

“Esse close eu dei!” A pop-lítica “orgunga” de Rico Dalasam¹

“I did that close”

The “orgunga” pop-litics of Rico Dalasam

Rose de Melo Rocha

Professora titular do PPGCOM-ESPM. Bolsista Produtividade em Pesquisa. Líder do Grupo CNPq Juvenália. Coordenadora do GT Comunicação, consumo e novos fluxos políticos do Comunicon. Pesquisadora da CLACSO. Doutora em Ciências da Comunicação (USP), com pós-doutorado em Ciências Sociais (PUCSP).

Email: rlmrocha@uol.com.br

Ozzie Gheirart

Pesquisador do Grupo CNPq Juvenália (PPGCOM-ESPM) e membro do Núcleo de Estudos da Complexidade (PUCSP). Músico e multi-artista, é mestre em Comunicação e Consumo (PPGCOM-ESPM) e doutor em Ciências Sociais (PUCSP).

Email: gheirart@yahoo.com

DOSSIÊ

RESUMO

Recuperando o mapa de tensões associado à cultura pop, o artigo enfatiza sua conformação iconoclasta, ambivalente e híbrida. Detem-se, ainda, na perspectiva de que a cultura pop funcione como modalizadora do cotidiano e considera que alguns de seus elementos podem ser conscientemente mobilizados no trânsito por barreiras identitárias, econômicas, culturais e de classe. Assumindo o diálogo com Omar Rincón, aproxima o pop ao político, e o político às formas do entretenimento. Dando materialidade e estofo empírico a esta proposta, analisa-se a persona pública e a tessitura musical agenciadas pelo rapper paulistano Rico Dalasam.

PALAVRAS-CHAVE: Cultura pop; rap; pop-lítica; Rico Dalasam

ABSTRACT

Recovering a map of tensions associated with pop culture, the article focuses its iconoclast, ambivalent and hybrid conformation. It also emphasis the comprehension of pop culture as a modulating form of everyday life and considers that some of its elements can be consciously deployed in the trespassing of identity, economic, cultural and class barriers. Assuming a dialogue with Omar Rincón, approaches the pop to the political, and the political to entertainment forms. Giving materiality and empirical stuff to this proposal, the article analyzes the public persona and the musical tessitura brokered by São Paulo rapper Rico Dalasam.

KEYWORDS: Pop Culture; rap music; pop-litic; Rico Dalasam

¹ Algumas das ideias desenvolvidas neste artigo serviram de base para apresentação oral no GT Comunicação, consumo e novos fluxos políticos (*Comunicon* 2016), não resultando em qualquer outro tipo de divulgação, e garantindo o ineditismo do presente artigo.

Iconoclasmos, ambivalências e hibridismos: pontos de partida na reflexão sobre o pop

Tudo começa com os resultados de uma despreziosa, mas dirigida, pesquisa no *Google* (terá se iniciado nossa escrita na esfera de um cientificismo pop?). Vejamos: quando se busca pelo significado de pop através desta ferramenta de pesquisa, são duas as primeiras informações que nos chegam. De um lado, a sigla POP refere-se a Procedimento Operacional Padrão, planejamento adotado para se evitar erros em trabalhos repetitivos. De outro, tem-se a remissão tanto à cultura popular, vernacular, “do povo” (emocional, autenticamente inculta), quanto às diferentes expressões culturais produzidas para o consumo do “grande público” (palatáveis, acessíveis, de uma plasticidade moderna, jovem e facilmente reproduzível). Despontam alguns fios do novelo. Sigamos adiante.

Considerando as ambivalências que cercam as dinâmicas de consumo ou os produtos culturais atinentes às lógicas comerciais, voltados a mercados massivos ou maciços, Soares (2014) vai identificar, ao lado da dimensão previsível e padronizada da cultura pop, a existência de brechas dissonantes. Ou seja, se a cultura pop fala através de clichês, também opera em um terreno de tensões e complexidade:

[E]mbora seja claro e evidente que os produtos e as formas culturais em circulação na cultura pop estejam profundamente enraizados pela configuração mercantil, pelas imposições do capital (de modo de produção, formas de distribuição e consumo), não se invalidam abordagens sobre a pesquisa neste segmento da cultura que reconhece noções como inovação, criatividade, reapropriação, entre outras, dentro do espectro destes produtos midiáticos. Menciono, portanto, a ideia de que estamos num estágio do capitalismo em que não podemos trabalhar análises binárias sobre as relações entre capital e cultura (Soares, 2014, p.1).

Em seus estudos sobre a periferia nas teorias do contemporâneo o olhar arguto de Prysthon (2003) identifica rupturas advindas da sementeira que o singular, a alteridade e o local operam no seio da própria cultura global. Se seguirmos às suas proposições temos que, para se enxergar esta condição de possibilidade, há que se mudar de lugar, ou, mais precisamente, é imperativo dirigir-se ao “entrelugar”, às zonas híbridas e intersticiais das quais “emergem as políticas da diferença e da subalternidade”. Nesta “esfera do além” a cultura é da ordem da incompletude e do inacabamento, transbordando, politicamente, “para fora do campo estético” (Prysthon, 2003, p.46). É também de um à margem “dos cânones culturais” que nos fala a autora, e é neste aspecto que ela considera que os

discursos pós-coloniais se aproximariam de algumas vertentes das teorias do pós-moderno. Atuando na ordem do descentramento para trazer o periférico ao centro do debate contemporâneo, a quebra da dualidade centro-periferia “coincide com a emergência do questionamento deste tipo de dicotomia pela cultura, arte e teoria dos países ditos subdesenvolvidos” (Prysthon, 2003, p.48).

Entendemos que o conceito de cultura pop encampado por Soares (2014) dialoga diretamente com este terreno do “entre”:

A primeira tônica da definição de cultura pop diz respeito a práticas, experiências e produtos norteados pela lógica midiática. Chamo lógica midiática a premissa de que estamos atravessados por territórios informacionais (LEMONS, 2008), que habitamos duplamente espaços – reais e virtuais -, que talvez não seja possível falar tão aberta e acintosamente em “real” e “virtual”, uma vez que ambos estão imbricados, perpassados, unidos de forma a que o cotidiano passa a ser um duplo em que fazemos ações e (mais uma vez) fazemos ações: ações “reais”, ações “virtuais” – que se agenciam, se interpenetram, agem uma em função da outra, modos de experienciar o presente a partir de camadas de sentido que estão ligadas a formas de relacionamento com os meios de comunicação. Estamos numa era da performance, da alteridade, do eu “real” e do eu “virtual” cada vez mais imbricados, indissociáveis. Pensar a natureza dessas performances é uma das chaves de entendimento dos entornos sobre uma vivência pop. (Soares, 2014, p.3).

Em sua genealogia crítica dos estudos sobre o pop, Soares (2014) é preciso ao apontar (e superar) o equívoco das leituras mercadocêntricas ou reprodutivistas, tão comum àqueles teóricos que, ao desconfiarem do potencial criativo e das novas sensibilidades que emergem da experiência e da estética do entretenimento o estão, de modo velado, rechaçando não propriamente as narrativas do capital, mas sim, com horror elitista, recusando o gosto médio do homem mídia, e, igualmente, as expressões e o ethos popular, com seu, para eles intolerável, espetáculo das “emoções baratas”.

Gostaria aqui de mencionar a valiosa impostura de Soares (2014) ao defender abertamente que nós, pesquisadoras e pesquisadores da comunicação, não fuja dos clichês – como os textólatras fogem das audiovisualidades midiáticas, eu acrescentaria. Ao contrário, ele aponta para a importância do clichê como “uma das chaves de entendimento das estéticas da cultura pop”:

Precisamos entender o clichê como parte de uma linhagem que tenta dialogar com o senso comum, com o “gosto médio”, com as formas simples de dizer.

Neste caso, não se configura em “demérito” a identificação de fórmulas, das lógicas do clichê existentes em produtos da mídia. (Soares, 2014, p.11)

Por uma via transversal, Lemos (2010) nos auxilia na compreensão das raízes da desconfiança empedernida ante o pop. Ele postula que, na atual realidade pós-massiva, de “liberação da emissão” e “conexão generalizada”, a dicotomia entre o “homem médio” e o “homem culto humanista”, característica de uma etapa social, tecnológica e comunicacional anterior, dá lugar a “processos mais comunicativos, por troca bidirecional de mensagens e informações entre consciências”, permitindo “a personalização, a publicização e a disseminação de informação de forma não controlada por empresas ou por concessões de Estado” (Lemos, 2010, p.158).

Na abertura do livro *La comunicación en mutación* (2015), Adriana Amado e Omar Rincón valem-se justamente das novas cenas e ambiências comunicacionais – tecnológicas, colaborativas, descentralizadas, pós-massivas, impuras – para lançar uma dura e irônica crítica aos pretensos eruditos e aos assumidos textólatras. Caçadores da unidade perdida, devotos da fé logocêntrica, tais críticos das culturas midiáticas contemporâneas, de seus produtos e materialidades, sofreriam, na visão dos autores, de uma cegueira tão ingênua quanto prepotente. Bêbados de racionalidade essencialista, não conseguem perceber como as mutações comunicacionais engendraram cenários complexos e plurais, embaralhando categorias rígidas, oposições cartesianas e conceitos totalizantes.

A um só tempo ambivalente e híbrido, o pop, a despeito de seus detratores, tem sido objeto teórico relevante para se (re)pensar as teorias e os fenômenos da comunicação. Sensível a esta perspectiva, Velasco (2010) recorre a autores como Stuart Hall (2006) e Jesus Martín-Barbero (2008) para mostrar como no debate sobre o pop de fato se atualizam “as tensões que sustentam a distinção entre cultura de elite e cultura popular”. Para Velasco, igualmente é mantida, nas interseções entre o popular e o massivo, a relevância das análises que privilegiam a consideração de uma recepção crítica e ativa, bem como a hipótese de uma subalternidade capaz de reorganização do que lhe vem através da cultura hegemônica. É neste sentido que Soares (2014), por seu turno, propõe um refinamento da escuta sobre a cultura pop, nela localizando a permanência de um sujeito que “interpreta, negocia, se apropria de artefatos e textos culturais, compreendendo-os dentro da sua experiência de vida.” (Soares, 2014, p.7).

Velasco (2010) articula seu esforço de conceituação do pop com três pilares: economia, pós-modernismo e juventude. Em uma derivação um tanto particularista do postulado de Fredric Jameson,

vai propor que o pop, com sua generalizada penetração social e o caráter permissivo de sua definição, pode ser percebido como “a lógica cultural dominante no mundo desde a segunda metade do século XX.” (Velasco, 2010, p.116). No aspecto de sua leitura que mais nos interessa, ele procede a uma ampla revisão do pop como expressão de mudanças econômicas e consolidação de pontos de vista originais, que afetam a um só tempo a arte, o mercado, a ciência e as práticas sociais. Temos assim, na história do pop, uma radiografia movente da convivência entre culturas globais, a resistência e a resignificação do local, bem como de uma “cultura do consumo que comporta, ao mesmo tempo, a massificação e a segmentação, a contestação e a afirmação de *status quo*, o profundo e o superficial, o sofisticado e o *kitsch*.” (Velasco, 2010, p.116).

Se o pop não é nem propriamente o popular, nem exatamente o massivo, é inegável sua vinculação à ideia de uma cultura contaminada e/ou fertilizada pela produção em larga escala e pela potencialidade comercial que daí resulte e que, ainda assim ou justamente por isto, engendra novas sensibilidades e perspectivas estéticas. Ambivalência e hibridismo, já o notamos, são características notórias desta órbita de experiência. Para Velasco (2010), inclusive, a contradição entre arte e mercadoria seria vetor constitutivo do pop. Mas, segundo afirma, a cultura pop é também produtora de sentidos, dimensão que não é considerada pelo que ele nomeia “um economicismo simplista” (Velasco, 2010, p.119). Tais supostos o levam, no desenvolvimento de seus argumentos, a destacar o caráter iconoclasta do pop, uma vez que, ao ser apropriado pelos jovens, representa “uma forma de construir suas identidades sociais, em oposição às identidades dadas pelas instituições tradicionais da sociedade, como a família, a escola, a Igreja, o trabalho etc.” (Velasco, 2010, p.120).

É preciso ter isto em mente para compreender a derivação por ele sugerida, em especial quando apresenta os laços de origem entre o pop e o capitalismo globalizado e transnacional. A coexistência entre o pop, como expressão de uma cultura mundial, e as realidades periféricas é a base para dinâmicas de mescla e para a crescente fragmentação e segmentação do pop, tão característica de expressões da cultura de fãs. Nestes termos, o caráter epidérmico da cultura deixa de ser “problemático” ou condenável, isto se concordamos com o diagnóstico pós-moderno que, em uma assumida militância anti-essencialista, dessacralizante e não totalizante, associa identidade a aparência, produção de sentido a performance.

Sem medo de se arriscar, Rincón (2015b) vai além, associando o pop não apenas às estéticas populares, de um lado, ou às narrativas do entretenimento, de outro. O autor busca no pop suas raízes

e aspectos políticos, e aqui ele está se afastando das evocações folclóricas e focando na dimensão disruptiva, anti-elitista e contra-iluminista das culturas limiares e impuras, estas que ele associa ao seu conceito mais precioso, o da “bastardização”:

Primeiro vem o *popular*, logo o *bastardo* (ou essas ilegitimidades que nos constituem o gosto) para chegar ao *celebrity* (ou essas maneiras pop-líticas de existir). (...) O popular é muitas coisas ao mesmo tempo: o popular, mais que dar conta de uma única maneira pura e higienizada de existir, é uma experiência de *bastardia*. (...) [A]s culturas populares são *bastardas*, umas “degeneradas” herdeiras das boas culturas cultas (Ilustração), as tradições densas (Identidade), o folclórico (povo), o mediático (entretenimento e espetáculo), o conectivo (internet e celular). (...) E dentro [das] *cidadanias comunicacionais*, esta a que me interessa aqui: as cidadanias *celebrities*. Estas que desenvolvem o desejo de estar nas telas da autoestima pública (mídia e redes) com voz, rosto, história e estética própria (Rincón, 2015a, p.23;27;37; tradução nossa).

Sampleando existências: fervo-política e ativismo-ostentação

Interessa-nos neste artigo visualizar analiticamente como a cultura pop funciona como modalizadora do cotidiano e, mais ainda, como seus elementos podem ser conscientemente mobilizados no trânsito por barreiras identitárias, econômicas, culturais e de classe. Assumindo o diálogo com Rincón (2015b), aproximamos em um fio-da-navalha o pop do político (o “pop-lítico”) e, para retornar a uma derivação que nos tem sido cara, defendemos aquelas perspectivas reflexivas que localizam conexões intensas entre politicidades, tecnologias da comunicação e formas do entretenimento (Rocha, 2016; 2010). Dando materialidade a esta proposta, tomamos por referência a persona pública e a tessitura musical agenciadas pelo *rapper* paulistano Rico Dalasam.

Entrelaçando sua trajetória existencial ao percurso midiático trilhado, Dalasam assume-se bricolador¹: nascido e criado em um bairro periférico de Taboão da Serra, no extremo oeste da região metropolitana de São Paulo, frequentava a elitista área dos Jardins, berço fashionista-luxuoso de certo capital paulistano, trabalhando como produtor de moda. Formado *rapper* nas tradicionais batalhas de MC’s do metrô Santa Cruz, logo começa a imprimir uma pegada pop à sua sonoridade, para, na

1 Encontramos na belíssima dissertação de Loddi (2010) uma leitura fértil da arte do bricolagem, que a autora associa a estratégias criativas que se valem das “próprias mãos” dos criadores para se efetivarem, “utilizando materiais fragmentários achados, recolhidos, desviados de suas funções originais, adotando procedimentos criativos e lidando diretamente com o acaso e o imprevisto” (p.2).

sequência, inserir nas temáticas periféricas – a cena cruel das quebradas, a discriminação e exclusão racial –, recorrentes no rap paulistano, sua celebração pós-periférica da alteridade de gênero e da multiplicidade de referências musicais, e, em especial, a ideia do fervo (a ferveção, a alegria cultuada em baladas gays) como instrumento de luta.

É nesta direção que nos parece especialmente feliz o conceito de pop-lítica (Rincón, 2015b) para refletirmos sobre o fervo-ativismo praticado por Dalasam. Rincón contempla com seu provocativo neologismo as interações entre o popular e a cultura pop que convergem em um peculiar retorno do político. Desde os recuos populistas à midiaticização espetacularizada da política, a comunicação se apresenta como berço das expressões pop-líticas. A análise (do pop e do político) desenvolvida por Rincón através deste conceito plástico e paradoxal presta-se ainda à compreensão e à denúncia dos processos de expropriação do popular (seja por ser considerado inculto, seja por ser compreendido como alienado) da comunicação política, e, igualmente, problematiza a despoliticização e “desnarrativização” do popular.

Nem teóricos nem políticos escapam à escrita-denúncia de Rincón. Aos primeiros, acusa de convocarem ao popular recusando suas bases melodramáticas e seu convite ao desfrute, ou seja, negando-lhe elementos mais primários e nucleares de sua constituição identitária. Aos segundos, de retirarem do *mainstream* a sua inegável experiência de vinculação, higienizando a força narrativa que dele emerge e que nele reside (Cf. Rincón, 2015b).

É deste modo que a hipótese pop-lítica defendida por Rincón pressupõe a “bastardização” e a mixagem entre popular e *mainstream*, considerando que “[i]ntervir e modificar às indústrias do entretenimento é um ato muito político se se transforma a prática e ideia de quem tem direito à enunciação da mensagem” e entendendo, ainda, que “a comunicação popular deve transformar ao sujeito popular em produtor de seu próprio entretenimento e relato” (Rincón, 2015b, p.191;210).

Como bom representante da cultura pop-lítica e da cena pós-massiva, o *rap-hype* de Dalasam ecoa muito mais do que as estratégias mercadológicas perseguidas pelo artista. É de autoria que fala sua inserção urbano-midiática. É um relato próprio, tecido no tecno-caldeirão do bricolador, que ecoa de suas idiossincráticas narrativas, remontando às esferas do “além” e aos “entre-lugares” mencionados por Prysthon (2003). Com seu ativismo-ostentação e sua pop-contestação, explicitados em clipes como *Riquíssima*, no qual o jovem negro veste-se de inusitados cabelos e pelos platinados, Rico desfila em cenários estrangeiros sua subjetividade nômade e irreverente, com o “negrinho cheio de querer,

trocando campos Elíseos por Champs Elysées”; “saudável comendo até rúcula, na reunião da cúpula, pra ver Rupaul no sofá”.

Se a insígnia “pop” remete, como vimos anteriormente, a toda uma sorte de tensões, é também neste horizonte de paradoxos, incongruências e ambivalências que Dalasam constrói seu plano de negociação irônica com a sociedade do consumo. Pós-subalterno e pós-periférico (Rocha, Silva e Pereira, 2015), o *rapper* negro e gay não parece de fato preocupado em dizer se sua arte é ou não uma mercadoria.

Imprimindo um claro viés pop-contestador ao universo do consumo *cool*, Dalasam mobiliza afetos de uma rede de consumidores *cult* que é, ao mesmo tempo, uma teia ativista, militando, em unísono, no campo político e estético da cidade, das corporalidades, das sexualidades, das tecnicidades e das mídias digitais. Rico transita um campo que podemos chamar de “segmentado-maciço”, sem se importar, por exemplo, com o fato de não ter entre seu público uma predominância gay ou negra. Tampouco abandona o canto das sereias dos paraísos artificiais da grande mídia, sonhando, como disse em entrevista recente, ser entrevistado pela apresentadora televisiva Marília Gabriela, ícone de certo fashionismo massivo-*cult* na seleção de seus entrevistados, e que prima por “levar a sério” os mais variados e díspares representantes do *show business* midiático.

Trazendo mais um elemento à nossa cartografia de complexidades, Martel (2012) associa a invenção da *pop music* a uma cena sociocultural na qual a experiência do gueto e a questão racial transformaram-se em elementos centrais na elaboração e disseminação de produtos musicais atrativos para um amplo setor de jovens brancos interessados em consumir o espírito *crossover*, marcado pelo atravessamento de fronteiras de gêneros (musicais) e de classe (social).

Segundo Martel (2012), a *pop music* é também sinalizadora de uma mutação mercadológica fundamental. Citando o caso da Motown, para ele emblemático desta visada, dois elementos convergem na fundação, por assim dizer, do que virá a ser posteriormente nomeado como pop. De um lado, há “a separação estrita entre o editor (*publisher*), por um lado, e, por outro, o selo, o *manager* ou produtor” (Martel, 2012, p.127), estratégia que tende a se enfraquecer a partir dos anos 1970. De outro, e isto nos parece fundamental, “a questão era produzir uma música ‘crossover’, feita e controlada pelos negros para os brancos” (Martel, 2012, p.129).

Entrando pela “porta de frente” na grande sala de visitas do *mainstream*, a música negra passaria então a evocar, e esta é uma importante ambivalência, não o gueto, mas toda a sociedade

norte-americana. Acompanhando a história desta visada – mercadológica, mas também identitária e de sensibilidade – Martel passeia pela icônica trajetória de Michael Jackson, pela febre *country* e chega à marca MTV, e, neste caso, suas observações são especialmente relevantes. Isto porque o que Martel demonstra é que não apenas o olhar sobre a música mudou. Antes, um importante fluxo *bottom-up* está sendo configurado. Com o pop, os excluídos e as minorias passam a representar estilos de vida, estéticas do cotidiano, ditando modas e definindo gostos e revelando o quão tênues se tornaram as fronteiras rígidas entre contracultura e cultura comercial.

Negus (2011), tratando especificamente do *business* do rap, vai explorar o campo de ambivalências associado à produção e disseminação deste estilo, que compreende argumentos que veem “o rap como gênero genuíno da diáspora da África à América”, quanto os que o consideram “um fenômeno das urbes americanas” (Negus, 2011, p.61). Negus procura, justamente, ultrapassar os embates entre a crítica cultural e as leituras acerca do que seria a constituição de um campo que participa e transcende as margens das indústrias do entretenimento.

Para o pesquisador, “para compreender o rap, tanto no passado como o seu potencial futuro, as explicações culturais não são suficientes. O rap é também um negócio norte-americano muito particular.” (Negus, 2011, p.62). Neste sentido, o rap inclui tanto “a luta contra o racismo e a marginalização cultural”, quanto o desejo de “viver o sonho americano” (Negus, 2011, p.63). As ambivalências não param por aí, uma vez que, segundo o autor, “os *rappers*, que frequentemente são identificados apenas com a rua, são também executivos.” (Negus, 2011, p.65). Rechaçando leituras puristas ou simplistas deste fenômeno, desconstrói, por exemplo, as análises que identificam uma degradação identitária do rap em função de seu consumo por brancos. Isto porque a compra de discos, por exemplo, não seria reveladora, necessariamente, de uma prática efetiva de escuta e disseminação da música em questão.

No atual cenário de ubiquidade e mobilidade das práticas de consumo audiovisual e escuta musical, a afirmação ganha ainda maior contundência. Como demonstram os estudos de Rezende (2016) sobre o funk ostentação, os contextos de recepção e os modos de performatização da música em cotidianos particulares – uma balada em uma casa noturna em bairros de classe média ou a escuta via celulares e caixas de som nas ruelas dos becos de um município periférico – alteram profundamente os sentidos do consumo musical e de sua efetiva incorporação em dinâmicas identitárias cotidianas.

Tensionando “fronteiras de classe, gênero, etiquetas étnicas e de pertencimento `nacional”, a cultura do rap traria ainda incômodos à indústria do entretenimento. Em primeiro lugar, por propor

“uma fluída série de afiliações e associações, parcerias e rivalidades”, “experimentadas por meio de diversas identidades grupais e individuais” (Negus, 2011, p.74). Em segundo lugar, por representar, em sua complexidade e em sua relação direta com a realidade de setores marginalizados ou excluídos, a propagação de imaginários que podem soar “temerários” para o ideal de bem e de bom viver promovidos pelas indústrias midiáticas hegemônicas. Por sua prática de sampleagem, mixagem e ressignificação, o rap afetaria ainda os princípios de autenticidade e de originalidade caros aos tributários e aduaneiros dos direitos autorais. É assim que

Se os músicos de rap conseguiram continuamente redefinir o estilo, atravessando barreiras sociais e culturais, tanto dentro como fora dos Estados Unidos, foi a despeito das maneiras que a indústria discográfica tentou organizar a produção da música contemporânea, e não por causa dela. (Negus, 2011, p.86).

O cosmopolitismo periférico (Prysthon, 2002) de Dalasam ganha visibilidade com e através das apropriações que faz de um vasto leque de referências culturais. O filho da dona Ana, a nordestina Ana, origem que ele canta em uma de suas músicas, o garoto da quebrada, o “maloqueiro” assumido, é também o consumidor de ícones da cultura negra e do pop global contemporâneo, de queijo *brie* e das baladas gays do centro de São Paulo. Como pudemos testemunhar no show de lançamento de seu primeiro disco, no Auditório Ibirapuera, em maio de 2016, o tributo a sua territorialidade original – ali representada por toda uma fileira composta por seus familiares – convive com o pertencimento à tribo *rapper*, ao circuito dos fãs *hyper*-ativistas e aos admiradores de seu estilo eclético e irreverente.

Rico Dalasam caminha com propriedade pelas vias digitais, berço da projeção de seu trabalho musical, assim como transita tranquilamente nas ruas do bairro em que nasceu e se criou ostentando seu visual *glitter-neon*, seus cabelos escovados e, ao mesmo tempo, a astúcia de quem aprendeu a construir sua mobilidade na cidade e no mundo do entretenimento apesar das evidentes cenas de exclusão que lhe são bastante familiares. A incorporação de elementos do pop não apenas à prática musical em si, mas a toda uma estética do cotidiano permite igualmente ultrapassar a aridez da realidade periférica, com a construção de territórios outros de pertença e identificação. Em várias de suas entrevistas, o *rapper* menciona o estranhamento que seu modo de expressão visual causa em seu bairro de origem, mas o faz com leveza e autoironia. Também é com humor que comenta o impacto da afirmação de sua homossexualidade na cena rap e hip-hop, algo que, em sua própria leitura, era a princípio sabido, mas

não explicitado.

E quais seriam os limites ao transbordamento político das ações estéticas protagonizadas por jovens produtores culturais como Rico? O debate articulado por Freire Filho (2005) em torno da noção de pós-subculturalidade nos ajuda nesta compreensão. Segundo Freire Filho, “os pós-subculturalistas aspiram, em linhas gerais, a reavaliar a relação entre jovens, música, estilo e identidade, no terreno social cambiante do novo milênio, em que fluxos globais e subcorrentes locais se rearticulam e reestruturam de maneira complexa” (Freire Filho, 2005, p.142).

Ressaltando a configuração delicada da ideia de resistência que, nestes casos, pode se constituir no seio de uma sociedade de consumo e do espetáculo, chama a atenção para as situações nas quais se identifica que “os jovens buscavam responder de forma ‘imaginária’, problemas que, no plano material concreto, permaneciam intocados” (Freire Filho, 2005, p. 143). Se Freire Filho menciona a possibilidade de trânsito subcultural pelo *mainstream* desde que se mantenha “parte do seu ímpeto crítico inicial” (Freire Filho, 2005, p.146), nota que, em acepções mais ortodoxas, permanece a ideia de que não haverá de fato oposição e resistência contra-hegemônica enquanto as ações e práticas culturais se derem “unicamente na esfera do lazer e do consumo” (Freire Filho, 2005, p.144):

Resumindo: demasiadamente instáveis, marginais, vulneráveis, as subculturas espetaculares causavam barulho, conquistavam espaços culturais, atraíam os holofotes da mídia e a atenção das instituições dominantes da sociedade, ocasionavam, eventualmente, mudanças repressivas na esfera judiciária, estabeleciam novas convenções, criavam modismos e... feneciam. (Freire Filho, 2005, p.145).

Expressão da cultura *remix*, que une tecnologias da comunicação maciça com o espírito do *do it yourself*, a performance midiático-existencial de Rico expõe tensões da própria vivência pop, assim como sinaliza para performatividades políticas nas quais, dialogando com Freire Filho (2005), poderíamos identificar elementos pós-subculturais que, mergulhando no universo do consumo pós-massivo, mantêm certa entonação inconformista. E, nesta direção, temos, mesmo em contextos de profunda efemeridade e fluidez, a recorrente remissão a propósitos estéticos e a formas anteriores de criação artística de base contracultural. Neste sentido, “a filosofia do ‘faça você mesmo’ do movimento [punk] tem encorajado a constituição de novas comunidades instáveis de dissenso artístico, social e político.” (Freire Filho, 2005, p.152).

Dalasan, nascido Jefferson Ricardo da Silva, é por essência um comunicador hábil, que desmonta,

cria e desestabiliza o significado corriqueiro de comportamentos e palavras. Assim, “Jefferson Ricardo” torna-se Rico e o “da Silva” é substituído por Dalasam. Mas ele próprio encarrega-se de desglamourizar sua vida. Em entrevista gravada em Taboão da Serra, fala com desenvoltura e malícia da discriminação sofrida por ter estudado em colégios particulares, com a rara presença de outros negros, e ressentir-se da guetificação da diferença.

Retomando Lemos (2010), buscaremos agora localizar a centralidade do universo digital na prática musical, na construção subjetiva e na publicização mercadológica de Dalasam. Descrevendo a emergência de uma nova configuração comunicacional, Lemos assim se pronuncia:

Se as cidades da era industrial constituem sua urbanidade a partir do papel social e político das mídias de massa, as cibercidades contemporâneas estão constituindo sua urbanidade a partir de uma interação intensa (e tensa) entre mídias de função massiva e as novas mídias de função pós-massiva. (Lemos, 2010, p.157).

E o que seriam estas novas mídias, ou novas funções, termo ao qual também se refere o autor? Elas compreendem “redes telemáticas onde qualquer um pode produzir informação, `liberando` o polo da emissão”, com a oferta de produtos personalizáveis,

e, na maioria das vezes, insiste em fluxos comunicacionais bidirecionais (todos-todos), diferente do fluxo unidirecional (um-todos), das mídias de função massiva. As mídias de função pós-massiva agem não por *hits*, mas por “nichos” (...). Desta forma, um autor não precisa necessariamente passar para uma grande produtora de *hits* para viver de sua obra. Com novas ferramentas de funções pós-massivas, ele pode dominar, em tese, todo o processo criativo, criando sua comunidade de usuários, estabelecendo vínculos abertos entre eles, neutralizando a intermediação e interagindo diretamente com um mercado de nichos. (Lemos, 2010, p.158).

Pensamos a música como uma poderosa forma de comunicação. Esta dimensão comunicativa, associada às novas tecnologias, ampliou-se exponencialmente. Ferramentas e facilidades – tais como o acesso a conteúdos, registros, *softwares*, aplicativos, compartilhamento, exposição em redes sociais – transformaram o negócio e o consumo musical. O conceito DIY, *do it yourself*, que surge no final da década de 1970, associado ao anarquismo e ao anticonsumismo, uniu-se às técnicas e beneficiou-se da descentralização midiática. Atualizando-se, no capitalismo financeiro e subjetivista, acrescenta um matiz empreendedor ao espírito bricolador-contestador, sem que isto invalide sua participação nas

políticas de visibilidade capitaneadas por diversos movimentos artísticos que estavam, anteriormente, abafados ou invisíveis. Consequentemente, foi afetada a forma de “se fazer”, tanto da música quanto dos próprios sujeitos: ambos se despregam de uma hierarquia e de uma univocalidade, abrindo-se a outras possibilidades sonoras e a universos outros de subjetivação.

Defendemos, partindo da análise da trajetória de Rico Dalasam, que a lógica pós-massiva, ultrapassando os limites das redes telemáticas, é um referente muito concreto na organização da prática social e identitária de jovens urbanos, em especial daqueles que passam a viver da cultura audiovisual que produzem, enfrentando de forma plástica e ativa as reais limitações que impactam a experimentação plena e livre de suas vidas.

A mobilidade e a sampleagem tornam-se, portanto, estratégias de sobrevivência e recursos de enfrentamento aos processos de assujeitamento com os quais se defrontam. Dalasam assume-se como uma combinação entre ser jovem, negro, gay e *rapper*. Tem sido enquadrado em um presumido movimento *queer rap*², rótulo que não parece defender. Sua música é também combinatória, mesclando influências do R&B, do funk, do samba e do eletrônico. Em suas composições, mistura política, ativismo gay e aventuras de amor. Falar da musicalidade de Dalasam exige uma escuta e uma escrita dilatadas e dialéticas, que também transitam, parafraseando a emblemática coletânea organizada por Herschman (2011), “nas bordas e fora do *mainstream* musical”.

Problemas deste tipo são abordados por Lopes (2003), para quem “para se apreender a música deve se ir para muito mais longe do que um mero formalismo descritivo interno à história da música e de seus gêneros” (Lopes, 2003, p.86). Assim é que ele destaca a proeminência dos *mass media* e do consumo “para apreender uma forma de conhecimento do mundo em que vivemos” e, nesta direção, o fato de “os estudos de comunicação [serem] um campo fértil para compreender a emergência de uma música pop, na segunda metade do século XX” (Lopes, 2003, p.66, 67).

Aproximando a condição pop da própria produção de conhecimento no campo da comunicação, o autor destaca a emergência de valores como a afetividade e o envolvimento na música pop, e reafirma, “na esteira de filósofos como John Dewey, Herman Parret e Richard Shusterman, a necessidade de resgatar o afetivo, o corporal, como possibilidade de comunicação” (Lopes, 2003, p.87). Imagens e sons tornam-se, pois, constitutivos de experiências “cada vez mais marcadas por uma simultaneidade de meios e sensações” e tributárias de uma estética pop “que não tem medo do fácil, da redundância

2 Rótulo (ou subgênero) aplicado pela crítica e pela mídia para descrever a música rap e o hip-hop realizados por artistas e intérpretes LGBT, com características globais.

informativa, do descartável, do afetivo.” (Lopes, 2003, p.88).

No enfrentamento ao que considera “posições meramente intelectualistas”, que separam a arte da vida, apresenta um novo paradigma de análise da obra artística como fenômeno comunicacional, da música como experiência e das imagens e sons como narrativas:

Na perspectiva de uma estética da comunicação é fundamental diluir cada vez mais não só as fronteiras entre arte erudita, popular e massiva, mas desconstruir o dualismo entre música experimental e música comercial, fazer dialogar objetos de valor estético com produtos culturais, não para considerá-los apenas como mercadorias dentro de uma indústria cultural, mas reafirmar a centralidade da reprodutibilidade técnica da imagem e do som como central para pensar a arte no século XX, para além de qualquer visão instrumental da comunicação, colocando-a na esfera da possibilidade de compartilhamento de experiência e não da simples troca de informações. (Lopes, 2003, p.87)

Soares (2014) também evidencia este novo patamar de experiência-pensamento ao dizer que pertence ao pop “o que parece ‘vazar’ naquilo que o bom gosto, a `norma culta`, o valorativo, a `intelectualidade` soam atestar como excessivamente comercial, deliberadamente afetivo e ultra-permissivo” (Soares, 2014, p. 2). Dalasam é, de fato, expressão anti-canônica de uma música para se escutar com o corpo. Nem revolucionário nem acomodado. Nem utópico nem cooptado. Descentrado.

Apontamentos etnográficos: sonoridade *remix*, resistência pop-lítica

Nosso primeiro contato presencial com Dalasam aconteceu na ocupação [SSex BBox], em uma madrugada de julho de 2015, na região da Luz, bairro central (e não menos periférico) da cidade de São Paulo³. O [SSex BBox] - Sexualidade Fora da Caixa é um projeto de justiça social, que procura dar visibilidade ao debate das questões de gênero e de sexualidade, em várias partes do mundo. Concentrando e conectando pop-ativismos e engajamentos radicais, tem como causa incluir o diferente e promover um mundo melhor, tendo surgido do caldo de acontecimentos e movimentos que, nos últimos anos, foram responsáveis por mudanças sociais e por dar visibilidade a novas expressões culturais.

Fundada em 2011, a ocupação tem entre seus principais objetivos: expandir a consciência, facilitar a

3 Incluem-se ao longo do estudo ferramentas de acompanhamento da presença midiática de Dalasam nas redes sociais e na mídia televisiva, de canais abertos a fechados, e igualmente entrevistas a jornais da grande imprensa e a blogs. Também procedemos ao acompanhamento do perfil no *Facebook* e do canal no *YouTube* administrados por sua produtora, a Modo Diverso, e à escuta sistemática da produção discográfica do *rapper*, assistindo, ainda, a outros de seus shows em espaços bastante diversos, a saber, o Auditório Ibirapuera e uma loja da rede FNAC, sempre na cidade de São Paulo.

educação, estimular a criação de comunidades e questionar conhecimentos acerca da sexualidade. O projeto se desdobrou em vários formatos: eventos com a exibição de filmes e debates, publicações, *podcasts*, *workshops* e festas. A cena musical do [SSex BBoxx] espelha e refrata o cenário de tensões e potencialidades apresentado neste artigo⁴.

Jefferson Ricardo não nasceu rico. Morador da periferia começou sua atuação profissional como cabeleireiro, tornando-se posteriormente editor de moda. O rap entrou em sua vida a partir de 2007, menos de uma década antes de seu derradeiro e meteórico sucesso. Aprendeu a construir rimas no ambiente do hip-hop, para depois elaborar sua própria narrativa. Além de não ser rico, é negro e gay, encontrando na música a possibilidade de denunciar uma sociedade hegemonicamente dominada, compulsória e normativamente, pelo homem-branco-heterossexual. Surge o ícone Dalasam. Ele dá duas explicações para seu sobrenome: numa entrevista (e também no folder de divulgação do show de lançamento do álbum *Orgunga*), diz que são as iniciais da frase “disponho armas libertárias a sonhos antes mutilados”; e no verso da música que leva o seu nome, ele canta: “Dalasam é um vilarejo no Irã, onde nascem os rebeldes sem palco e sem fã”. Ambas as explicações parecem ter em comum a ideia de que a alteridade é dotada de representatividade. “Dalasam é uma geração de pessoas, é bom elas entenderem que existe e vai existir sempre um Dalasam perto delas”, afirma em outro depoimento.

Em seu escudo-casulo pluri-performativo, orchestra uma peculiar política de existência. E quando tem voz, não esconde os temas que compõem e movimentam a aspereza e a hipocrisia cotidiana: “Sociedade cruel metida a Clock Freeze/ Não cumprimenta o porteiro e quer que o porteiro sorri”, em *MiliMili*; ou “A classe chegou depois me preparou pra riqueza / Mas eu sou bem maloqueiro dos que pegavam rabeira”, em *Riquíssima*; ou ainda quando pergunta: “Negros, gays, rappers, quantos no Brasil? Deve haver vários / Tantos tão bons quanto os foda / Que rima uma cota / Tirando os que tão, né? E ninguém nota”, em *Dalasam*; quando se posiciona pela diversidade no verso “Amar seja como for”, de *Não Posso Esperar*; ou quando avisa que vão ter que lhe engolir: “Vem / E aceita que onde ninguém

4 Os artistas que transitam nesta cena fazem rap, funk carioca e música eletrônica em geral. O duo Double Duchess, de São Francisco, surgiu em 2010 e é composto por Davo & Krylon Superstar. Tem como referências o Club Kids, dos anos 90, e o Obscure 80's. Aposta no estilo queer dance, hip-hop e big beats. Participa ativamente da comunidade gay americana e faz referências ao veganismo. Jessie Evans, cantora e saxofonista californiana, tem influências de ska e dub. A artista abandonou os EUA por desacreditar da política do país e há anos circula pelo mundo, atuando como produtora e artista visual – atualmente, mora no Brasil. Na sua bagagem, carrega parcerias com artistas do underground como Malaria, Atari Teenage Riot e Lidia Lunch. Já trabalhou também com bateristas do Siouxsie and the Banshees e de Iggy Pop. Suas performances provocativas e exóticas misturam afro-beat, pop e electro. Acompanhada por batidas hipnóticas, ela usa o saxofone como uma máquina. No cenário nacional, além de Rico Dalasam, sujeito da investigação que fundamenta este artigo, há a referência ao Bonde do Rolê, trio de Curitiba, Paraná, que surgiu em 2005. Eles misturam *samplers* de vários estilos de música com o funk carioca. As letras provocativas questionam e ironizam diversos valores da sociedade: sexualidade, religião, drogas etc. O grupo alcançou sucesso internacional e fez várias turnês pelo mundo.

foi / Eu vou tá / Se abaixamos não era tiro, é o Dala / Levantei dançando sem dar vexame”, em *Esse Close Eu Dei!*.

Flerta também com uma sonoridade mais “*melody*”, meio anos 1990, para expressar através de um curioso apelo à legitimidade o efeito do amor e do erotismo na vida de um jovem de 27 anos: “Quer cuidar de mim então / Tem que ser legítimo / Se for só pra isso amor / Tem tantos por aí”, em *Honestamente*; “No risco como dois amantes / No breu do recomeço e um retrato do seu passado / Sou eu, bem melhor agora / Sem rédeas, acende as ribaltas / Me chama de Orfeu”, em *Relógios*.

Em sua discografia, a primeira produção é o EP *Modo Diverso*. Lançado em abril de 2015, conta com seis faixas – *Não Posso Esperar*, *Deixa*, *Aceite-C* (seu grande e primeiro sucesso), *Riquíssima*, *Deise* e *Reflex* – produzidas por Filiph Neo. Sua música é então composta por *beatbox* fortes, colagens e instrumentos africanos e indígenas, sonoridades brasileiras, *samplers* – como o axé baiano de Daniela Mercury, de quem recebeu um elogioso e efusivo cumprimento. Letras engenhosas marcam seu discurso que, além de político, faz referências explícitas a artistas da música pop (Britney Spears, Whitney Houston, Kaily Minogue) e ao universo das telenovelas; arrisca ainda palavras em francês; aplica gírias dos guetos em que transita (de manos, minas & monas); faz alusão direta ao consumo e acrescenta pitadas de ostentação.

O álbum “oficial”, lançado em maio de 2016, tem outro volume, timbres sofisticados e mais percussão. Conta com produtores e músicos de destaque como Mahal Pita, do BaianaSystem⁵, além de produtores como Neo, Xuxa Levy e Duani, os *beatmakers* Pifo e Rodrigo Touché e o mestre do sintetizador analógico Arthur Joly. Dessa parceria nasceu *Orgunga*. O conceito “orgunga” é uma combinação das palavras orgulho, negro e gay ou, como afirmou no show de lançamento do álbum, significa o orgulho que vem depois da vergonha. Com o discurso mais maduro, Dalasam agora demonstra o prazer de não pertencer a lugares estanques. “Disseram que era vergonhoso ser eu”, completa. O disco é composto pelas músicas *MiliMili*, *Riquíssima Remix*, *Dalagam*, *Esse Close Eu Dei!*, *Drama*, *Honestamente*, *Relógios* e *Vambora*.

Rico agora está riquíssima. Abandonou as roupas de “cibermano”, com logotipo da Adidas estampado no peito e no tênis, para fortalecer a negritude, bricolando *griffes* de luxo a sua expertise na consecução do próprio figurino à militância gay. A estética que bebe, ainda que indiretamente, do queer e do rap embaralha os gêneros, com referências diretas à cultura africana e ao mundo *fashion*. Já

5 Um dos principais nomes do movimento independente Bahia Beat, que busca ressignificar a sonoridade da música urbana produzida na Bahia. É considerado por alguns críticos sucessor de Chico Science.

em um formato mais comercial – gravações de qualidade, sendo em alguns momentos acompanhado por uma banda ou cantando outros estilos, com performances mais elaboradas – o “negrinho cheio de querer” alcançou o *mainstream*.

Nesta proposta *clubber* militante, remissão à ideia já mencionada do fervo como protesto, o artista passa pelo ritual do consumo, orgulha-se e se exhibe, repousando no berço de seu esplendoroso ativismo-ostentação, que sonha a inclusão no mundo da riqueza e que ironicamente a despreza; que ocupa o lugar negado ao subalterno, o universo da distinção burguesa, e dele dispara sua metralhadora iconoclasta, sua verve não submissa e não subordinada. Dalasam, ostentando em sua performance midiática variados ícones do bom gosto e clichês estereotípicos da “riqueza”, parece irônico ao se referir às condecorações elitistas que se atribuem aos que “venceram”, pois ele não esquece que aquele que “hoje está no ouro, (...) já vendeu cobre”.

Antes do topo, para no meio e dá um close. Por que só “eles” podem? Em suas apresentações narra histórias do cotidiano: detalhes de sua mãe ou algo sobre o menino para quem escreveu determinada letra. Às vezes, explica partes da rima. Emociona-se. Lembra-se dos produtores que se negaram a lhe ajudar e agradece àqueles que o apoiam. Em *pocket-show* em uma sede paulistana da loja francesa FNAC, pede para a gerente vender os seus discos a preços mais baixos. Ele continua a subir... Entre uma música e outra, em um programa de televisão, filosofa: “para a existência ser plena, não precisa pertencer a algo”.

Jefferson reencontra Dalasam, assim como Dalasam reencontra, em sua gênese musical-existencial, elementos libertadores e talvez libertários do pop: a fluidez, a extrema flexibilidade identitária, o trânsito epidérmico e caloroso por diferentes formas culturais, a estetização como estilo, a estilização como estética, a estética como nova ética do vivido e do visível. E não há, ao menos não exclusivamente, negatividade ou esvaziamento de sentido na construção deste liame. Afinal, o fervo não persegue troféus de autenticidade, ele quer apenas “lacrar”. Ele funda, no aqui e agora, seu novo *sensorium* tenso, intenso, tecno-corpóreo, tátil-cognitivo: “Sente esse calafrio, bee. Guarda esses dollar Bill, que hoje é com o Dala, viu. Vim cravado Lanvin e Mcqueen”. Afinal, por que só “eles” poderiam gozar?

Referências bibliográficas

- AMADO, Adriana e RINCÓN, Omar. *La comunicación em mutación*. Remix de discursos. Bogotá: Centro de Competencia em Comunicación para América Latina, 2015.
- FREIRE FILHO, João. “Das subculturas às pós-subculturas juvenis: música, estilo e ativismo político”. Contemporânea. *Revista de Comunicação e Cultura*. Vol. 3, n.1, p.138-166, janeiro/junho de 2005.
- GHEIRART, Oziel. *O desassossego da permanência pós-moderna: subjetividade, cenas midiáticas e cultura do consumo*. São Paulo, PPGCOM-ESPM, 2008. 195 p. Dissertação de mestrado. Orientação de Rose de Melo Rocha.
- GHEIRART, Oziel. *Tratado Antropoético*. São Paulo, PPGCSO-PUCSP, 2015. 183 p. Tese de doutorado. Orientação de Edgard de Assis Carvalho.
- HERSCHMANN, Micael (org.). *Nas bordas e fora do mainstream musical*. Novas tendências da música independente no início do século XXI. São Paulo: Estação das Letras, 2011.
- LE MOS, André. “Celulares, funções pós-midiáticas, cidade e mobilidade”. *Revista Brasileira de Gestão Urbana*, v.2, n.2, p.155-166, jul/dez. 2010.
- LE MOS, André. “*Mídia Locativa e Territórios Informativos*”. Salvador, 2008. http://www.facom.ufba.br/ciberpesquisa/andrelemos/midia_locativa.pdf Acesso em 26/08/2016.
- LODDI, Laila Beatriz da Rocha. *Casa de bricolador(a): cartografias de bricolagens*. Goiânia: UFG, Programa de Pós-Graduação em Cultura Visual. Dissertação de mestrado, 2010.
- LOPES, Denilson. “Da música pop à música como paisagem”. *ECO-PÓS*, v.6, n.2, p.86-94, agosto-dezembro 2003.
- MARTEL, Frédéric. *Mainstream*. A guerra global das mídias e das culturas. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2012.
- NEGUS, Keith. “O *business* do rap: entre as ruas e os escritórios dos executivos das gravadoras”. In: HERSCHMANN, Micael (org.). *Nas bordas e fora do mainstream musical*. Novas tendências da música independente no início do século XXI, p.67-86. São Paulo: Estação das Letras, 2011.
- PRYSTHON, Ângela. “Margens do mundo: a periferia nas teorias do contemporâneo”. *Revista FAMECOS*, n. 21, p.43-50, agosto de 2003.
- PRYSTHON, Ângela. *Cosmopolitismos periféricos*. Ensaio sobre modernidade, pós-modernidade e estudos culturais na América Latina. Recife: Bagaço/PPGCOM-UFPE, 2002.
- RINCÓN, Omar. “Lo popular en la comunicación. Culturas bastardas + ciudadanías celebrities”. In AMADO, Adriana e RINCÓN, Omar. *La comunicación em mutación*. Remix de discursos. Bogotá: Centro de Competencia em Comunicación para América Latina, 2015a.
- REZENDE, Aline da Silva Borges. “Funk paulista, culturas bastardas e narrativas pop-líticas: Um olhar sobre as outras lógicas de existência periférica na ostentação”. Trabalho apresentado no GP Comunicação e Culturas Urbanas do XVI Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. São Paulo: *Intercom*, 2016.

RINCÓN, Omar. "Lo pop-pular está de moda: sobre culturas bastardas y quilombos pó-líticos". In: BRUZZONE, Daiana, SAINTOUT, Florencia e VARELA, Andrea (orgs.). *Voces abiertas de América Latina*. Comunicación, política y ciudadanía. Buenos Aires: CLACSO, 2015b.

ROCHA, Rose de Melo. "Eram iconoclastas nossos ativistas? A representação na berlinda e as práticas comunicacionais como formas (políticas) de presença". In JESUS, E.; JANOTTI, J.. TRINDADE, E.; ROXO, M. *Reinvenção comunicacional da política*. Salvador: UFBA/Compós 2016.

ROCHA, Rose de Melo. Consumo y visibilidad en las actitudes politicas juveniles en Latinoamérica. *Conexiones. Revista Iberoamericana de Comunicación*, v. 2, p. 19-28, 2010.

ROCHA, Rose de Melo; SILVA, Josimey Costa da; PEREIRA, Simone Luci. "Imaginários de uma outra diáspora: consumo, urbanidade e acontecimentos pós-periféricos". *Galáxia* (São Paulo) [online]. 2015, n.30, pp.99-111. <http://dx.doi.org/10.1590/1982-25542015220453>

SOARES, Thiago. "Abordagens teóricas para estudos sobre cultura pop". *LOGOS 41 - Cidades, Culturas e Tecnologias Digitais*, v. 2, n. 24, p.1-14, 2014.

VELASCO, Tiago. "Pop: em busca de um conceito". *Animus. Revista de Comunicação Midiática*. v.17, p.1-19, jan-junho 2010.