

UMA HISTÓRIA DO *RAP* NA FRANÇA¹

UNE HISTOIRE DU *RAP* EN FRANCE²

Karim Hammou - CNRS

Quando o *rap* e o *hip hop* surgiram na França na virada da década de 1980, muitas pessoas os viram apenas como um fenômeno passageiro. Trinta anos mais tarde, esse gênero musical não somente permanece bem vivo, como também faz parte da indústria da música, sendo a França um dos países onde o cenário *rap* é mais visível. Como o *rap* nasceu na França e como se desenvolveu? Quem tirou proveito da comercialização de suas músicas? Por que esse gênero musical está tão estreitamente associado às periferias? Por que ele continua regularmente a desencadear paixões?

A partir de um quadro teórico baseado principalmente na sociologia interacionista de Howard Becker, e prestando atenção às relações de poder dentro da indústria da música e da sociedade francesa como um todo, esse livro descreve de que forma o surgimento e a inclusão permanente do *rap* na França foram possíveis. O livro combina um trabalho de arquivos, uma análise de redes sociais entre *rappers*, uma análise estatística de obras e a etnografia no meio musical em um período mais recente. Com interesse nos artistas e também nos amantes do gênero, circulando dos centros sociais de bairros populares até os bancos da Assembleia Nacional e observando a televisão e as rádios locais, esta pesquisa mostra como foi imposta na França uma nova especialidade artística, fundada com base em uma forma de interpretação original – nem falada nem cantada: “rapeada”.

Desde o início do século XX, na França, os profissionais e os amantes de música seguem atentamente as evoluções da música popular dos Estados Unidos.

¹ Tradução de Tradutorium Centro de Traduções e Intérpretes. Disponível em: www.tradutorium.com.br

² Paris, La Découverte, 2014. Disponível em: <http://surunsonrap.hypotheses.org>.

Pela primeira vez, no fim dos anos 1970, *hits* com letras de *rap* encontraram sucesso internacional e popularizaram na França essa técnica de interpretação. Desde a primeira metade dos anos 1980, cantores, apresentadores de rádio ou DJs apropriam-se desse tipo de texto. Introduzida em uma economia da música marcada pela segregação racista, a interpretação do *rap* é um objeto de dupla apropriação: a partir do coração da indústria da música e de suas margens. No coração da indústria da música, estilos musicais variados adotaram a interpretação do *rap* para introduzir uma narração detalhada, inspirada no mundo do crime e do *thriller*, ao formato curto consagrado pela música popular da época. Às margens da indústria, os entusiastas de música afro-americana perceberam, antes de tudo, o *rap* como uma extensão do *funk* e apropriaram-se dele como tal.

A introdução, em 1984, de um programa de televisão consagrado à cultura *hip hop* sensibilizou de imediato uma larga fração da juventude ao grafite, às danças e às músicas *hip hop*. Uma parte desses jovens admiradores adotou a estética *hip hop*. Entre eles, DJs e “construtores de som” constituíram um dos motores dessa evolução. Eles de fato animaram esses novos lugares de difusão musical que são, desde os anos 1970, as boates noturnas e, a partir do começo dos anos 1980, as rádios livres. A aglomeração parisiense, com sua densidade excepcional, reúne um grande número de lugares e de atores da cultura *hip hop*, em sentido amplo.

Paris tornou-se um polo de atração para o encontro de fãs de *rap* na França e, às vezes, na Europa. Além disso, os pioneiros do *rap* na França conseguiram obter o apoio de mídias que se uniram e divulgaram imediatamente as atividades relacionadas ao *hip hop*. Em outras palavras, um mundo de arte local nasceu na região parisiense, na intersecção de uma cena artística envolvendo dançarinos, grafiteiros, *rappers* e meios culturais da moda cujas figuras principais eram a Rádio Nova e a revista *Actuel*. Em uma escala menor, ocorreu um fenômeno semelhante nas cidades de Marselha, Lyon, Toulouse e Lausanne. Esses cenários locais elaboraram um novo uso da interpretação do *rap*. Longe de ser somente uma técnica de voz, essa interpretação associa-se com o som *hip hop* e apoia-se em uma nova figura artística: o *rapper*, que faz da interpretação do *rap* uma especialidade. Esses locais ainda colocaram no centro de suas atividades a apreciação e a apropriação

das transformações do gênero *rap* vindo dos Estados Unidos, produzindo obras originais interpretadas em francês.

Durante a maior parte da década de 1980, a atenção pública dada às práticas de *rap* francês permaneceu baixa. Em 1989, a mídia estabeleceu a prática da *tag* (escrita estilizada de nomes ou apelidos vulgarmente chamada de pichação) como um problema público. Ao mesmo tempo, a mídia deu maior visibilidade ao *rap* ao destacar a nova cena de artistas que gravitavam em torno da Rádio Nova, próxima desse meio. A partir de 1990, a mídia transmitiu um número crescente de eventos dos quais emergiu pouco a pouco um “problema das periferias”. Nessa dinâmica, o *rap* e os *rappers* receberam uma atenção cada vez mais direta. Essa cobertura da mídia, cujo escopo não tem precedentes, é expressa especialmente na televisão. Ela situa o gênero *rap* no cruzamento dos temas da delinquência, da juventude e da imigração, fazendo do *rap* a expressão de um lugar simbólico, as periferias, e forjando uma analogia entre o *rapper* e o jovem da periferia.

Se o *rap* é agora compreendido como um gênero musical que possui, na França, características que o distinguem de seus congêneres dos Estados Unidos, ele é igualmente posto à margem por apresentadores e jornalistas. Esses mediadores da relação que a televisão propõe estabelecer com os seus telespectadores associam o gosto e a prática do *rap* com uma maneira de ser, de uma forma ou de outra, “diferente” – isto é, diferente da comunidade implícita que o discurso midiático desenha. A definição pública de *rap* indica sua posição simbólica nas relações sociais de idade, classe e raça: a midiaticização do gênero *rap* no início dos anos 1990 produziu uma forma de exotismo e atribuiu ao *rap* e aos seus praticantes uma posição minoritária.

A maior parte dos *rappers* que se beneficiaram com a importante midiaticização tentou ser reconhecida – em vão – como artistas completos na televisão. Eles adotaram uma posição crítica destinada aos discursos dominantes sobre o problema das periferias. Surgiu então o que se pode descrever como um mal-entendido de responsabilidade minoritária. Se um certo número de *rappers* achava necessário dar uma resposta em nome das periferias, a maior parte de seus interlocutores fazia deles representantes do que se podia ver nessas periferias, alimentando uma tensão paradoxal entre a figura do *rapper* como porta-voz e a do *rapper* como espécime.

A visibilidade do *rap* francês na mídia representa as tentativas de exploração comercial dessa nova figura social na indústria da música. Os *majors* (grandes nomes) dessa indústria competiram para a captação econômica com interesse coletivo pelo *rap* em francês, independentemente de seu trabalho promocional. A exploração comercial da nova figura social que constitui o *rapper* se revelou, contudo, muito difícil. A atenção coletiva que o *rap* exerceu no início dos anos 1990 alimentou uma nova dinâmica, em que os poderes públicos tentavam tirar proveito político do *rap*.

Em nível local, essa instrumentalização do *rap* levou a um maior apoio às práticas amadoras de *rap* em muitos municípios, por meio de atividades propostas pelos centros sociais. Ela contribuiu para deslocar ou para reforçar as práticas de *rap* em bairros urbanos populares. Em nível nacional, como consequência dessa instrumentalização, o ministro da Cultura da época declarou apoio ao *hip hop* e suas disciplinas (entre elas o *rap*). A ação ministerial valorizou a “cultura *hip hop*”, retomando, assim, uma categoria forjada pelos atores desse processo. Mas ela também flexiona as conotações em um termo eufemístico que se refere a uma categoria de ação pública, a juventude de áreas urbanas sensíveis, resultado da imigração. O conjunto dessas iniciativas políticas participou também de um movimento mais amplo de transformação da gestão pública de ilegalidades populares. Ocupação de espaços públicos anônimos, circulação de grupos de adolescentes em transportes coletivos, furtos em lojas e práticas da *tag* (pichação) e do grafite passaram por um duplo processo de criminalização e de supressão nas periferias das grandes cidades. O gênero *rap* atuou como um dos instrumentos de gestão de ilegalidades populares, e sua imagem foi permanentemente marcada.

A ação conjugada dos poderes públicos, da indústria da música e da mídia contribuiu para gerar novas vocações de *rappers* na França na primeira metade da década de 1990. Esses aspirantes ao *rap* surgiram, no entanto, em um contexto muito diferente daquele que pode ser descrito como a primeira geração de *rappers*, nascida na década de 1980. Em particular, eles são confrontados com os *majors* da indústria da música que procuravam reproduzir o único sucesso comercial de um grupo de *rap* convincente aos seus olhos: o de MC Solaar. A interpretação desse sucesso pela imprensa e gravadoras levou a exacerbar a oposição entre dois estilos

de *rap*, o primeiro chamado de “*hardcore*” e o segundo, associado a MC Solaar, descrito como “*cool*”. Essa oposição traduziu amplamente os critérios de seleção de um elemento importante na cadeia de cooperação da indústria da música: as rádios comerciais. Estas mostraram-se, num primeiro momento, hostis ao *rap*, fosse francófono, fosse anglófono. A pressão política em favor da difusão de canções francesas reduziu os prejuízos de empresas de divulgação do *rap* em francês. Em 1994, quando o Parlamento aprovou uma lei que impôs uma cota de 40% de canções francófonas no rádio, o *rap* francês beneficiou-se da situação: o sucesso comercial do *rap* francês multiplicou-se, tanto que novos artistas de *rap* passaram a fazer parte da indústria da música, em um circuito de desenvolvimento comercial que beneficiava principalmente os *rappers* considerados “*cool*” e que propunham obras consensuais e melodiosas.

O número de *rappers* que conseguiram lançar seu primeiro álbum independente cresceu significativamente entre 1993 e 1997. Vários fatores explicam esse fenômeno: a evolução das técnicas musicais, o apoio de artistas da primeira geração, que investiram o dinheiro oriundo do seu próprio sucesso no desenvolvimento de novos artistas, e a multiplicação de empresários dentro da comunidade *hip hop*. Notam-se ainda verdadeiras conversões profissionais a favor da estruturação de uma economia do *rap* na França. Desse modo, os artistas multiplicaram as colaborações e participaram do surgimento de uma cultura profissional compartilhada entre artistas da primeira geração e *rappers* da segunda geração de produção independente.

Para esses artistas, o sentido atribuído à prática do *rap* e os cânones estéticos dessa prática estabilizaram-se. Mas somente uma parte dos artistas à margem desse processo conseguiu uma forte visibilidade pública e sucesso comercial na época; apenas os que ofereceram um *rap* “*cool*” conseguiram uma exposição radiofônica importante em rádios comerciais jovens. Se os *majors* da segunda geração foram valorizados, os artistas independentes da segunda geração foram mantidos em uma visibilidade confidencial, provocando a separação entre essas duas categorias, o que se tornou uma rivalidade explícita. De forma inesperada, em vista do apoio das estruturas dominantes da indústria da música, essa rivalidade tornou-se uma vantagem para a segunda geração de produção independente. Ela conseguiu

apoiar-se em estruturas de produção, promoção e midiaticização próprias, mas também no apoio da maior parte da primeira geração de *rappers* ainda em atividade. Os *rappers* da primeira geração estavam interessados material (produziram centenas de discos) e simbolicamente (assumiram um papel de prestígio de “padrinho”) no surgimento e no sucesso comercial de uma parcela importante da segunda geração de produção independente. A partir de 1997, essa parcela foi capaz de marginalizar as produções *majors*. Na verdade, os artistas independentes foram, com a transformação do formato de uma rádio comercial, Skyrock, os meios de transmissão que anteriormente lhes fizeram falta.

Se o mundo social do *rap* francês caracteriza-se por uma rede de estruturas de produção de discos e promoção independentes, não deixa de ser estreitamente integrado com a indústria da música como um segmento profissional. Essas estruturas independentes, muitas vezes especializadas exclusivamente em *rap*, estão em uma dupla relação de concorrência e complementaridade com os *majors*. Se, no início, o sucesso comercial da segunda geração independente invadiu uma parte do mercado dos *majors*, estes últimos transformaram suas modalidades de negociação com os *rappers*. Abandonando os artistas da segunda geração a quem haviam permitido lançar o primeiro álbum, os *majors* associaram-se aos selos que patrocinaram os artistas independentes e à rádio Skyrock para assegurar a promoção e a distribuição massiva de certos artistas. Assim, a marginalização da segunda geração de produção dominante em benefício da segunda geração independente não causou o prejuízo das grandes gravadoras, que continuaram a levar a maior parte dos benefícios econômicos da exploração comercial do *rap*.

Para obter o apoio dos *majors* e uma radiodifusão importante, os novos artistas de *rap* enfrentaram então uma dupla seleção. A seleção de um meio especializado, em primeiro lugar, no qual certos artistas da primeira geração ocuparam um papel-chave; em segundo lugar, a seleção de subdivisões dentro dos *majors*, assegurando uma direção artística e uma promoção articulada aos critérios da Skyrock, em vez do modelo de *rap* consensual “transformado” da primeira metade da década de 1990. Alguns artistas da primeira geração (NTM, IAM, Ministère AMER) tiveram um papel-chave nessa dupla mediação. Entre os artistas de *rap*, foram eles que tiraram maior proveito comercial da marginalização da segunda geração de

produção dominante causada pela segunda geração de produção independente. Enfim, apoiada no gênero *rap* que marcou permanentemente sua imagem, a rádio Skyrock conseguiu obter uma posição de liderança na paisagem radiofônica contemporânea, competindo em termos de audiência com as rádios mais ouvidas no país e garantindo uma posição política singular de “rádio transmissora da juventude de bairros populares”, da qual tirou proveito econômico no início dos anos 2000. Ela participou, assim, da exploração econômica do *rap* na França como parte de um *marketing* da marginalidade, caracterizando os jovens das periferias como uma classe perigosa.

No fim da década de 1990, a maior parte da produção de discos de *rap* na França apoia-se em uma organização que associa, dentro da indústria da música, uma autenticação entre *rappers*, um encontro de meios especializados (emissão de rádio, editora de revistas, selos independentes, empresas de *merchandising*...), uma rádio comercial dominante (Skyrock) e *majors* em posição de força para negociar a internalização de toda a empresa, em um processo muito lucrativo, que se baseia no sucesso de um artista ou na *expertise* de um selo independente. Essa organização teve uma duração relativa e apoiou a socialização profissional de novas gerações de *rappers*, o que mobilizou especialmente uma analogia entre as estruturas independentes especializadas no *rap* e o universo das ilegalidades populares. Estas últimas, estreitamente associadas ao *rap* pela intervenção e definição midiática do *rap* no início dos anos 1990, foram objeto de uma reapropriação que substituiu a categoria estigmatizada da delinquência pelo símbolo honorífico da “rua”, transformando a atribuição a uma alteridade em reivindicação de uma filiação social própria. Nas representações comumente compartilhadas pela maioria dos *rappers*, a referência à “rua” explicou os mecanismos de reputação ligados aos testes e avaliações dos meios musicais especializados, enquanto o mundo da rua constituiu uma fonte de inspiração e um recurso estético elevado ao nível de cânone do gênero no fim dos anos 1990.

Enfim, o *rap* passou por um processo de institucionalização na França nos anos 2000, que acompanhou uma ilegitimidade cultural paradoxal. Na verdade, mais popular do que nunca no fim dos anos 2000, o *rap* se inscreveu permanentemente nas estruturas comerciais integradas à indústria da música e nas estruturas

associativas financiadas pelo dinheiro público. Mas, ao mesmo tempo, a atribuição do *rap* a uma posição minoritária se manteve e até se fortaleceu. O *rapper* tornou-se a figura de um novo inimigo pós-colonial. É assim que o *rap* tem sofrido, desde o início dos anos 2000, uma verdadeira criminalização política, que se reflete tanto nos apelos de censura dentro do Parlamento quanto no crescente número de casos postos diante dos tribunais.

Resenha recebida em: 11/05/2015