revogação da censura e da concentração do controle político pelo Executivo. Esse período viu um cenário de crescente liberalização das propagandas políticas e aumento das mobilizações populares, influenciando diretamente as narrativas e discursos do rap periférico, que se tornaram mais politizados (Bonora, 2007).

Foram muitos os artistas que movimentaram o hip-hop no Brasil, em todas as suas vertentes. Nelson Triunfo e Thaíde, notáveis no breaking, são considerados precursores do hip-hop no Brasil (Rocha, *et al.* 2001). Locais emblemáticos como a estação São Bento, a Rua 24 de Maio e o Viaduto do Chá foram cruciais para o movimento sair dos bailes e se fortalecer em São Paulo, capturando a atenção de uma juventude cada vez mais engajada com as profundas desigualdades sociais e econômicas do país (Camargos, 2015).

Assim, embora tenha suas raízes nos Estados Unidos, o hip-hop é uma cultura dinâmica que se adapta e reflete as realidades locais de cada nação (Ricoeur, 2006). No Brasil, um país multicultural, essa adaptação se manifestou através de uma multiplicidade de vertentes e desenvolvimentos específicos para o movimento, influenciados pelas características regionais, históricas e culturais únicas de cada região (Richard, 2005). Cada expressão do hip-hop brasileiro transmite as complexidades e desafios enfrentados pelas comunidades em seus contextos locais.

**E2** apresenta uma perspectiva sobre esta capacidade de se renovar e se reinventar, mantendo-se fiel às suas raízes de resistência e expressão cultural, como o "por trás das cenas" do que torna o hip-hop uma força tão relevante na cena cultural brasileira contemporânea.

Adentrando o espaço geográfico no qual este estudo se localiza, sobre a chegada do hip-hop no Rio Grande do Sul podemos identificar a mesma base de disseminação. Comunidades periféricas e majoritariamente negras foram as primeiras a abraçar o movimento, não apenas como uma forma de expressão artística, mas como potente meio de transformação social e construção de identidade.

A chegada do hip-hop no Rio Grande do Sul é datada muito através da comunicação e veículos de mídia, que, assim como em São Paulo, traziam referências de músicas que misturavam o *soul* e o *funk*, bem como nos guetos nova iorquinos (Corniani, 2008). **E1** contextualizou sua experiência com esses primeiros discos de rap e hip-hop chegados no Rio Grande do Sul contando que poucas eram as lojas da época que recebiam novidades, ele, como um grande curioso, foi atrás dos primeiros exemplares de discos que vieram para o sul, como: Afrika Bambaataa, Grandmaster Flash, Sugar Hill e Kurts Blow.

Os bailes *blacks* onde **E1** atuava como DJ, nos clubes mais periféricos da cidade, proporcionaram-lhe a oportunidade de misturar o *soul* e outras músicas que já tocava com os novos discos de hip-hop, sendo bem recebido pelo público pela fusão de estilos. Com o tempo, o aumento da disponibilidade e demanda por esses discos nas lojas refletiu o crescimento da popularidade do gênero em Porto Alegre.

A construção de cidades como Porto Alegre e São Paulo se assemelham muito no que se refere à utilização de políticas urbanísticas importadas de países europeus. Nesse sentido, há notável interferência no movimento de dominação cultural, identitária e ideológica. Porto Alegre foi profundamente impactada pelos processos de higienização do centro da cidade, que privilegiaram políticas de urbanização e modernização em detrimento das comunidades locais (Sodré, 2019).

Para entender esses movimentos históricos e políticos, é essencial remontar à chegada dos primeiros negros escravizados ao Rio Grande do Sul. Assim como no Bronx, esse fluxo de imigração forçada não apenas moldou a composição demográfica da região, mas também catalisou um rico intercâmbio cultural ao longo do espaço geográfico.

**E2**, estudioso do movimento negro, destaca como o tráfico de escravizados contribuiu para a concentração de populações negras em regiões específicas do Brasil, estabelecendo conexões diretas com a evolução do hip-hop. Até meados da década de 1850, a entrada de negros no Rio Grande do Sul era predominantemente pelo porto de Rio Grande (Torres, 2008).

Se a gente for fazer o desenho do Rio Grande do Sul, a gente entende o porquê de a região da serra ter mais brancos e por que

a região sul do estado, a partir de Guaíba, passando por Camaquã, Cristal, Pelotas, Bagé e Jaguarão, ser composta principalmente por negros. Por quê? Porque isso está ligado à escravidão no Brasil, onde o Porto de Rio Grande era a porta de entrada dos negros, e automaticamente aqueles que entraram pela região sul acabaram ficando por ali mesmo. A grande maioria dos negros que estão hoje na região metropolitana de Porto Alegre são descendentes desses negros escravizados. Meus pais, por exemplo, são de Camaquã. Todo o movimento é, sim, sobre ancestralidade (E2).

Esses escravizados são os antepassados de muitos que hoje são protagonistas na cena do hip-hop no Rio Grande do Sul. E1, pioneiro do movimento na região, tem sua origem em Bagé, o que ilustra claramente a influência das comunidades historicamente marginalizadas na formação e desenvolvimento da região. Essa conexão direta com as raízes profundas da história regional ressalta como o movimento não apenas reflete, mas também perpetua a herança cultural e social dos afrodescendentes (E2).

Durante os anos 1970, E1 participou de um dos primeiros grupos gaúchos de hip-hop, o J. CLIP, conhecidos pelos discos *Rap do Sul* (1990), *Tenha Consciência* (1991) e *Hey Black* (1993). Nesse processo de primeiros lançamentos de músicas e álbuns de hip-hop no sul, a Rua dos Andradas, mais precisamente na esquina que hoje é conhecida como *Esquina Democrática*, os primeiros panfletos de bailes e encontros de hip-hop aconteceram:

O pessoal levava os rádios e ia pra Andradas entregar panfleto, divulgar seu som e os bailes da região. Toda sexta-feira lotava lá. A galera metia o *freestyle* falando das suas realidades, o pessoal começava a bater palma, já formavam rodinhas de *break* e isso acontecia direto. Era bem legal (E1).

Historicamente, segundo Camargo (2015), foi nos bailes *blacks* que a cultura hip-hop se disseminou pela primeira vez no Brasil. E1, compartilha sua experiência pessoal dos primeiros movimentos do hip-hop na região. Seu relato evidencia não apenas a importância desses eventos como centros de cultura e expressão, mas também como espaços de resistência e afirmação cultural para comunidades negras e marginalizadas no contexto gaúcho. Essa narrativa revela como o hip-hop não apenas se enraizou profundamente na história local, mas também como se tornou um mecanismo de grande mobilização e identidade para jovens e artistas na região.

Hoje estou com 67 anos e tenho 54 só de carreira como DJ. Peguei o início dos anos 70, tinham poucas coisas que estavam sendo lançadas, na época. Eu fazia bailes e eles lotavam com essa mistura de sons que a gente fazia. Eu vejo que o hip-hop foi oportunidade para muitos jovens naquela época. Ajudou muitos a saírem daquela agonia. Eles puderam expressar o que acontecia na comunidade ou na família deles e colocar pra fora através da música. O hip-hop foi e é um meio de comunicação. Thaíde já disse uma vez: A gente escreveu uma história que a gente nem sabia que estava escrevendo (**E1**).

É comum quanto manifestação esse sentimento de pertencimento intenso quanto participantes da história. Seja no contexto nova-iorquino, no paulista ou no gaúcho, o hip-hop é sempre identificado como expressão, estilo de vida e ferramenta social. **E4** pontua que ao longo do tempo até mesmo aqueles que não são da periferia podem se envolver e se sentir parte do movimento, porque ele é sobre afirmação de identidades, de forma plural.

A respeito de contextos sociais diversos, é possível compreender o que Ricoeur (2006) defende, dizendo que a tradução não é somente de língua para língua, mas também de cultura para cultura, sendo assim culturas não são estranhas umas às outras a ponto de serem intraduzíveis. Passando essa interpretação para o contexto do hip-hop fica clara essa tradução cultural de formas diferentes em cada região do estado gaúcho. **E2**, morador de Esteio, região metropolitana de Porto Alegre, experienciou um primeiro contato muito diferente com o hip-hop, aos 17 anos, em 2005, ainda no colégio, quando ouviu falar sobre o hip-hop pela primeira vez através de um professor de história que tentava deixar a turma mais concentrada usando a música, como ferramenta.

Quanto ao movimento cultural e artístico, **E2** conta que seu objetivo de vida é ser ponte entre a geração que viu o hip-hop nascer e as próximas que vem para somar. A partir desse desejo, nasceu o primeiro Museu da Cultura Hip-Hop da América Latina, justamente com o objetivo de ser espaço para eternizar e documentar toda essa história viva.

**E2** salienta que a experiência de estar vivendo a expansão do movimento enquanto quem começou com ele, ainda está vivo, é sensacional, citando Afrika Bambaataa e Thaíde, como grandes precursores do movimento, que ainda estão vivos (2024), "a gente pode trocar ideia com eles. Isso é de uma honra. O Museu

do Hip-Hop nasceu pra isso - pra ser essa ponte entre esses nossos ancestrais que começaram com um movimento que até hoje levamos como estilo de vida".

Para concluir este subcapítulo, é fundamental destacar que a análise de como se dão as manifestações do movimento hip-hop em contextos sociais diversos revela não apenas a sua capacidade de adaptação e ressignificação, mas também sua relevância como forma de expressão e resistência cultural. Ao explorar como o hip-hop se manifesta e evolui em diferentes cenários sociais, foi possível compreender sua influência na construção de identidades coletivas e na articulação de vozes marginalizadas.

Este estudo não apenas examinou as variações regionais do movimento hip-hop, mas também explorou como essas manifestações refletem e respondem às dinâmicas sociais, culturais e políticas de cada contexto. Assim, o próximo subcapítulo se dedicará a entender iniciativas – como o Festival Rap In Cena – que interferem no ecossistema cultural, detalhando os reflexos e as repercussões dessas manifestações em suas múltiplas facetas.

## 5.2 FESTIVAL RAP IN CENA E O ECOSISTEMA CULTURAL

Agora que as manifestações do movimento e o sentimento que permeia todo o pertencimento por trás do hip-hop já foram exemplificadas, passa-se a falar sobre o Festival Rap In Cena, reconhecido como o Maior Festival de cultura Hip-Hop do Brasil (Oliveira, 2023) e as contribuições do evento para o Rio Grande do Sul e para todo ecossistema da cultura hip-hop.

**E3** enfatiza que o processo de pertencimento ao movimento vem com tempo e contou sobre sua experiência individual como um menino de 14 anos, morador da Vila Cruzeiro de Porto Alegre, que escutava rap e hip-hop estrangeiro por conta do meio onde estava inserido, o esporte. **E3** foi atleta de boxe olímpico por anos e conta que era comum escutar na academia clássicos como *Eminem*, *50 Cent* e *Snoop Dogg*. Sendo assim, ele pontua que o processo dele começou assim, com *hip-hop gringo* e com o tempo ele foi buscando e conhecendo mais sobre o gênero, até entender que não tratava-se apenas sobre música.

Foi em 2014 que o nome Rap In Cena foi apresentado pela primeira vez. Antes disso, **E3** conta que sua produtora da época, a New Island, produzia mais eventos de funk, não de rap. Porém, foi só em novembro de 2018, em parceria com a Opinião Produtora, que o Festival Rap In Cena começou a ganhar força. As atrações da edição incluíram artistas como: *Cynthia Luz, Djonga, Matuê, Sant, Froid, L7nnon, Baco Exu do Blues e Nonsense*, artistas que estavam impulsionando o cenário do rap nacional em 2018. Os shows foram realizados no palco do Pepsi On Stage, uma casa de festas na zona norte de Porto Alegre, e esse foi o primeiro evento de rap a gerar lucro para os sócios (**E3**).

Com uma visão inicialmente externa, **E2** fala sobre sua percepção quanto ao movimento que assistiu o Rap In Cena promover: "Nunca pareceu ser só sobre lucro, isso já demonstra muito sobre hip-hop". Com o tempo, **E2** e **E3**, se encontraram pelo caminho, muito por lidarem com o mesmo objeto, nesse caso, a cultura hip-hop. **E3** ressalta a honra em dividir jornadas com **E2** sabendo sobre seus estudos e ações em prol da cultura. Disponível no Museu do Hip-Hop um documento destaca sobre o movimento:

Cada elemento do Hip-Hop é uma arma contra o racismo sistêmico. Os rappers, os dançarinos, os grafiteiros, os DJs e ativistas se unem, criando uma sinfonia de resistência, uma celebração de identidade e uma rejeição audaciosa ao jeito como as coisas são. O Hip-Hop não apenas conta histórias; ele é a narrativa viva da luta negra e periférica. É uma jornada em que o movimento se transforma em uma revolução cultural. No palco do Hip-Hop, a negritude não é apenas celebrada; ela é afirmada como uma força atemporal e, acima de tudo, uma expressão inabalável de esperança em um futuro mais justo (Documento Museu do Hip-Hop).

Silva (1992), afirma a escravidão como o processo mais violento e perverso de recrutamento e exploração de trabalhadores, um processo que **E2** aborda com tristeza, dizendo: "Já foi pior do que é hoje em alguns espaços, aqui no Rio Grande do Sul ainda temos casos absurdos de racismo, isso é inaceitável e é essa parte que não queremos continuar levando pra história. O desejo é poder dizer "foram tempos difíceis", no passado." Assim, ressaltando o hip-hop como esse mecanismo de revolução.

O Rap In Cena foi o primeiro evento a trazer diversos artistas do rap, *trap*<sup>20</sup> e variações de gêneros musicais dentro do hip-hop, para o Rio Grande do Sul. **E3** conta que *Djonga, Filipe Ret, L7nnon e Oriente*, dentre outros artistas, vieram cantar pela primeira vez no sul, com o Rap In Cena, e como esse pioneirismo foi transformando a relação deles com os artistas e suas equipes.

O Djonga, por exemplo, o cara sabe que tem Rap In Cena, ele dá um jeito de vir. Um ícone. Uma das maiores referências em sons antirracistas da cena. Hoje, a produção dele já nos coloca como prioridade, já são mais de sete edições com ele. Isso foi uma construção muito legal. Djonga é um artista politizado, busca entender qual o ecossistema do lugar onde ele vai cantar, quem são as pessoas que estão por trás [...] e dentro desse contexto, ele entendeu que o Rap In Cena não é só mais um evento de hip-hop (**E3**).

Foi em 2018 que o festival registrou seu primeiro resultado financeiro positivo para os organizadores, representando um marco significativo em sua trajetória. Inicialmente realizado em apenas uma noite e destacando-se pela presença de artistas como principais atrações. O evento evoluiu consideravelmente no ano seguinte. Em 2019, expandiu-se para um formato de dois dias, incorporando batalhas de *breaking* e grafite ao vivo. Além do entretenimento, o festival intensificou seu compromisso social ao estabelecer parcerias estratégicas com ONGs e instituições culturais, fortalecendo sua presença na comunidade e ampliando seu impacto social de maneira significativa (**E3**).

Nesse caso, abre-se aqui um marco importante para as ações de marketing social do Rap In Cena. Segundo Oliveira (2009), o marketing social tem por finalidade guiar as ações mercadológicas das empresas que buscam estabelecer uma identidade responsável e que também se preocupam com a sociedade. Dessa forma, é notável a preocupação que a organização sempre priorizou quanto criar uma identidade que atue com responsabilidade social.

Quanto ações sociais, foi firmada parceria com a Prefeitura de Porto Alegre e com a Secretaria da Cultura e Economia Criativa que ficaram responsáveis pela distribuição de seis mil ingressos, contemplando todos os

---

<sup>20</sup> O nome “trap” vem da palavra “trap house”, termo usado para se referir às casas onde se vendiam drogas ilegais em bairros dos Estados Unidos. O trap é um subgênero do rap. É caracterizado pelo uso de batidas lentas e pesadas, com um forte uso de sintetizadores.

pontos de cultura, pessoas das periferias com baixa renda, Marcha do Hip-Hop RS, comunidades indígenas, quilombolas e LGBTQIAP+.

O ano de 2020, marcado pela pandemia do COVID-19 representou para o Rap In Cena um de seus maiores avanços. Foi neste ano que os organizadores passaram a utilizar as redes sociais como meio de conexão e interatividade com o público, passando de 12 mil seguidores, para 38 mil seguidores (Relatório do Rap In Cena). **E3** relaciona ao isolamento físico que a pandemia causou, o motivo pelo qual as pessoas passaram a consumir ainda mais as redes sociais e consequentemente, seus artistas favoritos, ídolos e referências.

Quanto ao planejamento do evento Rap In Cena 2020, a organização conta que optou por realizar o festival daquele ano, em formato online, por meio de uma transmissão ao vivo. Alguns artistas já estavam contratados, outros foram contratados especificamente para a data da transmissão. **E3** ainda compara sobre o valores dos cachês de artistas pré-pandemia, comparados com o pós: "O *L7nnon* foi um que *bombou* muito em 2020 e ainda bem que já tínhamos pago o cachê pela edição, que se manteve, porque depois fomos contratar ele pra 2021 e o cachê *tava* dez vezes mais caro. O alcance que o artista teve com as redes sociais em tempo de pandemia foi muito grande e colocou ele em outro patamar, assim como muitos".

Foi pela bagagem do esporte que em 2022, **E3** introduziu no festival um novo espaço denominado Vila Olímpica. Este espaço integrou batalhas de breaking, lutas de boxe, jiu-jitsu e *kickboxing*, pista de skate, quadra de basquete, batalhas de rima e slam, oferecendo um ambiente multicultural e visibilidade para numerosos atletas e academias. Assemelha-se ao que a CUFA (2024) chama de *pólo de produção cultural* - essa integração e oferta de atividades diversas. Esses locais não apenas representam uma forma de "salvação" para muitos, mas também proporcionam uma oportunidade única dentro de um evento com um grande fluxo de pessoas e também promove pertencimento (**E3**).

Essa construção que **E3** aborda, trazendo o pertencimento como um processo de conhecimento contínuo, confirma o que Ferreira (2018) apresenta sobre como o hip-hop em Porto Alegre, se iniciou como uma forma de lazer das comunidades negras, e só depois que os gaúchos passaram a compreender o então gênero musical, como um movimento social. Essa mesma percepção fez a

organização do Rap In Cena entender que para crescerem e para que o festival tomasse maiores proporções, teriam que se unir a profissionais do ramo de grande eventos. **E3** ressalta que chegaram até o Grupo Austral vislumbrando uma empresa que fosse capaz de entender toda a dinâmica por trás do evento e ajudar na estruturação como plataforma cultural.

**E4** conta sua perspectiva como sócia do Grupo Austral, lembrando sua história com o hip-hop. "Eu nasci e vivi minha infância na mesma Vila Cruzeiro que os organizadores do RIC, mas com uma perspectiva diferente. Fui conhecer e entender mesmo o hip-hop quando o festival entrou e passou a ser um projeto nosso", o que mais uma vez confirma a teoria de **E3** com base em Ferreira (2018), entendendo que o pertencimento vem a partir do processo de compreensão do movimento.

Barbero (2003) contribui, considerando os meios como mediadores vitais na constituição da experiência popular urbana, de modo que cada grupo absorve e traduz aquilo que deseja ou acredita ser necessário para si. Sendo assim, **E4** enfatiza os esforços tomados para que a comunicação do evento fosse clara e fiel a experiência que o festival e a cultura promovem.

Primeiro, alinhamento de ideias. Depois, a estratégia e por fim, resultados. O Rap In Cena 2022 buscou entregar ações dentro de cada um dos pilares formados: cultura, arte, esporte, educação, música e entretenimento. O nosso papel foi de traduzir tudo isso, junto a equipe RIC, para uma experiência memorável de evento, sem perder a parte social e não esquecendo que a cultura hip-hop é para todos e mesmo sendo um evento com fins lucrativos, nosso objetivo sempre foi bem maior do que esse (**E4**).

Segundo Silva (1998), a partir de 1993, discursos sobre pertencimento tornaram-se mais frequentes e destacaram que a afirmação da identidade periférica no rap passou a ter uma amplitude maior. Deixando de ser apenas uma descrição geográfica, a periferia passou a representar o jovem marginalizado, independentemente de sua cor de pele - seja ele negro, branco ou pardo.

Essa mudança reflete a exclusão social enfrentada por muitos. Diante desse cenário, o Rap In Cena busca criar formatos que proporcionem espaço para artistas locais e oportunidades para indivíduos de baixa renda. **E3** discorre sobre como surgiram, assim, três iniciativas do festival: as duas primeiras visam

estabelecer pontos de contato com a comunidade, enquanto a terceira visa promover oportunidades para artistas do Rio Grande do Sul. A primeira consiste na seletiva de atletas para a Vila Olímpica do festival com eventos gratuitos, a segunda é o RIC Educa, focada no público jovem, a ação movimenta o festival em colégios e a terceira é a curadoria de artistas locais.

**E3** explica a dinâmica e os resultados dessas ações: "As três iniciativas representam o que queremos oferecer ao público - que o hip-hop engloba todos esses pontos de contato, não se restringindo apenas aos que compram ingresso, nem se limitando apenas à música". As seletivas de atletas foram realizadas em eventos de menor porte, oferecendo shows de artistas locais em espaços abertos e gratuitos, promoções de produtos e ingressos para o RIC, além de oferecer um ambiente propício para interações entre a comunidade (**E4**).

Nesse sentido, podemos relacionar a ideia de Souza (2008), que defende a proposta do hip-hop de encontrar soluções e oferecer alternativas para a população excluída. Por meio desses eventos gratuitos, até mesmo aqueles que não frequentam o festival podem ser impactados por ele como plataforma (**E3**).

Ao encontro do que Collins (2023) apresenta, promovendo o hip-hop e sua capacidade de impulsionar a educação, melhorar as condições de vida e apoiar a luta pelos direitos humanos, a iniciativa RIC Educa surge deste intuito de proporcionar conhecimentos sobre a cultura hip-hop e momentos de descontração desde a sua base. Isso complementa o que **E2** destaca: "O movimento começou com jovens, faz sentido que sejam também jovens que possam continuar com ele. Não só jovens, claro, mas não há nada como o *gás* da juventude querendo conquistar e ganhar espaço."

A curadoria de artistas locais pelo Rap In Cena busca fortalecer a cena gaúcha e para isso, contou com a colaboração do Coletivo Bronx, nome inspirado na cidade pioneira do hip-hop. Este coletivo tem se destacado na promoção da reflexão sobre questões de negritude e gênero através da representatividade no hip-hop, além de desenvolver ações e eventos que oferecem oportunidades para novos talentos demonstrarem sua arte. Os artistas selecionados se apresentam no Palco Bronx, nomeado em homenagem ao coletivo, durante o festival. Em 2022, foram mais de 100 artistas locais. (Relatório Grupo Austral).

Ainda no contexto da responsabilidade social, ou seja, ações voltadas para suprir necessidades da população (Oliveira, 2009), dessa vez em parceria com o Museu do Hip-Hop e com a marca apoiadora do evento, a Gang, o festival implementou um formato de ingresso solidário acessível a todos, isso é: "Qualquer um pode ganhar desconto no ingresso, doando dois quilos de alimento não perecível. Não há restrições quanto à idade ou condição, qualquer um pode colaborar" (E3). Essa iniciativa resultou na arrecadação de mais de 80 toneladas de alimentos, destinados a comunidades em todo o Rio Grande do Sul que promovem a cultura hip-hop. A distribuição dos alimentos arrecadados ficou a cargo do Museu do Hip-Hop (E2).

Dessa forma, reunindo todos os pontos de contato com o público e ações que permeiam pilares principais da cultura hip-hop, torna-se evidente a importância do Rap In Cena para o ecossistema cultural da capital gaúcha. O festival não se limita apenas a um evento de entretenimento, mas representa um ponto de convergência crucial para a comunidade local de hip-hop. Ao longo dos anos, ele tem desempenhado um papel significativo na promoção e no fortalecimento da cultura hip-hop, oferecendo um espaço para artistas emergentes e estabelecidos mostrarem seus talentos.

Além disso, o Rap In Cena se destaca por sua capacidade de promover iniciativas sociais e diversas, firmando ações com parceiros e possibilitando oportunidades para artistas locais, assim fomentando a cena gaúcha do hip-hop. O próximo subcapítulo irá apresentar uma análise das contribuições da publicidade para a expansão do movimento hip-hop, na capital gaúcha, a partir do festival.

### **5.3 PUBLICIDADE E A EXPANSÃO DO MOVIMENTO HIP-HOP A PARTIR DO FESTIVAL RAP IN CENA**

Agora que já aprofundou-se a compreensão das manifestações intrínsecas ao movimento hip-hop e o sentimento de pertencimento que o permeia, juntamente com a contextualização da presença do festival Rap In Cena no ecossistema cultural do Rio Grande do Sul, torna-se relevante explorar as contribuições específicas da publicidade e da comunicação. São essas

contribuições que desempenharam um papel crucial na expansão do movimento hip-hop através do festival, possibilitando sua disseminação em uma escala ampla e significativa.

**E3** enfatiza anteriormente a percepção de como a pandemia do COVID-19 fez com que o hip-hop elevasse alguns degraus, em poucos anos. Dentro deste cenário é possível relacionar que com as pessoas em isolamento social, as redes sociais passaram a ser muito mais utilizadas, já que a atenção do público estava mais direcionada. **E4**, quando questionada sobre esse momento, comentou que "as redes sociais se tornaram refúgio de muitos", o que torna a relação com o hip-hop também mais facilitada, uma vez que sabe-se já da capacidade que o movimento gera de pertencimento. Os conteúdos consumidos nas redes sociais fizeram com que artistas tivessem mais visibilidade e o Rap In Cena, da mesma forma.

O hip-hop já fala sobre identidade cultural só por ser o que é. A nossa comunicação com o público precisava passar a linha de pensamento que a gente trabalha por trás da execução do evento, senão seríamos realmente só mais um festival (**E3**).

Compreendeu-se assim, a necessidade de estabelecer vínculos de interatividade e transparência com o público como uma peça fundamental para orientar as estratégias de comunicação do festival em novas edições (**E4**).

Segundo Kotler (2013) e Hackley (2010), no contexto de eventos e festivais, a publicidade desempenha um papel crucial não apenas na divulgação dos eventos, mas também na disseminação de mensagens que podem influenciar profundamente a audiência. Sendo assim, **E3** conta como internamente a equipe lidou com esse poder de comunicar para ainda mais pessoas sobre o movimento e, dessa forma, focaram em firmar pilares essenciais para o Rap In Cena, posicionando a estrutura como uma real plataforma de cultura hip-hop, não só mais um evento.

Eu sempre quis uma coisa maior. O Hip-hop, ele é o meu caminho, é a ferramenta que eu tenho para poder viver e sentir um propósito dentro da minha vida. Não vou só fazer evento para ganhar dinheiro, é muito além disso. É aquilo que me representa, é aquilo que eu sei que gera impacto. A gente recebeu relatos sobre termos transformado milhares de vidas durante a pandemia. As pessoas estavam em casa, muitas sem saber seus propósitos

individuais. O hip-hop é capaz de salvar vidas a partir da mais simples identificação. Isso que é pertencimento. É fácil se sentir parte de um movimento, quando ele faz sentido (E3).

Dentro do contexto da influência somado ao que E3 aborda sobre o hip-hop representar muito mais do que valores financeiros, é importante considerar que a comunicação deixou de ser unilateral nos últimos tempos. Os consumidores não querem mais ficar passivamente só recebendo mensagens comerciais, eles querem construir um diálogo e estão permanentemente discutindo a reputação das marcas nas redes sociais (Sant'Anna, 2015). Sendo assim, a estratégia de comunicação da última edição do Rap In Cena 2023 se estabeleceu com objetivo de fazer com que o público se sentisse parte da construção do festival, "seja dando palpites das próximas atrações, postando uma foto com seu artista preferido ou lembrando ações sociais que artistas já fizeram (E4)".

E3 apresenta a construção dessa conversa com o público de forma acessível e cotidiana. A partir dos *stories* do Instagram, onde é possível compartilhar momentos diários, com fotos e vídeos que desaparecem depois de 24 horas, o festival abriu um "bate-papo" com seus seguidores e ali fizeram o público entrar na dinâmica de descobrir novas atrações, responder um bom dia, confirmar se iriam ou não em alguma seletiva da Vila Olímpica, dentre outras interações. "Viramos um amigo da galera, tanto que RIC virou apelido pra geral" (E3).

Castells (2010) apresenta a possibilidade de compreender que a internet e o desenvolvimento dos telefones celulares criaram um ambiente propício, permitindo que qualquer um possa disseminar mensagens para uma audiência global. Nesse contexto, E1 posiciona sua opinião como indivíduo nascido em uma época anterior à internet, entendendo que esse ambiente digital, onde todos expressam suas opiniões e possibilitam o intercâmbio de ideias, assemelha-se ao ambiente da Esquina Democrática, quando o hip-hop em Porto Alegre estava ganhando força.

Dessa forma, os dois pontos de vista acima se unem ao pensamento de E4, que destaca como se tornou evidente que facilitar a disseminação de mensagens para uma ampla audiência foi crucial, considerando que o RIC era como um amigo com quem se troca ideias". Nesse sentido, podemos relacionar

o conceito proposto por Quessada (2003), que enfatiza o papel da linguagem na moldagem das estratégias de publicidade para criar um senso de pertencimento próximo ao público.

Considerando que o público do festival é de extrema pluralidade, não foi a partir de apenas uma estratégia que a comunicação do Rap In Cena alcançou todos os seus seguidores. Para uma abrangência de contextos sociais diversos, **E4** destaca que o evento teve sua divulgação separada por fases e se fez presente em diversos canais e veículos de mídia. Assim, a visão de Sarquis (2019) sobre uma estratégia integrada entre os distintos pontos de contato com o cliente e canais de venda se fez real, reunindo manifestações físicas e digitais em uma mesma organização. Por outra nomenclatura, pode-se dizer que o festival adotou uma comunicação *phygital*, convergindo a ambas as dimensões (Gaggioli, 2017).

Quanto à dimensão física, fez-se uso da mídia urbana, assim como já citado anteriormente, em parceria com o grupo IMobi, e foram mais de 30 pontos da cidade com exposição de marca, gerando 720 inserções por dia, em cada ponto, considerando 24h por dia de conteúdo rodando (Relatório Grupo Austral, 2023). Assim, o público que circulava nas regiões mais diversas da cidade foi diretamente atingido com a comunicação visual do Rap In Cena por meio de *outdoors* (**E4**).

Para além disso, o ano de 2022 trouxe como uma das estratégias para captar públicos diversos, a criação do Palco 90's que reuniu pioneiros do hip-hop e mobilizou tanto artistas quanto o público da velha guarda, que pavimentaram a cultura anos atrás para que hoje a cena possa ter tamanha visibilidade e valor de transformação. Para conectar e atrair esse público ao festival a comunicação precisava ser diferente, já que, em sua maioria, são pessoas mais velhas, que fazem diferente uso das redes sociais (**E3**). Sendo assim, foram criados anúncios específicos para o Instagram, com trechos clássicos de músicas das atrações e segmentação de público direcionado para pessoas de faixa etária a partir dos 35 anos, que gostam de música e escutam rap (**E3**).

O resultado dessa decisão foi lindo. As famílias comentando que iam realizar um sonho juntas em ver a atração que molda a vida das primeiras gerações em parceria aos mais novos. Filhos, mães, pais e até avós puderam curtir o Palco 90's. No ano em que

o hip-hop completou 50 anos, foi o mínimo que podemos fazer para aqueles que fizeram tanto para que chegássemos aqui hoje (E3).

Quando questionado sobre um momento marcante do hip-hop em sua carreira de mais de 54 anos, E1 ressaltou sua imensa alegria em participar do Palco 90's como um artista pioneiro do movimento. "A galera mais jovem curtiu também, isso foi legal, eu achei que só pegava a gurizada mais velha, mas os jovens vieram bem, sabiam meus sons" (E1).

Para este público, os grupos de *WhatsApp* facilitaram muito a comunicação, além de promover um novo espaço de interatividade com os adoradores do festival. O *WhatsApp* é usado por 93,4% da população brasileira (Meta, 2024). Os dados da Digital Brasil (2024) confirmam que 80% dos brasileiros preferem se comunicar com as marcas por mensagem, outros 81% concordam que essa forma é mais fácil do que lidar com um site e 79% dizem se sentirem frustrados quando a empresa não oferece essa opção. Além dessas informações, o Rap In Cena ter optado pela criação de grupos no *WhatsApp* também foi uma estratégia em busca de gerar pertencimento, por meio da intimidade (E4). "A gente fala com a nossa família pelo Whats, e passou a falar com o RIC também" (E3).

E3 grifa sobre a importância de boas parcerias para construção de estratégias de mídia e comunicação efetivas, pontuando que rádios, canais de televisão, jornais impressos e digitais, assessoria de imprensa e influenciadores digitais foram peças chave para expansão do movimento em âmbito social e cultural. Os números confirmam, foram 2 milhões de contas alcançadas nas redes oficiais do evento, de agosto a novembro de 2023, 130 mil contas alcançadas a partir de conteúdos em formato colaborativo com influenciadores digitais, mais de 19 excursões vindas de três estados do Brasil e mídia espontânea avaliada em R\$ 1.700.000,00, até dia 29 de outubro de 2023 (Relatório do Grupo Austral).

No contexto de um evento como o Rap In Cena, a comunicação é um investimento importantíssimo, levado como prioridade. Como que faz um festival sem as pessoas saberem quando vai ser, onde entra, quem são as atrações, o que precisa levar... Sem a força e

constância que tivemos nas redes sociais com certeza o nosso impacto teria sido menor (E4).

Diante do exposto, importante também pontuar que estratégias publicitárias que disseminam causas sociais não apenas informam, mas também buscam engajar e mobilizar o público em torno de questões relevantes para a comunidade (Wottrich, 2023). Sendo assim, além do impacto em relação ao pertencimento direto que o público do Rap In Cena foi capaz de experimentar, a questão social não foi posta de lado e em 2023 foram arrecadadas 80 toneladas de alimentos distribuídos para mais de 50 instituições gaúchas por meio do Museu do Hip-Hop (E3).

Quadro 2 - Estratégias de comunicação adotadas e resultados

<b>Estratégia adotada pelo Rap In Cena</b>	<b>Resultados obtidos</b>	<b>Fundamentação teórica</b>
Manutenção cotidiana dos <i>stories</i> do Instagram	Maior interatividade e diálogo direto com o público final	Sant'Anna, 2015. "Objetivo de fazer com que o público se sentisse parte da construção do festival" (E3).
Comunicação <i>Phygital</i>	Presença em diversos formatos de mídia. Visibilidade para público indireto. Maior alcance de conteúdos por meio de formatos físicos e digitais.	Gaggioli, 2017. "O público que circulava nas regiões mais diversas da cidade foi diretamente atingido com a comunicação visual do Rap In Cena por meio de <i>outdoors</i> " (E4).
Palco 90's	Resgate da herança musical por meio de atrações pioneiras do movimento hip-hop e contato com público mais velho que o habitual.	Collins, 2023. "[...] Palco 90's reuniu pioneiros do hip-hop e mobilizou tanto artistas quanto o público da velha guarda, que pavimentaram a cultura anos atrás para que hoje a cena possa ter tamanha visibilidade e valor de transformação" (E3).

Grupo no <i>WhatsApp</i>	Espaço de diálogo direto e fortalecimento da conexão com o público através do pertencimento.	Digital Brasil, 2024. "[...] o Rap In Cena ter optado pela criação de grupos no <i>WhatsApp</i> também foi uma estratégia em busca de gerar pertencimento, por meio da intimidade" (E4).
Parceiros de mídia	Comunicação em variados veículos de mídia. Propagação de conteúdos para além da <i>bolha</i> do sul do estado.	Sarquis, 2019. "[...] rádios, canais de televisão, jornais impressos e digitais, assessoria de imprensa e influenciadores digitais foram peças chave para expansão do movimento em âmbito social e cultural" (E3).
Pilar Social	Arrecadação de 80 toneladas. Visibilidade e espaço para minorias da sociedade que pertencem ao movimento hip-hop.	Wottrich, 2023. "[...] além do impacto em relação ao pertencimento direto que o público do Rap In Cena foi capaz de experimentar, a questão social não foi posta de lado e em 2023 foram arrecadadas 80 toneladas de alimentos [...]" (E3).

Fonte: A autora (2024)

Por fim, se vê a conectividade por trás de todas as manifestações do hip-hop com as realizações do Rap In Cena. Com os dados explorados, torna-se possível compreender como a publicidade desempenhou um papel estratégico na expansão e fortalecimento do movimento hip-hop no Rio Grande do Sul, especificamente através do festival Rap In Cena.

Ao longo deste subcapítulo, analisamos as estratégias publicitárias adotadas pelo festival para promover a cultura hip-hop, destacando como essas iniciativas foram fundamentais para ampliar sua visibilidade e impacto na sociedade gaúcha. A partir da análise das contribuições dos organizadores sobre a comunicação do evento, foi possível verificar como campanhas de marketing bem planejadas não apenas atraíram um público fiel, mas também fortaleceram

os laços de pertencimento e identidade cultural entre os participantes e admiradores do hip-hop.

Além disso, as estratégias de comunicação do Rap In Cena não se limitaram apenas a promover o evento em si, mas também a difundir valores e mensagens importantes associados ao movimento. Estabelecendo assim, um ponto de convergência para artistas, entusiastas e público, unindo-os em torno de valores compartilhados de expressão, identidade e pertencimento. Nesse contexto, assim como **E4** afirma, a publicidade desempenha um papel fundamental ao ampliar a troca e interatividade do festival com o público. Em última análise, a eficácia dessas estratégias contribuiu significativamente para solidificar o festival como um ponto central de diversão e desenvolvimento da cultura hip-hop no contexto cultural e social do Rio Grande do Sul.

## **6. CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Este trabalho de conclusão de curso teve como objetivo geral investigar a influência da cultura hip-hop no Rio Grande do Sul, a partir do Festival Rap In Cena, como identidade cultural que conecta diferentes gerações e transcende diversos contextos sociais. Como objetivos específicos: (1) Compreender as manifestações do movimento hip-hop em contextos sociais diversos, (2) Entender como o Festival Rap In Cena interfere no ecossistema cultural da capital gaúcha; (3) Apresentar a contribuição da publicidade para a expansão do movimento hip-hop a partir do Festival Rap In Cena. Com a trajetória de pesquisa percorrida não apenas se reafirma a importância do hip-hop como uma forma de expressão cultural vibrante, mas também ressalta seu papel na construção de identidades e na promoção de mudanças sociais significativas.

Importante ressaltar que o trabalho foi desenvolvido por uma pesquisadora gaúcha falando sobre o território do Rio Grande do Sul, em 2024, em contexto da maior catástrofe ambiental que o estado já enfrentou, com as enchentes de maio de 2024, tempo exato em que era desenvolvida a etapa empírica da pesquisa. Nesse contexto, organizações culturais como a CUFA, citada neste documento, foi uma das principais frentes de mobilização solidária para os mais de 620 mil desabrigados no estado. A Central Única das Favelas

mobilizou empresas, ONGs e pessoas físicas de todo o país para o resgate dos afetados, além de instalar 13 centros de distribuições de doações e movimentar o cenário nacional e internacional com artistas como Anitta, Ivete Sangalo e também uma parceria com a instituição da cantora Beyoncé, BeyGood.

Além disso, o Museu do Hip-Hop de Porto Alegre, em parceria com o Festival Rap In Cena, organizações culturais e também com os consulados dos times gaúchos, Grêmio Foot-Ball Porto Alegrense e Sport Club Internacional, facilitaram o recebimento de mais de 40 toneladas de doações. Contribuições, doações e apoio em divulgação também foram concedidas por artistas do hip-hop, como *Mano Brown*, *Filipe Ret*, *Papatinho*, *L7nnon*, *Hungria* e *Orochi*, este último, que chegou a vir ajudar presencialmente em Porto Alegre.

Retomando a construção desta pesquisa, foram adotados procedimentos metodológicos que incluíram extensas revisões bibliográficas de conteúdos que abordassem a cultura hip-hop no contexto gaúcho e brasileiro, explorando sua história e evolução. As entrevistas em profundidade realizadas com os protagonistas do Festival Rap In Cena e outros indivíduos influentes na cena hip-hop complementam essas revisões, proporcionando dados sobre como o movimento se adapta e ressoa dentro das dinâmicas sociais e culturais locais.

Além das entrevistas, a análise dos documentos fornecidos pelo Grupo Austral e Rap In Cena revelou a complexidade das estratégias de comunicação adotadas para promover e fortalecer o festival e a cultura hip-hop na capital gaúcha. Os relatórios e registros documentais não apenas detalharam o impacto cultural do festival, mas também destacaram iniciativas inovadoras como a curadoria de artistas locais, a promoção de eventos educativos, bem como números alcançados pela comunicação do festival. Essas evidências documentais foram essenciais para contextualizar as contribuições do Festival Rap In Cena não apenas para a cena hip-hop regional, mas também para a sociedade como um todo, evidenciando seu papel significativo na promoção da inclusão social e no fomento à expressão artística e cultural.

Na revisão teórica desta pesquisa ficou evidente a interseção entre pertencimento e identidade cultural. Ao visitar as origens e expansão do hip-hop globalmente e no contexto brasileiro, destacou-se como a cultura é tida como um meio de resistência e afirmação identitária para comunidades historicamente marginalizadas. Nascida de uma região socialmente excluída,

berço de afro-descendentes e imigrantes africanos e latinos, a cultura hip-hop despertou desde o princípio por meio da revolta e do desejo de resgate cultural de identidades perdidas.

A partir da compreensão de contextos históricos nos Estados Unidos e das raízes do movimento negro no Brasil e no mundo, passou-se a compreender que o hip-hop sempre foi uma luta por resistência. No contexto brasileiro, sua diversidade cultural e multifacetada, foram abordadas as interferências regionais e culturais provocadas até a construção de um hip-hop verdadeiramente brasileiro. Entendendo, sobretudo, quais os impactos da publicidade para a expansão dessa afirmação de uma identidade que ganhou novos contextos culturais.

Por meio da retomada do caminho traçado na pesquisa, é possível detalhar os resultados encontrados para cada objetivo estabelecido através das categorias de análise.

No primeiro objetivo, compreendeu-se então que o que verdadeiramente amarra os seguidores e adoradores da cultura hip-hop pelo mundo é o sentimento de pertencimento. Seja através da origem periférica, da cor de pele negra, da região natal, dos amigos e familiares, do ambiente esportivo ou educacional ou até mesmo da publicidade, a identificação por meio dos pilares: música, arte, dança e conhecimento, é o que move a cultura hip-hop.

Ao triangular as diferentes fontes de dados, foi possível analisar que pelo hip-hop abraçar pilares amplos e com bagagens ancestrais, em cada região específica do mundo, a cultura será introduzida e reformulada de alguma forma também específica. O movimento mostrou capacidade de adaptação, isso é, em cada região ele receberá ajustes, novos formatos e pessoas, mas não deixará sua forma original de ser uma afirmação identitária para comunidades historicamente marginalizadas e pessoas que sintam-se parte, seja em prol do movimento ou ativista de alguma causa específica presente no corpo cultural.

Já no segundo objetivo, procurou-se entender como o Festival Rap In Cena interfere no ecossistema cultural da capital gaúcha. Primeiramente, a análise das edições anteriores do festival demonstra um aumento crescente no número de participantes e na diversidade de artistas e públicos envolvidos. Esse crescimento não apenas amplia a visibilidade da cultura hip-hop na região, mas também fortalece a rede de apoio e colaboração entre diferentes agentes

culturais e comunitários, pontuando um dos grandes diferenciais do evento, em dar oportunidade para artistas locais.

Além disso, os dados fazem revelar que o Rap In Cena não se limita a um evento de entretenimento, mas se posiciona como um espaço de expressão cultural, abordando questões sociais e políticas pertinentes à realidade urbana de Porto Alegre, somado as interações durante o festival que revelam que o Rap In Cena funciona como um ponto de convergência para diversos grupos sociais e demográficos dentro da cidade. Através da arte, da música, do esporte, do acesso à comunidades carentes, das ações sociais, eventos gratuitos e parcerias estratégicas, o evento fomenta um senso de orgulho e pertencimento cultural entre os participantes e a comunidade em geral.

Sobre o terceiro objetivo foi percebida a vasta contribuição da publicidade para a expansão do movimento hip-hop a partir do Festival Rap In Cena, compreendendo que a cobertura midiática e a ampliação do alcance digital do evento desempenham papel significativo na projeção para além das fronteiras físicas do espaço do festival. Esta expansão não apenas aumenta sua relevância e influência cultural em Porto Alegre, mas também fortalece sua presença no panorama cultural nacional.

A estratégia de comunicação cuidadosamente planejada, com públicos-alvo claramente definidos e pilares robustos, é fundamental para garantir que a mensagem do festival ressoe de maneira eficaz e significativa em diversos segmentos da sociedade. A capacidade do hip-hop de fomentar conexões comunitárias e reforçar identidades individuais e coletivas em um ambiente diversificado e dinâmico, serve como alicerce para a execução de ações interativas e bem-sucedidas, sustentando um engajamento duradouro com o público.

Essa expansão só é possível a partir de um planejamento estratégico muito bem estruturado, com público-alvo mapeado e pilares bem definidos. Sem isso, a comunicação não seria tão certa e específica para cada nicho. A capacidade do hip-hop de criar laços comunitários e fortalecer identidades individuais e coletivas, em um contexto plural e dinâmico é a base para que ações possam ser bem executadas com interatividade e fidelidade do público.

Quanto ao objetivo geral desta pesquisa, destaca-se a importância de investigar a influência da cultura hip-hop no Rio Grande do Sul através do

Festival Rap In Cena, que tornou-se uma manifestação artística que enriquece profundamente o tecido cultural da região. O festival proporciona uma conexão entre gerações e grupos sociais, unindo jovens e adultos, minorias ou classes altas, em torno de uma identidade cultural compartilhada.

Por meio de suas atividades e performances, o Rap In Cena não só celebra a expressão artística do hip-hop, mas também serve como um espaço de diálogo e troca entre diferentes segmentos da sociedade gaúcha, promovendo entendimento das diversidades sociais e culturais presentes no estado. Além disso, o festival demonstra ser um poderoso veículo para a inclusão e representatividade dentro da cultura no Rio Grande do Sul.

Ao proporcionar um palco para artistas locais e ressaltar a importância da velha guarda, o Rap In Cena não apenas amplifica suas vozes, mas também fortalece o senso de pertencimento e orgulho cultural. O Festival, enquanto plataforma, estabelece raízes profundas na comunidade, inspirando e capacitando jovens talentos a expressarem suas histórias e perspectivas através de música, arte, dança, esporte e ações sociais. Dessa forma, o festival não apenas confirma a relevância contínua da cultura hip-hop no cenário cultural do Rio Grande do Sul, mas também reafirma seu papel na construção de pontes entre diferentes gerações e na divulgação de uma identidade cultural que abraça a diversidade e a inclusão.

Para construção desta pesquisa foram encontrados diversos documentos que abordavam o hip-hop e suas origens, em sua maioria, artigos estrangeiros. Quanto a estudos que se aprofundam especificamente no contexto do Rio Grande do Sul, foram poucos os casos. O pioneirismo do trabalho em trazer o Rap In Cena como foco, levou a complicação para o encontro de dados, já que nenhum documento científico foi encontrado abordando o festival. Diante desse cenário, foram fundamentais as entrevistas em profundidade realizadas com os organizadores do evento, que puderam detalhar ações e estratégias internas.

Para que a pesquisa continue sendo realizada no âmbito acadêmico, sugere-se alguns temas de pesquisa dando continuidade aos estudos sobre o movimento hip-hop no Brasil: compreender a influência de artistas locais no cenário gaúcho; explorar como marcas estão aderindo a cultura hip-hop em suas estratégias de marca; e investigar o impacto que a música é capaz de gerar para construção de personalidades individuais.

Por fim, destaca-se a importância em colocar a cultura hip-hop como ponto central deste estudo, ampliando o discurso sobre vozes marginalizadas e o papel da sociedade em perpetuar vivas expressões culturais e heranças identitárias da população. Além de incluir o festival Rap In Cena como objeto de estudo, com a mesma proposta de manter a ponte entre gerações no hip-hop. Conclui-se então o papel fundamental do respeito e manutenção da diversidade cultural existente em cada região do Brasil, que deve receber apoio do setor público e de empresas privadas que realmente compreendam a magnitude do movimento social.

## REFERÊNCIAS

BASTOS, Remo Moreira Brito. **Segregação racial e socioeconômica no sistema educacional básico dos Estados Unidos**. Pro-Posições, v. 28, p. 160-181, 2017.

BASTOS, Pablo Nabarrete. Revista Passagens – **Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal do Ceará**, Fortaleza, 2014.

BASTOS, Pablo Nabarrete. **Ecossistemas de espelhos-movimento Hip Hop do ABC Paulista: sociabilidade intervenções identificações e mediações sociais culturais raciais comunicacionais e políticas**. 2008. Tese (Doutorado) – Universidade de São Paulo.

BEZERRA, Juliana. **História da Dança**. Toda Matéria. Disponível em: <https://www.todamateria.com.br/historia-da-danca/>. Acesso em: 7 jun. 2024.

BOLAÑO, César Ricardo S. Esporte e capoeira: identidade nacional e globalização. **Revista Eletrônica Internacional de Economia Política da Informação da Comunicação e da Cultura**, v. 25, n. 1, p. 183-202, 2023.

BONORA, Mariana Machado; BURITI, Pedro Leonardo Alonso; DE CARVALHO, Juliano Maurício. **O Rádio como o meio de divulgação do Movimento Hip Hop**. Revista Internacional de Folkcomunicação, v. 5, n. 9, 2007.

CALDEIRA, Arlindo Manuel. **Escravos e Traficantes no Império Português**. Lisboa: A Esfera dos Livros, 2013.

CASSEANO, Patrícia; DOMENICH, Mirella; ROCHA, Janaína. **Hip Hop. A periferia grita**. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2001.

CASTELLS, Manuel. **Communication power: Mass communication mass self-communication and power relationships in the network society**. Media and society, v. 25, n. 5, p. 3-17, 2010.

COLLINS, Patricia Hill. **Do Black Power ao Hip-Hop: racismo nacionalismo e feminismo**. Editora Perspectiva S/A, 2023.

CORNIANI, Fábio Rodrigues; DE CARVALHO BERTI, Orlando Maurício. **A difusão folkmidiática da cultura gonzagueana**. Site Luiz “Lua” Gonzaga: de Exu Pernambuco para o Mundo. Revista Internacional de Folkcomunicação, v. 6, n. 11, p. 1-15, 2008.

CRONE, Gerald Roe. **The voyages of Cadamosto and other documents on Western Africa in the second half of the fifteenth century**. Routledge, 2017.

DA SILVA, Antonio Leandro. **Nas ondas do rap: surfar na arte de narrar.** Appris Editora e Livraria Eireli-ME, 2018.

DE ANDRADE, Elaine Nunes. **Hip Hop: movimento negro juvenil. Rap é educação,** p. 83, 1999.

DE LIMA, Luísa Nunes Mendonça. **Soul do HIP-HOP: A chegada do RAP no Brasil.** Revista Convergência Crítica, v. 1, n. 15, 2019.

DIAS, Cristiane Correia. **A pedagogia hip-hop: consciência, resistência e saberes em luta.** Curitiba: Appris, 2019.

DIGITAL BRAZIL. **Data reportal. 2024.** Disponível em: <https://datareportal.com/reports/digital-2024-brazil>. Acesso em: 27 jun. 2024.

FELIX, J. B. de J. **Hip Hop: cultura e política no contexto paulistano.** 2005. 206 f. Tese (Doutorado em Antropologia Social) – Programa de Pós-Graduação em Antropologia Social da USP, São Paulo, 2005.

FERREIRA, Anne Caroline Paz. **A DANÇA E A TRAMA DOS DISCURSOS: MEMÓRIAS DO HIP HOP EM PORTO ALEGRE.** 2018.

FREITAS, Juciane Priscila Vilaverde. **As representações sociais sobre a escola na perspectiva dos integrantes do movimento hip-hop.** 2011.

GAGGIOLI, A. **Phygital spaces: When atoms meet bits.** *Cyberpsychology Behavior and Social Networking*, 20(12), 774-774, 2017.

GILROY, Paul. **O Atlântico Negro. Modernidade e dupla consciência.** São Paulo Rio de Janeiro: 34/Universidade Cândido Mendes – Centro de Estudos Afro-Asiáticos, 2001.

GONÇALVES, Luiz Alberto Oliveira. **Cultura Hip-Hop no Brasil: História e Influências.** São Paulo: Editora Hip-Hop, 2005.

GOULART, Sueli et al. **Práticas organizativas de grupos de Hip Hop em Porto Alegre: uma análise à luz de Guerreiro Ramos.** In: Encontro de Estudos Multidisciplinares em Cultura, N 6. 2010 Salvador. Anais do Evento. Salvador: CULT, 2010.

HAAG, C. **Quem não sabe dançar improvisa: hip-hop oferece aos jovens da periferia chance de existência social.** Humanidades. Disponível em: <http://www.revistapesquisa.fapesp.br/index.php?art=3416&bd=1&pg=1&lg>. Acesso em: 16 jun. 2024.

HALBWACHS, Maurice. **A Memória Coletiva.** São Paulo: Centauro, 2006.

HERC, DJ Kool. 2005.

HERSCHMANN, M. (org.). **Abalando os anos 90: funk e hip hop: globalização violência e estilo cultural**. Rio de Janeiro: Rocco, 1997. p. 190 – 213.

HIGA, Carlos César. "**Brasil Colônia**"; Brasil Escola. Disponível em: <https://brasilecola.uol.com.br/historiab/brasil-colonia.htm>. Acesso em: 27 abr. 2024.

JACINTO, Thífani Postali. **Práticas culturais urbanas: estudo sobre o blues e o hip-hop como comunicações específicas de grupo**. Sorocaba: Universidade de Sorocaba, 2010.

JANAINA ROCHA; MIRELLA DOMENICH; PATRÍCIA CAETANO. **Hip-Hop - A Periferia Grita**. Disponível em: [https://fpabramo.org.br/publicacoes/wp-content/uploads/sites/5/2017/05/hip\\_hop\\_0.pdf](https://fpabramo.org.br/publicacoes/wp-content/uploads/sites/5/2017/05/hip_hop_0.pdf).

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. São Paulo: Aleph, 2009.

JORNAL DO COMÉRCIO. **Rap in Cena atraiu 30 mil pessoas e levou cultura Hip-Hop ao centro de Porto Alegre**. 2022. Disponível em: <https://www.jornaldocomercio.com/cultura/2022/10/868526-rap-in-cena-atraiu-30-mil-pessoas-e-levou-cultura-hip-hop-ao-centro-de-porto-alegre.html>. Acesso em: 28 mai. 2024.

KELLNER, Douglas. **Media Culture**. London and New York: Routledge, 1995.

LEAL, Sérgio. **Acorda hip hop: despertando um movimento em transformação**. Rio de Janeiro: Aeroplano, 2007.

LEMONS, Ronaldo. **Direito, Tecnologia e Cultura**. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2005. p. 32.

LUVIZOTTO, Caroline Kraus. **As tradições gaúchas e sua racionalização na modernidade tardia**. 2010.

MAGINE, Eduardo. **Entre dados e robôs: ética e privacidade na era da hiperconectividade**. Arquipélago Editorial, 2019.

MAFFIOLETTI, C. de A. **Retomando a Nossa Esquina. “O Movimento Hip Hop e suas formas de fazer política em Porto Alegre”**. Dissertação de Mestrado – PPGAS/UFRGS, 2013.

MARTINELLI, Inácio Faulhaber Martins. **A economia da experiência no contexto dos festivais de música**. Orientador: Micael Maiolino Herschmann. 2013. 64 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Comunicação - Habilitação em Publicidade e Propaganda) - Escola de

Comunicação, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2013.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. **Pistas para entre ver meios e mediações**. In: Prefácio à 5ª edição castelhana incluída na reimpressão de *Dos meios às mediações: comunicação cultura e hegemonia*. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2003.

MEDEIROS, Amanda Tescari. **O direito constitucional à cultura e a criminalização do movimento hip hop no Brasil**. 2022. Disponível em: [https://repositorio.pucsp.br/bitstream/handle/31917/1/TCC%20-%20Amanda%20Tescari%20Medeiros\\_Amanda%20Tescari%20Medei.pdf](https://repositorio.pucsp.br/bitstream/handle/31917/1/TCC%20-%20Amanda%20Tescari%20Medeiros_Amanda%20Tescari%20Medei.pdf).

MUNANGA, Kabengele. **Rediscutindo a mestiçagem no Brasil: identidade nacional versus identidade negra**. Autêntica Editora, 2019.

NETO, Nécio Turra. **Movimento hip-hop do mundo ao lugar: difusão e territorialização**. Revista de Geografia-PPGEO-UFJF, v. 3, 2013.

OLIVEIRA, Fábila. **Rap in Cena se consolida como o maior festival de Hip Hop do Brasil**. Metrôpoles, 2023. Disponível em: <https://www.metropoles.com/colunas/fabia-oliveira/rap-in-cena-se-consolida-como-o-maior-festival-de-hip-hop-do-brasil>. Acesso em: 30 jun. 2024.

OLIVEIRA, Maria Inês Côrtes. **Quem eram os "negros da Guiné"? A origem dos africanos na Bahia**. Afro-Ásia, n. 19-20, 1997.

PINSKY, Jaime. **A escravidão no Brasil**. São Paulo: Editora Contexto, 1993. Coleção Repensando a História.

PORFÍRIO, Francisco. **Cultura africana**. Brasil Escola. Disponível em: <https://brasilecola.uol.com.br/cultura/cultura-africana.htm>. Acesso em: 07 jun. 2024.

QUESSADA, Dominique. **O Poder da Publicidade na Sociedade Consumida pelas Marcas**. São Paulo: Futura, 2003.

RICHARD, Big. **Hip hop: consciência e atitude**. Upsys Informática e Editora Ltda, 2005.

ROCHA, Bruno de Carvalho. **Rap e religião: análise do imaginário religioso em Racionais Mc's**. 2022.

ROMERO, E. **Free Stylin': How Hip Hop Changed the Fashion Industry**. Connecticut: Praeger, 2012.

ROSA, Marcus Vinícius de Freitas. **Além da invisibilidade: história social do racismo em Porto Alegre durante a pós-abolição**. Porto Alegre: EST Edições, 2019.

ROSE, T. **Um estilo que ninguém segura: política estilo e a cidade pós-industrial no hip-hop**. In: HERSCHMANN, M. (org.). **Abalando os anos 90: funk e hip hop: globalização violência e estilo cultural**. Rio de Janeiro: Rocco, 1997. p. 190 – 213.

ROSE, Tricia. **The Hip Hop Wars: What We Talk About When We Talk About Hip Hop-and Why It Matters**. 2008.

SANT'ANNA, Armando; ROCHA JUNIOR, Ismael; GARCIA, Luiz Fernando Dabul. **Propaganda: teoria técnica e prática**. 9. ed. rev.. São Paulo: Cengage Learning, 2015.

SANTOS, Giovanna Veiga dos. **E assim nasce o Museu da Cultura Hip Hop RS: uma análise a partir do olhar da gestão museológica e da Museologia Social**. 2023.

SANTOS, Wanderley Guilherme dos. **Ordem Burguesa e Liberalismo Político**. São Paulo: Duas Cidades, 1978.

SARQUIS, A. B.; MORAIS, A. S. A.; CITTADIN, J.; GIULIANI, A. C.; SCHARF, E. R. **Análise da Produção Científica Internacional do Tema Omnichannel no Varejo**. Revista de Administração Unimep, 17(1), 2019.

SCHWARTZ, Stuart. **Segredos internos. Engenhos e escravos na sociedade colonial 1550-1835**. São Paulo: Companhia das Letras, 1988. pp. 22-73.

SILVA, Alberto da Costa e. **A enxada e a lança: a África antes dos portugueses**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1992.

SILVA, Daniel Neves. **Escravidão no Brasil**; Brasil Escola. Disponível em: <https://brasilecola.uol.com.br/historiab/escravidao-no-brasil.htm>. Acesso em: 27 abr. 2024.

SILVA, Djamyson Olimpio da et al. **A dança breaking e sua inserção nos jogos olímpicos**. 2022.

SILVA, Eusébio Lobo. **O corpo na capoeira: Fundamentação operacional dos movimentos básicos da capoeira**. São Paulo: Unicamp, 2012. v. 3.

SILVA, José Carlos Gomes da. **O rap na cidade de São Paulo: música, etnicidade e experiência urbana**. Tese (Doutorado em Antropologia) – Universidade Estadual de Campinas, Campinas, 1998.

SILVA, Lídia Marques da. **Afro-paisagens e hibridização cultural: dos carnavais atlânticos aos afoxés de Fortaleza/CE**. 2023.

SODRÉ, Muniz. **O terreiro e a cidade: a forma social negro-brasileira**. Mauad Editora Ltda, 2019.

SOUZA, Gustavo. **Novas sociabilidades juvenis a partir do movimento hip hop**. Animus: Revista interamericana de comunicação midiática / Universidade Federal de Santa Maria Centro de Ciências Sociais Humanas. - Vol. III, n 2, Santa Maria, NedMídia, 2004.

SOUZA, J.; FIALHO, V. M.; ARALDI, J. **Hip hop: da rua para a escola**. Porto Alegre: Sulina, 2008.

SPOSITO, Marília Pontes; TESO, Leonor. **Violência coletiva jovens e educação**. Revista Mexicana de Sociologia, p. 113-128, 1994.

STEAL THE LOOK. **Dia do hip hop: como o movimento se tornou uma das maiores influências na moda**. 2023. Disponível em: <https://stealthelook.com.br/dia-do-hip-hop-como-o-movimento-se-tornou-um-a-das-maiores-influencias-na-moda/>

STUMPF, Claiton. **Cultura Hip-Hop mais próxima de ser declarada de interesse cultural estadual**. Disponível em: <https://ww4.al.rs.gov.br/noticia/328269>. Acesso em: 01 mai. 2024.

TINHORÃO, José Ramos. **Pequena história da música popular: da modinha à lambada**. São Paulo: ART, 1991.

TORRES, Luiz Henrique. **A cidade do Rio Grande: escravidão e presença negra**. Biblos, v. 22, n. 1, p. 101-117, 2008.

TRICIA, Rose. **The Hip Hop Wars: What We Talk About When We Talk About Hip Hop-and Why It Matters**. 2008.

ULTRA, Thiago. **Ritmo e Fundamento – Grandmaster Flash & The Furious Five. Polifonia Periférica**. 2026. Disponível em: <https://www.polifoniaperiferica.com.br/2016/05/07/ritmo-e-fundamento-grandmaster-flash-the-furious-five/>

YOSHINAGA, Gilberto. **Nelson Triunfo: do sertão ao hip-hop**. Shuriken Produções/LiteraRUA, 2014.

ZANINI, Diogo Raul. **O Quinto Elemento do Hip Hop: O percurso dos manos do Bairro Mário Quintana em Porto Alegre**. 2017. Dissertação de Mestrado – Universidade Federal de Pelotas.

## APÊNDICE A - ENTREVISTAS

NOME

IDADE:

FORMAÇÃO:

CARGO ATUAL:

- 1) Quando foi a primeira vez que você ouviu sobre o hip-hop?
- 2) Você diria que o hip-hop promove interferência na sua identidade?
- 3) Na sua vida, o que é o hip-hop?
- 4) Considerando o hip-hop desde a sua chegada no Brasil, consegue lembrar de alguma passagem histórica que te marcou? Pode ter sido algo que você viveu, ouviu, leu ou soube.
- 5) Quais você diria que foram os maiores movimentos para expansão da cultura no sul do país?
- 6) Qual é a sua visão sobre a interferência do Rap In Cena no ecossistema cultural da capital gaúcha?
- 7) Como você enxerga as pessoas dos mais diversos contextos sociais sentindo-se pertencentes a esse movimento?
- 8) Qual é a sua visão sobre a interferência do Rap In Cena no ecossistema cultural da capital gaúcha?
- 9) Como você entende que o cenário gaúcho abraça ou não a cultura hip-hop?
- 10) Como você enxergou o processo de evolução do espaço do hip-hop no sul do país?



Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul  
Pró-Reitoria de Graduação e Educação Continuada  
Av. Ipiranga, 6681 - Prédio 1 - 3º. andar  
Porto Alegre - RS - Brasil  
Fone: (51) 3320-3500 - Fax: (51) 3339-1564  
E-mail: [prograd@pucrs.br](mailto:prograd@pucrs.br)  
Site: [www.pucrs.br](http://www.pucrs.br)