

UNIVERSIDADE FEDERAL DE OURO PRETO

**INSTITUTO DE CIÊNCIAS SOCIAIS E APLICADAS -
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS SOCIAIS, JORNALISMO E
SERVIÇO SOCIAL**

CURSO DE JORNALISMO

SANDRO AURÉLIO ALVARADO JUNIOR

**CORES E VALORES DA CULTURA DO CONSUMO:
como os Racionais MC's retratam a sociedade hiperconsumista**

Monografia

MARIANA

2018

SANDRO AURELIO ALVARADO JÚNIOR

CORES E VALORES DA CULTURA DO CONSUMO:
como os Racionais MC's retratam a sociedade hiperconsumista

Monografia apresentada ao curso
de Jornalismo da Universidade
Federal de Ouro Preto como
requisito parcial para obtenção do
título de Bacharel em Jornalismo

Orientadora: Denise Figueiredo
Barros do Prado

MARIANA

2018

Catálogo na fonte elaborada pelo bibliotecário: Essevalter de Sousa - CRB6a. 1407

A472c Alvarado Júnior, Sandro Aurélio
Cores e Valores da Cultura do Consumo [recurso eletrônico]
: Como os Racionais MC's retratam a sociedade hiperconsumista
/ Sandro Aurélio Alvarado Júnior.-Mariana, MG, 2018.
1 CD-ROM; 4 3/4 pol.

TCC (graduação em Jornalismo) - Universidade Federal
de Ouro Preto, Mariana, 2018

1. Racionais MC's (Conjunto musical) - Teses. 2. Aspectos
sociais - Teses. 3. MEM. 4. Sociedade de consumo -
Teses. 5. Monografia. I.Prado, Denise Figueiredo Barros
do. II.Universidade Federal de Ouro Preto - Instituto
de Ciências Sociais Aplicadas - Departamento de Ciências
Sociais, Jornalismo e Serviço Social. III. Título.

CDU: Ed. 2007 -- 330.567.22
: 15
: 1419906

Sandro Aurélio Alvarado Júnior

Curso de Jornalismo – UFOP

CORES E VALORES DA CULTURA DO CONSUMO:
COMO OS RACIONAIS MC'S RETRATAM A SOCIEDADE HIPERCONSUMISTA

Trabalho apresentado ao Curso de Jornalismo do Instituto de Ciências Sociais e Aplicadas (ICSA) da Universidade Federal de Ouro Preto como requisito parcial para a obtenção do grau de Bacharel em Jornalismo, sob orientação da Profa. Dra. Denise Figueiredo Barros do Prado.

Banca Examinadora:

Denise Figueiredo Barros do Prado
Profa. Dra. Denise Figueiredo Barros do Prado

Cláudio Rodrigues Coração
Prof. Dr. Cláudio Rodrigues Coração

Filipe Monteiro da Costa Lago
Mc. Filipe Monteiro da Costa Lago

Mariana, 19 de fevereiro de 2018.

*Essa é pra você, descendente de
escravo, que não teve direito à
indenização.*

AGRADECIMENTOS

A minha mãe, por me amar e me apoiar incondicionalmente. Por ser meu maior exemplo e minha maior motivação para seguir em frente, mesmo nos momentos mais difíceis. A pessoa mais forte que eu conheço. Por ter vindo na década de 1960 do Pará até a Baixada Fluminense em busca de uma vida melhor. Por ter conseguido, através de muito sangue, suor e sacrifícios. E por ser o maior amor da minha vida.

Ao meu pai, que sempre me mostrou que sonhar é possível, independentemente de onde estejamos. Agradeço também pelo sangue indígena, que me acompanha e me guia desde que nasci. Pelo coração circense e nômade. E por ter me feito botafoguense.

A Regina, por ser meu amor e minha família em Mariana. Seu apoio confiança me fizeram crescer em todas as instâncias possíveis. E por ser a melhor companheira que alguém pode sonhar em encontrar. Flor do gueto é estrela do meu show.

Ao meu irmão, por sempre me colocar no chão, ampliar minha visão e mostrar a vida como ela é. Por me mostrar que existem mais semelhanças do que diferenças, em relação a qualquer pessoa. E pela ajuda de sempre.

Aos meus companheiros e companheiras de República Divina Comédia. Os anos que passei nesta casa foram os melhores da minha vida. Desde o primeiro dia em que pisei em Mariana, até o meu último dia em solo marianense, tive a sorte de morar na melhor e mais diversificada república de Minas Gerais. A cada um que me modificou um pouco como homem, sou extremamente grato. A Divina Comédia ficará para sempre em um lugar extremamente especial no meu coração.

A Juçara Brittes, por ser minha segunda mãe em Mariana. Me inspirou e ampliou minha visão de maneira inesquecível. O projeto “Nos Bastidores da Notícia” representou a minha maior satisfação acadêmica (até terminar este TCC).

Ao Mestre Arnaldo de Almeida, o encontro mais importante e inesperado de minha vida. A ele tenho a gratidão eterna pelos conhecimentos adquiridos sobre Yoga e Massagem Ayurvédica, que me levaram para caminhos completamente imprevisíveis. Om Shiva!

A Denise Prado, por ser a melhor orientadora que eu poderia ter. Me sinto extremamente sortudo e honrado por ter sido orientado por uma pessoa que fez com que eu sentisse alta confiança no meu trabalho, e com isso, aumentou bastante minha autoestima acadêmica. Pelo imenso apoio não só acadêmico, como também humano e psicológico, o meu eterno muito obrigado.

Ao Universo, por essa oportunidade fantástica de concluir uma graduação.

Ao povo marianense, por me mostrar toda uma forma de vida que eu desconhecia. Não consigo mensurar o quão felizado me sinto por ter vivido em Mariana por mais de 6 anos.

Aos funcionários e bolsistas do Restaurante Universitário, por terem trabalhado em função tão essencial e de maneira tão proveitosa aos alunos. Se não fosse pelo *bandeco*, a permanência na Universidade seria impossível para muita gente. Eu me incluo nesse grupo.

Ao rap nacional, por me fazer, desde muito cedo, a questionar e refletir sobre tudo o que estava ao meu redor. Meu maior incentivador a querer estudar e aprender cada vez mais.

A Luiz Inácio Lula da Silva, pelas políticas de ampliação do acesso ao ensino superior. Muito provavelmente sem estas políticas eu nunca teria estudado em uma Universidade Pública.

Lave o rosto nas águas
sagradas da pia

Nada como um dia após o
outro dia.

RESUMO

O presente trabalho busca compreender como o consumo é representado nas letras das músicas do grupo de rap paulistano Racionais MC's, especificamente do álbum *Cores e Valores*. Esta pesquisa busca as raízes, a formação e a consolidação da cultura do consumo como predominante em nossa sociedade ocidental. Para isso, além de investiga-se as fases do capitalismo de consumo, esta pesquisa também apresenta as origens do hip-hop nos Estados Unidos, a chegada do rap no Brasil, e a própria história dos Racionais. Amplamente conhecidos como protagonistas do rap brasileiro, os Racionais fazem do *Cores e Valores* um álbum que discute lugar de fala do negro na sociedade do consumo e de como o racismo institucional atua nos dias atuais. Com base nos capítulos sobre consumo e sobre hip-hop, faz-se a análise discursiva do álbum, tendo como norte duas questões: qual é o lugar do consumo naquela faixa e quais são os valores (em boa parte ambíguos) contidos nas mensagens passadas em cada *track*.

Palavras-chaves: Racionais Mc's; Cultura do consumo; Representação social.

ABSTRACT

This paper analyzes the representations of the consumer society in the lyrics of the album *Cores e Valores*, by the São Paulo rap group Racionais MCs. This research seeks the roots, the formation and the consolidation of the consumption culture as predominant in our western society. For this, in addition to investigating the phases of consumer capitalism, this research also presents the origins of hip-hop in the United States, the arrival of rap in Brazil, and the history of Racionais itself. Widely known as protagonists of Brazilian rap, the Racionais make the album *Cores e Valores* an album that discusses the place of black talk in the consumer society and how institutional racism acts in the present day.

Based on the consumption and hip-hop chapters, the track-to-track analysis of the album is done, with two questions as to where: the place of consumption in that band and what are the values (largely ambiguous) messages in each track.

Key-words: Racionais MC's; Consumer culture; Social representation

Sumário

INTRODUÇÃO	13
Capítulo I - Cultura do consumo	16
1.1 - Formação da cultura do consumo	17
1.2 - A consolidação da cultura do consumo	19
1.3 - A psicanálise à serviço da formação de consumidores	21
1.4 - Principais ciclos da sociedade do consumo	23
1.5 - Cidadania e Consumo na América Latina	26
1.6 - Hiperconsumismo Hedonista	29
1.7 - Consumo como expressão de felicidade	31
Capítulo II - Hip-hop e Racionais MC's	33
2.1 - Origens do rap	33
2.2 - Informação, autoconhecimento, denúncia e diversão	36
2.3 - A fúria negra ressuscita outra vez	38
2.4 - Chora agora, ri depois	40
Capítulo III - Cores e Valores	42
3.1- Críticas	42
3.2 - Capa	46
3.3 - Contexto do Brasil entre 2002 - 2014	48
3.3.1 - Economia	48
3.3.2 - Educação	49
3.3.3 - Desigualdade social	50
3.3.4 - Emprego	51
3.3.5 - Criminalidade	52
3.3.6 - Encarceramento e letalidade policial	53
3.4 - Hiperconsumo Hedonista Retrato no Cores e Valores	54
3.4 - Análise das letras	55

3.4.1 - Cores e Valores	55
3.4.2- Somos o que somos	57
3.3.3 - Cores e Valores: Preto e amarelo	58
3.3.4 - A trilha	59
3.3.5 - Eu te disse	60
3.3.6 - Preto zica	61
3.3.7 - Cores e valores - Finado Neguin	63
3.3.8 - Eu compro	65
3.3.9 - A escolha que eu fiz	67
3.3.10 - A praça	68
3.3.11 - O mau e o bem	69
3.3.12 - Você me deve	71
3.3.13 - Quanto vale o show?	73
3.3.14 - Coração barrabaz	77
3.3.15 - Eu te proponho	78
4. Considerações finais	80
5.- Anexo	83
5.1 – Ficha técnica	83
5.2 – Produção do álbum	83
6. Referências bibliográficas	84

INTRODUÇÃO

A primeira vez que eu adquiri um álbum do grupo de rap paulistano Racionais MC's foi em 2004. Na época, eu estava com 13 anos de idade. Naquele ano, o nome do grupo e algumas canções já não me eram estranhos, pois alguns amigos de bairro ouviam e comentavam sobre o grupo. No mais, também já era relativamente familiarizado com os Racionais porque eu morava em uma casa que ficava exatamente na frente de um bar. E este bar contava com um aparelho que media, de forma extremamente eficaz, o sucesso de músicas e artistas entre o povo suburbano do Rio de Janeiro: uma máquina de *jukebox*. Através desta máquina, recordo-me de ter ouvido *Negro Drama* algumas vezes. Naquele tempo, computador era algo para pouquíssimos privilegiados e quase ninguém sabia, ou tinha como fazer *downloads* de músicas pela internet. A forma mais barata de se adquirir um cd era comprando a versão pirata. E foi assim que eu comprei o *Sobrevivendo no Inferno* por cinco reais no camelódromo de Nova Iguaçu. Ao chegar em casa e pôr o cd para tocar, lembro-me perfeitamente de dois fortes sentimentos que a música *Versículo 4, Capítulo 3* despertou em mim. O primeiro foi uma forte reflexão provocada pela introdução didática desta faixa, mostrando dados extremamente significativos da exclusão do negro (“nas universidades brasileiras apenas 2% dos alunos são negros...); o segundo, a euforia por ouvir o nome da região onde nasci e me criei pela primeira vez na vida em música (“da Baixada Fluminense à Ceilândia \ eu sei, as ruas não são como a Disneylândia”). A primeira vez que eu me senti representado ao ouvir uma canção.

Ao passar dos anos, me tornei fã e adquiri todos os álbuns do grupo. Por inúmeras vezes, eu vi no meu cotidiano de morador de uma região periférica dentro de uma grande metrópole, cenas que também faziam parte das letras do grupo. E exatamente por isso criei um interesse cada vez maior pelo trabalho dos Racionais.

Simultaneamente à escalada do meu interesse por rap e pelos Racionais, também começava a refletir cada vez mais a respeito sobre o ato de consumir e a importância social do consumo. Ao conseguir meu primeiro trabalho fixo, como secretário de uma escolinha de futebol do Nova Iguaçu Futebol Clube, aos 16 anos, gastei meu primeiro salário em uma sandália para a minha mãe. No meu terceiro salário, eu comprei um *Adidas*. Era a primeira vez que eu usava um tênis de marca. Lembro perfeitamente que a sensação era de realização

de um sonho. Como que uma marca pode ser tão importante para uma pessoa a ponto de se tornar um objeto a ser sonhado? Principalmente, como e porque é tão primordial possuir objetos que simbolizam poder de consumo? Mais especificamente, como este processo acontece na periferia de uma grande cidade brasileira?

Neste presente trabalho, além de compreender como se formou e se consolidou a cultura do consumo, busco responder essas questões a partir da análise de como acontece e qual é o lugar do consumo nas canções do último álbum dos Racionais, o *Cores e Valores*.

Quando o grupo de rap paulistano Racionais MC's lançou o álbum *Cores e Valores*, em dezembro de 2014, muito se comentou sobre a recorrência da temática consumista nas canções. O álbum de estúdio anterior é o *Nada Como Um Dia Após o Outro Dia*, datado de 2002. Em nenhum outro trabalho do grupo houve tanto destaque para temas que envolvessem consumo. Algumas das faixas do *Cores e Valores* já eram velhas conhecidas dos fãs, como “Você me deve”; “Coração Barrabaz” e a própria abertura “Cores e Valores”. Todas estas ganharam novas mixagens e foram finalizadas diferentemente para o álbum. Três semanas antes do lançamento oficial do disco, o grupo disponibilizou a primeira faixa realmente inédita: “Quanto vale o show?”. Como todo bom fã, quando o álbum final foi lançado, eu já conhecia pelo menos as letras dessas canções citadas. No dia que o *Cores e Valores* saiu, me lembro de ter ouvido o álbum todo duas vezes em seguida.

À primeira audição do *Cores e Valores* confesso que fiquei confuso. Às vezes, inevitavelmente, o fã tem a mania (chata) de criar expectativa e esperar por algo semelhante aos clássicos do grupo. Eu fui um desses casos. Acostumado a narrações épicas de muitos e muitos minutos, me vi um tanto quanto perdido quando o grande lançamento dos Racionais, após um hiato de doze anos, continha, ao todo, apenas 32 minutos. Quem ouviu o álbum tendo em mente o som que o grupo fez no passado, e que o consagrou, teve uma grande surpresa. Para alguns, positiva, para outros, nem tanto. Nada da vertente *épica* está presente no álbum.

O rap é um estilo musical de raízes predominantemente de regiões periféricas, e que, em grande parte de seu discurso, ambiciona representar o morador humilde dessas regiões. De forma unânime, o rap brasileiro enxerga nos Racionais uma de suas vozes mais ativas. Pelo fato das mensagens das letras serem significativas, o que o grupo tem a dizer sobre o tema do consumo também é. Mais especificamente, sobre o consumo na periferia de uma grande cidade no século 21.

Para buscarmos a compreensão da influência do consumismo no álbum dos Racionais, é preciso antes investigar: o que é a sociedade do consumo? Quais são suas raízes? Por que o ato de consumir se tornou central na vida atual? O que consumir tem a ver com sociabilidade e cidadania? E, finalmente, o que as letras do *Cores e Valores* tem a dizer sobre consumo?

Estas são as principais questões que este presente trabalho busca responder. Para podermos analisar as canções do álbum a partir de uma perspectiva voltada para o consumismo, é preciso antes entender todas as nuances que envolvem o consumo. Para entender a formação da cultura do consumo, é fundamental buscar os seus primórdios e passar pelas transformações de significados que ato de consumir apresentou ao longo dos séculos. Com isso, torna-se possível compreender o que significa consumir nos dias atuais.

Capítulo I - Cultura do consumo

Não é incomum ouvirmos que nossa sociedade contemporânea é chamada de “Sociedade do consumo”. Muitos jornalistas, intelectuais, acadêmicos e vários outros tipos de profissionais utilizam deste termo para se referirem à sociedade atual. No entanto, conceituar a sociedade de consumo não é exatamente uma tarefa fácil. Consumir, seja para fins de satisfação de necessidades básicas ou “supérfluas” (essas duas categorias básicas de entendimento da atividade de consumo serão abordadas mais profundamente mais à frente) são atividades presentes em toda e qualquer sociedade humana. Por isso mesmo vem o primeiro questionamento automático: se todas as sociedades consomem, se todas manipulam objetos materiais para fins simbólicos de diferenciação, pertencimento, individualidade, o que significa consumo nesse rótulo de cultura de consumo?

Primeiramente, há de se analisar o conceito de cultura. Dentre os vários significados que a palavra cultura possui, me parece que o significado mais adequado para este presente trabalho seja o de um modo particular de vida compartilhado em conjunto, e institucionalmente sustentado, de ideias, valores, crenças e comportamentos, podendo abranger diferentes povos e grupos.

Em seu livro “Cultura do Consumo” a pesquisadora Isleide Arruda Fontenelle define a cultura do consumo como:

Uma cultura impregnada da forma-mercadoria e que, por isso, tornou-se um modo de vida que foi ressignificando os usos dos objetos, assim como os hábitos, valores, desejos, paixões e ilusões de uma época. De forma mais simples, poderíamos dizer que essa cultura do consumo que vamos analisar teve início quando a produção da fantasia em torno de uma mercadoria passou a ser mais importante do que a utilidade que essa mercadoria poderia ter. O que especifica a cultura do consumo é o exercício do controle sobre a determinação simbólica ou cultural desses bens ou produtos. (FONTENELLE, 2017, p.14)

A cultura do consumo não nasceu finalizada, pronta, do jeito como vivenciamos hoje. Inclusive a própria palavra “consumo” teve de ser ressignificada. Até o século 19, o verbo “consumir” era sinônimo de destruição e gasto. Foi preciso todo um esforço de diversas esferas sociais e de poder em conjunto para que o termo consumir passasse a ter um caráter positivo. Essa mudança começou a acontecer durante o século 19, mas só a partir de meados do século 20 é que o termo ‘consumir’ se tornou realmente popular. Essa popularização se deu primeiramente nos Estados Unidos. Ao longo do século 20, os EUA não apenas consolidaram a cultura do consumo em seu próprio território, como também expandiu,

tornando-a mundial. O consumidor, enquanto ser historicamente produzido, foi produto de uma nova mentalidade que emergia. Essa construção social da cultura do consumo, e consequentemente do consumidor e do consumo em massa, não ocorreu orgânica e espontaneamente, mas sim com estímulos de diversas formas por uma junção dos interesses burgueses e governamentais. Principalmente após a segunda revolução industrial, houve uma necessária expansão do consumo. Como essa cultura do consumo nasceu, e como ela foi transformada até os dias atuais, é o que veremos a seguir.

1.1 - Formação da cultura do consumo

Dois momentos do século 18 podem ser considerados essenciais para o início do que viria a se tornar a sociedade capitalista ocidental baseada no consumo: a Revolução Política na França e a Revolução Industrial na Inglaterra, ambas na segunda metade do século 18. O historiador Eric John Ernest Hobsbawm chama esse momento de transformação social de “Dupla Revolução”.

A grande revolução de 1789-1848 foi o triunfo não da "indústria" como tal, mas da indústria capitalista; não da liberdade e da igualdade em geral, mas da classe média ou da sociedade "burguesa" liberal; não da "economia moderna" ou do "Estado moderno", mas das economias e Estados com uma determinada região geográfica do mundo (parte da Europa e alguns trechos da América do Norte), cujo centro eram os Estados rivais e vizinhos da Grã-Bretanha e França. A transformação de 1789-1848 é essencialmente o levante gêmeo que se deu naqueles dois países e que dali se propagou por todo o mundo. Mas não seria exagerado considerarmos esta dupla revolução - a francesa, bem mais política, e a industrial (inglesa) - não tanto como uma coisa que pertença à história dos dois países que foram seus principais suportes e símbolos, mas sim como a cratera gêmea de um vulcão regional bem maior. (HOBSBAWN, 2015, p.11)

Neste primeiro momento é importante ressaltar que a Revolução Francesa (1789) foi base para a transformação política na Europa e no mundo ocidental, enquanto a Revolução Industrial na Inglaterra foi base para as transformações econômicas nesta mesma parte do planeta. Ou seja, elas se complementaram. Se a economia do mundo do século 19 foi formada principalmente sob a influência da revolução industrial inglesa, sua política e ideologia foram formadas fundamentalmente pela Revolução Francesa. À respeito da importância desses dois países, como epicentros dessas transformações, Hobsbawm deixa bem claro: “é porque nesse período o mundo - ou pelo menos uma grande parte dele - transformou-se a partir de uma base europeia, ou melhor, franco-britânica. (HOBSBAWN, 2015, p.1). Estas duas revoluções foram base para uma nova “mentalidade” social. Segundo o historiador, estes dois momentos

ingressaram o mundo na modernidade. Serviram de alicerce para uma nova era: a Era do Indivíduo. A Revolução Francesa também pode ser compreendida dentro do quadro de uma revolução burguesa, guiada pelos princípios liberais burgueses. A partir das ideias iluministas francesas, que enfatizavam sempre o “eu”, o capitalismo liberal burguês fornecia diversas novas identidades sociais. O novo *ethos* burguês era extremamente diferente dos costumes e tradições da burguesia pós reforma protestante.

Neste ponto, acredito ser relevante ressaltar como o ato de trabalhar teve concepções sociais completamente distintas ao longo dos séculos. Até a época medieval, entre as nações cristãs, a concepção de trabalho que reinava era a visão da Igreja Católica. O catolicismo considerava o trabalho como uma verdadeira maldição, algo só aceitável na medida em que o homem dele necessitasse para a sua sobrevivência. O trabalho não era aceito, jamais, como um fim em si mesmo. Sobre essa questão, o pesquisador Afrânio Mendes Catani afirma que “a concepção cristã medieval preservada pelo catolicismo exigia como requisito fundamental o desprendimento dos bens materiais deste mundo” (CATANI, 1984, p.15). Ou seja, para esta concepção cristã medieval, a vocação do homem se realizava plenamente ao contemplar e orar para Deus. Se o trabalho pudesse ser evitado, era inclusive melhor, pois a pessoa dedicaria mais tempo nas orações. O ponto de quebra desse pensamento foi a Reforma Protestante, de Martinho Lutero, no início do século 16. O protestantismo, ao contrário do catolicismo, valorizava o trabalho profissional como meio de salvação do homem. Catani, ao explicar o luteranismo, diz: “o termo vocação passa a significar algo praticamente sinônimo à ‘profissão’. O homem ‘é chamado’ por Deus não apenas para que tenha uma atitude contemplativa, mas sim para cumprir sua providência nesse mundo, através de seu trabalho e sua profissão (CATANI, 1984, p. 17)”.

A segunda fase da Reforma Protestante é conhecida como “calvinismo”, e foi um movimento luterano liderado por João Calvino, no século 15, em Genebra. O calvinismo acentua ainda mais a valorização do trabalho. Este movimento considera que somente através do trabalho é que se rende glórias a Deus. E somente lhe desonra através do prazer mundano.

Segundo a pregação calvinista o homem deve combater sua tendência ao gozo e ao prazer, privando-se de todas aquelas coisas que não são estritamente necessárias para suas subsistências ou para que possa levar um estilo de vida digno e seguro. O calvinismo condena tudo aquilo que considera supérfluo bem como todo tipo de pompa ou ostentação. Em suma, o calvinismo condena, particularmente, tudo aquilo que implique desperdício ou esbanjamento. (CATANI, 1984, p.17)

Juntamente à valorização positiva do trabalho, o calvinismo também considerava positiva a riqueza gerada por este trabalho. Porém esta riqueza não pode ser consumida e nem gozada. Esta riqueza deve servir de estímulo para que sejam criadas novas formas de trabalho, e conseqüentemente, mais riqueza. Esta mentalidade foi predominante entre os primeiros capitalistas. Tudo o que poderia ser considerado supérfluo, era rejeitado pela ideologia calvinista. Nesta época, o *ethos* burguês se guiava por uma moral rígida de abnegação, pelo trabalho ordenado e por poupar e acumular o máximo de capital possível. Com o objetivo de compreender como a ética protestante fomentou o espírito do capitalismo em seus primórdios, o sociólogo alemão Max Weber partiu do princípio de que o racionalismo econômico só se torna viável na medida em que é determinado pela capacidade e disposição dos homens em adotar certos tipos de conduta racional. Em seu mais famoso livro, “A Ética Protestante e o Espírito do Capitalismo”, o alemão adverte que não está interessando exatamente nas teorias éticas dos teólogos moralistas, mas sim em como os fundamentos religiosos afetam a economia. O burguês do século 18 detestava “despesas inúteis e renunciava ao gozo consciente de seu poder” (WEBER, 2004, p.45). Sobre como a burguesia da época enxergava o trabalho e o acúmulo de capital como um fim em si mesmo, Max Weber é metódico: de sua riqueza “nada tem” para si mesmo, a não ser a irracional sensação de “cumprimento do dever profissional” (WEBER, 2004, p.45).

Como que uma sociedade cuja elite se baseava em uma moral que afirmava que o prazer era proibido e que esbanjar era profundamente visto de forma negativa, poderia se transformar em uma sociedade de indivíduos com desejos infinitos e uma pressa de satisfação destes mesmos desejos quase que instantânea?

1.2 - A consolidação da cultura do consumo

Como destacado anteriormente, a chamada Dupla-Revolução (Revolução Francesa e Revolução Industrial) foi responsável pela criação de uma nova mentalidade, focada no indivíduo. A maneira de definir “quem sou eu” passou a ser muito mais abstrata. Estas duas revoluções foram essenciais para a formação de uma cultura do consumo.

A primeira, por propagar a ideia de que mercadorias poderiam expressar individualidades, e a segunda por produzir tais mercadorias.

Antes da Revolução Francesa, as pessoas eram obrigadas a se vestirem de acordo com a sua posição social. A função da vestimenta era somente indicar o lugar que a pessoa na sociedade por sua condição de nascimento. A passagem do antigo regime para o capitalismo burguês industrial permitiu uma nova maneira das pessoas se vestirem. Após a Revolução, o uso das roupas em público deixa de ser considerado exatamente em função do lugar fixo que a pessoa ocupava na sociedade. Por exemplo, um vestido no século 17 tinha a função de indicar a nobreza na pessoa. A partir da Revolução, toda a relação entre aparência e lugar social se tornou muito menos rígida.

Em outras palavras, é a partir desse momento histórico que começa a se desenvolver a ideia de que haveria um “verdadeiro eu” e que esse poderia (mas não necessariamente) se expressar em público por meio um modo específico de se vestir, por exemplo. Era possível “brincar com as aparências”, “ser outro”. O uso dos objetos na construção desse “eu” que queria “ser” ou “parecer” passou a englobar muitos aspectos da vida cotidiana. É aqui que a revolução industrial e a revolução política convergem para uma transformação nas mentalidades da qual a cultura do consumo é tributária. (FONTENELLE, P.26, 2017)

Já a Revolução Industrial, principalmente a Segunda Revolução Industrial, ocorrida no final do século 19, possibilitou o excesso de produção de mercadorias para consumo pessoal que deveriam ser consumidas rapidamente. Pela primeira vez na história da humanidade, o excesso foi proposital. A Revolução Industrial resultou em um sistema de produção à máquina, nos quais os produtos são feitos em número muito maior e em um tempo menor.

Um ponto central na junção do desejo com a produção foi a criação das lojas de departamento. A primeira loja de departamentos do mundo foi a Bon Marché, em Paris, inaugurada em 1852. Logo depois, grandes cidades como Londres, Chicago e Nova York, também passaram a possuir tais lojas de departamento, que acabavam funcionando como uma extensão da produção. A lógica contida era fixar os preços dos produtos, com uma margem de lucro menor, mas com grandes volumes de vendas. Seu objetivo principal era atrair uma multidão de clientes, para promover o giro rápido do estoque, “a fim de permitir o salto temporal entre a criação e a realização do valor da mercadoria” (FONTENELLE, p.35, 2017).

Na luta pela diferenciação social e em busca do afrouxamento dos controles para o qual o mundo do consumo convidava, burgueses e trabalhadores — o indivíduo moderno — começavam, de fato, a ganhar a nova forma identitária do consumidor em fins do século XIX. Embora ainda não estivesse claro, esse indivíduo moderno começava a ser moldado no contexto de um mundo que também já se configurava segundo a lógica da mercadoria, em que as relações sociais e os elementos culturais passaram a ser continuamente ressignificados a partir da necessidade da realização do valor, via consumo. As lojas de departamentos demonstram bem o que foi esse esforço de construção do consumidor. Seus inventores — entre os quais se destaca a

figura de Aristide Boucicaut, criador daquele que é considerado o primeiro grande magazine de Paris, o Bon Marché, foram capazes de farejar esse espírito de época. (FONTENELLE, 2017, p.33)

Porém, para haver uma multidão de clientes, é preciso antes que exista uma multidão de pessoas com desejo de consumir. As lojas de departamento tiveram papel importante no estímulo à criação de consumidores. A maior prova de que os estímulos destas lojas funcionaram é que as pessoas passaram a pôr um valor nos produtos que não havia antes e passaram a acreditar adquirir novas características de personalidade a partir da aquisição de novos produtos.

1.3 - A psicanálise à serviço da formação de consumidores

Quando Sigmund Freud inventou a Psicanálise, no fim do século 19, em Viena, ele não poderia imaginar como seus estudos seriam usados como primordiais para a propagação e incentivo ao consumo em massa. Originalmente, os objetivos da psicanálise eram criar um método de investigação da mente humana, sobre a vivência e comportamento social. Nos EUA, ganhou uma feição completamente própria. O maior responsável pelo aproveitamento dos conhecimentos da psicanálise em favor da fabricação de consumidores foi Edward Bernays, conhecido como o inventor das Relações Públicas. Por ser sobrinho direto de Freud, possuía acesso direto à teoria do criador da psicanálise. Bernays acreditava na importância que esse novo campo do conhecimento teria no processo de produção de consumidores, na medida em que apelava ao poder ilimitado do desejo humano. Por isso, ele propunha que para instigar a compra era preciso focar não nas necessidades das pessoas, no seu lado racional, mas nas suas fantasias e nos seus desejos, mesmo os inconfessáveis. Tendo em vista que uma consideração central em psicanálise é que o desejo é produzido pela cultura, a ideia básica de Bernays era a de dar forma ao desejo humano mediante sua associação a objetos de consumo.

Em seu livro “Propaganda”, publicado no fim da década de 1920, Bernays afirma que: “nós somos governados, nossas mentes são moldadas, nossos gostos formados, nossas idéias sugeridas, em grande parte por homens dos quais nunca ouvimos falar. Este é um resultado lógico das formas como a nossa sociedade democrática está organizada” (BERNAYS, 1928, p.9).¹ Em entrevista ao jornalista e apresentador de TV norte americano

¹ Tradução livre de “we are governed, our minds are molded, our tastes formed, our ideas suggested, largely by men we have never heard of. This is a logic result of the ways in which our democratic society is organized.”

Bill Moyers, Bernays se autointitula como o criador do termo Relações Públicas, trabalho que começou a exercer nos Estados Unidos nas primeiras décadas do século 20, exatamente enquanto nascia os estudos relacionados ao marketing. Mas a disciplina de relações públicas desenvolvia-se de forma independente do marketing. Seu papel central estava na interferência direta na cultura de uma época, ressignificando-a segundo a lógica do consumo. E ressignificação, o ato de mudar o significado de uma experiência, acontecimento ou palavra, é um conceito importante para entendermos como a psicanálise atuou na formação dos consumidores. Bernays estava “ciente das transformações sociais e compreendia bem o solo fértil no qual florescia a nascente cultura do consumo e o papel que os escritos e ensinamentos de Freud poderiam exercer” (Apud FONTENELLE, 2017, p.37). Um exemplo que ilustra bem a junção da função das relações públicas mais o conhecimento da mente humana da psicanálise aconteceu quando Bernays foi contratado pela indústria do tabaco, no final da década de 1920, para incentivar as mulheres a fumarem. Na época, existia um tabu de que as mulheres não deveriam fumar. O filósofo Robert Dufour escreveu sobre esse acontecimento. Segundo ele, “do ponto de vista do capitalismo, quando se é um fabricante de cigarros, é lamentável que a metade da humanidade, as mulheres, não tenha direito de fumar em público. Perde-se com isso muito dinheiro” (DUFOUR, 2013, p.178). Bernays contratou o psicanalista Abraham Arden Brill, fundador da New York Psychoanalytic Society, para auxiliá-lo. O psicanalista sugeriu a Bernays que “se fosse possível ligar o cigarro a uma forma de contestação desse poder, as mulheres fumariam” (DUFOUR, 2013, p.179).

Cabe ressaltar que a década de 1920 foi marcada por muitas reivindicações e conquistas feministas. O direito de votar nas eleições dos EUA, por exemplo, foi conquistado, naquele país, no ano de 1920. Portanto, o cigarro, assim como vários objetos e práticas, pertencia unicamente ao universo masculino. No dia 31 de março de 1929, durante a *New York City Easter Parade* (a parada da páscoa), na famosa Quinta Avenida, Bernays contratou um grupo de jovens modelos, e previamente avisou à imprensa que elas acenderiam “*torches of freedom*”. Elas estariam, portanto, representando a estátuas da liberdade, o que em Nova York tem um sentido todo especial. Diante de toda uma multidão que acompanhava o desfile, ao sinal de Bernays, elas acenderam suas pequenas estátuas da liberdade: cigarros. No dia seguinte, o acontecimento é comentado em todo o território norte americano. O filósofo Dufour afirma que “a associação ilusória do cigarro com a emancipação da mulher é um enorme sucesso, e as mulheres começam a fumar com tanto maior empenho, na medida em que acreditam ter conquistado sua liberdade ao subtrair dos homens o pequeno falo portátil

que até então era sua marca exclusiva” (DUFOUR, 2013 p.180). Ainda segundo Dufour: “todo o espírito do novo capitalismo do consumo pode ser lido neste ato inaugural de Bernays.” O autor afirma que “constatamos que ele começa por uma oferta de liberação feira ao consumidor, apresentada como algo que atenderia a uma demanda, eventualmente inconsciente” (DUFOUR, 2013, p.180). O trabalho de Bernays, em grande parte, era produzir desejos antes inimagináveis. No caso das mulheres com o cigarro, ele conseguiu.

Bernays diz que embora nós desejássemos acreditar que cada cidadão cria suas próprias ideias e opiniões sobre questões públicas e matérias de condutas privadas, na prática isso não ocorre, já que, se todos nós tivéssemos de analisar, por nós mesmos, os difíceis dados de compreensão do mundo econômico, político e até mesmo de uma atuação ética, seria impossível se chegar a uma decisão. Portanto, o campo das escolhas não está livre de certa manipulação. E isso provaria o vasto e contínuo esforço de capturar nossas mentes no interesse de alguma política, ideia ou mercadoria. Daí por que, ainda segundo o autor, em tese todos compram o melhor e o mais barato produto oferecido no mercado. Mas não é assim que o mercado funciona, o que fica evidente a partir das dezenas de fábricas de sabonetes ou marcas de pão à venda. (FONTENELLE, 2017, p.40).

Outro fator decisivo para o sucesso de um produto, seja ele qual for, é a aprovação dos “formadores de opinião.” Bernays, em seu livro Propaganda, atenta para como a psicanálise pode ajudar a criar novas convicções, e conseqüentemente, novos hábitos. A esse respeito, o autor faz a suposição de um vendedor de bacon que deseja vender mais bacon. Segundo Bernays, “o vendedor, em vez de usar a velha técnica psicológica de repetição de um estímulo para criar um hábito, do tipo “coma bacon, coma bacon porque é barato, é bom, dá energia” o novo vendedor, apoiado no entendimento da estrutura grupal da sociedade e nos princípios da psicologia de massas, se perguntaria: “Quem influencia os hábitos do público?” (BERNAYS, 1928, p.53). Para o autor, a resposta, obviamente, seria o médico. Logo, o novo vendedor deveria influenciar os médicos a dizerem, publicamente, que é saudável comer bacon. Nesse caso, ressalta Bernays, é preciso levar em conta a relação de dependência dos homens com alguma autoridade.

1.4 - Principais ciclos da sociedade do consumo

O filósofo francês Gilles Lipovetsky, um dos maiores estudiosos sobre o tema consumismo, define a sociedade capitalista de consumo em três partes principais momentos.

O primeiro ciclo da era do consumo de massa começa por volta dos anos 1880 e termina com a Segunda Guerra Mundial. Lipovetsky afirma que essa primeira fase viu que os pequenos mercados locais passavam a dar espaço para grandes mercados nacionais. O

primeiro estágio da sociedade de consumo marca o nascimento dos mercados de massa. Esses primeiros grandes mercados nacionais só foram possíveis graças pelas modernizações na infraestrutura das grandes cidades e novas invenções como o telégrafo e o telefone, que tornaram a comunicação entre as pessoas muito mais rápida. O autor argumenta que “aumentando a regularidade, o volume e a velocidade dos transportes para as fábricas e para as cidades, as redes ferroviárias, em particular, permitiram o desenvolvimento do comércio em grande escala e o escoamento regular de quantidades maciças de produtos” (LIPOVETSKY, 2007, p.16). O filósofo explica que a partir das últimas décadas do século 19, a produção em massa elevou a velocidade e a quantidade de mercadorias, o que tornou possível o aumento da produtividade com custos de produção menor.

No fim dos anos 1880, nos Estados Unidos, uma máquina já podia fabricar 120 mil cigarros por dia: trinta dessas máquinas bastavam para saturar o mercado nacional. Máquinas automáticas permitiam que 75 operários produzissem todos os dias 2 milhões de caixas de fósforos. A Procter & Gamble fabricava 200 mil sabonetes Ivory por dia. Máquinas desse tipo apareciam igualmente na produção do material de limpeza, dos cereais matinais, dos rolos fotográficos, das sopas, do leite e outros produtos embalados. Assim, as técnicas de fabricação com processo contínuo permitiram produzir em enormes séries mercadorias padronizadas que, embaladas em pequenas quantidades e com nome da marca, puderam ser distribuídas em escala nacional, a preço unitário muito baixo. (LIPOVETSKY, 2007, p.16)

Até as primeiras décadas do século 20, a sociedade norteamericana já apontava uma lógica de consumo muito superior aos europeus. Lipovetsky exemplifica que nos EUA, em 1929, contavam-se 19 automóveis a cada 100 habitantes. Na França e na Grã-Bretanha, esse número cai para 2 automóveis a cada 100 habitantes. O consumismo no início do século 20 era praticamente exclusivo da burguesia. A primeira fase marca o “nascimento do marketing e do consumidor” (Lipovetsky, 2007, p.17). As primeiras grandes lojas de departamento, como a já citada Bon Marché, foram responsáveis por revolucionar a relação das pessoas com o consumo. O estilo monumental dessas lojas, suas decorações luxuosas e suas vitrines cheias de cor, funcionavam para maravilhar o freguês, criando um clima altamente favorável para que as pessoas comprassem produtos. Estas grandes lojas não apenas vendiam mercadorias, mas também estimulavam a necessidade cada vez maior de consumir, já que as novidades e modas passavam a ser mais efêmeras. A primeira fase do capitalismo de consumo inventou o “consumo-sedução, o consumo distração, de que somos herdeiros fieis”. (LIPOVETSKY, 2007, p.17) A segunda fase da cultura de consumo, para Lipovetsky, começava logo após o término da II Guerra Mundial. Segundo o francês, as três décadas seguintes (1945-1975) marcam “as décadas douradas do capitalismo, caracterizadas por um

excepcional crescimento econômico, pela elevação do nível de produtividade do trabalho, e pela extensão da regulação fordista da economia. Multiplicando por três ou quatro o poder de compra dos salários, democratizando os sonhos do Eldorado consumista, a fase II apresenta-se como o modelo mais puro da “sociedade do consumo. (...) Se a fase I começou a democratizar a compra dos bens duráveis, a fase II aperfeiçoou esse processo, pondo à disposição de todos, o u de quase todos, os produtos emblemáticos da sociedade de afluência: automóvel, televisão, aparelhos eletrodomésticos. A época vê o nível de consumo elevar-se, a estrutura de consumo modificar-se, a compra de bens duráveis espalhar-se em todos os meios. Consumando o “milagre do consumo”, a fase II fez aparecer um poder de compra discricionário em camadas sociais cada vez mais vastas (LIPOVETSKY, 2007, p.20-21)

Ao longo do que o autor classifica como segunda fase, que ele chama de “sociedade da abundância”, é que se edifica a sociedade de consumo de massa enquanto projeto de sociedade e objetivo supremo das nações ocidentais. Nesta nova sociedade, o crescimento, a melhoria das condições de vida e os objetos de consumo se tornam, por excelência, os critérios para o que foi conceituado nesta parte do ocidente de progresso. “As classes médias e altas celebravam o conforto material e os novos equipamentos dos lares. “Esta segunda fase é dominada por uma lógica econômica e técnica mais quantitativa do que qualitativa” (LIPOVETSKY, 2007, p.21). Segundo o autor, esta segunda fase da sociedade de consumo pode ser denominada de “sociedade do desejo”. Foi nesta fase em que ocorreu a oscilação de tempo social, de uma satisfação de vida que viria no futuro, para a vida no presente e suas satisfações imediatas. É também na segunda fase que o consumo se consolida como lógica de diferenciação social. O ato de consumir passa a ter muito mais prestígio e gerar mais reconhecimento e status social. Mais do que gozar do valor de uso dos objetos, as pessoas passam a querer exibir, através do seu modo de consumo, a sua posição na hierarquia social. Nesta perspectiva, a corrida aos

Bens mercantis é inesgotável apenas na medida em que se apoia em lutas simbólicas com vista à apropriação dos signos diferenciais. As estratégias distintivas e as lutas de concorrência opondo as classes sociais é que estão no princípio da excrescência gigantesca do consumo e da impossibilidade de se chegar a um limiar de saturação das necessidades consumistas” (LIPOVETSKY, 2007, p.24)

O pesquisador define que esta segunda fase termina em meados da década de 1980, dando lugar a próxima fase, denominada por ele de “sociedade do hiperconsumo”, a era que vivemos atualmente. Neste terceira e contemporânea fase, a ostentação deixa de ser o principal motivo que induz ao consumo, dando início à era do bem-estar, onde o acesso ao conforto, a satisfação dos prazeres passa a ser a principal motivação para a felicidade. Segundo o filósofo francês, nós “estamos apenas no começo da sociedade de hiperconsumo, nada, por ora, está em condições de deter, nem mesmo de frear, o avanço da mercantilização

da experiência e dos modos de vida” (LIPOVETSKY, 2007, p.13). O consumo passou de ostentatório para ser experiencial.

Exaltando os ideais da felicidade privada, os lazeres, as publicidades e as mídias favoreceram condutas de consumo menos sujeitas ao primado do julgamento do outro. Viver melhor, gozar os prazeres da vida, não se privar, dispor do “supérfluo” apareceram cada vez mais como comportamentos legítimos, finalidades em si. (...) O momento “pesado”, enfático e competitivo da mercadoria recuou um grau em favor de uma mitologia eufórica e lúdica, frívola e juvenil. Daí a natureza híbrida desse ciclo, que se apresenta, na escala histórica, como uma formação de compromisso entre a mitologia da posição social e a do *fun*, entre o consumo demonstrativo “tradicional” e o consumo hedonista individualista. (LIPOVETSKY, 2007, p.25)

Desde então, o modelo de consumo passou a ser cada vez mais individualista. Em tempos onde marcas carregam identidades, o rap, e conseqüentemente, seus expoentes mais renomados, não fogem à esta regra. Também são marcas e também oferecem uma “identidade” para quem os consome. No caso específico do rap, essa identidade é passada através dos sons das batidas e *samples*, das vestimentas, e, principalmente, pelo conteúdo das letras. Se o rap brasileiro se propõe a representar a periferia, uma classe social historicamente excluída, essa representação passa diretamente pela forma como a importância do consumo se encontra na vida das pessoas destas regiões periféricas. A história do rap e dos Racionais é tema do próximo capítulo. Antes, é preciso compreender a atual relação entre ser consumidor e ser cidadão, com foco na América Latina.

1.5 - Cidadania e Consumo na América Latina

No livro “Consumidores e Cidadãos”, o autor Néstor Garcia Canclini afirma que “a participação social na atualidade é mais organizada através do consumo do que mediante o exercício da cidadania”(CANCLINI, 2010, p.27). Partindo deste pressuposto, logo chega-se à conclusão de que já não é possível pensar e agir deixando de lado os processos consumistas da sociedade. As identidades se definem mais pelo consumo do que por uma essência histórica. Devemos ter uma clara distinção entre sociedade e cultura. Canclini também aborda a questão da frágil fronteira entre o “próprio e o alheio”. Ele argumenta que mesmo após a formação das nações modernas nos séculos XIX e XX, que permitiu transcender as visões aldeanas de camponeses e indígenas, a ideia de cultura nacional pareceu interessante de ser preservada. O valor simbólico de consumir “o nosso” era sustentado por uma racionalidade econômica: comer como brasileiro, por exemplo, significava alimentar-se com produtos

produzidos pela própria sociedade brasileira. Estes produtos geralmente eram mais baratos e acessíveis além de serem uma estratégia para se guardar tradições específicas. A submissão cultural dos estados latino americanos aos Estados Unidos ganha destaque na publicação de Canclini. Um exemplo contundente que o autor expõe é que no ano de 1994, apenas 1% dos ingressos de cinema vendidos em território norte-americano foi para filmes em línguas que não o inglês (CANCLINI, 2010, p.149), enquanto em São Paulo, no mesmo período, entre 70 e 90% dos filmes em exibição nas salas de cinema eram produzidos em Hollywood. Em termos sociais, essa submissão em relação ao cinema hollywoodiano refletia nossa carência cinematográfica e também uma nítida subserviência dos maiores meios de comunicação em relação ao que era feito nos EUA.

O consumo de produtos estrangeiros se posicionava como um recurso de prestígio ou uma opção de qualidade, uma possibilidade de conseguir o que os países periféricos não possuíam. Canclini exemplifica “General Eletric ou Pierre Cardin: a internacionalização como símbolo de *status*” (CANCLINI, 2010, p.17). Porém hoje em dia como saberemos o que é nosso já que quase tudo é produzido de forma diferente em vários países resultando na maioria das vezes em produtos sem “identidade”. Não há mais nenhum tipo de fidelidade em relação ao objeto produzido com o local originário dele. Um carro da Volkswagen, por exemplo, possui peças fabricadas em inúmeros países diferentes. A relação entre o fenômeno da globalização e a nossa sociedade consumista atual é de interdependência, ou seja, um não existe sem o outro. A globalização permite uma abertura de fronteira geográfica para entrada de produtos sólidos e também de bens culturais de outra sociedade.

A globalização supõe uma interação funcional de atividades econômicas e culturais dispersas, bens e serviços gerados por um sistema com muitos centros, no qual é mais importante a velocidade com que se percorre o mundo do que as posições geográficas a partir das quais se está agindo. (...) Os objetos perdem a relação de fidelidade com os territórios originários. A cultura é um processo de montagem multinacional, uma articulação flexível de partes, uma colagem de traços que qualquer pessoa de qualquer país, religião e ideologia pode ler e utilizar. (CANCLINI, 2001, p.33)

É inegável que as mudanças na forma de consumir alteraram as possibilidades e as formas de exercer a cidadania. Conforme a solidificação da cultura do consumo, a noção de cidadania também vem mudando. Até o final do século 20, cidadania se embasava em três grandes pilares: os direitos civis, como por exemplo o direito de dispor do próprio corpo; os direitos políticos: direito à livre expressão e associação partidária; e os direitos sociais, como alimentação, saúde, habitação etc. Na Europa, esses direitos foram conquistados da seguinte

forma: primeiro foram os Cívicos, depois os Políticos e depois os Sociais. No nosso país, essa não foi a ordem. Como afirma José Murilo de Carvalho no livro *Cidadania no Brasil*:

No Brasil, primeiro vieram os direitos sociais, implantados em período de supressão dos direitos políticos e de redução dos direitos civis por um ditador que se tornou popular. Depois vieram os direitos políticos, de maneira também bizarra. A maior expansão do direito ao voto se deu em outro período ditatorial, em que os órgãos de representação política foram transformados em peças decorativas do regime. Finalmente, ainda hoje muitos direitos civis, a base da sequência tradicional europeia, continuam inacessíveis à maioria da população brasileira. A pirâmide dos direitos foi colocada de cabeça pra baixo. (CARVALHO, 2016, p.244)

A autora Livia Barbosa, antropóloga brasileira especialista na história do marketing, aponta características dessa cultura: “a cultura do consumidor é uma cultura de consumo de uma sociedade de mercado. É, em princípio, universal e impessoal (BARBOSA, 2004, p.22)”. Ou seja, atinge a todos. Não há escapatória. Quando se pensa em manifestações de cunho consumista, o exemplo dos “rolezinhos” vem à mente quase que instantaneamente. Quando centenas de jovens, em geral de periferias de grandes centros urbanos e na maioria dos casos nascidos no meio da década de 1990, se concentram em *shopping centers* com o intuito de interagirem uns com outros, demonstrarem afeto, se divertirem e consumirem, é fácil perceber a importância social do ato de consumir. E quando estes mesmos jovens são impedidos de transitar no local como qualquer outra pessoa e recebem olhares de medo das outras pessoas, é igualmente fácil perceber como uma pessoa sem poder de consumo é automaticamente excluída da sociedade.

O documentário *Hiato*, dirigido por Vladimir Seixas, expõe de forma nua e crua esse preconceito. O filme mostra cenas de um grupo do MST simplesmente vai ao shopping Rio Sul, localizado no nobre bairro de Botafogo, na zona sul carioca. As pessoas são insultadas, algumas são revistadas e todas recebem olhares de reprovação, não só dos usuários habituais daquele shopping, pessoas de classe média, como também de seguranças e funcionários do estabelecimento, que socialmente falando, se encontravam muito mais próximos dos manifestantes do que dos clientes do Rio Sul. A respeito da exclusão que os mais pobres sofrem, o filósofo polonês Zygmunt Bauman escreve que “os pobres de hoje são os não-consumidores. São definidos em primeiro lugar por serem consumidores falhos, já que o mais crucial dos deveres sociais que eles não desempenham é o de ser comprador ativo e efetivo dos bens e serviços que o mercado oferece”(BAUMAN, 2007, p.160). Segundo Bauman, o pobre, muitas vezes, é visto pelas camadas sociais superiores apenas como amolação e aborrecimento. O acontecimento no *shopping* carioca comprova a crítica do autor. Em uma sociedade baseada no consumo, os que não podem consumir são socialmente indesejados,

desnecessários e desamparados. O filósofo afirma que a sociedade tende a ter tolerância zero, em todos os aspectos, para esse grupo social, os não-consumistas. O autor ressalta uma importante questão. Antes, a pobreza era encarada socialmente como um problema coletivo. Hoje, o conceito de meritocracia é geralmente usado para mascarar privilégios. Em uma sociedade onde não consumir resulta em estigmatização e exclusão social, Bauman afirma que os pobres do hiperconsumo se encontram em uma situação paradoxal, em “uma sinuca de bico”: se não consomem, estão excluídos, e se gastam o pouco que possuem, ficam mais pobres. O polonês ressalta que isso cria um ciclo onde é muito mais fácil para o pobre não conseguir sair da pobreza do que de alcançar patamares superiores na sociedade. Nas últimas décadas, houve um crescimento do pensamento que culpabiliza o pobre, justamente por ser pobre, enquanto os privilégios são justificados a partir de uma “meritocracia” das classes mais altas. O pesquisador brasileiro Jessé Souza manifesta que esse mito de igualdade de oportunidades em uma sociedade absolutamente desigual acontece para que as classes mais abastadas justifiquem seus privilégios. Jessé comenta que “na grande maioria dos casos, vencer na vida é apenas uma questão pré-decida por vantagens acumuladas desde o berço. A meritocracia, essa crença ingênua, transforma constantemente privilégio social em talento individual”. (SOUZA, 2017, p.151)

Canclini evidencia em sua escrita a ideia de que a América Latina foi “inventada” pela Europa. Hoje, nossa maior vínculo é com os Estados Unidos. Essa passagem, que basicamente ocorreu no século XX, é vista como de um exercício sociopolítico para uma submissão socioeconômica. Esta redefinição das identidades nacionais se deu por todas as vias de comunicação de massa. Através da nossa relação com a Europa aprendemos a ser cidadãos. Por nossos vínculos com os EUA, aprendemos a ser consumidores.

1.6 - Hiperconsumismo Hedonista

Derivado da palavra grega *hedonê*, que significa prazer e vontade, o Hedonismo é uma filosofia que coloca o prazer como o bem supremo da vida humana. Neste ponto, retomo o pensamento do filósofo Lipovetsky, que sustenta que “nada ilustra melhor a dimensão hedonística do consumo que o papel crescente dos lazeres em nossa sociedade”

(LIPOVETSKY, 2007, p.37). Nunca antes na história da humanidade, as atividades de lazer foram tão substanciais à sociabilidade. O autor ratifica que essa preponderância dos lazeres tornou o capitalismo não mais centrado na produção, e sim no divertimento e nas atividades culturais.

Paralelamente ao aumento dos orçamentos e do tempo consagrados aos lazeres, o marketing fornece cada vez mais uma apresentação experiencial a oferta hedônica. A fase III é contemporânea de uma explosão do número de parques de lazer: na França, 250 parques de diversão atraem 70 milhões de apreciadores por ano; a Disneyland Paris tornou-se o primeiro destino turístico europeu, com mais de 12 milhões de entradas anuais. (...) Além dos equipamentos e dos produtos acabados, as indústrias de lazer trabalham hoje com a dimensão participativa e afetiva do consumo, multiplicando as oportunidades de viver experiências diretas. Já não se trata mais apenas de vender serviços, é preciso oferecer experiência vivida. (LIPOVETSKY, 2017, p.38)

Esta última citação reforça como as indústrias culturais se tornaram não apenas parte imprescindível do capitalismo, mas um de seus braços mais fortes. O filósofo francês reitera que a economia do objeto deu lugar à economia da experiência: a dos lazeres, do espetáculo, do jogo, do turismo e da distração. O hiperconsumidor que se afogar num rio de sensações excepcionais, espetaculares e extraordinárias.

Já dizia o poeta: o novo sempre vem. Portanto, mesmo as lojas de produtos tradicionais, tiveram de se adaptar a esse novo mundo que oferece cada vez mais sensações de prazer atrelada ao ato de consumir. A lógica experiencial é facilmente identificável em qualquer *shopping center*. Os *shoppings*, em geral, estão mergulhados em uma atmosfera hedonística. Comprar, atualmente, dá prazer. Consumir virou uma atividade recreativa. Lipovetsky explica o conceito de compra-prazer atrelando-o às múltiplas estratégias comerciais e de marketing. Uma dessas características da sociedade hiperconsumista é que as novidades são sempre infinitas. O laço do consumo com a novidade se tornou estrutural. É claro que o comprador do século 21 também se importa com as funcionalidades dos objetos, entretanto, a diferenciação aqui se dá pois o hiperconsumidor se assemelha a um “coleccionador de experiências” (LIPOVETSKY, 2007, p.42), pois atualmente são as sensações e excitações que são postas à venda.

O momento atual também se diferencia das demais pois é a primeira a apostar na “infantilização mercantil”, ou seja, nossa época não comercializa apenas produtos, como também uma sensação de que é possível ser jovem eternamente. “O hiperconsumidor não adquire apenas produtos high-tech para comunicar-se em tempo real, compra também produtos afetivos, fazendo emoções da infância viajar no tempo” (LIPOVETSKY, 2007,

p.45). O consumo de experiências nostálgicas se transformou em um enorme mercado. É que o autor chama de “retromarketing”, cujo objetivo é fazer promover marcas afetivas ao jogar com a nostalgia dos consumidores. Um ótimo exemplo disso é o relançamento do videogame “Super Nintendo”, em 2017, nos EUA. Este console, que vendeu centenas de milhões de unidades a partir do início dos anos 1990, foi relançado vinte e cinco anos após a sua estreia. Ou seja, suponhamos uma pessoa que jogava Super Nintendo em 1994, aos 13 anos de idade. Se esta pessoa comprou a versão relançada do videogame, ela já estava com 36 anos em 2017. Esta pessoa não está procurando nenhuma novidade ao comprar um console que já está absurdamente ultrapassado em termos de tecnologia, gráficos ou jogabilidade. Ela deseja sentir novamente o que ela sentiu quando tinha 13 anos e passava horas jogando Super Mario World. Esta é uma compra altamente afetiva e nostálgica. A Nintendo sabe que o público que vai consumir este tipo de produto não é o adolescente atual, e sim quem foi criança e adolescente na década de 1990. Estas pessoas, que atualmente estão na idade adulta (lembrando que no hiperconsumismo, é possível ser “criança” para sempre), formam um imenso contingente de compradores ávidos por experiências nostálgicas desse tipo.

1.7 - Consumo como expressão de felicidade

A visão de felicidade, assim como a sociedade, se tornou, ao longo do tempo, cada vez mais individualista. A pressão social em relação à felicidade é universal. Ser feliz é o tema de infinitas canções, filmes, peças de teatro, propagandas de tv, está nos *outdoors*, nas novelas, enfim, está onipresente ao nosso redor. O tempo todo. Basta uma ida a qualquer livraria que facilmente encontramos dezenas de títulos nos ensinando a sermos felizes. O Iluminismo francês do século 18 elevou o ideal de felicidade terrestre à condição de ideal supremo. No século 21, ser feliz continua sendo o objeto supremo da vida humana. Socialmente, em tempos de redes sociais, parecer ser feliz é tão (ou às vezes até mais) importante do que ser. Lipovetsky sustenta que atualmente “toda a vida das sociedades superdesenvolvidas se apresenta como uma imensa acumulação dos signos do prazer e da felicidade” (LIPOVETSKY, 2007, p.95). No entanto, salienta o autor, essa oferta incessante de prazeres, paradoxalmente, é o maior culpado pela infinita frustração dessa geração também.

A euforia está em cartaz , a desolação dos seres progride todo dia um pouco mais. Opulência material, déficit da felicidade; proliferação dos bens consumíveis, espiral da penúria: a sociedade de hiperconsumo é aquela em que as insatisfações crescem mais depressa que as ofertas de felicidade. Consume-se mais, mas vive-se menos; quanto mais explodem os apetites de aquisição, mais se aprofundamos descontentamentos individuais. Desorientação, desapontamento, desilusão, desencanto, tédio, nova pobreza: o universo mercantilizado agrava metodicamente o mal do homem, deixando-o em estado de insatisfação irreduzível. (LIPOVETSKY, 2007, p.98)

Na sociedade hiperconsumista e hiperindividualista, a busca pelo gozo eterno basta por si só. Entretanto, quando esse gozo não é atingido, a frustração aparece. O desejo ininterrupto por experiências vívidas, variadas e novas, acaba por provocar mais insatisfação do que bem-estar. É em nome da felicidade que a sociedade do hiperconsumo se desenvolve. Todos os serviços, bens, produtos, os lazeres, tudo é orquestrado e organizado, em princípio, para gerar mais satisfação. Não existem aparentes soluções alternativas, em termos sociais, à sociedade do hiperconsumo. A busca pela felicidade através de bens e serviços mercantilizados está apenas no começo.

Há um fenômeno atual e crescente de pessoas que se dizem anti-consumo. Pessoas que afirmam optar por produtos de procedência transparente e ética, que dizem interrogar-se a respeito dos danos ambientais e que recusam se identificar com grandes marcas. Certamente o modo de consumo os diferencia da grande maioria, porém não se opõe, de forma alguma, à lógica do hiperconsumismo. Por acentuarem um consumo extremamente individualista, acabam por consumir exatamente a lógica hiperconsumista.

“Quando a felicidade for menos identificada à satisfação do maior número de necessidades e a renovação sem limite dos objetos e dos lazeres, o ciclo do hiperconsumo estará encerrado.” (LIPOVETSKY, 2007, p.228). Um dia a busca pela felicidade de forma mercantil não terá mais o mesmo poder atrativo, porém é certo que esse dia ainda está bem longe. Neste futuro, ainda muito distante, os pesquisadores, sociólogos e antropólogos poderão estudar de maneira mais imparcial esse curioso fenômeno que vivemos em nossa época: o endeusamento da mercadoria efêmera.

Para entendermos a relação entre consumo e o álbum *Cores e Valores*, é preciso antes conhecer a história do hip-hop e de sua importância cultural e social. A análise do álbum é feito a partir de todo o embasamento teórico apresentado sobre cultura do consumo e após a apresentação da trajetória do rap no Brasil, e consequentemente dos Racionais.

Capítulo II - Hip-hop e Racionais MC's

Este capítulo destina-se a apresentar o rap como fenômeno social e musical. Para isso, aponta-se as origens do rap, tanto nos EUA quanto no Brasil, e retrata-se a trajetória dos Racionais MCs, desde o princípio, na segunda metade da década de 1980, até o *Cores e Valores*.

2.1 - Origens do rap

Como qualquer outro fenômeno cultural, o rap não nasceu pronto e acabado. O rap é resultado de vastas experimentações, incorporações e apropriações de outras práticas culturais. Os primórdios do que viria a se tornar o rap despontam nos EUA, em uma relação direta com a presença de imigrantes negros e latinos. Sobre essa época, Roberto Camargos sustenta que:

Destaca-se a chegada dos jamaicanos entre 1960-1970, ao fugirem, em vão, da crise econômica e social que acometeu a ilha-, carregando na bagagem elementos culturais e práticas que já lhe eram comuns com influências de matrizes africanas, das quais descendiam, como oralidade, modos de se comportar e tipos específicos de música. Na esteira disso surgiram os costumes musicais conhecidos como *sound systems*. (CAMARGOS, 2015, p34)

Estes *sound systems* eram uma espécie de sistema de som móvel, que, com a reprodução dos discos em espaços abertos, como ruas e praças, proporcionaram festas com ampla sociabilidade e troca de informações entre os recém-chegados jamaicanos com a comunidade americana. O autor Hermano Viana também disserta sobre a proximidade dos jamaicanos e os americanos e como esses encontros se tornaram o embrião do que viria a ser a próxima febre da década seguinte: os bailes blacks.

Nas ruas do Bronx, o gueto negro\caribenho localizado na parte norte da cidade de Nova York, fora da ilha de Mahantam, já estava sendo arquitetada a próxima reação da “autenticidade black”. No final dos anos 60, um disc-jockey chamado Kool Herc trouxe da Jamaica para o Bronx a técnica dos famosos “sound systems” de Kingston, organizando festas nas praças do bairro. Herc não se limitava a tocar os discos, mas usava o aparelho de mixagem para construir novas músicas. Alguns jovens admiradores de Kool Herc desenvolveram as técnicas do mestre. Grandmaster Flash, talvez o mais talentoso dos discípulos do DJ jamaicano, criou o “scratch”, ou seja, a utilização da agulha dos toca-discos, arranhando o vinil no sentido anti-horário, como instrumento musical. Além disso, Flash entregava um microfone para que dançarinos pudessem improvisar discursos acompanhando o ritmo da música, uma espécie de repente eletrônico que ficou conhecido como rap. Os repentistas são chamados de rappers ou MC's, que significa masters of ceremony. (VIANNA, 1987, p12)

O rap nasceria, portanto, com os DJs que começaram a tocar nestas festas ao ar livre na cidade de Nova York, já que, entre uma canção e outra, os DJ's costumavam agir como verdadeiros locutores, fosse pra animar o público, fosse pra dar notícias, fosse pra mandar mensagens sobre diversos assuntos etc. Quando não eram os próprios DJs que emitiam essas mensagens, quem os fazia eram convidados do DJ, que mais tarde seriam conhecidos como MC's: os mestres de cerimônias. A distinção entre DJ e MC foi gradual, à medida em que ambos os personagens foram se especializando em suas funções.

Os DJs utilizavam de *pickups*, que eram dois toca-discos montados em cima de uma mesa, de modo que o DJ pudesse manusear os dois concomitantemente. Na metade dos anos 70, houve uma mudança do sistema de som: de analógico (toca-discos), ele passaria a ser digital (*cds*). As pessoas mais abastadas trocaram seus aparelhos de som, e não raramente, deixavam os toca discos na rua, já que, para estas pessoas, os toca discos já eram produtos que deveriam ser descartados. Alguns jovens que, dispondo de tempo por estarem sem emprego, e com muitas ideias na cabeça por serem criativos, pegaram esses equipamentos considerados “sucata” e reconsideraram seu uso. A maior inovação do DJ Kool Herc foi a introdução da técnica do *sampler*. O *sampler* consiste em cortar pequenos trechos de outras músicas e aplicá-los como o DJ desejar. O sampler inicialmente tinha a função apenas de ser a música de fundo, entretanto, conforme os DJs aprimoraram suas técnicas, o *sampler* passaram a ter os mais variados sentidos e formatos, porém sempre com o intuito de fornecer uma mensagem, assim como em um rap. Outro DJ que se tornou fundamental para o desenvolvimento do rap foi Afrika Bambaataa, nascido no bairro do Bronx. Bambaataa se destacou inicialmente por utilizar das festas que organizava para cessar brigas de gangue, ou então propor resolvê-las por meio de disputas de danças.

No Brasil, entre o fim da década de 1970 e início dos anos 1980, as festas denominadas “Bailes Black” se tornaram rapidamente o maior entretenimento entre multidões de jovens suburbanos das metrópoles de Rio e São Paulo. Nelas, tocavam-se diversos ritmos musicais e o principal fator harmonizador entre os ritmos, por mais diferentes que eles pudessem parecer, era o fato de as músicas majoritariamente serem feitas por negros (principalmente os estadunidenses). Nessas festas tocava-se bastante soul e funk, e se tratando de artistas brasileiros, os mais tocados eram Tim Maia e Jorge Ben. Várias equipes de som nasceram entre o fim dos anos 70 e o começo dos anos 80. No Rio de Janeiro, prevaleceu a Furacão 2000. Em São Paulo, destacaram-se a Black Mad, a Chic Show e a Kaskatas.

Estes bailes constituíram espaços fundamentais na difusão para o que seria o embrião do rap no Brasil, pois eram nos bailes que uma porção de jovens se deu conta da existência de uma cultura musical de negros feita para negros com temáticas do dia a dia dos negros. Parte significativa dos primeiros rappers brasileiros frequentou esses bailes. Lá eles conheceram pessoas, descobriram afinidades, fizeram circular informações sobre música e dança. Também tiveram a oportunidade de ouvir artistas que, de algum modo, se converteriam em referência. Por mais que a maioria dos frequentadores dessas festas (em maior parte jovens do subúrbio) não entendessem exatamente a letra em inglês das canções, era possível captar uma temática que se aproximava da realidade deles. Sobre estas festas:

A chic show (equipe de som que realizava bailes dançantes com música funk e soul, sobretudo) passou a exibir, algumas vezes, junto com a música, os vídeos de divulgação. Vendo as imagens transmitidas por esses vídeos as pessoas passaram a perceber que quase todas as músicas dos “tagarelas” americanos falavam de negros (tanto pobre quanto ricos), de violência policial, de discriminação racial e racismo; temas muito conhecidos por eles. Quando não apareciam temas semelhantes, chamava a atenção de que as personagens dos vídeos eram sempre negras. (FELIX, 2005, p.62)

Desde o início, o rap sempre atraiu seus fãs por caminhos fragmentados e completamente plurais. Prova disso é uma entrevista do Mano Brown em que ele afirma que virou fã do *Public Enemy* mais pela postura e pelas ideias do que propriamente pela letra, já que ele não entendia o inglês rapidamente cantado por Chuck D e Flavour Flav. O rap é resultado de múltiplas experimentações culturais. Os processos de incorporação e apropriação de estilos como o funk, o jazz, o soul, o dub e o reggae, desembocaram em um estilo completamente novo, que é o rap.

Edi Rock e KL Jay se conheceram em 1983, na zona norte da cidade de São Paulo, e no mesmo ano começaram a se apresentar de forma totalmente amadora como dupla, o KL Jay como DJ e o Edi Rock como MC. Ice Blue e Mano Brown são primos de primeiro grau e ambos foram criados na mesma favela, Vila Fundão, no Capão Redondo. Edi Rock e KL Jay se apresentaram em uma festa no Capão Redondo em 1986. Os primos Mano Brown e Ice Blue assistiram àquela apresentação e após o show foram se apresentar para a dupla. A partir daí, principalmente por terem diversas afinidades musicais, o grupo estava formado.

O nome Racionais MC's é em homenagem ao álbum Tim Maia Racional, uma das maiores influências de todos os quatro. A primeira gravação profissional foi em 1988, quando lançaram “Pânico na Zona Sul” e “Tempos Difíceis” na coletânea Consciência Black Vol 1.

O primeiro álbum de estúdio dos Racionais, “Holocausto Urbano”, foi lançado em agosto de 1990. Primeiramente, o “Holocausto Urbano” foi lançado apenas em LP. Como o formato *long play* possui limitações de tempo, o disco só pôde ter seis faixas, sendo três canções no lado A e três no lado B, totalizando seis faixas. São elas (em ordem de execução): Pânico na Zona Sul; Beco sem Saída; Hey Boy; Mulheres Vulgares; Racistas Otários e Tempos Difíceis.. Este álbum foi lançado de forma totalmente independente pelo selo Zimbabwe, e foi produzido por Dynamic Duo de Santos, junto com o próprio KL Jay.

O álbum contém letras fortes em relação à situação política da época. Naquele tempo, o presidente dos EUA era George W. Bush (o pai), e havia uma onda muito politizada no hip-hop americano, principalmente porque o *Public Enemy* estava no auge. A crítica social deste primeiro álbum dos Racionais é forte, pois o grupo demonstrou o propósito de transmitir a realidade da periferia. “Pânico na Zona Sul” e “Tempos difíceis”, interpretadas por Mano Brown e Edi Rock, respectivamente, já haviam sido lançadas dois anos antes, na coletânea “Consciência Black Vol.1”, e já era conhecidas entre boa parcela do público paulistano. Neste *cd* o grupo demonstra a importância do orgulho de ser negro e de se assumir como negro. O orgulho da identidade de terem a cor que têm e de serem de onde são é o tema central tanto de “Racistas Otários” quanto de “Hey, Boy”. A ascensão social limitada é abordada em “Beco sem Saída”. As relações amorosas também são assunto de destaque no álbum, principalmente em “Mulheres Vulgares”.

2.2 - Informação, autoconhecimento, denúncia e diversão

Após o lançamento do primeiro álbum, o nome Racionais já se firmava como um dos maiores do rap brasileiro. Tanto que eles foram escolhidos para serem a atração de abertura do show do *Public Enemy* no Brasil, em 1991, em um Ginásio do Ibirapuera abarrotado de gente. O início dos anos 1990 foi marcado por ser uma época de grande conflito político do Brasil. A respeito dessa época, o jornalista Roberto Camargos, autor do livro “Rap e Política”, sentencia:

O rap tem sua produção assentada no tempo em que o Brasil sofreu acentuadas transformações, que culminaram, em última instância, na consolidação da hegemonia das ideias e práticas de cunho neoliberal. O país pôs-se a girar mais decisivamente na órbita do capitalismo neoliberal na década de 1990 e, a partir dessa orientação política e ideológica, promoveu a reestruturação da hegemonia burguesa nas esferas sociais como um todo (econômica, política e cultural). Em

tempos de supremacia sem precedentes do mercado, instituiu-se uma nova ofensiva do capital sobre a sociedade por intermédio de táticas criadas pelas classes dominantes para efetuar as mudanças que visavam atenuar a crise de acumulação do capitalismo. (CAMARGOS, 2005, p18.)

O artigo “Questão Social - afinal, do que se trata?”, dá um bom exemplo de como o início da década de 1990 foi uma péssima época para ser trabalhador no nosso país:

Dados da PNAD (Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílio”, uma pesquisa do IBGE para retratar o Brasil em termos de moradia, educação e trabalho. [Uma espécie de “mini-censo”.]) de 1990 estimou que entre o desemprego e o trabalho precário no mercado informal, cerca de 52% da população economicamente ativa estavam desprovidas de qualquer garantia e proteção social. (TELLES, 1997, p8)

Em outubro de 1992, no mesmo mês em que Collor foi afastado da presidência para o início do processo de impeachment que culminaria na sua renúncia em dezembro do mesmo ano, o Racionais lançou o LP “Escolha seu Caminho”, que contaria com apenas duas músicas: “Voz Ativa”, essa com 3 versões nas três primeiras faixas; versão rádio; versão baile e versão à capela, e “Negro Limitado”. Esse LP se transformaria em álbum oficial, também lançado pela *Zimbabwe Records*, em 1993.

Foi nesse contexto turbulento que o Racionais lançou o segundo álbum oficial, “Raio X do Brasil”. Conhecidos na periferia, e entre os fãs de rap, desde o lançamento do álbum anterior, o sucesso comercial do “Raio X Brasil”, com vendas aproximadas em 200 mil cópias (se tratando apenas de cds originais), colocou o rap do grupo paulistano em um novo patamar na escala nacional. O álbum foi lançado em uma grande festa na quadra da Escola de Samba Rosas de Ouro para um público de aproximadamente 10 mil pessoas. O álbum foi lançado originalmente em formato de *long play*. As músicas do lado A são: 1- Fim de semana no parque; 2- Parte II; 3- Mano na porta do bar. O lado B conta com: 1- Homem na estrada; 2- Júri racional; 3-Fio da navalha. O álbum começa com Edi Rock declamando:

“1993, fudidamente voltando, Racionais. Usando e abusando da nossa liberdade de expressão. Um dos poucos direitos que o jovem negro ainda tem nesse país. Você está entrando no mundo da informação, auto-conhecimento, denúncia e diversão. Esse é o Raio X do Brasil, seja bem vindo”

Imediatamente após a palavras “seja bem vindo”, o som de fundo para, e Mano Brown deixa claro a quem ele dedica a canção. “À toda comunidade pobre da zona sul”. E a batida começa. Esse álbum se destaca por conter canções com letras bem maiores do que as do Holocausto Urbano. As críticas à sociedade de consumo, ao desemprego e à violência policial nas periferias dão o tom maior do disco.

Para valor de comparação, vale lembrar que nesse mesmo ano, Gabriel, o Pensador, lançou seu primeiro álbum. Em artigo que fala mal de todo o rap produzido no Brasil até então, um crítico musical saudou o lançamento do álbum de Gabriel como vida nova ao rap. Neste artigo, ele afirma

O rap já é um tipo meio chato de música na sua repetição incessante. No caso dos grupo brasileiros que cultivam o gênero então, o assunto ainda piora quando o que sobra da pobreza musical são letras lamuriantas e mal-construídas. (RODRIGUES, Jornal do Brasil, 12 out. 1993)

2.3 - A fúria negra ressuscita outra vez

O decorrer dos anos 90 evidenciaram que o rap no Brasil adquiriu uma estética completamente própria. Essa década também serviu de total ruptura entre dois estilos que tiveram suas origens nos mesmos bailes blacks da década anterior: o próprio rap e o funk carioca. Se antes o público dos dois estilos compartilhava das mesmas festas, gírias e roupas, a partir desta década os dois públicos passaram a se colocar em uma relação de contraste total: o que o rapper é, o funkeiro não é, e vice-versa.

No livro “Falcão - Meninos do Tráfico”, de Celso Athayde e MV Bill, o rapper carioca dá indícios de como no início tanto o rap quanto o funk eram quase sinônimos nos anos 1980:

Eu não sei a data precisa, se era 85 ou 86, mas eu já conhecia o hip-hop, não como cultura, mas dos bailes aqui da Cidade de Deus. Tinha um grupo que tocava hip-hop nos bailes funk. Não diziam que era hip-hop. Entrava como funk. Então eu ia pro baile, sabia mais ou menos distinguir o funk do hip-hop, mas, de modo geral, era tudo a mesma coisa. (CAMARGOS *apud* ATHAYDE; 2015, p87)

O funk carioca, tinha bases que em geral eram extraídas do *miami bass*, e as letras em geral continham bastante sexualização e ironia. Por conta disso, o funk passou a ser visto pelos rappers como uma música alienada. e foi tachada de alienada. Instaurou-se um conflito de posições. Não raramente os fãs de rap acusavam os fãs de funk de serem alienados e de não terem compromisso social. Enquanto, por outro lado, o rap seria a canção da reflexão, da luta e da tomada de consciência. Os anos 1990 serviram de consolidação da ideia de que o rap contém a política e a crítica social de forma intrínseca. Uma entrevista do MC Jack, um dos precursores do estilo no Brasil, representa bem isso: "Em 91, 92, o rap deu uma guinada, o negócio começou a ficar mais engajado, politizado, pesado". Eu achei que começou a perder

a alegria, que era a essência do hip hop no início. Então, por opção, comecei a valorizar mais meu lado DJ."(VALETTA, *Pioneiro no Hip-hop, MC Jack volta com Meu Lugar*, Folha de SP, 05 out 2001)

Em dezembro de 1997, os Racionais lançaram o “Sobrevivendo no Inferno”, um álbum que possui um *clima pesado* da primeira até a última música. Se os fãs de rap se sentiam atraídos justamente por causa da reflexão, da luta e da tomada de consciência, o disco lançado pelos Racionais era *puro ouro*.

São setenta e três minutos, divididos em doze faixas, de tensão do início ao fim. O jornalista Dafne Sampaio, no livro *Indiscotíveis* realça essa ideia:

Uma coisa era o impacto sonoro promovido por KL Jay, outra eram as vozes ásperas de Mano Brown, Ice Blue e Edi Rock, mas foi o discurso desses rapazes latino-americanos apoiados por mais de 50 mil manos que me derrubou. Nunca tinha ouvido, e poucas vezes ouvi posteriormente, tanta raiva na música popular brasileira [que me desculpem os punks] e um olhar tão aguçado e complexo – mesmo que ocasionalmente moralista, sexista e autoritário – diante das raízes e problemas das periferias brasileiras, da nossa eterna casa grande & senzala, da luta diária na periferia. Por causa de tudo disso lembro muito bem da sensação de medo e euforia que tive após as primeiras audições do disco (SAMPAIO, 2012,)

Em termos de venda de discos, esse foi, de longe, o maior sucesso comercial do rap nacional. As vendas de discos originais foram estimada em 500 mil cópias, porém há de se lembrar que esta foi uma época em que boa parte dos cds comercializados eram piratas, logo, não há como se ter certeza sobre as vendas exatas do álbum. Foi a primeira vez que um grupo de rap concorria e ganhava ao VMB de 1998 (prêmio de música da MTV). O clipe de “Diário de um detento” foi escolhido como o melhor videoclipe do ano. Nesta mesma edição do VMB, os Racionais cantaram “Versículo 4, Capítulo 3” em uma exibição histórica.

A crítica do jornalista Paulo Vieira, publicada na Folha de SP, no dia 23 de dezembro de 1997, duas semanas após o lançamento oficial do *Sobrevivendo no Inferno*, mostra bem como parte da imprensa tradicional paulistana recebeu o álbum:

É pouco dizer que “Sobrevivendo” o mais radical disco dos Racionais. É o mais violento disco já produzido no país. A mensagem é pesada em cada verso, o sangue jorra com naturalidade, tiros espocam em quase todas as faixas. Os Racionais devolvem a violência que observam a cada dia vivido na periferia de São Paulo. (VIEIRA, Folha de SP, 23/12/1997)

Em artigo publicado no Jornal O Globo, Caetano Veloso afirma que:

A ênfase no nacionalismo negro sobre o brasileiro – e a autodefinição de classe por sobre a de região ou nacionalidade – se dá de forma mais legitimada do que nunca.

O álbum “Sobrevivendo no inferno”, dos Racionais, é a obra-prima dessa experiência entre nós. (VELOSO, Jornal O Globo, 29\04\2012)

2.4 - Chora agora, ri depois

O sucesso comercial de *Sobrevivendo no Inferno* levou o nome Racionais a ficar conhecido em todo o território brasileiro. Definitivamente, passaram a ser reconhecidos como os maiores do estilo no país. Naturalmente, cresceu-se uma grande expectativa pelo álbum seguinte. Cientes dessa responsabilidade, os integrantes do grupo decidiram trabalhar em um álbum duplo, que demorou quase 2 anos para ser finalizado. A produção do álbum “Nada Como um Dia Após o Outro Dia - Chora Agora, Ri Depois”, começou no ano de 2000, e o álbum só chegou aos ouvidos do público em 27 de outubro de 2002. Com 110 minutos de duração, este é o álbum com mais canções: são 21 ao todo. 11 no primeiro cd e outras 10 no segundo.

Este álbum contém canções que rapidamente se tornaram *hinos do rap nacional*, como “Negro Drama”, “Vida Loka- Partes 1 e 2”, “Jesus Chorou” e “Eu Sou 157”. Neste álbum, Mano Brown se sentiu mais à vontade para produzir *beats*, e foi ele o principal produtor de “Vida Loka parte 1” e “Jesus Chorou”. O álbum conta com 4 faixas que servem de *intros*. A faixa “12 de outubro” conta com uma caprichada produção e o desabafo do Brown ao contar a história de um menino pobre que ele conversou em uma favela em algum dia das crianças de um passado recente na época. Por outro lado, é inegável que o machismo é forte na faixa “Estilo Cachorro”. Os temas são variados e o discurso é menos violento do que no último álbum. A militância política, como esperado, permeia todas as canções, porém visivelmente com menos *raiva* do que nos álbuns anteriores. Um mês após o lançamento do álbum, o jornalista Pedro Alexandre Sanches, ao criticar o álbum, ressaltou:

As referências religiosas/políticas continuam frequentes, mas no todo o discurso vem mais solto, ou talvez então assimilado. No papel de condutores ideológicos de seus fãs, os Racionais soam mais cuidadosos, embora contundentes como sempre. O clima sóbrio prevalece (mais no volume “Ri Depois” que no “Chora Agora”, em evidente demonstração de que a troca de sinais é a constante dos Racionais), mas as bases tentam se adequar a um maior grau de musicalidade. (SANCHES, Jornal Folha de SP, 02\08\2002)

Entre o *Nada Como Um Dia...* e o *Cores e Valores*, há um hiato de doze anos. Para compreendermos o contexto sobre o qual a obra foi produzido, se faz necessário a abordagem de tópicos-chaves sobre o que aconteceu no Brasil nesse meio tempo. O próximo capítulo

busca compreender o álbum como um todo e todas as nuances ao redor do cd, com foco principal no lugar do consumo presente em cada faixa.

Capítulo III - Cores e Valores

O álbum *Cores e Valores* foi lançado no dia 25 de novembro de 2014, pelos selos Boggie Naípe e Cosa Nostra. Ao longo de 15 faixas, o tempo de duração total do álbum é de 32 minutos. Entre os sete álbuns de estúdio dos Racionais, este é, de longe, o com menor tempo de duração. O disco foi gravado no estúdio Maraca, na cidade de São Paulo, e finalizado no famoso Quad Recording Studios, de Nova York, nos EUA.

Ao partir do pressuposto que as composições artísticas, em geral, são responsáveis pela construção de memórias de uma época, é natural pensarmos que essa obra é resultado das vivências pessoais dos artistas entre um trabalho e outro. Como há um hiato de doze anos, é genuíno crer que as músicas do último álbum do grupo de rap paulistano retratam o intervalo de tempo entre o ano de 2002 e o ano de 2014, que é o tempo que separa o álbum *Nada Como Um Dia Após o Outro Dia* do *Cores e Valores*. É preciso ter uma independência artística muito acima do patamar para ficar muito tempo sem lançar nada no *show business* e não ter o nome esquecido. Em qualquer *show business*. Exceções à esta regra são bem raras. Os Racionais são uma delas.

3.1- Críticas

Para entender como a crítica especializada entendeu o álbum, recorri aos maiores veículos culturais do país e também a blog independentes. A proposta era entender o que os críticos de música tinham a dizer sobre este lançamento dos Racionais.

O jornal O Globo afirma que o *Cores e Valores* é uma adaptação dos Racionais à cena atual do hip-hop². Cita que o álbum começa com o som de uma rajada de tiros, mas termina com fragmentos de uma canção romântica do Cassiano. Logo uma música que conta com versos exclusivos sobre amor e esperança. A Folha de SP ressalta que o álbum é

² Memórias pardas dos Racionais MC's <https://oglobo.globo.com/cultura/musica/critica-memorias-pardas-dos-racionais-mcs-1471122> acesso em 03/01/2018

dividido em duas partes³. A primeira parte são as primeiras 7 faixas. É como se fosse uma canção só, divididas em várias faixas. A segunda parte do disco é da faixa *Eu Compro* em seguida. Segundo a Folha, os Racionais continuam fazendo seu próprio caminho e transformando idiossincrasia em personalidade. Confrontadores, porém tolerantes. Ameaçadores, mas amorosos. O Estado de SP afirma que Mano Brown e companhia resolvem bem os dilemas do tempo⁴. Segundo o Estadão, o grupo de rap paulistano escava para atingir camadas mais profundas. O R7⁵ fez uma resenha bem rasa, onde só se ressalta a fala do Mano Brown a respeito do álbum, antes mesmo do cd ganhar as ruas: “Vai ser pesadão. Boladão. Rap no estilo Capão.”

A revista Rolling Stone declara em sua crítica que “o *Cores e Valores* é um tratado sobre o racismo mascarado no Brasil”⁶. Segundo esta publicação, as Cores são da cor da pele, mas os Valores são o do poder aquisitivo. A publicação também ressalta que nos últimos anos “o hip-hop deixou de ser, exclusivamente, a música de protesto produzida na periferia e passou a falar (também) sobre relacionamentos amorosos, amizade e festas.”

Os veículos tradicionais, em geral, fizeram resenhas relativamente rasas e as avaliações do álbum, na maior parte dos casos, foi positiva. Por outro lado, alguns blogs independentes não receberam o disco dos Racionais de forma tão categórica. O site musical *Movin Up* sustenta que “o *Cores e Valores* tem tudo para agravar a dicotomia entre o público antigo e o novo do grupo”⁷. Em relação ao fato do álbum ter apenas 32 minutos, o autor deste blog destaca que isso “representa a opção - talvez definitiva - dos Racionais de abrirem mão do protagonismo no rap. Se contentam em viver do mito que construíram ao longo dos anos”. Já para o blog *Na Mira do Groove*⁸, o rap atual atingiu outros nichos, se distanciando da

³ Após 12 anos sem álbum de inéditas, Racionais MC's lançam novo disco
<http://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/2014/11/1552999-racionais.shtml> acesso em 03/01/2018

⁴ Novo disco dos Racionais vem nostálgico e com reflexões profundas
<http://cultura.estadao.com.br/noticias/musica,novo-disco-dos-racionais-vem-nostalgico-e-com-reflexoes-profundas,1601477> acesso em 03/01/2018

⁵ *Cores e Valores*, novo álbum do Racionais MC's, ganha as ruas <http://entretenimento.r7.com/pop/cores-e-valores-novo-album-do-racionais-mcs-ganha-as-ruas-25112014> acesso em 03/01/2018

⁶ Racionais MC's mostram renovação e influência da trap music em Cores & Valores
<http://rollingstone.uol.com.br/blog/cultura-de-rua/racionais-mcs-mostram-renovacao-e-influencia-da-trap-music-em-icores-valoresi#imagem0> acesso em 04/01/2018

⁷ “Cores & Valores” escancara o ocaso do Racionais MC's <http://revistamovinup.com/reviews/reviews-de-cds/2014/cores-e-valores-racionais-mcs> acesso em 04/01/2018

⁸ RACIONAIS MCS | CORES & VALORES <http://namiradogroove.com.br/blog/criticas/racionais-mcs-cores-valores> acesso em 04/01/2018

periferia e que temas de “conscientização social são bem menos interessantes nos dias atuais.” Segundo este site, os quatro integrantes do grupo acabaram “encurralados na proposta que acompanha os Racionais desde o início”. O autor ainda salienta que “a curtição é mais desejável do que a reflexão”. Para ele, atualmente, a juventude se sente mais representada por quem compartilha de seus desejos de ascensão (e como já vimos no primeiro capítulo, o consumo é uma forma de ascensão desde a Revolução Francesa) do que por discursos raivosos.

Os veículos independentes também expressaram opiniões positivas a respeito do último lançamento dos Racionais. O *Monkey Buzz*⁹ declara que o som do *Cores e Valores* é, sim, mais comercial. No entanto, o grupo o fez de forma totalmente autêntica e “tirando o doce da boca dos playboys”. “Desejos ultrapassam cores mas esbarram em antigos valores”. A sociedade muda, e mudou bastante nesse hiato entre um álbum e outro, entretanto continua racista e segregadora. O blog *Escuta Essa*¹⁰ escreve que “ao mesmo tempo em que se atualizam, também não conseguem tirar o pé do gueto de onde vieram e que sempre retrataram, denunciando as mazelas sociais, econômicas e políticas”.

De todas as críticas, a que mais se destaca por levantar questões parecidas com a que este presente trabalho se propõe, de analisar as canções sob o viés do consumo, é a da *Revista Fórum*¹¹. Esta publicação afirma que “a celebração do consumo aparece como uma celebração de uma emancipação da raça-classe. Consumo como projeto político, como palavra de ordem. Encarnação artística do projeto de político do PT desde 2002”. A revista Fórum, entre todos os veículos pesquisados, tradicionais e independente, é a única que ressalta a ligação entre o forte consumismo que o álbum contém com o projeto político dos governos Lula e Dilma.

A partir do primeiro governo petista, o consumo nas famílias brasileiras cresceu exponencialmente durante alguns anos. No final da primeira década deste século, havia um inédito otimismo em relação ao aumento da inserção de pessoas na classe média. De fato,

⁹ RACIONAIS MC'S - CORES E VALORES <http://monkeybuzz.com.br/resenhas/albums/13294/racionais-mcs--cores-e-valores/> acesso em 05\01\2018

¹⁰ Racionais MCs – Cores & Valores (2014) <https://escutaessareview.com/2014/11/26/racionais-mcs-cores-valores-2014/> acesso em 05\01\2018

¹¹ Racionais MC's: Raça e consumo em Cores & Valores <https://www.revistaforum.com.br/2017/10/14/racionais-mcs-raca-e-consumo-em-cores-valores/> acesso em 06\01\2018

houve uma forte expansão do crédito, controle da inflação e geração de empregos nos dois governos Lula. Em 2010 o jornal Estado de SP publicou que “o grande impulsionador do consumo foi o avanço da classe C”¹², que se consolidou a partir de 2005, quando a economia entrou em uma dinâmica positiva - maior crescimento e juros em queda. Esta notícia ainda ressalva que “a participação da classe C no total de famílias brasileiras saiu de 23,7% em 2002 para 25,3% em 2005, e atingiu o recorde de 31,8% em 2009”. Este aumento na inserção na classe média através do consumo realmente foi a estratégia do PT no início de sua era. Tanto é que o consumo das famílias em 2002 representava um total de R\$ 1,47 trilhão. Em 2009, esse número saltou para R\$ 1,97 trilhão. Nesta mesma matéria, o Estadão coloca que “os brasileiros gastaram quase R\$ 500 bilhões a mais durante os sete anos do governo Luiz Inácio Lula da Silva”.

É bem verdade que após a primeira vitória presidencial do PT, os Racionais se distanciaram dos palanques de qualquer partido político. Porém também é fato de que antes do Lula ganhar o grupo paulistano o apoiou estreitamente, incluindo realizando shows em comícios petistas pré-eleitorais¹³. Após a primeira vitória, o grupo se afastou da antiga ligação com o Partido dos Trabalhadores. Tanto é, que em 2005, ao ganharem o título de “Cavaleiros da Cultura”¹⁴, os Racionais sequer foram receber a homenagem das mãos do então ministro da cultura, Gilberto Gil, e enviaram dois representantes à solenidade.

“Partidariamente nos identificamos com o PT” disse Brown em 2002¹⁵. Em recente entrevista, entretanto, Brown mudou de tom completamente. No programa *Panelaço*, comandado por João Gordo, o rapper falou “eu quero que o PT se foda”¹⁶. Mesmo com essa mudança de tom, de entusiasta do partido para crítico, há de se levar em consideração de que, no hiato entre um álbum e outro do grupo, o país foi governador por um projeto político em

¹² Consumo teve alta de R\$ 500 bi na era Lula, diz estudo
<http://economia.estadao.com.br/noticias/geral,consumo-teve-alta-de-r-500-bi-na-era-lula-diz-estudo,8967e>
acesso em 26/01/2018

¹³ Tumulto em MG marca ato de Lula - Folha de SP <http://acervo.folha.uol.com.br/fsp/1998/09/30/125/> acesso em 25/01/2018

¹⁴ Lula transforma Racionais em cavaleiros da cultura - Folha de SP
<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/ilustrad/fq0811200628.htm> acesso em 28/01/2018

¹⁵ Um dia após o outro com os Racionais MCs - Uol <http://cliquemusic.uol.com.br/materias/ver/um-dia-apos-o-outro-com-os-rationais-mcs> acesso em 27/01/2018

¹⁶ Panelaço com João Gordo - Peixe de tofu com Mano Brown
<https://www.youtube.com/watch?v=YOQFT38VU1E> acesso em 27/01/2018

que os Racionais foram a favor. Coincidentemente, ou não, o próximo álbum do grupo fala majoritariamente sobre um tema que também fez parte importante do projeto político do governo do país nesse tempo - o consumo. Mais especificamente, o consumo de quem os Racionais se propõem a representar: do negro da periferia.

3.2 - Capa



A capa do álbum mostra os quatro integrantes dos Racionais vestidos como garins. Três dos integrantes empunham armas pesadas, enquanto um deles carrega três malotes de dinheiro. O único integrante que conseguimos perceber quem é por trás das máscaras é o Ice Blue, por conta da diferença de altura dele para os outros integrantes do grupo. Ice Blue também é o único a não utilizar máscaras do personagem da franquia de filmes de terror *Jason - Sexta-Feira 13*. Blue usa uma máscara de palhaço macabro. As cores das roupas

usadas pelos quatro integrantes, preto e laranja, não estão lá à toa. São as cores que Emerson Neguin (amigo pessoal da banda e criador da grife Vila Fundão, marca que veste os Racionais) escolheu para representar o bairro do Capão Redondo.

A foto foi tirada na base do edifício Copan, um dos símbolos da cidade de São Paulo. Este edifício, que foi projetado pelo arquiteto Oscar Niemeyer na década de 1950, fica na famosa Avenida Ipiranga, no coração do centro da capital paulista. Mas por que o grupo fez questão de que a foto que daria a capa do álbum deles fosse tirada neste edifício específico? Porque é nele que fica a sede do banco Bradesco.

Todos os signos da capa dão a entender de que os integrantes acabaram de assaltar o banco. Em termos de semiótica, um signo é o que representa uma ideia que nos leva a pensar em algo concreto. Este algo concreto representado pelo signo é o objeto. Isto significa que qualquer coisa que nos leva a pensar em algo concreto é um signo. Por exemplo, quando vemos fumaça, já automaticamente pensamos em fogo. Ou seja, a fumaça é um signo do fogo. Charles Peirce, filósofo americano do século 19, se tornou tanta referência nos estudos semióticos que após seus trabalhos, passou-se a existir todo um campo de estudo baseado no trabalho dele, a chamada semiótica peirciana. A semiótica peirciana define signo como “qualquer coisa que, de um lado, é assim determinado por um objeto e, de outro, assim determina uma ideia na cabeça de uma pessoa” (DRIGO, 2013, p.23.) Quais são os signos dessa capa?

As cores, preto e laranja, representam o bairro do Capão Redondo, que por sua vez, está aqui para representar as áreas periféricas das grandes cidades brasileiras como um todo. O uniforme de gari se faz presente para representar o que parte da sociedade classifica muitas vezes como “mais baixo na escala de trabalho”. Ou seja, o uniforme de coletor de lixo está lá como uma forma dos Racionais dizerem que continuam sendo parte da baixa sociedade, mesmo após a consolidação da fama do grupo. As máscaras fazem referência ao personagem Jason. Na franquia cinematográfica em que este personagem é a estrela, *Sexta-Feira 13*, ele é um vilão imortal. Toma tiro, facada, todo tipo de violência em geral, mas ele sempre volta. Portanto, os Racionais usam a máscara do Jason como uma forma de afirmarem que mesmo com toda a violência que o povo pobre sofre, por todos os lados, seus desejos e anseios continuam vivos, e sempre vão voltar à tona, assim como o Jason. Este espírito imortal aparece em forma de letra na sétima faixa do álbum, *Cores e Valores - Finado Neguin*, quando Brown canta que “a natureza se recicla em outros mil neguinho zica”.

Como nada presente na capa, a escolha do local também não foi involuntária. Ao mesmo tempo que o edifício Copan é um prédio símbolo da cidade de São Paulo, ser a sede de um Banco, e em especial, do Banco Bradesco, tornou o local muito mais favorável para o grupo. Em *Da Ponte Pra Cá*, há um verso em que o Ice Blue canta que “um Bradesco bem em frente à favela é viagem”. Em 2014, eles só não acham “viagem” ter um banco na frente da comunidade como eles vão lá e tomam este banco de assalto.

3.3 - Contexto do Brasil entre 2002 - 2014

3.3.1 - Economia

No período entre 2002 - ano de lançamento do *Nada Como Um Dia Após o Outro Dia* - e 2014 - lançamento do *Cores e Valores* - o Brasil passou diversas mudanças. Em algumas áreas, mudanças profundas, em outras, pôde se perceber que estruturalmente não aconteceram mudanças tão acentuadas assim. Afinal, no que o Brasil avançou, e em quais partes continuou estagnado (ou até retrocedeu)? Analisemos alguns dados.

No ano de 2002, o Brasil possuía, em termos de PIB (Produto Interno Bruto) a 13ª maior economia do mundo¹⁷. Em 2014, era a 9^{18a}. O Brasil chegou a ser a sexta maior economia do mundo, em 2011, quando ultrapassou a Grã-Bretanha¹⁹. Em 2010, houve o maior crescimento anual da economia brasileira desde 1986: naquele ano, o PIB do Brasil cresceu 7,5%. Totalizando, o PIB de 2011 ficou em R\$ 3,675 trilhões²⁰. Em 2002, o PIB

¹⁷ PIB brasileiro em 2002 é de R\$ 1,32 trilhão

<http://economia.estadao.com.br/noticias/geral,pib-brasileiro-em-2002-e-de-r-1-32-trilhao,20030327p15094>

¹⁸ 10 índices econômicos e sociais nos 13 anos de governo PT no Brasil

<https://www.nexojornal.com.br/especial/2016/09/02/10-%C3%ADndices-econ%C3%B4micos-e-sociais-nos-13-anos-de-governo-PT-no-Brasil>

¹⁹ O legado dos 13 anos do PT no poder em seis indicadores internacionais

http://www.bbc.com/portuguese/noticias/2016/05/160505_legado_pt_ru

²⁰ PIB brasileiro fecha 2010 com crescimento de 7,5%, maior desde 1986, aponta IBGE

<https://oglobo.globo.com/economia/pib-brasileiro-fecha-2010-com-crescimento-de-75-maior-desde-1986-aponta-ibge-2815938#ixzz55Is3G0Rcstest>

brasileiro era de R\$ 1,32 trilhão. Ou seja, em dez anos, o Produto Interno Bruto do Brasil praticamente triplicou. Entre 2001 e 2010, o crescimento médio anual brasileiro ficou em 3,6%, acima do registrado entre 1991 e 2000, que teve média de 2,6%. A média de crescimento nos dois mandatos do Lula ficou em 4,60%, enquanto a média de crescimento do presidente anterior, Fernando Henrique Cardoso, foi de 2,48%. A recessão econômica, em 2014, ainda era leve. Portanto, o *Cores e Valores* é sobre esta época de crescimento, ou seja, é anterior à crise que culminou no *impeachment* da presidenta Dilma.

3.3.2 - Educação

Em termos de educação, a partir do governo Lula, houve um inegável incentivo a ampliação do ensino superior no país, tanto o público quanto o privado. Programas como PROUNI, FIES, além da Lei de Cotas, aumentaram bastante o número de pessoas de classes menos elevadas a entrarem na Universidade. Entre 2003 e 2014, segundo dados oficiais do MEC, houve um salto de 45 para 63 no número de Universidades Federais. O número de *campi* aumentou bastante também: de 148 para 321 neste intervalo de tempo²¹. O total de matrículas na graduação presencial no país em 2002 era de 500.459; este número em 2014 subiu para 932.263. Em termos de porcentagem, a maior variação foi nas matrículas de pós-graduação: em doze anos, passou de 48.925 para 203.717.

A expressiva expansão global de 117% no número de vagas ocorrida em uma década não encontra paralelo em história da existência do ensino superior no Brasil. O número de IFES foi ampliado em 31%, a graduação presencial em 86% e o número de matrículas em 86%. Por sua vez, a pós-graduação apresentou um crescimento de 316%. O lugar estratégico da educação superior nos processos de transformação social é um dos pressupostos das políticas de expansão do acesso ao ensino superior adotada pelo governo a partir de 2003. A interiorização proporcionou uma expansão de vagas públicas que se diferenciou do tradicional modelo de oferta de vagas nas capitais, elevando o número de municípios atendidos por universidades federais de 114 para 289 municípios, o que representou um crescimento de 153% (MEC, 2014, p.32).

²¹ A democratização e expansão da educação superior no país 2003 – 2014

http://portal.mec.gov.br/index.php?option=com_docman&view=download&alias=16762-balanco-social-sesu-2003-2014&Itemid=30192

No ano de 2004, os 20% mais ricos do Brasil representavam 55% dos universitários da rede pública e 68,9% da particular²². Em 2013, estas proporções caíram para 38,8% e 43%, respectivamente. Ou seja, no intervalo de tempo entre o *Nada como um dia...* e o *Cores e Valores*, houve um maior acesso ao ensino superior por parte de integrantes das classes menos abastadas. Com a tão criticada, mas inegavelmente bem-sucedida Lei de Cotas, o número de negros nas Universidades Federais aumentou para 13%²³. Pelo menos em relação a este último número citado, a introdução de *Capítulo 4, Versículo 3*, que diz “nas universidades brasileiras, apenas 2% dos alunos são negros” se tornou “passado”. O diploma universitário, antes tão distante para a ampla maioria do povo brasileiro, se tornou um pouco mais possível nesse período.

3.3.3 - Desigualdade social

Quando se trata de combate à desigualdade e à extrema pobreza, o Brasil também obteve notável melhora. A própria ONU (Organizações das Nações Unidas) citou em relatório próprio que o Programa Bolsa-Família é um bom exemplo para a erradicação da pobreza e incentivou outros países subdesenvolvidos a adotarem políticas similares²⁴. No que tange ao Índice de Desenvolvimento Humano (IDH), também medido pela ONU, a nota do Brasil subiu de 0,649, no início dos anos 2000, para 0,755 em 2014²⁵. Esta pesquisa sobre IDH considera indicadores como expectativa de vida ao nascer, anos de estudo e renda per capita, e a nota vai de 0 a 1. O país que fica mais próximo da nota 1, apenas a título de curiosidade, é a Noruega, com nota de 0,949.

²² Cresce índice de alunos negros e de baixa renda nas faculdades federais

<https://oglobo.globo.com/sociedade/educacao/cresce-indice-de-alunos-negros-de-baixa-renda-nas-faculdades-federais-19944601#ixzz55IwZC2uIstest>

²³ Percentual de negros dobra, mas ainda é inferior ao de brancos

<http://agenciabrasil.ebc.com.br/educacao/noticia/2016-12/percentual-de-negros-em-universidades-dobra-mas-e-inferior-ao-de-brancos>

²⁴ Programa Bolsa Família é exemplo de erradicação de pobreza, afirma relatório da ONU

<https://nacoesunidas.org/programa-bolsa-familia-e-exemplo-de-erradicacao-de-pobreza-afirma-relatorio-da-onu/>

²⁵ O legado dos 13 anos do PT no poder em seis indicadores internacionais

http://www.bbc.com/portuguese/noticias/2016/05/160505_legado_pt_ru

Outro dado da ONU que considero relevante é o “Coeficiente de Gini”, que é como as Nações Unidas medem a desigualdade. Esse nome é porque esta medida foi desenvolvida pelo estatístico italiano Conrado Gini²⁶. Nos cálculos do Banco Mundial, o Brasil passou de 58,6, em 2002, para 52,9, em 2013. O nosso país possui historicamente uma das maiores concentrações de renda do mundo, e esta concentração continua absolutamente desigual, no entanto, houve uma (pequena) melhora neste quesito. Ou seja, não chega perto do ideal, mas o Brasil se tornou um pouco menos desigual nesse período. Novamente a título de curiosidade: segundo Gini, os países com menor desigualdade são: Hungria (0,244); Dinamarca (0,247) e Japão (0,249).

3.3.4 - Emprego

Entre o ano de 2004 e 2014, o Brasil viveu um crescimento ininterrupto de dez anos na criação de vagas de trabalho. O primeiro ano a ter déficit nesse quesito foi 2015, coincidentemente o primeiro ano após o lançamento do *Cores e Valores*. No início do governo Lula, a taxa de desemprego medida pelo IBGE, através da Pesquisa Mensal de Emprego (PME) era de cerca de 13%²⁷. A Presidenta Dilma assumiu a Presidência da República com 6% de desemprego e encerrou seu primeiro mandato, em dezembro de 2014, com 4,3%. Após sua reeleição, a taxa de desocupados voltou a crescer e atingiu 7,8% em outubro de 2015, patamar equivalente ao de meados de 2008. O salário mínimo também apresentou uma notável evolução.

Em 2002, o salário mínimo era de exatos R\$ 200. Em 2010, era de R\$ 510. Em 2014, R\$ 724. Em 2016, R\$ 880. Mesmo com a inflação acumulada nestes anos, é possível observar que houve um aumento real (que é o ajuste do salário menos a taxa de inflação) de 77,18% no salário mínimo nos 13 anos de governo petista. O Dieese (Departamento Intersindical de Estatística e Estudos Socioeconômicos) também calcula quantas cestas básicas um salário mínimo pode comprar (para este dado, a cidade usada para base de estudo

²⁶ Coeficiente de gini <http://mundoeducacao.bol.uol.com.br/geografia/coeficiente-gini.htm>

²⁷ 10 índices econômicos e sociais nos 13 anos de governo PT no Brasil

<https://www.nexojournal.com.br/especial/2016/09/02/10-%C3%ADndices-econ%C3%B4micos-e-sociais-nos-13-anos-de-governo-PT-no-Brasil>

é São Paulo) . Em 2002, um salário mínimo comprava 1,42 cesta básica. Em 2014, um salário equivalia a 2,10 cestas básicas²⁸. Para o Dieese, é importante valorizar o salário mínimo pois

A valorização do Salário Mínimo induz a ampliação do mercado consumidor interno e, em consequência, fortalece a economia brasileira. Deve e precisa ter continuidade, sobretudo porque o Política de valorização do Salário Mínimo segue profunda e resistentemente desigual. A desigualdade de renda se manifesta de modo explícito tanto na comparação entre indivíduos e famílias quanto entre o trabalho e o capital. Ademais, a economia brasileira ainda é refém da armadilha de uma estrutura produtiva de baixos salários. Do ponto de vista do sistema produtivo, o desafio é fazer com que se reduza a desigualdade na distribuição funcional da renda (isto é, entre trabalho e capital) e na distribuição salarial, promovendo a transição para uma estrutura mais igualitária com um patamar de rendimento mais elevado na média. (DIEESE, 2016, p.3)

3.3.5 - Criminalidade

Este tema talvez tenha sido o de menor mudança no país nesse meio tempo entre o *Nada como um dia...* e o *Cores e Valores*. Não houve, nem na era FHC, nem em nenhum dos governos do PT, um esforço para mudanças realmente estruturais no que tange à segurança pública. Enquanto países mais desenvolvidos debatiam temas como legalização das drogas, penas mais brandas, presídios mais humanos, desmilitarização da polícia etc, nada disso encontrou eco no nosso país nos últimos 20 anos. Desde os anos 1980, a escalada da violência no Brasil é, ininterruptamente, crescente.

Em 2012 nosso país chegou à maior taxa de homicídios de toda nossa história: 29 assassinatos para cada 100 mil pessoas. Em 1980 a taxa era de 11,7 para cada 100 mil²⁹. Em 2002, último ano com FHC na presidência da república, o índice era de 28,5; o primeiro ano de governo petista registrou um índice de 28,9 homicídios a cada cem mil habitantes³⁰. Um estudo do IPEA³¹ sobre a evolução da taxa de homicídios no Brasil, divulgado em 2013,

²⁸ Política de Valorização do Salário Mínimo: valor para 2016 é fixado em R\$ 880,00
<http://www.dieese.org.br/notatecnica/2015/notaTec153SalarioMinimo2016.pdf>

²⁹ PSDB e PT têm maiores índices de homicídios da história
<https://professorlfg.jusbrasil.com.br/artigos/12094269/psdb-e-pt-tem-maiores-indices-de-homicidios-da-historia>

³⁰ O mapa dos assassinatos no Brasil nos últimos 30 anos <https://exame.abril.com.br/brasil/o-mapa-dos-assassinatos-no-brasil-nos-ultimos-30-anos/>

³¹ Evolução e Determinantes da Taxa de Homicídios no Brasil
http://www.ipea.gov.br/portal/images/stories/PDFs/TDs/td_1808.pdf

mostra que o “Brasil é um dos países mais violentos do mundo. (...) Temos no Brasil o equivalente a uma guerra do Vietnã por ano em termos de homicídios.” (IPEA, 2013, p.7).

No ano de 2014, quando os Racionais lançaram o álbum aqui estudado, o número de assassinatos absolutos no Brasil foi de 52.336, número 3,8 superior ao do ano anterior (2013), onde 50.413 pessoas perderam a vida de forma violenta no nosso país. Entre 1980 e 2010, mais de um milhão de pessoas foram assassinadas no Brasil. Se em 2003 o número total de mortes violentas no país foi de 48.908, em 2010, por exemplo, o número absoluto de mortes no Brasil foi de 49.932. Ao longo de todo o ano de 2014, foram registrados 59.627 assassinatos no país. Entre 2003 e 2014, há um aumento de 21,9% em relação aos óbitos provocados pela violência. Estagnação total de um número absolutamente vergonhoso para qualquer país. Em 2016, Também acredito ser digno de nota que a taxa de homicídios entre homens é muito superior à de mulheres: a taxa de homicídios por 100 mil habitantes nos homens é de 50,7; e de 4,4 por 100 mil quando se considera apenas a população feminina.

3.3.6 - Encarceramento e letalidade policial

O Brasil é o país onde mais se prende, mais se mata, com a polícia mais letal do mundo³², e mesmo assim conta com números absurdos de assassinatos por ano. Nos anos que separam um disco do outro dos Racionais, houve um exponencial aumento no número de pessoas encarceradas no país. O Infopen (Levantamento Nacional de Informações Penitenciárias), órgão que estuda a situação carcerária no Brasil, divulgou que, em junho de 2016, haviam 726,7 mil presos³³. Em 2005, quando o estudo passou a ser realizado, eram 361,4 mil presos no país. Em números absolutos, o Brasil possui a terceira maior população carcerária do mundo, só ficando atrás dos Estados Unidos, em primeiro, e da China, que fica com o segundo lugar neste ranking. A taxa de presos para cada 100 mil habitantes, em junho de 2016, foi de 352,6. Aproximadamente 40% são presos provisórios, ou seja, são pessoas que ainda não foram condenadas judicialmente, mas estão presas. 55% dessa população carcerária é de jovens entre 18 e 29 anos, e 64% são negros. Quase um terço das pessoas

³² Polícia brasileira é a que mais mata no mundo, diz relatório <https://exame.abril.com.br/brasil/policia-brasileira-e-a-que-mais-mata-no-mundo-diz-relatorio/>

³³ Com 726 mil presos, Brasil tem terceira maior população carcerária do mundo

<http://agenciabrasil.ebc.com.br/geral/noticia/2017-12/populacao-carceraria-do-brasil-sobe-de-622202-para-726712-pessoas>

presas no Brasil foram presas por crimes relacionados ao tráfico de drogas. Roubos e furtos, somados, representam 37%. Homicídio é o crime praticado por 11% dos presos.

Quanto à escolaridade, é gritante como anos de estudo e chance de ser preso estão correlacionados. A cada 4 pessoas encarceradas no Brasil, 3 não chegaram ao ensino médio. Menos de 1% possui graduação no ensino superior. As mulheres representam aproximadamente 5% da população presidiária no Brasil, com 45.989. Dessas prisões, 62% estão relacionadas ao tráfico de drogas.

Segundo um relatório da Anistia Internacional, o Brasil possui a polícia mais letal do mundo. O estudo, divulgado em 2015, afirma que no anterior, 2014, forças policiais foram responsáveis por 16% dos assassinatos no país. Este relatório também confirma como ter a cor da pele escura é fato decisivo na chance de ser morto pela polícia. Apenas na cidade do Rio de Janeiro, entre 2010 e 2013, 80% das pessoas mortas pela PM eram negras, e 75% tinham idades entre 15 e 29 anos³⁴. A polícia que mais mata também é a que mais morre³⁵. No ano de 2015, foram assassinados 98 policiais no estado do Rio de Janeiro. Neste mesmo ano, a PMERJ foi responsável pela morte de 645 pessoas.

Ou seja, o “negro drama”, onde o Edi Rock sentencia que ver o “pobre preso ou morto já é cultural”, continua extremamente vigente.

3.4 - Hiperconsumo Hedonista Retrato no Cores e Valores

Como visto no capítulo sobre consumo, a sociedade do desejo se estabeleceu ao longo do século 20, sendo amplamente solidificada nas décadas posteriores à segunda guerra mundial. Segundo o filósofo francês Gilles Lipovetsky

A vida no presente tomou o lugar das expectativas do futuro histórico e o hedonismo, o das militâncias políticas; a febre do conforto substituiu as paixões nacionalista se os lares, a revolução. Sustentado pela nova religião do melhoramento contínuo das condições de vida, o bem-estar tornou-se uma paixão de massa, o objetivo supremo das sociedades democráticas, um ideal exaltado em todas as esquinas. (...) No entanto, a contar das duas últimas décadas, surgiu um novo

³⁴ Em 10 anos, polícia do RJ mata quase o dobro que a polícia de todos os EUA <https://noticias.uol.com.br/cotidiano/ultimas-noticias/2016/11/11/em-10-anos-policia-do-rj-mata-quase-o-dobro-da-policia-de-todos-os-eua.htm>

³⁵ Violência em números: RJ é o estado onde mais morrem policiais <https://oglobo.globo.com/rio/violencia-em-numeros-rio-o-estado-onde-morrem-mais-policiais-21102231>

“ismo” que pôs fim a boa e velha sociedade de consumo, transformando tanto a organização da oferta quanto as práticas cotidianas e o universo mental do consumismo moderno: a própria revolução do consumo foi revolucionada. Estabeleceu-se uma nova fase do capitalismo de consumo: ela não é mais que a sociedade de hiperconsumo. (LIPOVETSKY, 2007, p. 8)

Vivemos em um sistema cuja veia central do coração capitalista é o consumo. A expansão do consumo é vista como fundamental para o crescimento de qualquer economia. Neste modelo atual, as empresas não se orientam exclusivamente para o produto que vendem em si (quaisquer que sejam estes produtos), e sim para o mercado e o consumidor em potencial destes produtos. Os mercados se tornaram extremamente segmentados. As necessidades do cliente são o cerne central do hiperconsumismo. O cliente virou rei.

O hiperconsumidor quer experiências emocionais, mais qualidade de vida, maior bem-estar, quer marcas com valores próprios e autênticos, e, sobretudo, quer imediatismo. Como tudo isso se encontra no *Cores e Valores*, quais temas, e como eles surgem e se desenvolvem, é o que será analisado a seguir. É a partir dos conceitos já vistos sobre consumo é que será feita a análise das letras do álbum.

3.4 - Análise das letras

A metodologia que apliquei na investigação dos sentidos das *tracks* se baseou em três pilares: na descrição propriamente das letras, nos valores transmitidos e no lugar do consumo em cada faixa.

3.4.1 - Cores e Valores

Somos o que somos / Somos o que somos

Somos o que somos / Cores e valores

Cores e valores / Cores e valores

Somos o que somos / Somos o que somos

Somos o que somos / Cores e valores

Conspiração funk international in / Jamaica Queen, Fundação Sabin

Função pra mim / Se Deus me fez assim / Fechou neguim, eu trouxe um do verdim
Nuvens e Ovelhas negras desde sempre acompanham-me / Na fase negra vem era nós também sim
Na linha pontilhada vou indo indo indo / Na terra cujo herói matou um milhão de índios
Pelas marginais os pretos agem como reis / Gostar de nós tanto faz tanto fez
Me degradar pra agradar vocês? Nunca! / Por que eu não falei eles pensam que eu não sei
São Paulo tem dinheiro pra carai pra tentar né / Sem perder o foco, olha o fluxo
Vi Cross Fox, Tucson / X5 é estouro
Preto amarelo ouro, é luxo

Na primeira faixa do álbum, em pouco mais de um minuto, Mano Brown já praticamente sintetiza a mensagem do álbum como um todo. Essa música se encaixa precisamente na primeira *track* por ser a que serve de apresentação do álbum. O primeiro som, nos primeiros segundos, da primeira faixa (e consequentemente primeiro som do álbum) é de uma voz distorcida por efeitos de *autotune*³⁶ que anuncia: “Cores e Valores!”, palavras imediatamente sucedidas pelo som de uma rajada de tiros de metralhadora. Como visto no capítulo 2, o DJ se utiliza de vários elementos sonoros (não necessariamente extraídos de instrumentos musicais convencionais) para compor as batidas e melodias. E esses elementos sonoros não se encontram presentes nestas canções à toa. Estes sons são colocados em momentos pontuais pelos DJs para adicionar informações ao enredo das canções. Neste caso, o som de tiros logo no começo serve como uma marcação territorial. É uma maneira que o grupo encontrou para que o ouvinte, logo de cara, fosse avisado que está “adentrando” a um universo nada amigável. Em menos de cinco segundos o tom do álbum como um todo já foi dado.

Em relação à letra, Brown começa a versar comparando a Vila Fundão, seu bairro de nascimento, com o bairro Jamaica, do distrito Queens, de Nova York. Este último, predominantemente negro e latino, é o berço de muitos *rappers*, como por exemplo *50 cent* e *Rev Run*, do cultuado grupo *Run DMC*. As nuvens negras que ele cita representa os tempos difíceis, e as ovelhas negras, as pessoas rejeitadas pela sociedade (que eles se propõe a representar). São as pessoas que constituem os mais de cinquenta mil manos. Os valores de amizade e lealdade aparecem no verso seguinte “Na fase negra era nós também sim”, mostrando que mesmo nos tempos difíceis o companheirismo prevalece. A terra “cuja herói matou um milhão de índios” e por onde ele está “indo, indo, indo” é São Paulo. Neste

³⁶ *Autotune* é um *software* desenvolvido para corrigir “desafinações” dos artistas, mas também é conhecido pelos inúmeros efeitos de distorções de vozes.

momento, Brown lembra do início da história daquele lugar, e critica a forma como os bandeirantes são idolatrados e vistos como “desbravadores”, enquanto na verdade os bandeirantes assassinaram e estupraram os nativos em nome da “expansão da civilização”. Quando Brown afirma que “pelas marginais os pretos agem como reis” ele faz uma alusão à auto-estima que os negros sentem ao dirigir pelas principais vias da cidade. Neste momento há uma ostentação de valores financeiros. É como se Brown afirmasse que não há como retroceder depois de certos avanços. Os negros se sentem *reis* por conseguirem adquirir um carro, coisa que talvez seus pais e avós, em geral também negros, não tenham conseguido ter mesmo depois de toda uma vida de trabalho árduo. Em seguida, mais um signo de auto-estima, quando se fala “me degradar pra agradar vocês? Nunca!”, aqui há uma ostentação de valores morais. Os negros sentem-se *reis* pois não precisaram se degradar para alcançarem seus sonhos de consumo. A tentação encontra-se na cidade com maior PIB do Brasil, São Paulo, por isso mesmo a cidade com “dinheiro pra carai pra tentar, né”. Ao citar “sem perder o foco, olha o fluxo”, Brown simplesmente diz que continua focado nas lutas históricas dos Racionais, mas olha este *fluxo*. O *fluxo* que ele cita é o que estava acontecendo de mais relevante na música de periferia nos anos anteriores ao *Cores e Valores*: o “funk ostentação”. Brown confessa seus desejos de consumo quando ele utiliza do verbo em primeira pessoa. Ele afirma que *viu* um CrossFox ou um Tucson e ficou com vontade de possuí-los. E por que ele não poderia? Pela sua cor de pele e local de nascimento? Nesta primeira canção Brown já deixa bem claro que não. A proposta dessa música é a síntese do álbum (não à toa é a primeira *track*): conquistar o que o mundo pode oferecer sem corromper os valores morais, que continuam fundamentais. Este é o lugar do consumo nesta faixa.

3.4.2- Somos o que somos

Somos o que somos / Somos o que somos

Com sorriso de disfarce a esperar na solidão / São, meus irmãos sem fé, com ambição

Fase triste mostra a indignação / Acúmulo de mágoa, Jão, desilusão

Liberdade não se cede / Se editar o distrital cada qual com o que merece

Uns põe em teste e não se mexe / Cisca o chiclete, cara pro chão

Ninguém se fere, quero espécie, dinheiro / Nada pessoal o assunto é financeiro

Difícil compreender, sei as ruas tem as suas leis / Não são minhas nem as inventei, eu me adaptei

Guerra fria, muçulmanos e USA / Preto e branco como jogo de xadrez

Seu escuro da pele, é sedução, meu desejo / Mestiço e abusar do vermelho

Bens materiais, não pagam o seu beijo / Cores reais, no rosa amor eu vejo

Viaje no verde, no degradê do céu / Não sento os parceiros no banco dos réus / Porque somos o que somos

A segunda faixa, cantada por Ice Blue, é como se fosse a segunda parte da primeira faixa, principalmente em termos de ideias. Logo nos primeiros versos, Blue rima sobre estar sozinho, se sentir triste e solitário, porém mesmo assim colocar uma máscara perante à sociedade e continuar sorrindo. Os valores de autoestima do negro aparecem em “liberdade não se cede”. Para ceder-se algo, é preciso antes conquistar. Neste verso, Blue confirma que a liberdade, de certa forma, já foi conquistada, e que não se deve, de forma alguma, entregar esta liberdade que levou séculos para ser conquistada. Como o *rapper* confirma logo em seguida: nada aqui se faz são por motivações pessoais, e sim por financeiras. Posteriormente, há os versos mais significativos desta faixa: Blue admita que as ruas possuem leis que não foram feitas por ele, não são dele. Mas ele se adaptou. Neste ponto, quando ele diz que está jogando o jogo, significa que eles admitem que entraram na lógica da sociedade do consumo.

O atual consumidor de rap não quer um álbum de duas horas, e os Racionais sabem disso. O tempo de duração foi algo completamente proposital. Voltando a faixa, o preto e branco do jogo de xadrez é uma metáfora ao racismo institucional de uma sociedade que segrega uma multidão de pessoas através da cor de pele destas pessoas. Ao dizer que “o escuro da pele é a sedução”, o vocalista está falando sobre uma mulher negra e, por ser negra, se torna mais bela. Uma tímida exaltação à beleza da mulher negra. O viajar no “verde no degradê do céu” tem um duplo sentido: o verde pode ser entendido tanto como uma gíria utilizada pelos *rappers* para fumar maconha quanto uma alusão às notas de dinheiro.

Ao cantar “não sento os parceiros no banco dos réus”, Blue reforça a principal ideia desta faixa, e o porquê dela ser a segunda do álbum: os valores de amizade e lealdade se sobrepõem aos valores financeiros. Continuar ao lado dos amigos é mais importante do que dinheiro. Como os Racionais cantam no *Nada Como Um Dia....*: “1 por amor, 2 pelo dinheiro. 3 pela África, 4 *pros* parceiros”. Ou seja, os *parceiros* merecem mais valorização do que o dinheiro.

3.3.3 - Cores e Valores: Preto e amarelo

Neguim tá na pista, cê não desacredita / Visto preto e amarelo, a gente se identifica
Cosa Nostra é a fita, pode vim qualquer teste / Desde a fria do Sul ou o calor do Nordeste
O que tá tendo no momento é libra, euro e o dólar / No jet de Corolla nós também tá afim
O certo é certo, tiozin / Pastor, olhe por mim / Muito esforço na obra / tenho gana de sobra
Verde relva, linda flor, rico o fruto penhor / Na medida do possível vou louvando o Senhor
Dinheiro é bom no Capão, Nova Iorque, onde for / Pessoa determinada demonstrando valor
Vou nessa

A terceira faixa é a única que não é cantada por nenhum dos integrantes do grupo. Quem a escreveu e interpretou foi o *rapper* Negreta. É a terceira parte da introdução Cores e Valores, divididas em três faixas. Negreta começa a rimar citando as cores que veste: o preto da cor da pele e o amarelo dos ouros e jóias que ele ostenta. Negreta também faz alusão às cores da marca de roupas Vila Fundão, que veste os Racionais nos shows. Estas cores funcionam como uma marca de *identificação* entre quem está dentro da comunidade, seja a comunidade da periferia seja a comunidade do rap.

“O que tá tendo no momento”, Negreta diz, “é libra, euro e dólar”. Cores e Valores. Quando ele canta sobre o pastor orar por ele, há uma alusão ao verso “ore por nós, pastor, lembra da gente no culto dessa noite”, da famosa faixa dos Racionais Vida Loka parte 1. Como os *rappers* estão sempre no *corre*, eles louvam ao Senhor sempre que possível (estes valores morais religiosos são encontrados em diversas faixas de *todos* os álbuns do grupo). Essa música encaixou-se na terceira *track* pois ela é a terceira parte da abertura do álbum, que conta com as três primeiras *tracks*. Nos versos finais, os valores financeiros perpassam fronteiras: “dinheiro é bom, no Capão, em Nova York, onde for”. Logo no verso seguinte, a palavra *valor* possui duplo sentido: o *rapper* se considera determinado pois alcançou um certo *status* social, e ele demonstra isso tanto pelo valor de caráter quanto pelos valores financeiros adquiridos.

3.3.4 - A trilha

Esta *track* é um interlude sem letra que serve como ponte entre a primeira música do álbum (que é dividida em 3 partes) e as próximas 3 faixas, que completam o “Lado A” do disco. Logo no início há, mais uma vez, uma voz em *autotune* que anuncia: “Somos o que somos! Somos o que somos!”. A *track*, de apenas 23 segundos, intercala um *beat* bem no estilo *trap* com elementos sonoros utilizadas para criar um clima de *suspense*. Já ao final da

faixa, aparece o som crescente de uma viatura (o som é crescente para se ter a ideia de veículo em movimento que está se aproximando). A faixa termina com o som de vidros sendo quebrados. Essa interlude é utilizada no final do videoclipe de *Preto Zica*. Chama-se “A Trilha” para representar o caminho difícil, violento e cheio de obstáculos que os Racionais passaram.

3.3.5 - Eu te disse

Falei pra você, vai pra grupo não, depois não vai dizer que Santo Antônio te enganou

O que você fez, cara?

De algum lugar da América do sul / Sobe o morro (quem, quem?)

Com classe e elegância vem no destaque / Swing e chocolate, preta cadillac

Nem caro nem cost, nem ferrari ou lacoste / É o veneno da mamba, tem o samba de morte

Nesse caso ou acaso ela não goste da idéia / Hm, bonitão... Melhor fugir pra Coreia (oow)

Porque os valores vão além do sexo / Ramelão, vai pro inferno se entender o processo / Espertão, vai vendo

Se eu acho necessário? Dizer o que, se não cabe a mim? / No sumário frio, vários ficam no caminho (diga)

Um velho ditado lá de onde eu vim / Mulher alheia é sagrada, e é isso aí / Arrombado.

Logo no início da canção, Brown avisa, em tom de advertência: “não vai pra grupo não”. Presente em diversas canções do grupo, esta expressão é uma forma de aviso para os mais jovens não entrarem no mundo do crime. Santo Antônio, além de casamenteiro, também é conhecido por ser protetor dos pobres. Aqui encontra-se uma ambiguidade do papel do santo. Aqui o problema é duplo: ambição pelo dinheiro que cega a ponto de se envolver com uma pessoa casada. Quando o MC afirma que “depois não vai dizer que Santo Antônio te enganou” é um aviso de que mesmo com toda a proteção possível, às vezes o castigo é inevitável. Como Brown vai narrando, alguém com “classe e elegância” vem subindo o morro. Esse alguém presume-se, é um jovem que entrou no crime não faz muito tempo e provavelmente está *maravilhado*, e com isso, ficou “cheio de marra”. Este rapaz se mostrou interessado e “deu em cima” de uma mulher compromissada. Novamente, está implícito, mas

ela é compromissada com algum bandido mais velho. Ela possui o “veneno da mamba, o samba de morte”. Mamba é uma cobra encontrada na África Subsaariana, e uma com um dos venenos mais letais do mundo. Com uma só picada, é capaz de matar um ser humano adulto em menos de vinte minutos. Neste ponto, mais uma vez, há uma comparação extremamente machista. Novamente, assim como em *Mulheres Vulgares* e *Estilo Cachorro*, a mulher é a vilã que seduz para depois ser mortal.

Quando Brown diz que “os valores vão além do sexo”, há, de novo, uma exaltação dos valores morais, onde em um relacionamento conjugal, há muitas outras facetas além da sexual. “Ramelão” é uma gíria para pessoa falsa. Se ele entender o processo, ele vai para o inferno. Ou seja, há uma lei moral aqui, e se ele desobedecer esta lei, paga com a vida. Essa é a lei do crime. Logo após, cita-se que “no sumário frio, vários ficam no caminho”. Sumariar, no dialeto do crime de SP, significa um “tribunal do crime”, onde vão os condenados por “ferir a ética do crime”. Dependendo da condenação, muitas vezes a morte é o veredito do tribunal do crime. Os seguintes versos se referem à outra clássica canção do grupo: *Vida Loka parte 1*. Na canção do álbum *Nada Como um Dia...*, há uma narrativa onde um cara traído vai em busca de Brown, que, segundo a mulher que traiu, foi o parceiro dela. Nesta clássica canção, Mano Brown reforça que “mulher alheia é sagrado” quando ele diz “talarico (gíria para amante) nunca fui”.

Só que nesta narrativa atual, a famosa *talaricagem* é consumada. E o fim é triste. O barulho de tiro logo após o “é isso aí... arrombado!” é o sinal de que o traído foi buscar o *talarico* em questão e o matou. Ou seja, independentemente se o cara possui “ferrari ou lacoste”, traição na *quebrada* é uma gravíssima falta de ética e se paga com a vida.

Está é a quinta faixa pois representa especificamente o valor moral de não cobiçar “a mulher do próximo”. Aqui, os valores morais se sobrepõem aos valores consumistas.

3.3.6 - Preto zica

Preto zica, truta meu, disse assim / "Ih truta, mó fita!"

O truta meu disse assim (vai vendo) / Preto zica, truta meu, disse assim

"Mó fita, mó treta! " o truta meu disse assim (que fita) / Preto zica, truta meu, disse assim

"Ih truta, mó fita! " o truta meu disse assim (vai vendo) / Preto zica, truta meu, disse assim

"Mó fita, mó treta! " o truta meu disse assim

Veja quanta ideia, bonitão / Os truta aqui tão, no mó conchavo

Torcendo por você e calculando seu cada centavo / Ficaram cego e a meta é tomar seu lugar
Intravenosa, venenosa, via jugular / Eu não quero tá na pele dos que leva e traz
Nem imaginar ou sumariar desse rapaz / Salve, mas um truta meu assim me disse
"Negar dinheiro é o caralho, não fala tolice!" / Que nem boliche, vixe, apavorou

Mas o resultado é consequência que o mestre falou / É tudo um teste, how! É como peste
Alastra e arrasta até que nada do nada me reste / Um truta meu me disse que o chicote estrala
O inimigo da risada da sua vala no sofá da sala / Como se fala: "uma bala, escolha a sua! "
Encomenda o fracasso do palhaço em plena luz da Lua / Quem de alma nua atua na sua mente
Faz você achar que o azar é só mero presente

Que aquela treta do passado se torne recente / Remanescente, dificilmente sai da guerra cientes
É deprimente, inocente, não olha pra frente / Em cada mente um pensamento desse inconsequente
Ou indecente, ente, ou iminente, é quente / É simplesmente: São vários e vários doentes

Esta é a primeira faixa do álbum cantada por Edi Rock e é a única do álbum que também virou videoclipe. O clipe foi dirigido pelo dono de um dos maiores canais do “*YouTube*”, o Kondzilla. Mais uma prova de que os Racionais tentam se adaptar aos novos tempos.

Se no *Sobrevivendo no Inferno* a figura a ser almejada na favela era do “Preto tipo A”, e no *Nada como um dia após...* o “Vida Loka”, no *Cores e Valores* essa figura é personificada no “Preto Zica”. O “preto zica” alcançou sucesso, atraiu inveja e é alvo de pessoas que querem tomar o seu lugar. Ao dizer que não gostaria de estar na pele dos que “leva e traz” (gíria do mundo do crime de SP que quer dizer aqueles que levam informações [seja pra polícia, seja para outros inimigos do crime], ou seja, são os famosos *caguetas*. Neste clima de crime organizado, a *caguetagem* é outro ato que infringe fortemente o código de ética do crime.

Quando Edi Rock canta que “uma bala, escolha a sua”, ele fez uma alusão ao filme *Matrix*. Em específico, à cena na qual o personagem Morpheus estende as duas mãos com uma bala em cada, para o protagonista Neo. Cada pílula possui significados opostos. Se Neo ingerir a vermelha, ele ativa um programa que localiza seu corpo no mundo real e o tira do mundo da *Matrix*, ou ele ingere a azul, e continua lá acreditando no que quiser. Neste verso, o

rapper faz uma metáfora na qual quem escolhe no que acreditar é o ouvinte da canção. Ele possui o poder de interpretar e crer no que quiser.

O videoclipe mostra os 4 integrantes dos Racionais como se fossem do crime, e os quatro se encontram em um bar. Ao avistar que todos os quatro estão neste bar, um rapaz (que no clipe faz o papel do “cagueta”) informa o paradeiro do grupo para a polícia, que já chega no bar com *o pé na porta*. Essa entrada da polícia marca o fim da faixa no clipe. Entretanto, na história do videoclipe, os quatro permanecem soltos e vão atrás de quem os denunciou. Durante o caminho percorrido de carro, toca-se a *track* 4, “A Trilha”, mostrando que essa trilha também pode representar o meio tempo antes do veredito final.

Esta faixa se encontra na sexta *track* por representar os valores morais de como o “preto zica” age: ele almeja sucesso, sim, mas nunca, em nenhuma hipótese, delata alguém, principalmente se for amigo. O “preto zica” é o morador de periferia que consegue atingir um status social elevado, mas sem trair ninguém, nem sentir inveja. No enredo da música, o “cagueta” em questão era alguém próximo, porém ficou “cego” de inveja e planejou tomar o lugar ocupado pelo “preto zica”. O fim do clipe mostra que, no caso em questão, não houve perdão para quem denunciou o grupo.

3.3.7 - Cores e valores - Finado Neguin

São Paulo, Brasil, Cosa Nostra / Vila Fundão, Capão / simples assim, no povão da Sabin

Por um gosto pessoal do finado Neguin / Laranja e preto decidiu-se, se é assim é assim

Honra branco marfim, vinho tinto, carmim / Quem? Quem permitiu? / Deus dirigiu esse filme

Dizem: "Crime é o Rap" / Dizem: "Rap é o crime" / Você diz, você decide

O resto só coincide / Olho por olho era lei, cegava todos sem ver / Pra ver direito, rever, viver e deixar viver

Bandeira branca sobe pra quem não sabe saber / Falsos não conseguem, quem tem juízo segue

Se você não deve, irmão, fica leve! / Seis preto na esquina, objetivo só: notas verde azul piscina

Careta e bem melhor / Vinte mil papelote, ó! A 20 cada um / Pra quatro molecote a 400 mil bruto

Eu sei como fazer um plano estratégico, sei / Traz pelo cais, vai! Num container da Bélgica vem

Dez, noventa, cem pentes de cinquenta / 3kg, cano curto tem, 900 por minuto, quem? / "Quero ver quem"

5.7 por 18 para destros e canhotos / Compacta e segura, mano / Impacto de um furacão, compara-se a um fura

Os cara é só à vista, tio / Malandrão se arromba, é... Vários homem bomba

Entre as lâminas, 12 microcâmeras Tof / Sistema do choque, HD, ó só, os sócios vão ver

Uma por beco, duas na endola / O Big Brother é em dólar, a firma é bico seco

A festa acaba cedo, se falta pra geral / Por que nada vai bem se os negócios vão mal

Prra-papa-papa-pei! / Meu baby é bravo, eu sei

E a natureza se recicla, outro mil neguin zica / Pior que a C. I. A

Prra-papa-papaa-pei! / Quero ver quem vem, quero ver

Essa faixa é uma homenagem a Emerson Neguin, o criador da marca “Vila Fundão”. As cores desta marca são o preto e o laranja, e os integrantes dos Racionais as utilizam em todos os shows. Emerson faleceu em 2002, devido a um acidente de moto. Quando Brown canta que “o crime é o rap, o rap é o crime”, acredito se tratar de uma referência ao também finado Sabotage, que cantava “o crime é igual ao rap, o rap é minha alma”. Ao rimar que “seis pretos na esquina, objetivo um só: notas verde azul piscina”, Mano Brown narra uma cena de tráfico de drogas que pode acontecer em qualquer esquina de qualquer grande cidade do país. O objetivo dos traficantes é um só: as notas de cem. Analogia para dizer que o que eles querem é muito mais. Vinte mil papelotes a vinte reais cada um, dá um lucro bruto de 400 mil reais, se divididos para “quatro mulecotes”. Logo em seguida, a partir de “traz pelo cais”, Brown narra uma cena de tráfico de armas. Ele dá minuciosos detalhes de uma submetralhadora, que, na narrativa, serão compradas apenas “à vistas”. Quando há a afirmação de que “nada vai bem se os negócios vão mal”, mais uma vez os Racionais mostram afinidade com o discurso consumista na qual o prejuízo financeiro é o maior mal a ser evitado por qualquer negociante. E, como Brown já afirmou em entrevista ao programa “Roda Viva”, ele vê o traficante como um comerciante qualquer³⁷. De fato, a lógica capitalista é a mesma.

A segunda estrofe contém, na minha opinião, um dos versos mais significativo de todo o álbum. Ao afirmar que “a natureza se recicla em outros mil neguin zica”, Mano Brown garante que o espírito de Emerson Neguin, naturalmente, se reciclou por outros “mil neguin zica”. A rima seguinte “pior que a C.I.A.” contém uma dupla crítica: ao mesmo tempo que coloca a C.I.A. como uma quadrilha de crime organizado, Brown diz que a sua é pior ainda.

Esta canção encontra-se na sétima *track* pois ele finaliza a primeira parte do álbum com a mensagem forte de valores morais e financeiros. Os morais se encontram no fato de ser

³⁷ Em 2007, em uma entrevista para o programa de televisão *Roda Viva*, Brown afirmou que: “Eu não falo só o traficante mas, vamos dizer assim, a favela tem a sua organização. Certo? A gente fala “o traficante”, vamos falar “comerciante”. Vamos trocar esse termo - o “traficante” - e usar “comerciante”.

http://www.rodaviva.fapesp.br/materia/470/entrevistados/mano_brown_2007.htm acesso em: 28/01/2018

uma homenagem a um amigo de Brown na vida real, mas que aqui aparece em forma de personagem. Emerson “Neguin” personifica o espírito da persistência sem “trairagem”, da luta incansável pela “vitória”. Mesmo após a morte, esse espírito mantém-se vivo. Ao ouvir com atenção, percebe-se nos segundos finais a entrada de elementos sonoros com o intuito de lembrar sons que marcam o fim de um filme. É a forma que o grupo encontrou para dizer ao ouvinte que a primeira parte do álbum chegou ao fim.

3.3.8 - Eu compro

Na mão de favelado é mó guela (mó guela)

Na mão de favelado é mó guela (mó guela)

Na mão de favelado é mó guela (mó guela)

Na mão de favelado é mó guela (mó guela)

[Helião]

Olha só aquele shopping, que da hora! / Uns moleques na frente pedindo esmola

De pé no chão, mal vestido, sem comer / Será que alguns que estão ali irão vencer?

[Ice Blue]

Minha ambição tá na pista, pode pá que eu encosto / Bm branca e preta M3 com as roda cinza eu gosto

Os nego chato no rolê de Mercedes / Apenas dois, três, quatro é foda poucos vencem

E seu sonho de ter a Fireblade vermelha Repsol Cbr / Uma Vmax, um apê, R8 Gt

Ou uma Porsche Carrera, pôr no pulso um Zenith / Ou um Patek Philippe

Um pingente de ouro com diamante e safira / No pescoço um cordão, os bico vê e não acredita

Que o neguinho sem pai que insiste pode até chegar / Entra na loja, ver uma nave zera e dizer

"Eu quero, eu compro e sem desconto" / À vista, mesmo podendo pagar

Tenha certeza que vão desconfiar / Pois o racismo é disfarçado há muito séculos

Não aceita o seu status nem sua cor

REFRÃO:

(Eu compro) / Cordão (eu compro)

Que agride (eu compro) / Os pano (eu compro)

De grife (eu compro) / Mansão (eu compro)

De elite (eu compro) / Pra nós não tem limite

Na mão de favelado é mó guela

É mó guela (guela), é mó guela (guela)

"Fique rico ou Morra tentando", assim falou 50 Cent / Sem ter como, sem dinheiro cê não entra no game

E no corre do cash tem que ganhar mais que perder / Financiar o seu sonho e acreditar em você

Seu limite cê que sabe, quer chegar aonde? / Ter helicóptero no iate, conquiste sua condição

Sem trauma, malandragem é viver / Depois que aposentar não pode mais sofrer

O que todos almejam é patrimônio e riqueza / Pro favela é proeza, ostentar a nobreza

Viajar, conforto, tem que ser primeira classe! /Hotel cinco estrelas em Miami na night gastar

Os nego quer algo mais do que um barraco pra dormir / Os nego quer não só viver de aparência

Quer ter roupa, quer ter joia e se incluir / Quer ter euro, quer ter dólar e usufruir

REFRÃO

(Eu compro) / Cordão (eu compro)

Que agride (eu compro) / Os pano (eu compro)

De grife (eu compro) / Mansão (eu compro)

De elite (eu compro) / Pra nós não tem limite

Na mão de favelado é mó guela

É mó guela (guela), é mó guela (guela)

Essa faixa é que a sintetiza melhor a sociedade do hiperconsumo e sua versão afro-brasileira do século vinte e um. Logo no início, o *rapper* Helião, do grupo paulistano RZO, versa sobre a desigualdade. Ao mesmo tempo em que ele, negro e periférico, encontra-se dentro um *shopping center* consumindo, ele passa por alguns moleques que estão pedindo esmola em frente a este estabelecimento e se questiona se eles terão chance de vencer na vida.

Ice Blue inicia seus versos já de cara afirmando sua ambição, e dizendo que ela encontra-se representada por carros caros. Nos versos seguintes ele cita várias marcas de carros e motos, todas de altíssimo luxo. Em seguida, Blue narra um negro chegando em uma loja de automóveis e querendo comprar um carro zero à vista, e sem desconto. Mesmo podendo pagar pelo carro que ele quiser, os vendedores desconfiam. Nesse exato ponto, há o chamado racismo institucionalizado. Só por ser negro, a sociedade trata ele de forma

diferente. Não aceita que ele chegou em um ponto de poder consumir um artigo de luxo que sempre esteve ao alcance de uma elite branca.

Alguns fãs antigos dos Racionais criticaram, mas o fato é que nesta faixa há uma exaltação da figura do *rapper* norte americano 50 Cent: “fique rico ou morra tentando”. No fim da canção, Blue afirma que o que os negros querem é muito mais “do que um barraco pra dormir”. O negro quer se inserir na sociedade. Quer se incluir tal qual qualquer um. Se esta inserção se dá através do consumo, que seja. Ele quer estar dentro. Quer usufruir e ser influente.

Esta oitava faixa marca o começo do “Lado B” do álbum, que conta com canções mais “padronizadas”, diferentemente do “Lado A”, que continha apenas faixas extremamente rápidas e coladas uma na outra, dando a ideia de que as sete primeiras *tracks* na verdade formam apenas uma canção, só que fragmentada em várias partes.

3.3.9 - A escolha que eu fiz

Foi a escolha que eu fiz / Agora o sangue que escorre não apaga, não é giz
Eu vacilei, não olhei / Tinha um pé ali atrás no balcão quando enquadrei
Entrei suando, era a deixa / Cada, cada prejuízo, o seu é a queixa
Eu me fodi de verdade, se pá não vai dar / Não vou ver nem as grades
Que merda é essa que eu fiz / Eu não ouvi o meu parceiro como eu ouço o juiz [Infeliz]
Respire fundo, otário / Violento e desnecessário / Dói pra caralho e agora não é hora de rezar e brisar
Louco, deixa de história! / Tem que ser homem, ladrão / Mesmo sendo massacrado no chão, né não?

Pelo barulho da moto / Aquele filha da p... me deixou feio na foto
Volto, com a prova do crime na mão / Mano, to precisando de mais um pulmão
Com vinte anos apenas, nunca dei orgulho / Só acumulo problemas
Ao menos não arrastei ninguém / Se eu for pro túmulo é o mínimo que se espera de alguém
No chão por alguns reais / Missão de risco, ousadia / Sabia, mas fui incapaz
De ter a calma, planejar o esquema / Agora jaz, não da mais, sou refém do sistema
Pela sirene fudeu / Arrancaram o capacete, um povinho me reconheceu
Cuspe na cara, chute, algema / Pior que bicho, lixo arrastado, mó cena

Se um Datena filmar.../ E a minha estrela brilhar...

Eu morro feliz / Vilão, vagabundo, foda-se o que esse porco diz

De fácil entendimento e mensagem simples, essa música narra um jovem que escolheu pelo crime. Aos vinte anos de idade, o personagem nunca deu orgulho à família, apenas problemas. Depois de um assalto mal-sucedido, ele é baleado e acredita que não vai viver nem para ver as grades. A letra representa uma reflexão ocorrida na cabeça do personagem após ser baleado.

A lírica dessa música se aproxima com o que os fãs do grupo estão acostumados a ouvir. O tom de veracidade e detalhe são propositais e marcam um lugar de fala dos Racionais.

Mesmo agonizando, ele ainda tem seu desejo final: finalmente ser reconhecido. Nem que seja como ladrão. Ele só quer ser visto. Se algum “Datena” (neste caso, emana-se a figura do apresentador de tv sensacionalista) e ele sequer se importa se este “Datena” vai dizer que ele é ladrão, que ele é o vilão da história”. Ele quer estar no foco. O que importa para o personagem é que, pela primeira vez na vida (e logo no momento de sua morte) ele se sente reconhecido. Nesta música, o consumo aparece como uma forma do rapaz pobre e sem perspectiva alguma de vida saia da invisibilidade social que ele se encontra. Neste momento, há de se recordar como termina a clássica *Vida Loka parte 2*: “Morrer como um homem é o prêmio da guerra”.

3.3.10 - A praça

Uma faísca, uma fagulha, uma alma insegura / Uma arma na cintura, o sangue na moldura

Uma farda, uma armadura, um disfarce, uma ditadura / Um gás lacrimogênio e algema não é a cura, é luxúria.

Uma censura, tentaram e desistiram / Pularam atrás da porta, filmaram e assistiram

Pediram o nosso fim, forjaram uma lei pra mim / Tiraram o nosso foco dos bloco e o estopim

Tentaram eliminar, pensaram em manipular / Tentaram, não bloquearam a força da África

Chamaram a Força Tática, Choque a Cavalaria / Polícia despreparada, violência em demasia!

Mississipi em chamas, sou fogo na Babilônia / Tragédia, vida real com a mão de um animal

Brutal com os inocentes, crianças, velhos, presentes / Ação inconsequente, covarde e desleal

Os moleque com pedra e pau / Polícia com fuzil, bomba, carro pegando fogo

Porta de aço, tomba, a mãe que chama o filho / Enquanto toma um tiro, alguém perdeu alguém

A alma no gatilho, fugir para o metrô / Tumulto no corredor, pisotearam alguém

Que ali mesmo ficou nas ruas adjacentes / A cena era presente, destruição e guerra

O mundo que desabou, how!

Nesta faixa, Edi Rock canta de forma poética sobre o fatídico dia, em 2007, no qual os Racionais se apresentaram na “Virada Cultural de SP” e a Praça da Sé se “transformou em um campo de batalha”. No meio de show, alguns fãs subiram em uma banca de jornal. A polícia usou de extrema violência para dispersá-los. Cinco pessoas ficaram feridas. Uma notícia da época dizia que “a força tática entrou em ação, atirando balas de borracha e bombas de efeito moral enquanto o show acontecia. A resposta veio na forma de pedradas e garrafadas.” Policiais despreparados que, quando se sentem em posição de poder, ficam a uma faísca/fagulha de cometer barbaridades. O *rapper* faz um retrato do policial militar brasileiro: despreparado, mal treinado, educado para uma filosofia que trata o cidadão como inimigo. Se defende e ataca com armas, coletes e bombas. Como a música diz, enquanto a polícia tinha fuzil, os fãs do grupo naquele dia só possuíam pedras e garrafas. O músico também faz uma referência ao cultuado filme *Mississippi em Chamas*, de 1988, obra que aborda fortemente a temática racial no sul dos Estados Unidos.

Ao versar “uma farda, uma armadura, um disfarce, uma ditadura, Edi Rock reafirma uma bandeira que o grupo carrega desde o princípio: a de que nas periferias brasileiras a ditadura continua firme e forte, e seus moradores ainda vivem em um estado militarizado. Nesta *track*, o grupo reafirma alguns de seus valores morais mais antigos, e que os acompanhou ao longo de toda a trajetória: a da luta contra a violência policial. Essa música se encaixa no álbum precisamente na décima faixa como se fosse uma forma do grupo dizer que, até hoje, o rap é encarado pelas forças policiais como uma subversão social.

3.3.11 - O mau e o bem

Uma vida, uma história de vitórias na memória / Igual o livro o mal e o bem / Pro seu bem, pro meu bem

Um espinho, uma rosa, uma trilha / Uma curva perigosa a mais de cem / Pro seu bem, pro meu bem

Pow pow pow, meu destino agora sou / Vou sem capacete, sem placa e sem retrovisor

Quem me aguarda? / Quem me espera? / Não me desespera pelos morros que eu passei
Fora da lei, eu sei, perdi e ganhei / Errei e acreditei numa luz que eu enxerguei
KL Jay, DJ, Vila Mazzei, o Jó me apresentou em meados de 83
Dançando break a parceria fechou, formou / Mais uma dupla de são paulo se aventurou
Em meio as trevas / É, e o sereno elaboramos a cura, a fórmula com veneno
E até hoje convivendo com o perigo andando / Em facções, roubando os corações feridos
Contra o racismo, contra a desigualdade / A máquina, a fábrica que exporta criminalidade
Várias cidades, só, vários parceiros / Um salve nas quebradas de São Paulo, Rio de Janeiro
Pelo ponteiro a 220 estou / Desde 80 é espírito que me levou
Uma vida, uma história de vitórias na memória / Igual o livro o mal e o bem / Pro seu bem, pro meu bem
Um espinho, uma rosa, uma trilha / Uma curva perigosa a mais de cem / Pro seu bem, pro meu bem
Céu azul / Céu azul
Céu azul / Céu azul

Então vai, em 90 a cena ficou violenta / Brown e Blue com pânico na zona sul
Escolha o seu caminho, negro limitado / A voz ativa de um povo que é discriminado
Me lembro bem, bem e o mal que você me fez / É que me mantém bem pra não ser pego outra vez
As armadilha que engatilha no meio da trilha / Um cumprimento, um abraço, um olho que brilha
E que atira, na mira um coração bandido
Bem vindo a selva onde todos saíram feridos / Mas tamo aqui, a postos pro seu general
Cavando o túnel e rumo ao banco central / Tô na função em direção ao horizonte
Monte Sinai, quem vai chegar ao monte / Na adolescência meu velho falava um montão
Sobre a vida sobre o mal sobre as tentação / Fechou negrão, tudo sempre será lembrado
Foi meu chefe, meu parceiro, foi meu aliado / Acelerado a milhão, na 1100
Uma vida, uma história de vitórias na memória / Igual o livro o mal e o bem / Pro seu bem, pro meu bem
Um espinho, uma rosa, uma trilha / Uma curva perigosa a mais de cem / Pro seu bem, pro meu bem
Céu azul / Céu azul
Céu azul / Céu azul
25 Anos depois / Firme e forte
Vivão e vivendo / Racionais MC's

Esta é a maior faixa do álbum, em termos de letra e de duração. Ao longo de cinco minutos, Edi Rock faz reflexões sobre o passado dos Racionais, e de como esse passado fez com que eles chegassem onde chegaram. Quando o *rapper* começa rimando que “foi sem capacete e sem retrovisor”, é uma analogia para o início de sua vida, e de seus companheiros, no rap. Eles não faziam a mínima ideia do que aconteceria, mas se jogaram de cabeça. Ele conta a história do grupo nessa faixa também. Na canção, rima-se que Edi Rock primeiro conheceu o DJ KL Jay e estes dois formaram uma dupla, e que Brown e Blue estavam do outro lado da cidade, lá “na sul”, e também eram uma outra dupla. Contra o racismo e contra a desigualdade, já se passaram mais de 25 anos, mas a luta continua a mesma nesse sentido. Após uma série de referências a canções dos primórdios do grupo (“Escolha seu caminho, “Negro limitado”, “Voz ativa”).

A letra dessa música reforça a maturidade de quem a compôs. O céu azul cantado em *looping* no fim da canção é para dar a ideia de tempos bons, ou seja, o contrário dos “tempos difíceis”, cantado pelo mesmo Edi Rock no primeiro álbum do grupo. 25 anos depois, os Racionais seguem firmes e fortes, “vivão e vivendo” (outra referência à uma canção antiga. neste caso trata-se de uma referência à faixa de abertura do álbum *Nada como um dia...*)

Esta faixa é de importância essencial para o álbum, tanto em musicalidade quanto em letra e mensagem. A batida, o ritmo e a levada desta canção se assemelham a uma balada, uma novidade musical na carreira do grupo. Uma balada pode-se entender como uma música de ritmo lento e letra romântica, e é exatamente isso o que encontramos aqui. Ao fazer uma música contando a própria história, os próprios percalços e os próprios erros e acertos, demarca-se mais uma vez uma posição de topo na hierarquia do rap nacional. Para se fazer uma música contando a própria história, é preciso antes ter história para contar. E isto os Racionais sabem que têm de sobra.

3.3.12 - Você me deve

Você me deve / Você me deve

Você me deve / Você me deve

Sob o céu cor de prata sobre o chão cinza chumbo / Do capão pro mundo é nós por nós, vagabundo

Vesti minha camisa listrada e saí por aí / Por dinheiro, carai, não pra curtir

Entre putas e loucos, caretas e loques / Arrombados em choque, chamam no walk-talk

Reino da malandragem, o asfalto é selvagem, é danger / Coxinha de Santana e os malandro de Ranger

Vida loka original, dos barracos de pau / Percebeu, que o vil metal só não quer quem morreu, morou meu?
Morou meu truta, é a cena, é o banguê / O chavão, de Golf sapão vermelho-sangue
Por mil camarões, santas reuniões / Será o ali babá e seus quarenta ladrões
Digo: se o preto gosta de curtir no salão / Se o preto gosta de curtir no salão

Ê, salve, salve, salve nós, salve massa! / Viva la raça, progresso pros nossos
No fundo da boate ampliando os negócios / Matando o dragão da preguiça e do ócio
Onde os preto de coragem exhibe os blim-blim / Sem axé, sem massagem pros cu do plim-plim
A vida é difícil, sim jhonny / Companheiros pedem sua voz ao microfone
Por mim, só satisfação, tamo junto isso mesmo tru / Rappin' hood, lakers, eu também sou zulu
Família unida, esmaga boicote / Ê, bora pixote, hollywood não espera
Nova era, os preto tem que chegar / Tem que ser assim, tem que chegar, porque não?

Esta é uma das canções que não eram inéditas. Brown já a canta desde 2012. Para o álbum, ela foi repaginada e alguns versos foram alterados e outros adicionados. O *beat* dessa faixa se assemelha mais uma vez aos *traps*, mostrando, novamente, como o grupo está antenado com a evolução das batidas. Como Brown faz questão de cantar logo no começo da música, ele saiu de casa pra ganhar dinheiro, não para se divertir. Quando ele afirma que “o vil metal só não quer quem já morreu”, pode-se entender que, segundo o autor, o desejo pelo dinheiro faz parte do cotidiano de todos daquele lugar. Ao dizer que “vestiu a camisa listrada e saiu”, Brown faz referência ao samba “Camisa Listrada”, que ficou conhecido na voz de Carmen Miranda. Os “coxinhas” (gíria popularizada em São Paulo para designar policiais) estão dirigindo carros ultrapassados tipo Santana, enquanto os “malandros” estão com as mãos no volante de uma potente e moderna Ford Ranger. “O chavão de golf sapão”, referencia a canção “Mustang cor de sangue”, de um dos ídolos de todo o grupo: Wilson Simonal. E quem é este “você”, que está em dívida com Brown? A resposta não é uma pessoa singular, e sim a sociedade como um todo. A sociedade está em dívida não só com Mano Brown, como também com todo o povo negro que foi segregado, excluído e impedido de subir qualquer posição social durante séculos. Nesta canção, os valores morais e financeiros ficam claros: o dinheiro é sim uma ferramenta a ser utilizada para “subir de vida”, mas de nada adianta se esse “sucesso” não for compartilhado com as outras pessoas que integram a raça dele, no caso a raça negra.

Quando o *rapper* canta que “os pretos de coragem exibem os *bling-bling*”, faz uma referência a uma expressão em inglês que significa ostentar joias, e é muito utilizada pelos *rappers* dos Estados Unidos (e também de outros nativos de países de língua inglesa). Se lá em 1997, “seu carro e sua grana” não seduziam o vocalista do grupo, aqui ele muda o discurso e inclusive incentiva a ostentação de símbolos de luxo, ao afirmar que os negros que fazem isso são corajosos. Ampliar os negócios é sinônimo de progresso, segundo o *rapper* paulistano. Entretanto, assim como na abertura do álbum *Raio-X do Brasil*, quando Brown delimita o público para o qual ele está falando (à toda comunidade pobre da zona sul), aqui o mesmo Mano Brown delimita a quem ele deseja este *progresso*, ao gritar “Vila la raça!” Ele quer progresso para a periferia. Conseguir possuir objetos de consumo é uma das formas que o negro tem para se autoafirmar na sociedade.

Esta canção é um ode ao povo negro, com foco no negro que ganha dinheiro.

3.3.13 - Quanto vale o show?

(Introdução)

Primeira coisa que eu aprendi a fazer na minha vida foi isso aqui, ó

Só eu sei os desertos que eu cruzei até aqui, pode pá, tá lançada a sorte

83 era legal, sétima série, eu tinha 13 e pá e tal / Tudo era novo em um tempo brutal

O auge era o Natal, beijava a boca das minas / Nas favelas de cima tinha um som e um clima bom

O kit era o Faroait / O quente era o Patchouli / O pica era o Djavan / O hit era o Billie Jean

Do rock ao black as mais tops / Nos dias de mais sorte ouvia no Soul Pop

Moleque magro e fraco, invisível na esquina / Planejava a chacina na minha mente doente, hey!

Sem pai, nem parente, nem, sozinho entre as feras / Os malandro que era na miséria fizeram mal

Meu primo resolve ter revólver / Em volta outras revoltas, envolve-se fácil

Era guerra com a favela de baixo / Sem livro nem lápis e o Brasil em colapso

REFRÃO

Quanto vale?

Quanto vale?

Quanto vale?

Quanto vale o show?

Já em 86 subi aos 16 ao time principal / Via em São Paulo, tava mil grau já, favela pra carai, fi
Bar em bar, baile em baile, degrau após degrau, ia / Quanto baixo eu pude ir, pobre muito mal
O preto vê mil chances de morrer, morô? / Com roupas ou tênis sim, por que não?
Pra muitos uns Artemis, benzina ou optalidon / Tudo pela preza, irmão
Olha pra mim e diga: Vale quanto pesa ou não?

REFRÃO

Quanto vale?

Quanto vale?

Quanto vale?

Quanto vale o show?

A César o que é de César / Primeira impressão: Os muleque tinha pressa, mano
Que funk louco, que onda é essa, mano? / E assim meus parceirin virou ladrão
É que malandro é malandro memo e várias fita / Era Bezerra o que tava tendo, Malandro Rife
Outros papo, outras gírias mais, outras grifes / Cristian Dior, Samira, Le Coq Sportif
G-Shock eu tive sim, calça com pizza eu fiz / Brasil é osso, a ideia fixa eu tinha
Porque pardin igual eu assim era um monte, uma pá / Fui garimpar, cruzei a ponte pra lá
Ei, zica / Isso significa que era naquele pique, tocando repique de mão, jow
No auge da Chic Show, nos traje / Kurtis Blow era o cara, cortição da massa
Era luxo, só viver pra dançar, fui ver Sandra Sá / Whodini eu curti
A vitrine Pierre Cardin, Gucci, Fiorucci, Yves Saint Laurent, Indigo Blue
Corpo negro semi-nu encontrado no lixão em São Paulo
A última a abolir a escravidão / Dezembro sangrento, SP, mundo cão promete
Nuvens e valas, chuvas de balas em 87

REFRÃO

Quanto vale?

Quanto vale?

Quanto vale?

Quanto vale o show?

Quanto vale?

Quanto vale o show?

Esta foi a primeira música realmente inédita a ser lançada, duas semanas antes do lançamento oficial do álbum completo. Assim como “O mau e o bem”, esta música serve como marcação de um lugar de fala. Em um *flow* rápido e agressivo, Mano Brown faz de reflexões sobre seu passado na década de 1980 um poema que resultou nessa canção. Esta faixa contém um *sample* da canção norte americana “Gonna Fly Now”, tema do filme *Rocky Balboa*. Essa referência ao famoso filme do lutador, novamente, não acontece ao acaso. Além do personagem representar a metáfora da superação, a história do *Rocky* se assemelha à própria história de vida do Mano Brown, e é por isso a inserção deste *sample* no início da canção. *Rocky Balboa* é um lutador de boxe mediano, que trabalha para um agiota para poder sobreviver, ou seja, ele é um cidadão humilde como qualquer outro. Até o dia em que ele recebe um convite para lutar contra o campeão mundial dos pesos pesados, que, no filme, possuía um cartel de 46 lutas e 46 vitórias. O objetivo de *Rocky* primeiramente nem é ser campeão, é não perder por nocaute. Essa é uma metáfora para a vida como um todo, pois, assim como a luta, o importante é terminá-la sem ser nocauteado. No fim, após 15 *rounds* e nenhum nocaute, o personagem interpretado por Sylvester Stallone perde por decisões dos juízes, por 8 a 7. O filme é sobre se esforçar ao máximo e conseguir aproveitar as chances que a vida oferece. Nesta canção, Brown se reafirma exatamente como o personagem *Rocky*.

O “tempo brutal” citado no início da letra remete a um Brasil que passava por uma crise econômica fortíssima. O “moleque magro, invisível na esquina” é a personificação do sentimento de esquecimento. Ao se sentir sozinho e sem opções ao seu redor para sair da miséria, o menino passa a pensar em outras saídas, muitas vezes na criminalidade. “Sem livro, nem lápis”, uma crítica um país que ignorava quase que completamente a educação dos jovens pobres. O drama da vida real do compositor, de ter crescido sem pai, aparece no verso “sem pai, nem parente, sozinho entre as feras”. O refrão contém no *sample* a voz de Silvio Santos repetindo três vezes “quanto vale?” e na quarta vez, se finaliza a sentença: “quanto vale o show?” Este era um dos bordões do famoso apresentador. Novamente, a voz do dono do *SBT* não se faz presente sem um porquê. Ao colocar no refrão de uma música a voz de um dos apresentadores mais midiáticos do país, o grupo reafirma a sua posição de que hoje eles jogam, sim, com a mídia. Só não abrem mão dos valores morais de falarem de suas raízes.

No caso dos Racionais, este “quanto vale o show” tem um duplo significado: primeiro, porque o *show*, neste caso, é a vida real de cada um dos quatro. O espetáculo

nasceu das experiências vividas por cada um dos integrantes dos Racionais. O segundo sentido é o que vai em forma de pergunta direta para quem critica o fato deles, sim, quererem ganhar dinheiro. Quanto vale o show de um negro favelado de tênis *AllStar* que vive para dançar e curtir, mesmo estando no meio do fogo cruzado de um cotidiano violento? É o que me parece que o compositor quer realmente perguntar a estas pessoas. Os olhos do adolescente que foi Mano Brown já estavam cheios de maldade em 1986, aos 16 anos, que é quando, segundo o autor, ele se sente no “time principal”, ou seja, adulto. Já sabia que o “preto via mil chances de morrer”. Em “tudo pela preza, irmão”, há uma referência à “Palco”, de Gilberto Gil.

Quando o *rapper* canta que “os muleques tinham pressa”, essa pressa é a de consumir o que, naquela época, estava muito distante da realidade deles. Enquanto ele se interessava pela música, alguns de seus amigos de bairro viraram bandidos. Ao afirmar que “malandro é malandro memo”, Brown mais uma vez ratifica o pensamento do finado sambista carioca Bezerra da Silva³⁸. Inclusive “malandro rife” é uma referência à música de Bezerra de mesmo nome que fazia sucesso na época. Para ampliar a visão, Brown cruza “a ponte pra lá”. Novamente, há uma citação de uma própria antiga música dos Racionais (*Dá ponte pra cá*). Em busca de novas oportunidades e vivências, o autor sai de sua quebrada com a intenção de alcançar seus sonhos. Nesse tempo, ele via nas vitrines as marcas mais desejadas “Pierre Cardin, Gucci, Fiorucci, Yves Saint Laurent, Indigo Blue” e sonhava em possuí-las. Logo no verso seguinte, Brown rima *indigo blue* com *corpo negro seminu*, demonstrando que ao mesmíssimo tempo que o jovem negro sonha em possuir objetos de consumo, a vida dele também pode acabar a qualquer momento e ele ser jogado em um lixão.

Esta canção se coloca precisamente na décima-terceira faixa por representar valores de caráter, como a importância de não desistir que os Racionais fazem questão de reafirmar. Como Brown canta em *Vida Loka parte 2*: “a felicidade ainda existe, é uma trilha estreita em meio a selva triste”. Em *Quanto Vale o Show?* o mesmo Brown, de forma implícita, afirma que trilhou esta trilha estreita e chegou até à felicidade. E essa felicidade se perpassa necessariamente, entre outras coisas, pela aquisição de bens de conforto. Entretanto, jamais se esquecendo das raízes.

³⁸ Bezerra da Silva foi um dos maiores sambistas de todos os tempos do Rio de Janeiro. Uma das mais famosas canções interpretadas por ele dizia no refrão que “malandro é malandro e mané é mané”.

3.3.14 - Coração barrabaz

Você feliz por aí e eu aqui na prisão que eu mesmo construí, sobrevivo
Dentre os muros do desejo eu vejo dor, fagulhas, mágoas no ventilador
Um abismo, paixão e egoísmo / Guerra entre os lençóis / Veja só o que sobrou de nós
Só o vício de ter e querer por querer pra depois se enganar / Da decisão de ser, estar, tentar ser feliz
Eis por 36 horas de amor ininterrupto eu quis / Num dom corrupto diz que eu sou um monstro
É que meu coração barrabaz, por amar demais / Ia ser julgado a revelia e a lei
Se soubesse o que eu sei não amaria, há! / Esses pobres monstros, se soubesse o que eu sei
Dessa pena capital vou dar o sopro só / Urubus ao meu redor esperam a noite chegar
Eu posso ser um assassino, não me pressione / Reconheço a dor de um homem quando vê

Lutar pra ser feliz, eu te proponho / Pelos mais e melhor dias de nossas vidas / Eu acredito

Esta faixa funciona como introdução da faixa seguinte. Recheada de *autotune*, Brown narra uma história de amor onde a mulher desejada está feliz, porém ele encontra-se preso “em uma prisão que ele mesmo construiu”, ou seja, o eu-lírico vive em um casamento infeliz. Ele cita a voracidade sexual em “guerra entre os lençóis” e a forte erotização na qual os amantes vivem. “12 por 36” ele quer dizer que o casal passou três dias seguidos transando por doze horas. Essa “voracidade” é visto como uma forma de corrupção para alguns religiosos.

“Soubesse o que eu sei.. esses pobres moços, se soubessem o que eu sei” é uma referência ao samba “Pobres Moços”, de Lupicínio Rodrigues, de 1974. No fim do poema, Brown afirma que é pacífico até certo ponto. Novamente, há mais uma autoreferência, em “Periferia é periferia”, do *Sobrevivendo no Inferno*, há o verso “a revolta deixou um homem de paz imprevisível”.

O fim da faixa marca o início da próxima com a introdução de um *sample* que diz “Felizes...felizes...”. À época, não tinha como ninguém saber, mas este *sample* foi retirado de uma música do álbum solo de Mano Brown que só foi lançado um ano e meio após o lançamento do *Cores e Valores*.

3.3.15 - Eu te proponho

Baby, eu te proponho / Meu jardim secreto, a casa do meu sonho
Matriz do meu lugar, onde você poderia nadar / Sem lenda, sem fenda, eu tentei te levar
Vamos fugir desse lugar, baby / Vamos fugir desse lugar
Dei-me tua mão e confia em mim, eu (eu) / Quero te mostrar um mundo novo, só meu (meu)
Peço discrição, por mais de mil motivos / Não por nada, pouco possessivo, perdão
Algo que me orgulhe, para que eu mergulhe / Nesse corpo absurdo, nesse corpo inseguro
Eu posso ser seu escudo no claro ou no escuro / E é eterno enquanto dure e através do muro
E se moiar? E se o júri ter provas contra nós? / Tem além do horizonte, vida nova, outro ar

No nosso dicionário tem / Meu imaginário diz: "larga de ser boba e vem ver"
O verso que eu te fiz, ler e harmonia / O dia nascer feliz, baby
Abre os seus braços, a gente faz o país, baby / Essa é a vida que eu quis, eu abracei com as 10
Exagerando a 180 ou jogado aos seus pés, baby / "Vamos fugir desse lugar, baby"
Se tá pra ser feliz / Eu te proponho / Os mais e melhores dias de nossas vidas / Acredito em ti
De cara com seu sexo, amei, sabor do mel / Vou ao céu que cê crê, estresse ou loucura,
espécie de cura, esquece /Estou por mim, por um triz
Vou entre suas coxas, minha diretriz / Não há morro tão alto, vale tão fundo
Toda pressão, tudo, foda-se o mundo cão / Você no toque ou com a glock na mão, já era
Te fujo na serra, eu fujo à vera, eu fui / Fundo na ideia, eu bolo uma vela, eu fumo
O norte é meu rumo, a noite eu não erro / Os federais dão um zoom, a 381 berra
Onde o amanhecer é lindo, cultuar / Ao seu senhor aos dias de domingo, acordar
Ao som das catedrais e o cheiro de café / Jamais olhar pra outra mulher qualquer
Vem ver, vamos fugir desse lugar, baby

A última faixa do *Cores e Valores* é a primeira música romântica da história dos Racionais. Outra forma de demarcar território. Se a carreira deles foi construída, em geral, ao falar sobre temas violentos ao extremo, aqui eles se reafirmam tão independentes que eles são independentes até dessa mesma cartilha que alguns fãs sugerem que o grupo siga. Eles podem falar do que eles quiserem, é o que sugere a mensagem. Propositalmente, a última *track* do

Cores e Valores. Brown começa a versar com uma referência a um clássico do Gilberto Gil, “Vamos Fugir”. Essa letra é cheia de versos que fazem menções a canções famosas da música brasileira, que versam, em sua maioria, sobre temas românticos. Em “Quero te mostrar um mundo novo”, menciona-se um verso da canção “Na sombra de uma árvore”, de Hyldon (outro ídolo de Brown). “Abre seus braços, a gente faz uma país”, remete-se ao *hit* “Fullgás”, de Marina Lima. Logo depois, referencia-se “Exagerado”, de Cazuza. Quando Brown canta “nesse corpo absurdo, nesse corpo inseguro”, ele, timidamente, exalta também a beleza da mulher negra e, mais timidamente ainda, assume uma espécie de fraqueza ao admitir que ao lado da mulher amada se sente inseguro, como qualquer outro homem.

O eu-lírico da canção vive um amor bandido e promete fugir para algum lugar na Serra com a mulher que ele ama, e para isso é capaz de tudo. Ele dá pistas para onde vai: “os federais dão um *zoom* na 381” A BR 381, também conhecida como Rodovia Fernão Dias, liga a grande Belo Horizonte a grande São Paulo, passando pelo interior dos dois estados.

Esta faixa termina com um *sample* de “Castiçal”, de Cassiano sendo cortado abruptamente. “Algo me diz, que amanhã verei o meu amor”.

Nesta faixa, Brown retoma um valor moral exposto em *Eu te disse*: “mulher é sagrado”. Pelo fato da mulher amada ser “sagrada”, o eu-lírico vai até as últimas consequências para ficar ao lado desta mulher. É um romantismo bruto e machista, não há dúvidas, porém continua sendo a única música da história do grupo que se propõe a falar romanticamente sobre uma relação a dois. Ao concluir o álbum com uma canção romântica, o grupo se coloca como maior que o “mito” que foi criado ao redor dos Racionais, em mais de 20 anos de carreira. Eles não se limitam a seguir nenhuma cartilha imposta por ninguém que não seja de dentro do próprio grupo. Se sentirem vontade, podem até falar de amor.

4. Considerações finais

Este presente trabalho teve como objetivo principal compreender a representação do consumo através do álbum *Cores e Valores* dos Racionais MC's. Para isso, foi preciso pesquisar sobre diversos temas que rodeiam a busca por essa compreensão do álbum.

Primeiramente, se mostrou necessário abordar o conceito de cultura como modo particular de vida compartilhado em conjunto, e institucionalmente sustentado, de ideias, valores, crenças e comportamentos. Ou seja, se existe uma *cultura do consumo*, esta se mostra nos tempos atuais sustentada pelas instituições públicas e privadas. Como a *dupla-revolução* foi primordial para a formação desta cultura do consumo, e como ela se consolidou nas primeiras décadas do século 20. A maneira como a psicanálise foi utilizada em prol da formação da mentalidade de consumidores também foi abordada.

As três décadas pós Segunda Guerra Mundial se mostraram como o ciclo dourado do capitalismo de consumo. A partir da segunda metade da década de 1980 nós passamos a viver na era do *hiperconsumismo*, como afirmou o filósofo Gilles Lipovetsky. Esse hiperconsumismo consiste em um consumo que vai além da utilidade do produto: ele carrega expressões de identidade nas marcas e experiências sensitivas pessoais.

Além de buscar as raízes da sociedade do consumo, esta pesquisa também buscou assimilar as relações entre consumo e cidadania, com foco específico na América Latina. Mostrou-se que não só nas Américas, mas no mundo todo, o consumo é essencial para distinguir as classes sociais, e como os excluídos deste universo consumista vivem à margem da sociedade. Aos pobres, os não-consumistas, se reserva uma rede de exclusão social na qual é muito difícil de sair. Este tema é abordado em todas as fases do grupo e foi personificado na canção *Negro Drama*.

Este presente trabalho expôs as origens do hip-hop enquanto cultura. Como o hip-hop nasceu nos EUA, como chegou ao Brasil, seus primórdios e fundamentos. Foi apresentada a história do grupo Racionais MC's desde o início do grupo, no fim dos anos 1980, passando pelos caminhos e álbuns lançados pelos *rappers* paulistanos nos anos 1990, época em que se consolidaram como o maior nome do rap brasileiro.

Quando o *Cores e Valores* foi lançado, a crítica dos grandes veículos tradicionais em geral teceram comentários positivos ao álbum. Alguns autores de publicações independentes apontaram o que julgaram ser os “pontos fracos” do disco.

Para a compreensão do contexto social sobre o qual o álbum fala, escolhi seis indicativos que considereei serem capazes de situar as mudanças ocorridas no Brasil entre o ano de 2002, onde houve o lançamento do álbum *Nada Como Um Dia Após o Outro Dia*, até 2014, quando os Racionais lançaram o *Cores e Valores*.

Levantou-se dados que comprovaram que a Economia do país cresceu ao longo dos dois governos Lula, tendo seu ápice de crescimento em 2010 (7,5%). Ao mesmo tempo, com a política de ampliação do acesso à educação superior, o número de alunos negros e de origem humilde cresceu consideravelmente. Até a ONU considerou que desigualdade social no país diminuiu notavelmente no Brasil, principalmente por conta de investimentos em programas sociais como o Bolsa-Família. O número de trabalhadores com carteira assinada atingiu os maiores níveis da história do Brasil. Por outro lado, centenas de milhares de pessoas foram presas nesse meio tempo de 12 anos, o que mostra que a criminalidade não diminuiu. As taxas de homicídio continuaram iguais a de um país em guerra.

Todas essas mudanças sociais apontam para um brasileiro que, em 2014, contava com mais oportunidade de estudar, com a economia indo bem, a desigualdade social diminuindo e com mais possibilidades de se estabilizar no trabalho. Entretanto, a sociedade continua extremamente violenta, perigosa e segregacionista. Essa é o ambiente que o *Cores e Valores* procura representar: a de um cidadão que *quer* consumir, que *pode* consumir, mas que ainda enfrenta problemas seculares, como o racismo e o preconceito de uma sociedade que não aceita a prosperidade de determinados tipos de pessoas. Ao considerar tudo isso, partiu-se para a análise de todas as faixas do álbum, como cada uma se enquadra na ordem do disco, qual é o lugar do consumo em cada música e quais são os valores, morais e financeiros, narrados ao longo de todo o álbum.

Conclui-se que cada faixa manifesta diferentes valores, que são complementares entre si, assim como as *tracks* do álbum se complementam ao serem ouvidas de forma encadeada. Logo na primeira faixa, os Racionais exprimem a importância da lealdade e da amizade, de como o ideal é conquistar o que for possível sem se corromper moralmente. A autoestima e adaptação aos novos tempos também ganha força, assim como a identificação que as cores “preto e laranja” trazem ao grupo. Essas cores servem como um meio dos *rappers* se identificarem. É importante ganhar dinheiro, sim, mas ficar “aos lados dos parceiros” é mais importante ainda, é o que os Racionais afirmam. O grupo também manifesta a posição de que “cobiçar a mulher do próximo” é um desvio de conduto imperdoável no meio onde vivem. O “Preto Zica” é o negro que persiste sempre atrás de seus objetivos, mas nunca utiliza da

“trairagem” para alcançá-los. Ao passo que este negro começa a se instruir, ele também deseja usufruir do que o mundo pode oferecer, e que a ele sempre foi negado. Mesmo podendo pagar pelo que quiser, e à vista, a sociedade “olha” para este negro de forma diferente. Ainda não aceita vincular *status* social com pessoas de pele escura. Independentemente disto, há uma mensagem de que o negro pode chegar a consumir o que quiser, quando quiser. O limite é ele quem próprio dá.

As marcações territoriais se consolidam a partir da segunda metade do disco. Em “A escolha que eu fiz”, o grupo se utiliza do lugar de fala de quem está próximo daquela realidade, por isso mesmo o tom de advertência de alguém que mostra saber sobre o que está falando. “A praça” reforça a ideia de como, apesar dos séculos, a violência policial continua a afetar diretamente o povo pobre e periférico. A balada autobiográfica “O mau e o bem” remarca uma posição de autoridade, afinal, qualquer tipo de biografia é sobre pessoas que exercem papéis importantes e consideráveis em algum meio social. Em “Você me deve”, Mano Brown faz uma cobrança histórica à sociedade, ao cobrar tudo o que sempre lhe foi negado, como o direito à educação, ao lazer, à igualdade de chances, e, também, ao consumo. “Quanto vale o show” é outra canção autobiográfica, desta vez de Mano Brown. Mais uma vez, as referências ao passado do próprio grupo funcionam como um meio de marcarem território.

Fechar o álbum com uma canção romântica é também uma marcação territorial, desta vez de independência. Não seguir normas pré-estabelecidas é a forma que o grupo encontrou para se manter soberano. Os Racionais podem falar de tudo, até de amor.

5.– Anexo

5.1 – Ficha técnica

O álbum *Cores e Valores* possui quinze faixas. São elas:

Faixa	Título	Compositor	Duração
1	Cores e valores	Mano Brown	1:16
2	Somos o que somos	Ice Blue \ Helião	1:07
3	Cores e Valores - Preto e amarelo	Negreta	0:37
4	Trilha		0:24
5	Eu te disse	Mano Brown	0:54
6	Um preto zica	Edi Rock \ Mano Brown \ Irmão Arabico	2:03
7	Cores e valores - Finado neguin	Mano Brown \ Lino Krizz	2:01
8	Eu Compro	Ice Blue \ Helião \ Mano Brown	3:34
9	A escolha que eu fiz	Edi Rock	1:49
10	A praça	Edi Rock \ Irmão Arabico \ Julianio Kurban	2:49
11	O mau e o bem	Edi Rock \ Don Pixote \ Lino Krizz \ Dj Skrit	5:00
12	Você me deve	Mano Brown \ Don Pixote	2:41
13	Quanto vale o show?	Mano Brown	2:53
14	Coração Barraç	Mano Brown	1:29
15	Eu te proponho	Mano Brown \ Lino Krizz	3:49

5.2 – Produção do álbum

- Mano Brown - produção; programação de bateria e teclado, bateria, som
- DJ Cia - produção; programação de bateria e teclado, bateria, som
- Ice Blue - produção
- Blood Beatz - produção; arranjos, execução, teclado, bateria
- DJ Rick Dub - produção
- Irmão Arabico - produção
- Juliano Kurban - produção; baixo, bateria, trompete, teclado midi
- Lino Krizz - produção; programação de bateria, contrabaixo
- Willian Pinto Magalhães - produção
- DJ Skrit - produção; teclado, synth, programação de bateria, contrabaixo
- Chris Gehringer - masterização (Sterling Sound)
- Brewery Recording Studio – mixagem

6. Referências bibliográficas:

- BARBOSA**, Livia. **Sociedade do consumo**. 1 ed. Rio de Janeiro: Zahar, 2004. .
- BAUMAN**, Zygmunt. **Vida para consumo**: a transformação das pessoas em mercadoria. 1 ed. Rio de Janeiro: Zahar, 2007.
- BERNAYS**, Edward L.. **Propaganda**. 2 ed. New York: Horace Liveright, 1928.
- CANCLINI**, Néstor Garcia. **Consumidores e cidadãos**: conflitos multiculturais da globalização. 8 ed. Rio de Janeiro: UFRJ, 2010.
- CARVALHO**, José Murilo De. **Cidadania no brasil**. 22 ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2016.
- DUFOUR**, Dany Robert. **A cidade perversa**: Liberalismo e pornografia. 1 ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2013.
- FÉLIX**, João Batista de Jesus, 2005, **HIP-HOP: cultura e política no contexto paulistano**. São Paulo, Universidade de São Paulo. Tese de doutoramento em antropologia social.
- FONTENELLE**, Isleide Arruda. **Cultura do consumo**: Fundamentos e formas contemporâneas. 1 ed. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2017.
- HOBBSBAWN**, Eric John. **A era das revoluções**. 33 ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2015.
- LIPOVETSKY**, Gilles. **Felicidade paradoxal**: ensaio sobre a sociedade do hiperconsumo. 1 ed. São Paulo: Companhia das Letras, 2007.
- OLIVEIRA**, Roberto Carvalho De. **Rap e política**. 1 ed. São Paulo: Boitempo, 2015.
- RODRIGUES**, Apoenan, **Rap ganha vida nova**.. Jornal do Brasil. 12 out. 1993
- SAMPAIO**, Dafne de Souza. **Indiscotíveis**. 1ed. São Paulo. Lote42. 2014
- SANCHES**, Pedro Alexandre. **Racionais estão menos messiânicos e mais suingados**. Folha de SP. 02 ago 2002
- SOUZA**, Jessé. **A tolice da inteligência brasileira**: ou como o país se deixa manipular pela elite. 1 ed. São Paulo: Le Ya, 2015.
- VALETTA**, Marcelo. **Pioneiro no Hip-hop, MC Jack volta com Meu Lugar**. Folha de SP. 05 out. 2001
- VELOSO**, Caetano. **Sobrevivendo no inferno**. O Globo. 29 abril 2012
- VIEIRA**, Paulo. **É o mais violento disco já produzido no Brasil**. Folha de SP. 23 dez. 1997
- VIANA**, Hermano. **O mundo funk carioca**. 1 ed. Rio de Janeiro: Zahar, 1987.
- TELLES**, Vera Silva. **Questão social: afinal, do que se trata?**, Revista São Paulo em Perspectiva, Nº10, SEAD. 1996

WEBER, Max. A ética protestante e o "espírito" do capitalismo. 6 ed. São Paulo: Companhia das Letras, 2004.

WEB:

BBC. O legado dos 13 anos do PT no poder em seis indicadores internacionais. Disponível em: <http://www.bbc.com/portuguese/noticias/2016/05/160505_legado_pt_ru> acesso em 26 jan. 2018

DIEESE. Política de Valorização do Salário Mínimo: valor para 2016 é fixado em R\$ 880,00. Disponível em: <<http://www.dieese.org.br/notatecnica/2015/notaTec153SalarioMinimo2016.pdf>> acesso em 28 jan. 2018

EBC. Percentual de negros dobra, mas ainda é inferior ao de brancos. Disponível em: <<http://agenciabrasil.ebc.com.br/educacao/noticia/2016-12/percentual-de-negros-em-universidades-dobra-mas-e-inferior-ao-de-brancos>> acesso em 27 jan. 2018

EBC. Com 726 mil presos, Brasil tem terceira maior população carcerária do mundo. Disponível em: <<http://agenciabrasil.ebc.com.br/geral/noticia/2017-12/populacao-carceraria-do-brasil-sobe-de-622202-para-726712-pessoas>> acesso em 28 jan. 2018

ESCUTA ESSA. Racionais MCs – Cores & Valores (2014). Disponível em: <<https://escutaessareview.com/2014/11/26/racionais-mcs-cores-valores-2014/>> acesso em 05 jan. 2018

ESFORÇADO. Sobrevivendo no inferno. Disponível em: <<http://dafnesouzasampaio.blogspot.com.br/2014/08/indiscotiveis-sobrevivendo-no-inferno.html>>. Acesso em: 03 out. 2017.

ESTADO DE SP. Novo disco dos Racionais vem nostálgico e com reflexões profundas. Disponível em: <<http://cultura.estadao.com.br/noticias/musica,novo-disco-dos-rationais-vem-nostalgico-e-com-reflexoes-profundas,1601477>> acesso em 03 jan. 2018

ESTADO DE SP. Consumo teve alta de R\$ 500 bi na era Lula, diz estudo. Disponível em: <<http://economia.estadao.com.br/noticias/geral,consumo-teve-alta-de-r-500-bi-na-era-lula-diz-estudo,8967e>> acesso em 26 jan. 2018

ESTADO DE SP. PIB brasileiro em 2002 é de R\$ 1,32 trilhão Disponível em: <<http://economia.estadao.com.br/noticias/geral,pib-brasileiro-em-2002-e-de-r-1-32-trilhao,20030327p15094>> acesso em 26 jan. 2018

EXAME. O mapa dos assassinatos no Brasil nos últimos 30 anos. Disponível em: <<https://exame.abril.com.br/brasil/o-mapa-dos-assassinatos-no-brasil-nos-ultimos-30-anos/>> acesso em 28 jan. 2018

EXAME. Polícia brasileira é a que mais mata no mundo, diz relatório <<https://exame.abril.com.br/brasil/policia-brasileira-e-a-que-mais-mata-no-mundo-diz-relatorio/>> acesso em 28. jan 2018

FOLHA DE SP. Após 12 anos sem álbum de inéditas, Racionais MC's lançam novo disco. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/2014/11/1552999-rationais.shtml>> acesso em 03 jan. 2018

FOLHA DE SP. Tumulto em MG marca ato de Lula. Disponível em: <<http://acervo.folha.uol.com.br/fsp/1998/09/30/125/>> acesso em 25 jan. 2018

FOLHA DE SP. Lula transforma Racionais em cavaleiros da cultura Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/ilustrad/fq0811200628.htm>> acesso em 28 jan. 2018

G1. Super nintendo será relançado em setembro com 21 jogos na memória. Disponível em: <<https://g1.globo.com/tecnologia/games/noticia/super-nintendo-sera-relancado-em-setembro-com-21-jogos-na-memoria.ghtml>>. Acesso em: 03 jan. 2018.

IPEA. Evolução e Determinantes da Taxa de Homicídios no Brasil. Disponível em: <http://www.ipea.gov.br/portal/images/stories/PDFs/TDs/td_1808.pdf> acesso em 28 jan. 2018

JUSBRASIL. PSDB e PT têm maiores índices de homicídios da história. Disponível em: <<https://professorlfg.jusbrasil.com.br/artigos/12094269/psdb-e-pt-tem-maiores-indices-de-homicidios-da-historia>> acesso em 28 jan. 2018

MEC. A democratização e expansão da educação superior no país 2003 – 2014. Disponível em: <http://portal.mec.gov.br/index.php?option=com_docman&view=download&alias=16762-balanco-social-sesu-2003-2014&Itemid=30192> acesso em 27. jan 2018

MONKEY BUZZ. RACIONAIS MC'S - CORES E VALORES. Disponível em: <<http://monkeybuzz.com.br/resenhas/albums/13294/rationais-mcs---cores-e-valores>> acesso em 05 jan. 2018

MOVIN UP. “Cores & Valores” escancara o ocaso do Racionais MC’s. Disponível em: <<http://revistamovinup.com/reviews/reviews-de-cds/2014/cores-e-valores-rationais-mcs>> acesso em 04 jan 2018

NA MIRA DO GROOVE. RACIONAIS MCS | CORES & VALORES. Disponível em: <<http://namiradogroove.com.br/blog/criticas/rationais-mcs-cores-valores>> acesso em 04 jan. 2018

NEXO JORNAL. 10 índices econômicos e sociais nos 13 anos de governo PT no Brasil. Disponível em: <<https://www.nexojornal.com.br/especial/2016/09/02/10-%C3%ADndices-econ%C3%B4micos-e-sociais-nos-13-anos-de-governo-PT-no-Brasil>> acesso em 26 jan. 2018

O GLOBO. Memórias pardas dos Racionais MC’s. Disponível em: <<https://oglobo.globo.com/cultura/musica/critica-memorias-pardas-dos-rationais-mcs-1471122>> Acesso em 03 jan. 2018

O GLOBO. Cresce índice de alunos negros e de baixa renda nas faculdades federais. Disponível em: <<https://oglobo.globo.com/sociedade/educacao/cresce-indice-de-alunos-negros-de-baixa-renda-nas-faculdades-federais-19944601#ixzz55IwZC2uIstest>> acesso em 27. jan 2018

O GLOBO. Violência em números: RJ é o estado onde mais morrem policiais. Disponível em: <<https://oglobo.globo.com/rio/violencia-em-numeros-rio-o-estado-onde-morrem-mais-policiais-21102231>> acesso em 25 jan. 2018

O GLOBO. PIB brasileiro fecha 2010 com crescimento de 7,5%, maior desde 1986, aponta IBGE. Disponível em: <<https://oglobo.globo.com/economia/pib-brasileiro-fecha-2010-com-crescimento-de-75-maior-desde-1986-aponta-ibge-2815938#ixzz55Is3G0Rcstest>> acesso em 27 jan. 2018

ONU. Programa Bolsa Família é exemplo de erradicação de pobreza, afirma relatório da ONU. Disponível em: <<https://nacoesunidas.org/programa-bolsa-familia-e-exemplo-de-erradicacao-de-pobreza-afirma-relatorio-da-onu/>> acesso em 27 jan. 2018

R7. Cores e Valores, novo álbum do Racionais MC's, ganha as ruas. Disponível em: <<http://entretenimento.r7.com/pop/cores-e-valores-novo-album-do-racionais-mcs-ganha-as-ruas-25112014>> acesso em 03 jan. 2018

REVISTA FÓRUM. Racionais MC's: Raça e consumo em Cores & Valores. Disponível em: <<https://www.revistaforum.com.br/2017/10/14/racionais-mcs-raca-e-consumo-em-cores-valores>> acesso em 06 jan. 2018

ROLLING STONE. Racionais MC's mostram renovação e influência da trap music em Cores & Valores. Disponível em: <<http://rollingstone.uol.com.br/blog/cultura-de-rua/racionais-mcs-mostram-renovacao-e-influencia-da-trap-music-em-icores-valoresi#imagem0>> acesso em 04 jan. 2018

UOL. Um dia após o outro com os Racionais MCs. Disponível em: <<http://cliquemusic.uol.com.br/materias/ver/um-dia-apos-o-outro-com-os-racionais-mcs>> acesso em 27 jan. 2018

UOL. Em 10 anos, polícia do RJ mata quase o dobro que a polícia de todos os EUA. Disponível em: <<https://noticias.uol.com.br/cotidiano/ultimas-noticias/2016/11/11/em-10-anos-policia-do-rj-mata-quase-o-dobro-da-policia-de-todos-os-eua.htm>> acesso em 25 jan. 2018

UOL. Coeficiente de gini. Disponível em: <<http://mundoeducacao.bol.uol.com.br/geografia/coeficiente-gini.htm>> acesso em 27 jan. 2018

VÍDEOS:

YOUTUBE. Edward I. Bernays beech-nut packing co. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=6vfz_fggvji>. Acesso em: 02 jan. 2018.

YOUTUBE. Panelaço com João Gordo - Peixe de tofu com Mano Brown. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=YOQFT38VU1E>> acesso em 27 jan. 2018