

TRAP BRASILEIRO: música de rua na perspectiva dos Estudos Culturais¹

Roberto GONZAGA²

Gisela G. S. CASTRO³

Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM), São Paulo, SP

RESUMO

Desdobramento de estudo etnográfico que analisou como a cena *trap* é vivenciada, consumida e interpretada nas periferias urbanas brasileiras, este artigo procura demonstrar tensões oriundas da crescente comercialização da cultura *trap* no Brasil. Partimos do lançamento do álbum *Trap The Fato Deluxe*, do *trapper* Derek, para discutir como sentidos ligados à pobreza e à marginalidade seriam colocados em disputa, articulando aspectos identitários, políticos e econômicos. Para isso, nos apoiamos na visão da Estudos Culturais como referencial teórico, com ênfase nas contribuições de teóricos como Williams (2011), Hall (1992, 2003), Canclini (1988) e Cevalco (2014), que interpretam o consumo de música como uma prática cultural intrincada. Na metodologia, combinamos observação participante, *flanerie* e o método da cena. Identificamos que, apesar dos estigmas associados, o *trap* articula uma forma de resistência que contesta as estruturas de poder e as perspectivas dominantes sobre como ser integrado aos fluxos de consumo, comunicação e cidadania na sociedade atual.

PALAVRAS-CHAVE: Cultura; Estudos Culturais; Consumo Musical; Periferia, *Trap*.

Das periferias às paradas do sucesso musical: o consumo da cultura *trap*

Classificado como um subgênero do *rap*, o *trap* é um estilo musical derivado do *hip-hop* jamaicano da década de 1960. Como desdobramentos na música e em outras manifestações artísticas, o *hip-hop* teve raízes na diáspora africana, refletindo as experiências e lutas das populações pretas fora da África.

O termo *trap* originalmente se referia a locais associados ao tráfico de drogas. Ao longo de décadas, o gênero musical vem prosperando em cidades da América onde a herança africana é proeminente, com destaque ao Brasil. Enquanto nos EUA o gênero foi enraizado nas experiências de gangues e guetos, no Brasil, foi adaptado e moldado pelas

¹ Trabalho apresentado no GP Comunicação, Música e Entretenimento, XIX Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 47º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Mestrando em Administração da Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM) e bolsista CAPES, Bacharel em Ciências Sociais e do Consumo pela mesma instituição. Desenvolveu pesquisa de Iniciação Científica com Bolsa PIBIC CNPq. Pesquisador integrante do Conex.lab, grupo CNPq /ESPM de pesquisa em subjetividade, sociabilidade, comunicação e consumo. E-mail: rgonzaga16@hotmail.com

³ Doutora em Comunicação e Cultura (UFRJ), com pós-doutorado em Sociologia (Goldsmiths, University of London). Docente Titular do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Práticas de Consumo da ESPM, São Paulo. Coordenadora do grupo de pesquisa Conex.lab e do Comitê ESPM de Direitos Humanos; e-mail: castro.gisela@gmail.com

realidades das favelas e cruzado com influências do funk, do sertanejo e outros ritmos brasileiros.

Como um fenômeno cultural contemporâneo, o *trap* ultrapassa a expressão musical para constituir uma forma cultura de rua. Por meio de melodias, letras, moda, dança e atitudes a cultura *trap* não somente reflete a realidade social das periferias urbanas, como parece contestar visões dominantes sobre essas comunidades, criando novas narrativas e reimaginando possibilidades de resistência e transformação social (Da Matta, 1997).

Neste *paper*, discutimos como o *trap* articularia práticas de resistência a certas estruturas de poder e representações culturais dominantes com a integração de padrões e valores dominantes, com vistas à aceitação por públicos mais amplos e ingresso nas paradas musicais (Souza, 2011; Oliveira, 2015; Moraes, 2022). Essa dinâmica seria evidenciada na maneira como artistas e ouvintes que se engajam com o *trap* usam espaços públicos e semiprivados, incorporam (ou rejeitam) certos bens e práticas de consumo, adaptam (ou não) as mensagens e ritmos aos sabores do mercado e expressam suas identidades utilizando a música como ferramenta de negociação e afirmação de seu lugar na sociedade.

Enfocando tensões entre cultura de rua e consumo de massa, partimos do glamoroso evento de lançamento do álbum *Trap The Fato Deluxe*, do *trapper* paulistano Derek, ocorrido em 2023–para discutir como o *trap* paulistano estaria se tornando um fenômeno da indústria musical.

Uma matéria do jornal *Folha de S.Paulo*⁴, publicada em agosto de 2023, apontou o crescimento exponencial do consumo de música *trap*. Segundo a reportagem, desde 2020, houve aumento de 81% no tempo de reprodução de canções desse gênero na plataforma de *streaming* Spotify. Ainda segundo o jornal, apenas no período de janeiro a julho de 2023, o consumo de música *trap* no Brasil cresceu significativos 20%. Enquanto em 2020 apenas 19% das músicas no *ranking* das Top 100 mais ouvidas eram do gênero, em 2022, esse número saltaria para 33%.

Derek é hoje um dos maiores expoentes do *trap* nacional, representando parte expressiva dos *hits* desse gênero no Spotify. Fundador e líder do coletivo Recayd Mob, Derek e seu grupo receberam mais de 100 milhões de visualizações em um único clipe na

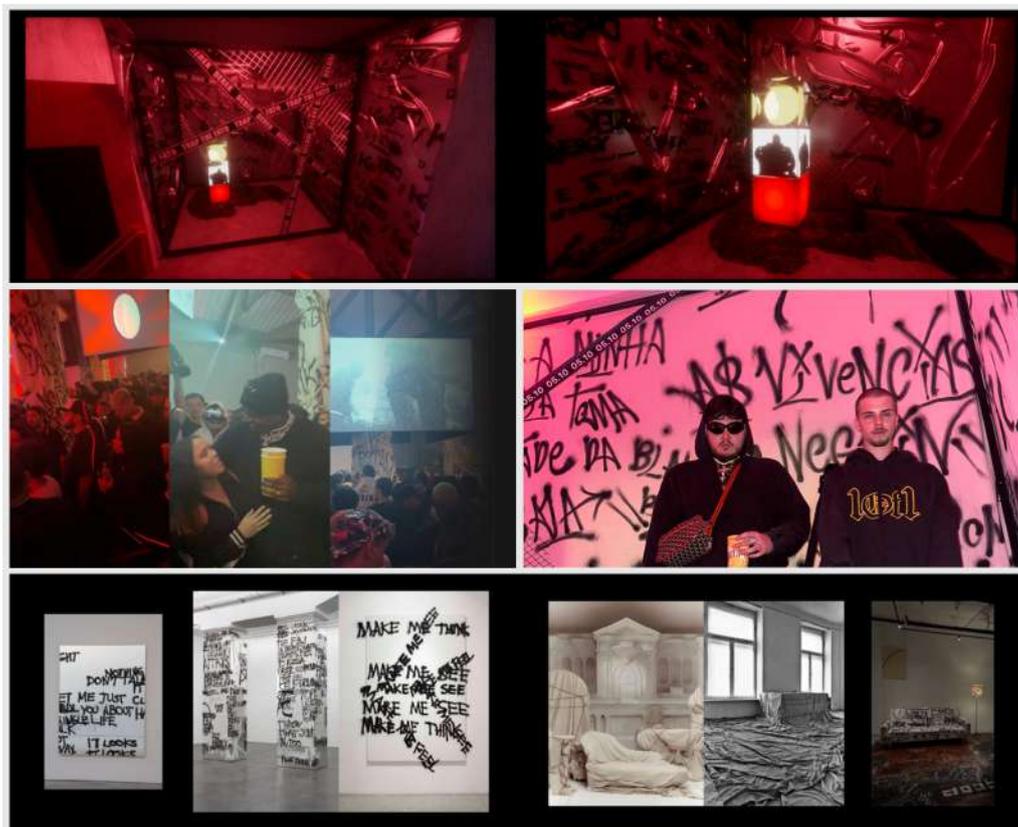
⁴ Fonte: www1.folha.uol.com.br/blogs/sons-da-perifa/2023/08/trap-e-o-funk-transformam-as-playlists-e-impactam-o-rap-no-streaming.shtml – Acesso: 26 jun.24

plataforma digital YouTube. Na carreira solo, o artista é conhecido por misturar *trap* com elementos do *funk* e pelas rimas que expressam sua posição um jovem negro “bem-sucedido”, mas que, ainda assim, enfrenta o racismo e a convivência com temáticas do crime e das drogas.

Em 5 de outubro de 2023, o lançamento do álbum aconteceu em uma casa noturna, em um bairro nobre de São Paulo, ambientada segundo o imaginário holywoodiano das periferias de Nova Iorque e Londres. A presença de figuras importantes da cultura de rua - como a cantora de funk Lexa e outros personagens influentes, como Lennon 7 –além influenciadores digitais e jornalistas, aliada ao patrocínio de marcas de uísque e de *streaming* de música integravam a atmosfera. Completando a cena, uma *boca de fumo* foi instalada ao lado da entrada, fornecendo drogas à vontade aos convidados.

Composto majoritariamente por jovens de classe média, o público celebrava Derek efusivamente, que entrou em cena como um verdadeiro ícone, no meio a aplausos dos fãs, enquanto luzes de LED exibiam visuais impactantes e o som, em alto volume, elevava o clima a um delírio coletivo (Figura 1). Em poucas horas, o álbum *Trap The Fato Deluxe* atingiu mais de um milhão de reproduções no Spotify.

Figura 1 – Imagens do lançamento do álbum TTF



Fonte: diário de campo do autor, 2023.

Derivado de uma pesquisa de conclusão do curso de ciências sociais e do consumo, os dados de campo foram levantados a partir de observação participante (Angrosino, 2009) e *flanerie* (Benjamin, 1999) pelo evento de lançamento e seus arredores. O material foi analisado criticamente, com base no método da cena proposto por Rancière (2021). Nesse método, o pesquisador rearranja o que observou em campo, criando a descrição crítica de uma situação que demonstra dissenso e/ou potencial de transformação social. Para Rancière (2021), a cena é uma forma não-hierárquica de abordar um fato ou acontecimento.

Ademais, recorreremos à pesquisa documental, na imprensa e no mercado, sobre o lançamento do álbum e suas repercussões, e à pesquisa bibliográfica, com ênfase na abordagem dos estudos culturais, como lente teórica.

A contribuição dos estudos culturais é oportuna ao integrar a análise e crítica das estruturas de poder com o exame das práticas culturais, enfatizando a importância do contexto histórico e local e contemplando, mas relativizando, a influência da mídia. Isso implica em reconhecer que os contextos influenciam a produção, circulação e recepção das práticas culturais e que estas, por sua vez, também influenciam as estruturas sociais.

Os estudos culturais surgiram no período pós-Segunda Guerra Mundial em Londres, um momento marcado pela efervescência de diversos movimentos juvenis conhecidos como contraculturas, que propunham estilos de vida alternativos aos padrões tradicionais desejáveis, como os movimentos *hippie*, *punk* e *beatnik*. Paralelamente o aumento significativo na influência dos meios de comunicação de massa fomentou uma série de investigações sobre seu impacto e métodos de influência. Esse cenário de revisão cultural contribuiu significativamente para a fundação dos estudos culturais como um campo intelectual relevante, conforme descrito por Cevalco (2014). Este contexto histórico e intelectual é essencial para compreender a emergência de gêneros musicais como o *trap*, que surgem nas periferias urbanas em resposta e interação com tais dinâmicas culturais e midiáticas.

Como argumenta Hall (1992, p.20), “afirmar que dois indivíduos pertencem à mesma cultura equivale a dizer que interpretam o mundo de maneira semelhante e podem expressar seus pensamentos e sentimentos de forma que um compreenda o outro.”. Ou, como explica Williams (2011) culturas funcionam como um palco em que o pessoal e o coletivo se encontram e onde os significados são permanentemente fabricados,

remixados, consumidos ou rejeitados, sempre em disputa. Com base nestas contribuições, a cena *trap* no Brasil é entendida como uma manifestação cultural que ressoa as vivências e aspirações das periferias urbanas.

Para tratar de consumo, incorporamos as visões de Canclini (2010) e de Baccega (2013), que entendem o consumo como um processo social complexo que vai muito além da aquisição de bens e se baseia na produção e negociação de sentidos. Esse olhar nos permite perceber como a produção e as práticas de consumo relacionadas ao *trap* brasileiro se relacionariam com questões locais, lutas identitárias e, ao mesmo tempo, com lógicas comerciais.

No centro dessas questões estariam certos símbolos, significados e valores. De um lado, temos o *trap das quebradas*, apontado como o *real trap*. De outro, há um *trap* embalado pela indústria musical. Nesses polos, diferentes tratamentos do que seria o cotidiano das periferias. Não raro, canções e artistas de *trap* que ascendem ao sucesso apresentam uma suavização de aspectos da cultura das periferias indesejados pela indústria musical, como o culto ao armamento e a denúncia crua da violência, da miséria e da exclusão social. Em compensação, elementos como o consumo de drogas, a sexualização e submissão feminina seguem presentes e destacados. Tais elementos parecem ser utilizados para conferir ao *trap* industrial uma aura de autenticidade e rebeldia.

REFERÊNCIAS

- ANGROSINO, Michel. **Etnografia e observação participante**. São Paulo: Artmed, 2009.
- BACCEGA, Maria Ap. **Inter-relações comunicação e consumo na trama cultural**: o papel do sujeito ativo. In: CARRASCOZA, João A. e ROCHA, Rose de M. (orgs.). *Consumo midiático e culturas da convergência*. São Paulo: Miró, 2011.
- BENJAMIN, Walter. O flâneur. in: **Obras escolhidas III - Charles Baudelaire**. Um lírico no auge do capitalismo. São Paulo: Brasiliense, 1989.
- BOURDIEU, Pierre. **A distinção: crítica social do julgamento**. Porto Alegre: Zouk, 2011.
- CANCLINI, Néstor García. **Culturas híbridas**: estratégias para entrar e sair da modernidade. São Paulo: Edusp, 1998.
- _____. **Consumidores e cidadãos**. Rio de Janeiro: UFRJ, 2010.
- CASTRO, Gisela G. S. **Música serve para pensar**: comunicação em rede, consumo e escuta musical. São Paulo: ESPM, 2014. E-book. Disponível em <http://www.vincevader.net/livro/ebook.pdf>. Acesso: 30/05/24.

CEVASCO, Maria Eliza. **As dez lições sobre os estudos culturais**. São Paulo: Boitempo Editorial, 2003.

DA MATTA, Roberto. **A casa e a rua**. Espaço, cidadania, mulher e morte no Brasil. Rio de Janeiro: Rocco, 1997.

GONZAGA, Roberto; CASTRO, Gisela G. S. Limites da democratização da distribuição da música digital: a dualidade do mercado para artistas independentes na era do streaming. 46º Intercom, Belo Horizonte, PUC-Minas, **Anais do Intercom**, 2023.

GRAMSCI, Antonio. **Os intelectuais e a organização da cultura**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1978.

GUATTARI, Felix; ROLNIK, Sueli. **Micropolítica: cartografias do desejo**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2005.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Rio de Janeiro: DP&A, 2003.

KOTARBA, Joseph A.; VANNINI, Phillip. **Understanding society through popular music**. Nova York: Routledge, 2013.

MACCIOCHI, Maria Antonietta. **A favor de Gramsci**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1976.

MALINOWSKI, Bronislaw. **Uma teoria científica da cultura**. Coimbra: Edições 70, 2009

MARTIN-BARBERO, Jesús. **Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia**. Rio de Janeiro: UFRJ, 1997.

MORAES, Jorge Adrihan do Nascimento de. Trap no Brasil: formação e representações sociais. **Revista SCIAS. Direitos Humanos e Educação**, Belo Horizonte, v. 5, n. 2, p. 197-213, jul./dez. 2022. ISSN 2596-1772. Disponível em: <https://revista.uemg.br/index.php/sciasdireitoshumanoseduacao/article/view/6892/440>.

OLIVEIRA, Roberto Camargo. **Rap e política: percepções da vida social brasileira**. São Paulo: Boitempo, 2015.

RANCIÈRE, Jacques. **O método da cena**. Belo Horizonte: Quixote+DO, 2021.

SOUZA, Ana Lúcia Silva. **Letramentos de reexistência**. Poesia, grafite, música, dança: hip-hop. São Paulo, Parábola, 2011.

WILLIAMS, Raymond. **Cultura e materialismo**. São Paulo: Editora Unesp, 2011.