

Eu CENTRO UNIVERSITÁRIO INTERNACIONAL UNINTER
Curso de Comunicação Social – Jornalismo

JÉSSICA PATRÍCIA BARBOSA DOS SANTOS

CULTURA NA RUA: PROGRAMA PARA WEB

CURITIBA

2016

JÉSSICA PATRÍCIA BARBOSA DOS SANTOS

CULTURA NA RUA: PROGRAMA PARA WEB

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado como requisito parcial para obtenção do grau de bacharel em Comunicação Social com Habilitação em Jornalismo ao Centro Universitário Internacional UNINTER.

Orientador: Pro^a Ms^a Alessandra Lemos

CURITIBA

2016

RESUMO

Este trabalho apresenta a produção audiovisual segmentada “Cultura na Rua”, em que a temática é a cultura do *hip hop* em Curitiba. O programa procura destacar os principais elementos que englobam o *hip hop*: a *dança*, a *arte visual*, *Dj*, e *Mc*, que é a pessoa responsável por produzir as músicas. O programa está dividido em quatro blocos que poderão ser exibidos juntos ou em vídeos separados. O projeto pretende apresentar um pouco de cada uma dessas vertentes e a história desse movimento que será retratado pelo programa e veiculado por meio da plataforma online *Youtube*. Para embasar teoricamente a produção do produto, recorre-se a autores como Heródoto Barreiro e Paulo Lima (2002), Daniel Piza (2010) sobre jornalismo cultural e Pollyana Ferrari (2010) sobre jornalismo digital.

PALAVRAS-CHAVE: jornalismo segmentado; programa para web; produção audiovisual; hip hop.

ABSTRACT

This paper presents the segmented audiovisual production "Culture in the Street", where the theme is the hip hop culture in Curitiba. The program seeks to highlight the key elements that encompass the hip hop: dance, visual art, DJ, and Mark, who is the person responsible for producing the songs. The program is divided into four blocks that can be displayed together or in separate videos. The project aims to present a little of each of these aspects and the history of this movement that will be portrayed by the program and published through the online platform Youtube. To theoretically base the production of the product, refers to authors like Herodoto Barreiro and Paulo Lima (2002), Daniel Piza (2010) on cultural journalism and Pollyana Ferrari (2010) on digital journalism.

KEYWORDS: segmented journalism; web to program; audiovisual production; hip hop.

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	0
2. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS.....	10
3. HIP HOP.....	11
3.1 BREAK	11
3.2 RAP	14
3.3 DJ.....	16
3.4 GRAFFITI.....	17
4. CONSIDERAÇÕES SOBRE CULTURA DE RUA E COBERTURA	
JORNALÍSTICA CULTURAL	20
5. PRODUÇÃO JORNALÍSTICA AUDIOVISUAL PARA VEICULAÇÃO NA WEB .	24
5.1 JORNALISMO ONLINE NO YOUTUBE	27
5.2 CATEGORIAS DE PROGRAMAS TELEVISIVOS	29
6. DESCRIÇÃO DO PROGRAMA CULTURA NA RUA	32
7. CONSIDERAÇÕES FINAIS	34
8. REFERÊNCIAS.....	36
ANEXOS	39

AGRADECIMENTOS

A Deus, que se não fosse por Ele me guiando todos os dias e me dando forças para não desistir, este trabalho não seria concretizado. À minha família Barbosa dos Santos, entre eles meus avós, que são os responsáveis pela minha educação e a pessoa que me tornei. Minha tia e madrinha, Edneia, pela dedicação e zelo que sempre teve para comigo, que desde o começo da faculdade apoiou as minhas escolhas, principalmente em fazer este trabalho. Minha mãe, meu padrasto e meus irmãos, que mesmo morando longe fizeram muito por mim.

Agradeço também às minhas grandes amigas, Camila Kokott que foi durante alguns meses minha parceira em um programa de *hip hop* e aguentou minhas crises de ansiedade. Jussara Andrade ajudou bastante neste TCC e em outras questões da vida. Sou imensamente grata a minha turma da faculdade, entre eles: Diego Gangas, Luiz Mazza, Laura Weiss e Nayara Lira, que independente de nossas personalidades fortes, sempre estavam prontos para dar o suporte que eu necessitava.

Agradeço a minha professora, amiga e orientadora, Alessandra Lemos que topou me orientar neste trabalho e me ajudou em todos os aspectos, me motivando a prosseguir e não desistir do alvo. Ao meu querido professor Régis Rieger que me fez gostar e me apaixonar por televisão e graças a ele surgiu o “Cultura na Rua”. Ao professor Valdir Cruz que com o seu jeito descontraído sempre me incentivou. Agradeço também a todos os entrevistados que participaram do programa e disponibilizaram um tempo para conversar comigo. Ao Gabriel Eloi, que é a pessoa responsável pela gravação e edição deste material, que ficaram excelentes.

Agradeço aos meus líderes da igreja que sempre me apoiaram e estavam ali quando eu mais precisei.

Espero que este programa possa mudar alguns preconceitos da sociedade perante o movimento *hip hop*, e que dê mais visibilidade aos artistas locais, porque em Curitiba existem pessoas excelentes e que só precisam de uma chance para mostrar o seu potencial.

1. INTRODUÇÃO

Este trabalho apresenta o produto jornalístico denominado “Cultura na Rua”, programa audiovisual para veiculação no *Youtube*, com informações jornalísticas sobre a cultura do *hip hop* em Curitiba. O produto contém reportagens e entrevistas, a respeito dos elementos que englobam esta cultura: a dança, chamada de *break*, o *DJ*, o trabalho das artes visuais de rua (*Graffiti*) e o *Mc* (*Mestre de Cerimônia*) que canta.

O programa tem como objetivo dar cobertura a esse movimento artístico. Ao todo foram 17 min34s na sua versão na íntegra e também foi colocado na plataforma online do *Youtube* em versões menores, com vídeos de cada reportagem ou entrevista separada. No total, foram postados cinco vídeos, com duração em média até cinco minutos.

Durante o processo de produção foram levantadas e analisadas referências bibliográficas que foram a base teórica para o programa, além de dados sobre Jornalismo Cultural, Jornalismo Audiovisual na Web e estudos sobre o *hip hop*.

Para José Carlos Gomes da Silva (1999, p.23), o movimento *hip hop* foi interpretado como uma expressão artístico-política que surgiu na década de 70 na cidade de Nova Iorque, nos Estados Unidos, em um cenário de desemprego e violência urbana que refletiam sobre os jovens. A partir disso, essas práticas culturais vinculadas à dança, pintura em muros e à música passaram a ser utilizadas como forma de expressão artística de rua com mensagem de questionamento da realidade social.

O *hip hop* engloba quatro elementos que são alvo das pautas deste programa, sendo eles: dança, música, *graffiti* e *DJ*. A dança é chamada dentro do movimento como *break* ou *breaking*. Já a música ganhou a denominação de *rap*. O *DJ* é a pessoa que coloca a batida (música de fundo) para que o *rapper* cante.

No Brasil, este movimento surgiu em 1980 com os chamados bailes *blacks*, organizados por equipes de som e direcionados ao povo negro e morador de áreas pobres do estado de São Paulo. Nesta época, existiam dois grandes bailes: o “Aristocrata” e o “Clube 220” que se distinguiam pelo público e pelas atividades realizadas. Segundo João Batista Félix (2005), o baile Aristocrata era frequentado pela classe média negra e o 220 por trabalhadores de “classe baixa”.

Micael Herschmann (1997) em relação ao movimento *hip hop*, diz que este

ainda é visto por muitas pessoas como uma forma de “expressão sem grau cultural”. Sendo assim, destaca-se a importância de mudar esse conceito da população a respeito do movimento. Acredita-se que com o programa *Cultura na Rua* será possível ampliar a divulgação da cultura *hip hop* de uma forma jornalística e engajada nos principais elementos, citados anteriormente.

Trazendo o *hip hop* para os dias de hoje, alguns programas sobre o tema são produzidos na televisão e Internet. Foram localizados os seguintes programas: *Casa do Hip Hop*, transmitido pela TV Brasil; *Manos e Minas* da TV Cultura de São Paulo; o programa *YO!* da MTV (este acabou em 2013), *Hip Hop Cultura de Rua*, da TVE e *Hip Hop Brasil* apresentado pelo cantor “MV Bill” e transmitido no canal de músicas Music Box Brasil. Já na internet os programas são: *Hip Hop Em Cena*, *Hip Hop Moz*, *Hip Hop Na TV*, *Hip Hop Sul*, *Programa Hip Hop PG*. Recentemente a TV Gazeta, de São Paulo, lançou oito edições de um programa chamado “Histórias do Rap Nacional”, que traz entrevistas com grandes grupos de rap da “antiga escola” e também os da atualidade, como por exemplo, o *rapper* Emicida.

O número de programas indica o interesse do público sobre o assunto. Porém, é importante destacar que a maioria deles tem foco no entretenimento. Já o “Cultura na Rua” tem como proposta ser um produto jornalístico, embora considere-se aqui “infotainment”, pois, além de informação, procura entreter, como por exemplo, com a divulgação de clipes de artistas do *rap*.

Em relação a escolha do tempo, ela se deve a uma matéria publicada pelo site G1¹ (2014), que afirma que os vídeos mais consumidos são os de curta duração e que o horário de maior acesso é entre 20h e 1h da manhã. A reportagem também traz um estudo que 13 das 23 publicações mais vistas no *Youtube* estão em português e que vídeos e fotos possuem mais acesso nas redes sociais.

Segundo outra pesquisa, do site do Portal Brasil (2014)², 17% dos internautas acessam a plataforma *Youtube* diariamente. Já, a cada minuto, 300 horas de vídeos são enviadas para esse site, fazendo com que esteja localizado em 75 países e disponível em 61 idiomas. Por essa razão, verifica-se uma oportunidade de viabilizar

¹ Notícia disponível em: <http://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2010/08/no-brasil-96-dos-internautas-acessam-videos-pela-web.html>

² Notícia disponível em: <http://www.brasil.gov.br/governo/2014/12/cerca-de-48-dos-brasileiros-usam-internet-regularmente>

o conteúdo para as pessoas poderem assistir mais de uma vez, já que este é o grande recurso desse site. Os dados acima justificam a escolha da plataforma online para postagens do programa.

Em Curitiba, existem grandes nomes de destaque no movimento *hip hop*, e principalmente na música. Como por exemplo, o pioneiro no rap local: Cwbase MC Simples, que começou em 2004 e mora na zona norte da cidade. Assim como um dos primeiros grupos, o Lado Trilho, formado pelos *rappers*: Gaúcho e Midje, que comandam uma gravadora e a marca de roupas, Maloca que Domina.

Na capital paranaense, também é possível encontrar a Batalha da Cultura, que engloba os quatro elementos do *hip hop* e acontece uma vez ao mês, em uma praça da cidade. O mestre de cerimônia é o MC Caxaria, (Ricardo Pereira), que anuncia os *rappers* que participarão da batalha, onde o melhor ganha um prêmio, e as outras atrações, como *break* e *graffiti*.

2. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS:

Para realização deste trabalho, usou-se, no primeiro instante, a pesquisa bibliográfica que, segundo Ida Regina Stumpf (2009), é o planejamento inicial de qualquer pesquisa. “Vai desde a identificação, localização e obtenção da bibliografia pertinente sobre o assunto. É apresentada a literatura que o aluno examinou para evidenciar o entendimento do pensamento dos autores” (STUMPF, Ida. apud Duarte, BARROS, 2009, p.51)

Após a fase de qualificação, foram realizadas as etapas de produção do programa, sendo dividido em:

Parte I: elaboração de pautas, conteúdos e o roteiro, além de conversas com as fontes. Esta parte foi fundamental para dar início às gravações, pois em contato direto com as fontes, pode-se desenvolver melhor as pautas a serem discutidas no programa.

Parte II: produção externa com gravações nos locais selecionados para captação de imagens e entrevistas. A escolha dos locais para gravação desde a abertura do programa até mesmo as entrevistas foram definidas junto com os entrevistados, em uma conversa para saber qual era o local mais apropriado e que representasse de forma clara os quatro elementos do *hip hop*.

Parte III: Finalização de textos do off. Depois de gravadas as entrevistas, passagem e abertura do programa, a segunda parte foi gravar os offs.

Parte IV: edição em que foi selecionado todo o conteúdo utilizado no programa, fazendo os cortes, adicionando vinhetas e todas as artes. Esta parte foi um trabalho conjunto entre a apresentadora e o responsável por editar o produto. Durante conversas e montagem do roteiro na primeira etapa, foram definidos em quais momentos entrariam as vinhetas e como seria a arte do “Cultura na Rua”.

Parte V: Postagem do material na plataforma online *Youtube*

Parte VI: Finalização deste relatório monográfico referente a este produto jornalístico.

Desse modo, o trabalho cumpre com sua parcela de contribuição em difundir a cultura *hip hop* de Curitiba para o público que já conhece e busca mais informações sobre o assunto.

3. HIP HOP

O programa proposto tem como temática das pautas o *hip hop*, faz-se, aqui, necessário o detalhamento do que é esse movimento, seu surgimento e principais características. De acordo com Herschmann (1997) o *hip hop* surgiu na década de 70 nos Estados Unidos – em Nova Iorque (no sul de Bronx), com a contribuição de latino-americanos e afro-americanos. O DJ Afrika Bambaataa é considerado o criador do movimento, pois foi quem definiu os elementos do *hip hop*.

Deve-se ressaltar que essa cultura nasceu também com uma identidade alternativa para o grupo de jovens, que encontraram na arte uma resposta aos problemas que desde aquela época enfrentavam. Os jovens de origem africana e caribenha reelaboraram as práticas culturais e produziram uma nova interpretação das condições socioeconômicas, impostas pela vida urbana. Sendo assim, o movimento *hip hop* se apropria da rua como palco para fazer arte.

Segundo José Carlos Gomes da Silva (1999), o Bronx encerrou as rivalidades entre gangues e passou a liderar o movimento *hip hop*, enfrentando os problemas cotidianos, como: falta de educação e oportunidades, violência, entre outros.

Herschmann (1997) diz que a identidade do *hip hop* está arraigada à experiência local e específica e ao apego de um status em um grupo local, como uma família alternativa.

Esses grupos formam um novo tipo de família, forjada a partir de um vínculo intercultural que, a exemplo das formações das gangues, promovem isolamento e segurança em um ambiente complexo e inflexível. E, de fato, contribuem para as construções das redes da comunidade que servem de base para os novos movimentos sociais. (HERSCHMANN, 1997, p. 202)

Este estilo possui vários movimentos, contudo, em sua essência, quatro deles são considerados os principais e dão origem a todas as outras pequenas manifestações culturais, são elas: o *break* (dança), o *rap* (música), o DJ (discotecagem) e o *graffiti* (intervenção urbana) por meio da arte visual em muros.

3.1. BREAK

Nina Fideles *et al* (2014) explica que o *break* foi o primeiro dos quatro elementos a surgir, ainda em Nova York, nos anos 60. Os passos da dança faziam referência à guerra e inspirou o nome do movimento. “Hip Hop é a expressão que

nasce calcada em valores da dança que invadiu o imaginário de jovens na década de 1970” (FIDELES, 2014, p. 58). No começo, os dançarinos tinham como uma inspiração os movimentos do *soul* e *funk*, pois eram os estilos que predominavam na época. Com o passar do tempo, o *break* sofreu uma revolução na dança de rua nova-iorquina, o que permitiu uma música puxada para a “quebrada” (música de rua). Segundo Igor Carvalho (2010), os dançarinos criaram novas formas de dialogar com esse ritmo, passos ousados para a época começaram a ser criados, com saltos e rodopios no chão.

No Brasil, a dança chegou através da televisão e um dos filmes que foi destaque a mostrar esta dança de rua foi “*Cabin in the Sky*” (1943). Fideles (2014) diz que outra referência do *break* veio de um passo do cantor Michael Jackson, o “*moonwalk*” que ficou conhecido após ele deslizar para trás e o que fez com que o *hip hop* ficasse conhecido na indústria cultural.

Um programa de TV dava indícios de que a dança de rua iria conquistar os brasileiros. Foi o que aconteceu com o Programa Barros de Alencar de 1982, que passava aos sábados na TV Record e adotou o *break* como atração principal. Barros de Alencar promovia batalhas de dança, o que interessava e chamava a atenção do público jovem da época.

Segundo Fideles *et al* (2014), o nome Nelson Triunfo³ é bastante referenciado, pois foi um dos responsáveis pela ocupação das ruas com o *break*. “Nelson e Funk & Cia inovaram e começaram a dançar na frente do Teatro Municipal em São Paulo. Eles chegavam, ligavam o som e começavam a dançar”. (FIDELES, 2014, p. 61)

A ocupação de espaços públicos para dançar conquistou os paulistanos, que se apinhavam e se acotovelavam para ver o Funk & Cia (um grupo de jovens) se exhibir na região central da capital paulista. Em determinados dias, os dançarinos tinham que interromper a dança para que uma parte do público dispersasse, pois todas as ruas ficavam fechadas. (FIDELES, 2014, p. 61)

Os *b.boys* (dançarinos de *break*) foram da rua 24 de Maio para a estação São Bento, em São Paulo, local onde se reuniam com frequência. Eles se apresentavam em frente a uma loja que com o passar do tempo o gerente começou a boicotá-los, espalhando um produto químico no chão que provoca um odor insuportável. Segundo Fideles *et al* (2014), a farsa só foi descoberta porque Nelson passou uma

³ Nelson Triunfo é considerado o pai do *Hip Hop*. É dançarino de *break* e ativista social.

noite dormindo escondido próximo do local e viu o momento em que o funcionário espalhava o produto no chão, momentos antes do público e Funk & Cia chegarem. “Para o Funk & Cia continuar utilizando o espaço sem que fosse importunado pelos funcionários, a solução foi a divulgação da loja por meio de panfletagem que os dançarinos faziam após as apresentações.” (FIDELES, 2010, p. 62)

Fideles *et al* (2014) acredita que as danças de rua na 24 de Maio e depois Estação São Bento abriram oportunidades para que outras pessoas seguissem no movimento *hip hop*. “Foi na São Bento que muitos *b.boys* descobriram outros talentos e começaram a cantar rap, fazer grafitti ou serem DJs e produtores” (FIDELES, 2014, p.72).

As informações a respeito da cultura hip hop eram poucas. Era uma época sem acessibilidade, e a compreensão sobre o hip hop se deu por meio de fragmentos que eram compartilhados entre os frequentadores a São Bento. Cada um levava sua pasta de arquivos e trocava fotos e matérias com os outros, e a comunicação com outras cidades era feita por cartas. O Hip Hop não gerava lucro, não tinha premiações nem grandes eventos. Os *b.boys* não vendiam discos, nem tocavam nas festas, não eram famosos. Não se pode negar a participação efetiva dos dançarinos de rua no processo de construção dos alicerces e da identidade do Hip Hop no Brasil. A dança *braking* sempre foi a base desta cultura. (FIDELES, 2014, p.72)

Para Fideles *et al* (2014), o *break* era uma forma de educar e, por ter apelo audiovisual e comportamental, misturava a arte, cultura, entretenimento e conscientização. Com o passar dos anos e com o reconhecimento mundial do *break*, o Brasil conta com um representante que se tornou campeão mundial, o *b.boy* Negin, que foi o primeiro brasileiro a ganhar o título durante o Red Bull BC One (competição mundial de melhores *b.boys*), realizado em Tóquio, no ano de 2010.

Também encontramos *b.girls* (dançarinas mulheres) que com o passar do tempo foram se fortalecendo diante dos homens. “A presença feminina é uma constante na história de luta contra o machismo e preconceito, que vêm sendo superados pelo cenário atual”, (FIDELES, 2010, p. 73). Em se tratando de eventos de *break* para mulheres, pode citar-se a Frente Nacional de Mulheres no Hip Hop (FNMH2), o evento Batom Battle, que é de propriedade das *b.girls* “Art’ Culando”, entre outros.

3.2 RAP

O *rap* (ritmo e poesia) dentro do *hip hop* teve grande importância, primeiro porque o estilo musical é inconfundível e segundo porque as letras geralmente carregadas de críticas e ideologias, como é possível vermos em grupos brasileiros como *Racionais Mc's*, *RZO*, *Trilha Sonora do Gueto*, *Facção Central*, entre outros. José Carlos Gomes da Silva (2000) informa que os *rappers* (pessoas que cantam esse gênero musical) surgiram em São Paulo nos anos 90 e estavam integrados a grupos do movimento estético-político, que era mais amplo que o *hip hop*. Para o autor, o movimento *hip hop* está alinhado com as práticas juvenis construídas em cenários das ruas, como foi citado no começo deste capítulo, e tinham a fusão de elementos da arte engajados.

Os *rappers* paulistanos tinham como inspiração figuras dos Estados Unidos que estavam em constantes batalhas pelos direitos políticos dos negros e também por cantores da segunda geração do rap nova-iorquino. Para Silva (2000), os cantores aproveitavam para se expressar por meio da música e normalmente retratavam e denunciavam a condição do Brasil, fatores ideológicos, racismo, segregação dos negros, figura política, afirmação da negritude, entre outros símbolos

Por meio das denúncias e narrativas sobre o mundo da periferia, os *rappers* pretendem romper com o silenciamento sobre os problemas enfrentados por aqueles que se encontram do outro lado do muro. Diante deste silêncio indiferente da metrópole, a voz dos cantores e integrantes do movimento hip hop tem permanecido como referência para os jovens. Trata-se de uma indagação que a sociedade recusa-se a ouvir. (SILVA, 2000, p. 32)

No começo dos anos 70, o rap se constitui como relato da vida dos jovens negros e de outros grupos discriminados, como os latinos, da periferia das grandes cidades norte-americanas. Chegou ao Brasil por meio de Nelson Triunfo, citado no começo do capítulo, que criou o grupo “Funk & Cia”, onde mistura o soul e funk às suas músicas. Segundo Maria Eduarda Araujo Guimarães (1999), as grandes festas populares, como o carnaval, foram importantes, pois ajudaram a difundir o som dos negros. “O rap por ser um discurso sobre a vida dos excluídos das periferias, faz referência à violência que está intrínseca.” (GUIMARÃES, 1999, p. 40)

Para esclarecer essa ideia das letras de rap serem problematizadas e carregarem a violência, Maria Guimarães esclarece.

A realidade que é descrita nas letras do rap é uma realidade sem nenhuma idealização, sem nenhum retoque que a torne menos violenta, a descrição é “nua e crua”, diferentemente do que aconteceu com o samba, nos anos 30, em que a descrição da pobreza nos morros era romantizada, em que este aparecia como um lugar de pobres, sim, mas de uma pobreza quase idílica, sem que a violência aparecesse como elemento dessa descrição. Da mesma forma como o samba foi a crônica dos subúrbios e morros cariocas dos anos 30-40, o rap é a crônica dos anos 80-90 das periferias dos grandes centros urbanos. (GUIMARÃES, 1999, p. 41)

Um exemplo dessas letras, citamos aqui uma parte da música “Negro Drama” do grupo Racionais MC’s:

“Negro drama, tenta vê e não vê nada, a não ser uma estrela longe meio ofuscada. Sente o drama, o preço e a cobrança, no amor, no ódio, a insana vingança (...) O drama dá cadeia e favela, túmulo, sangue, sirenes, choros e velas. Passageiro do Brasil, São Paulo agonia, que sobrevivem em meio a zorra e covardias, periferias, vielas, cortiços, você deve tá pensando ‘o que você tem a ver com isso?’ Desde o início por outro e prata, olha quem morre, então veja você quem mata. Recebe o mérito, a farda que pratica o mal, me ver pobre, preso ou morto já é cultural”. (RACIONAIS MC’S, 2002)

Dentro do rap é possível encontrarmos o estilo *gangsta*, característico de Nova Iorque, que faz um apelo aos ataques de policiais por conta da violência nos guetos. Para Fideles *et al* (2014), este estilo é famoso por contar com ostentação, carros luxuosos, roupas e joias caras, o que mostra a mudança que o *hip hop* sofreu, além da objetificação da mulher. Porém, no Brasil, essa ostentação não se impõem e os cantores preferem relatar outros tipos de acontecimentos. Cantores como *Tupac Shakur*, *Dr Dree*, *The Notorius B.I.G*, entre outros ficaram conhecidos pelas letras inconfundíveis, onde relatavam o abuso do poder por parte da polícia dos Estados Unidos, o grande número de mortes de negros e servem até hoje como inspiração para grupos brasileiros como Sistema Negro, Holocausto, Manifesto e etc.

No *rap* existe a figura das *crews* (grupos ou equipes) que são formados pelo mesmo propósito, por exemplo, *Cone Crew Diretoria*, é um grupo de cinco integrantes que tem como objetivo cantar *rap*. As *crews* ficaram conhecidas no *rap* nacional por unirem o *rapper* com o DJ, uma figura marcante dentro do movimento.

3.3 DJ

A história do *DJ* se mistura com a do *rap*, pois as duas vertentes foram disseminadas em diferentes épocas, porém, uma complementa a outra dentro da música. O *DJ*, ou maestro dos toca discos, como Nina Fidelis (2000) o descreve,

ganhou notoriedade no Brasil com o Osvaldo Pereira. Ele iniciou durante o ano de 1950, em bailes realizados nos clubes recreativos, em São Paulo e os mais famosos eram o Clube 220 e o Aristocrata. A contratação de músicos para tocar nesses bailes deixava os ingressos mais caros para as noites e alguns empresários de festas resolveram aderir à contratação de pequenos grupos ou orquestras. “Foi com a Orquestra Invisível de seu Osvaldo que os bailes se tornaram populares, pois era a primeira vez que um DJ atuava em salões e se tornava a atração principal” (FIDELES, 2014, p. 26).

Seu Osvaldo, após adquirir um toca discos, começou a se apresentar em bailes, porém, foi no Clube 220 que ele estreou sua função, o que dispensava a orquestra e dava espaço apenas para a figura do DJ. Ainda segundo Fideles (2000), junto com a vinda do *hip hop* para o Brasil em 1970, surgem também equipes de bailes, como Chic Show, Zimbabwe, Black Mad, entre outros que reuniam o público negro de São Paulo. Essas equipes disputavam pelo melhor DJ, pelos lançamentos e também pelos melhores espaços.

Quando o rap começava a surgir, a figura do DJ que tocava as instrumentais, sem a música era chamado na época como o funk falado. Ou seja, as pessoas ainda não tinham conhecimento do rap em si, para elas era o gênero do funk falado, mas com o estouro do *break* eles tiveram conhecimento do *hip hop*. “Enquanto na São Bento fervilhava a cultura da dança, com dançarinos oriundos dos bailes *blacks*, muitas equipes pequenas começavam a surgir, as pessoas se reuniam em bairros distantes” (FIDELES, 2014, p. 28).

Com os bailes e equipes se consagrando cada vez mais no movimento cultural, abriam-se concursos na São Bento, para que as pessoas rimassem em cima das batidas produzidas pelo DJ. Com o passar do tempo, a mídia descobriu essas reuniões de jovens e o que eles produziam.

Assim como os *b.boys*, que surgiram antes da consolidação do movimento e até mesmo do rap, os *DJs* tiveram um papel fundamental para a propagação desta cultura. “Nos tempos da São Bento, as rodas de *break* eram acompanhadas por música, quando os seguranças permitiam.” (FIDELES, 2014, p. 28)

O *DJ* para que se tornasse profissional, teria que aprender todas as técnicas de mixagem, por exemplo, e adquirir aparelhos bons. No começo, alguns deles emprestavam os toca discos de amigos e treinavam todos juntos. “O único DJ

brasileiro a entrar no *Guinness Book* (livro de recordes) por passar 120 horas tocando, foi o Dj King, um dos mais antigos no rap até hoje” (FIDELES, 2014, p.28).

Os DJs tiveram que estudar e aprofundar suas técnicas e estabeleceram uma união com os cantores de rap. Atualmente é possível encontrar essa “parceria” entre a figura do DJ que “solta” a batida para o que *rapper* cante. O grupo Racionais Mc’s possui o DJ KL-Jay, assim como o DJ King tocava para o grupo Comando DMC e para o *rapper* Xis e DJ Pato tocava para o grupo Nação Hip Hop.

3.4 GRAFFITTI

O último elemento do *hip hop*, o *graffitti*, também surgiu durante os anos 70 em Nova Iorque, e assim como no Brasil, não era autorizado. Fideles *et al* (2014) diz que, por causa dos grafites que aconteciam naquela época, nos metrô, foi que surgiu, no final dos anos 1970, a polícia para coibir a arte nas ruas. Neste mesmo ano o *graffitti* vinha para São Paulo e o grande nome, considerado o autor de muitas pinturas e também o pioneiro desta arte era *Alex Valluri*. Ele era filho de pais italianos, mas nasceu na Etiópia e foi radicalizado no Brasil. “Considerado um dos pioneiros do grafite, ganhou um espaço reconhecido no meio da arte, tendo participado de exposição na Bienal de Arte em 1977” (FIDELES, 2014, p. 77). Em homenagem à sua trajetória, no dia da sua morte, 27 de março é celebrado Dia Nacional do Graffiti. Durante a década de 1980, os grupos de *hip hop* ajudaram a trazer essa arte para o movimento e locais como o Largo São Bento e a Praça Roosevelt serviam como palco para o *rapper*, *DJ*, grafiteiro e *b.boy*. Segundo FIDELES (2014), a pintura traduzia por meio de imagens, uma nova consciência em um período que a economia e o modelo político do país estigmatizavam e abandonavam a classe trabalhadora mais pobre. “Na década de 1980, o grafite assim como é até hoje, a pichação- não era tão bem visto pela sociedade e governos.” (FIDELES, 2014, p. 78)

Enquanto em Nova York criou-se uma equipe de polícia preparada estrategicamente para banir os grafites da cidade, com um treinamento especial antigrafitite, em São Paulo nomes de destaque apareciam: Binho, Os Gêmeos, Vítche, entre outros. Cada um contribuiu de alguma forma para que a arte se firmasse no país e constituísse raízes. Porém, mesmo fazendo com que a sociedade soubesse diferenciar pichação de grafite, um desenho feito pelo Os Gêmeos, chamado de “O Estrangeiro”, foi apagado pela prefeitura em 2012, o que gerou

discussão sobre o tema. A pintura tinha sido feita em 2009, para celebrar o ano da França no Brasil e por isso os grafiteiros escolheram um edifício no Vale do Anhangabaú, para grafitar.

Com o tempo e muita persistência dos artistas que sempre buscavam o reconhecimento do *graffiti* como arte, o que ocupava somente muros e edifícios passou a conquistar galerias e até mesmo a moda. (FIDELES, 2014, p. 79)

Para compreender melhor a história do *graffiti* e entender a importância que a arte tem dentro do movimento *hip hop*, devemos ter em mente que muitos artistas brasileiros ganharam o mundo com os seus desenhos. Citamos aqui mais uma vez Os Gêmeos que ao lado de mais dois homens foram convidados a pintar um castelo de 900 anos na Escócia. A partir disso, eles desenvolveram outros projetos relacionados ao grafite e já pintaram na Alemanha, Inglaterra, Estados Unidos, Espanha, Índia, entre outros.

Para Nina Fideles *et al* (2014), o *graffiti* representa muito mais do que simples desenhos:

Cada artista acredita em sua arte por algo. Arte pela arte, protesto, liberdade de expressão, superação... A ligação estreita com o *hip hop* deu ao *graffiti* o cunho político e de protesto, porém, antes disso os rabiscos nas paredes já questionavam o mundo ao redor, ou ao menos provocavam reflexões e reações, não apenas no espectador, mas a quem os faz e vive. (FIDELES, 2014, p. 84)

A inspiração para os desenhos vem de protestos, problemas políticos e sociais como a pobreza, miséria, insegurança, violência e etc. E todo desenho carrega uma bagagem de significado. Fideles (2014) criaram-se projetos de cunho artístico para incentivar ainda mais a população ao desenho. Um exemplo disso é o projeto *Pimp My Carroça*, parecido com o programa norte-americano da MTV, que seleciona carros em péssimas condições e faz uma restauração total, utilizando grafiteiros para as mudanças.

Dentro da arte urbana é possível encontrar a pichação, diferente do *graffiti*. Para Joana Gonçalves Vieira Lopes (2011), esta arte é uma evolução da pichação, que foi utilizado para manifestação contra o governo durante a ditadura militar.

A pichação em si era amplamente utilizada na época das ditaduras e em confrontos sociais, normalmente mostrando a insatisfação com a sociedade da época. Mas, apesar de possuir o mesmo objetivo do grafite, a pichação é mais agressiva e menos artística. Normalmente

faz uso de tinta spray o que facilita a sua aplicação e fuga dos infratores. (LOPES, 2011, p.9)

O *graffitti* apesar de ser uma forma da pichação, é visto pela sociedade como uma contravenção ilegal pela justiça, por ter caráter artístico e expressivo. Já a pichação é considerada crime ambiental e vandalismo, sendo punível com reclusão e multa. “Atualmente a pichação encontra-se envolvida com grupos de gangues que fazem uso de violência para obter controle de áreas menos protegidas pelos órgãos públicos.” (LOPES, 2011, p.10)

Normalmente a pichação é feita em muros sem o consentimento do dono e é considerada uma forma de manifestação, pode ser contra o governo, o sistema político, contra a polícia, entre outros. Assim como no *graffitti* existem grupos ou *crews* que andam e pintam juntos, na pichação ocorre a mesma coisa. Existem diversas *crews* de pichadores em Curitiba, entre elas está “Os Cretinos” que existem desde 1995.

4. CONSIDERAÇÕES LOCAIS SOBRE CULTURA DE RUA E COBERTURA JORNALÍSTICA CULTURAL

Neste capítulo, o foco é o jornalismo cultural em que o programa “Cultura na Rua” se enquadra. Para este trabalho, é de grande importância entender o conceito de cultura e porque este projeto se enquadra na especialização de jornalismo cultural.

Entende-se por cultura um complexo que inclui conhecimentos, crenças, arte, morais, leis, costumes ou qualquer capacidade adquiridos pelo homem como membro de uma sociedade, segundo explica “Roque Laraia” (2009). O autor cita em sua obra o Edward Tylor (1832-1917) que segundo ele, foi a primeira pessoa a definir o termo cultura. “Em 1871, Tylor definiu cultura como sendo todo comportamento aprendido, tudo aquilo que independe de uma transmissão genética” (LARAIA, 2009, p.28)

Para Edgar Morin (1999), podemos atribuir dois conceitos à palavra “cultura”, sendo que de um lado está a natureza, ou a parte antropológica que engloba tudo que não depende do conhecimento inato, e por outro lado está a parte etnográfica onde estão as crenças, ritos, normas e etc.

Presente no jornalismo cultural está a cultura popular, conhecida por Roger Chartier (1995) como erudita. Dentro desta cultura estão presentes dois grandes modelos de interpretação. O primeiro tem o intuito de abolir a forma de etnocentrismo cultural, que concebe a cultura popular um sistema coerente e autônomo, que funciona de acordo com uma lógica alheia à da cultura letrada. Enquanto o segundo modelo está preocupado com a existência das relações de dominação que organizam a sociedade e percebe a cultura popular em suas dependências.

Durante muito tempo, a concepção clássica e dominante da cultura popular teve por base, na Europa e, talvez nos Estados Unidos, três ideias: que a cultura popular podia ser definida por contraste com o que ela não era, a saber, a cultura letrada e dominante; que era possível caracterizar como “popular” o público de certas produções culturais; que as expressões culturais podem ser tidas como socialmente puras e, algumas delas, como intrinsecamente populares. (CHARTIER, 1995, p. 183).

Lucrécio Araújo de Sá Júnior (2012) afirma que a cultura de um povo pode ser entendida como “a síntese dos fatos mais relevantes a um conjunto de cidadãos e

refere-se a valores socialmente instituídos e compartilhados por todas as partes”. (SÁ Júnior, 2012, p. 4).

Para Diego Antonelli (2008) a cultura oriunda se de raízes populares, como é o exemplo do folclore. “Este tipo de cultura nasceu do povo e mantém-se por um longo tempo inserido na sociedade. A essa expressão dá-se o nome de cultura popular” (ANTONELLI, 2008, p. 1). Para o autor, algo que finge ser do povo é considerado como “cultura de massa”, onde os estereótipos e o caráter comercial são predominantes.

Se tratando de jornalismo cultural, Eliane Fátima Corti Basso (2006) acredita que é uma especialização que nasceu das necessidades da imprensa em atender ao público segmentado e de tratar temas com maior profundidade, assim como acontecem em outras seções do jornalismo, por exemplo: policial, saúde, educação. A partir disso, se dá a importância de se construir um programa de cunho jornalístico e segmentado para o público da cultura *hip hop* de Curitiba, pois não foram encontrados programas da cidade e que abordem este tema.

Define-se aqui que o programa “Cultura na Rua” tem cunho de cultura popular por se tratar de uma cultura que nasceu nas ruas dos Estados Unidos e teve como base as intervenções artísticas e políticas, formando assim o *hip hop*.

Arthur Netrovski (2000) se debruça sobre o jornalismo cultural partindo do conceito da própria análise da palavra jornalismo, que significa, segundo o autor, ‘do dia’, ou cotidiano, enquanto cultura remete uma analogia ao cultivo de terra, ou seja, jornalismo é do nosso cotidiano e a cultura de longa duração. “O jornalismo reage rapidamente aos acidentes; a cultura define a identidade de um grupo, ou de uma sociedade e só se transforma aos poucos” (NESTROVSKI, 2000, p.10).

O autor define o jornalismo cultural como uma análise e divulgação dos produtos da chamada cultura ilustrada, que abrange a pintura, escultura, música, além de trazer consigo o termo de cultura popular, que ainda é utilizada até os dias de hoje. Pode-se dizer que o *hip hop* é uma mistura da cultura ilustrada e também popular, pois mistura elementos da música, pintura, dança e se popularizou com a vinda ao Brasil.

Isabelle Anchieta de Melo (2002) acredita que o jornalismo cultural sofreu modificações ao longo dos anos e de acordo com a autora, até para defini-lo ficou difícil. Algumas pessoas o encaravam como uma cultura erudita, em que os produtos da chamada indústria cultural eram deixados de lado, como filmes, músicas,

novelas, entre outros. Houve neste momento, uma crise do jornalismo cultural. Pode-se dizer que este tipo de jornalismo especializado surgiu para mediar o conhecimento com as pessoas e a intenção era de não restringir o jornalismo cultural a uma elite. (MELO, 2002, p. 5).

Essa crise o jornalismo passou é retratada também por Daniel Piza (2009). O autor, que começou a escrever para cadernos culturais em 1991, diz que naquela época o jornalismo cultural não era levado a sério e os únicos cadernos que faziam “sucesso” era o de economia, política, policial, ente outros. A cultura acabava se restringindo em não fazer críticas aos filmes, pinturas, peças de teatro e outras formas de arte, ao contrário, o jornalista já tinha conhecimento de que o caderno de cultura era algo secundário dentro dos jornais de grande veiculação.

Piza (2009) afirma que a história deste jornalismo se cruza com a da industrialização na Europa, pois, naquela época, meados do século XIX, alguns críticos de artes surgiam, como John Ruskin, que possuía grande influência na literatura moderna e Marcel Proust, um crítico que escreveu para o jornal francês *Le Figaro*. Mas foi o Papa francês Sainte-Beuve que ficou conhecido por suas críticas nos grandes jornais da França, como o *Le Globe* e *Le Constitutionnel*, onde “estabeleceram um padrão para o jornalismo cultural apesar dos erros de avaliação”, PIZA (2009, p.15).

Segundo o autor, o jornalismo sofreu algumas mudanças ainda no século XIX, em que o estilo da crítica cultural passou a ser feito em periódicos e a presença social adquirida pela imprensa ficou evidente durante o caso de um judeu acusado de traição. “O jornalismo cultural também “esquentou”: descobriu a reportagem e a entrevista, além de uma crítica de arte mais breve e participante.” (PIZA, 2009, p.19)

Na Europa o jornalismo cultural é levado ainda mais a sério pela grande imprensa, sobretudo pelo ângulo de análise. A participação de intelectuais é intensa... Os críticos ocupam posições de status dentro das redações ou na hierarquia das matérias. Jornais como *Le Monde*, *La Repubblica*, *El País* e *Frankfurter Allgemeine* e revistas como *Le Nouvel Observateur*, *L'Espresso* e *Der Spiegel*, todos têm seções culturais com colunistas de renome e críticos rebuscados. (PIZA, 2009, p.30)

Fazendo uma análise do jornalismo cultural, percebe-se que já passou por crises de identidade a partir do século XX, e ainda hoje ocorrem debates sobre o atual papel do jornalismo nos meios de comunicação de massa. Piza (2009) reflete

sobre este momento, dizendo que apesar das constantes crises, o jornalismo cultural ainda sofre com as críticas sobre a sua capacidade de escolher o que é ou não uma notícia e o seu poder de influenciar os leitores. (PIZA, 2009, p.45)

Um exemplo dessa crise discutida acima é o que Piza (2009) apresenta. Ele comenta esse debate do que pode ser considerado ou não cultura. A mesma discussão sobre o que é cultura ocorre nos movimentos artísticos como *hip hop*, que é o tema do produto jornalístico proposto, e aqui se considera alvo de cobertura cultural.

5. PRODUÇÃO JORNALÍSTICA AUDIOVISUAL PARA VEICULAÇÃO NA WEB

Apesar de o programa “Cultura na Rua” ter sido projetado para veiculação na Internet, é no jornalismo de TV que ele tem base teórica para definição do formato e linguagem. Tal escolha ocorre porque o jornalismo online, que será abordado na sequência parte dos manuais de produção audiovisuais para televisão para alcançar suas características específicas para o meio digital.

Na televisão, como destaca Nina Fideles *et al* (2014), o programa YO! da MTV foi o primeiro programa de *rap* criado especialmente para mostrar a cultura e o surgimento dos novos artistas. “Na sua programação trazia aos brasileiros muito do que se produzia no cenário internacional e apresentava as produções nacionais do gênero” (FIDELES, 2014, p.41).

Segundo a autora, com o *hip hop* ocupando espaços relevantes nas grandes mídias, novos artistas começaram a disputar uma oportunidade na televisão e usaram esses veículos para divulgar os seus trabalhos. A partir dessa popularização, surgiu uma nova aliada à televisão: a divulgação dos vídeos na internet.

Foi usada a informação visual para atrair a atenção do telespectador por meio de imagens e fotos dos eventos de *hip hop*. Em relação ao alcance, o programa poderá ser visto mais de uma vez, pelo mundo todo, já que disponibilizaremos todo o conteúdo na íntegra em um canal na plataforma do *Youtube*. No entanto, apesar das inúmeras possibilidades, o público é segmentado e deve atrair pessoas interessadas em *hip hop* e suas variações.

Além disso, o telespectador poderá ter acesso aos vídeos usando um celular *smartphone* que tenha o aplicativo do *Youtube*, facilitando ainda mais o alcance e a possibilidade de audiência do nosso programa. Da forma como a informação será tratada, o envolvimento do público com o conteúdo pode ser instantânea.

Do ponto de vista da estrutura do programa optou-se por utilizar entrevistas externas, relacionando à ideia de que a cultura retratada está na rua. Essas conversas gravadas com as fontes são combinadas com textos e imagens. Vera Paternostro (2006) afirma que “um texto com palavras bem escolhidas, frases estruturadas, emoção, estrutura simples, sem rebuscamento, com harmonia, nuances e clareza é um texto inteligente, informativo e escrito com a cabeça e com o coração.” (PATERNOSTRO, 2006, p.30)

Tendo em consideração que não somente as imagens junto de uma boa escrita fazem de um programa audiovisual algo bom, mas incluem-se aqui os sons, pois combina a utilização simultânea dos dois sentidos do ser humano, sendo eles, a visão e a audição, prendendo a atenção pela informação sonora. Por isso se dá a importância de incluir clipes e músicas dos artistas locais, para montar a composição sonora do trabalho e aguçar a audição do telespectador.

Barbeiro; Lima, (2002) traz algumas orientações para quem deseja trabalhar com programas ou reportagens de TV. Uma dessas é a compreensão da imagem e a palavra, o som ambiente que se deve manter na reportagem, evitar usar palavras ou recursos que possam ter mais de um sentido e serem interpretados de outra forma pelo telespectador, o repórter não decorar a sua fala, mas sim entendê-la, procurar mostrar os detalhes, a gravação do *off*, entre outros elementos, presentes no “Cultura na Rua”. (BARBEIRO; LIMA, 2002, p.69)

Outro ponto chave e importante para a produção de um programa jornalístico é a seleção do que pode ou não ser notícia. Segundo João Elias da Cruz Neto (2008), os elementos básicos para que um feito se converta em notícia são: atualidade, novidade, veracidade, periodicidade, interesse público, curiosidade, entre outros, o que justifica a escolha das pautas.

Para que uma reportagem de TV se enquadre nos padrões de qualidade, Carvalho *et al.* (2010) lista alguns itens importantes. O primeiro começa na pauta, que deve ser bem fundamentada, pois dessa forma, evita a perda de tempo da equipe de reportagem e a incidência de erros na condução das matérias. Segundo os autores, deve-se ficar atento para não cometer erros comuns, como colocar na pauta informações retiradas de outros sites de notícias, pois na maioria das vezes, os jornalistas não apuraram bem a notícia e a matéria pode conter falhas.

Precisa-se de atenção sobre as imagens, pois como foi dito anteriormente, elas chamam a atenção do telespectador e fazem com que ele permaneça assistindo àquele canal ou no caso do programa, aos vídeos e não mude para outro. Carvalho *et al.* (2014) ensina que deve se colocar nas situações, onde o repórter se encontra e pensar em construir uma informação visual como se o texto não existisse. “O importante é pensar na construção da matéria como um todo. Não adianta levantar uma série de informações se não há como cobrir com os *offs*, o texto narrado pelo repórter deve ser ilustrado com imagens” (CARVALHO *et al.*, 2014, p. 36)

Outro ponto chave são as entrevistas. Cruz Neto (2008) diz que elas são o meio pelo qual o repórter vai apurar informações que serão utilizadas na matéria. “Na entrevista para TV, algumas informações servem para o repórter fazer o texto, já outras devem ser gravadas na voz do entrevistado para que seja exibida como parte da matéria.” (CRUZ NETO, 2008, p.43)

Sobre as fontes, Carvalho *et al.* (2010) afirma que se deve ter muito cuidado, já que elas são o ponto fundamental de uma boa reportagem de televisão. Quanto maior a pluralidade de opiniões sobre o tema pautado, melhor. A escolha das fontes para compor este trabalho se deu a partir de um levantamento, onde foram observados os artistas com maior influência no movimento em Curitiba. “É imprescindível que as fontes tenham autoridade sobre o assunto e desenvoltura para falar.” (CARVALHO *et al.* 2014, p.40)

O programa ainda inclui a presença do repórter no vídeo, chamando a atenção do telespectador, por isso deve-se ter atenção em relação a informação que será transmitida. O tom deve ser sempre de uma conversa, conforme alerta Carvalho *et al.* 2014.

Além da produção externa, o programa precisa ser editado uma fase importante. Barbeiro; Lima (2002) diz que a edição é a montagem final do produto, e é nesta etapa de elaboração da matéria que fica clara a função do jornalista em excluir ou manter parte do material colhido.

Os autores explicam detalhadamente como funciona uma edição de reportagem para televisão, e entre essas funções está a decupagem do material, onde o editor anota todos os detalhes das imagens, sonoras, passagens e também do off do repórter, que no caso é a própria apresentadora do programa. Depois desta fase de decupagem, o editor seleciona o que será usado, lembrando que uma história para TV deve ter começo, meio e fim.

Uma das dicas que Barbeiro e Lima (2002) explicam é o estilo da edição das reportagens. Quanto mais diferente e ousado para o “Cultura na Rua”, melhor. Pois se trata de um programa com característica artística e de infotainment, que tem como público, jovens com interesse em *hip hop*.

5.1 JORNALISMO ONLINE NO YOUTUBE

Neste tópico abordaremos sobre o jornalismo na era digital, mais precisamente no *Youtube*, já que este trabalho trata-se de um programa televisivo

para esta plataforma. Segundo Nina Fideles (2014), a popularização do acesso à Internet durante os anos 2000 transformou completamente a produção de conteúdos culturais em todo o país, inclusive em relação ao *hip hop*, como observa o autor.

A velocidade e o alcance proporcionados pela Internet se tornaram as armas para que o rap chegasse a novas audiências, em todas as classes sociais. O *youtube* e as redes sociais aproximaram mais os artistas do público e também agilizaram e aumentaram o alcance dos trabalhos. (FIDELES, 2014, p.46)

De acordo com Caroline Farinazzo Oliveira (2010), é possível encontrarmos ambientes na Internet que ativam a interação entre usuários. Por um exemplo, uma vez portado o vídeo de uma das edições do programa de *hip hop*, possivelmente o internauta poderá assistir mais de uma vez, compartilhar e ainda curtir o vídeo. Essa interação faz toda diferença para o trabalho do jornalista, pois permite que os futuros formadores de opinião, absorvam mais rápido o conteúdo e o passem adiante. “Ao longo dos anos, o jornalismo se apropriou das inovações tecnológicas para se aperfeiçoar e propagar o conteúdo produzido. Atualmente, a web 2.0 amplia essas formas de propagação e produção da notícia” (OLIVEIRA, 2010, p.97)

Assim como a prática do jornalismo se beneficiou das diversas tecnologias criadas com o passar dos anos, a Web 2.0 também oferece uma série de vantagens para os profissionais atuais exercerem a profissão. Além da praticidade e da velocidade que um computador conectado à rede pode apresentar, a integração das mídias amplia o repertório do jornalista, bem como as aplicações da Web 2.0 agregam valor ao processo comunicacional, potencializando as formas de apuração, publicação, compartilhamento e organização de informações, como já mencionado anteriormente. (OLIVEIRA, 2010, p. 104)

A plataforma do *Youtube*, entre outras, passou a ser discriminada por alguns profissionais do jornalismo, pois possibilitam o armazenamento e compartilhamento de conteúdos que são produzidos por outras pessoas, e que muitas vezes não são profissionais. Um exemplo, são canais de vídeos que explicam como fazer uma reportagem jornalística, tiram dúvidas sobre o que é pauta, lauda, e etc. Todos esses vídeos podem auxiliar um internauta que têm dúvidas sobre o assunto ou também aquele profissional que deseja se capacitação na área. Este método de criação para Oliveira (2010) é revolucionário se comparado aos métodos tradicionais como jornais, revistas, folhetins.

Fazendo uma comparação com o jornalismo atual, Oliveira (2010) diz que o jornalista encontra na Web 2.0 ferramentas de fácil acesso e bastante simplificadas,

para que ele não se sinta perdido e possa produzir conteúdos e compartilhar nas redes. Não só no *Youtube*, mas em redes sociais como *Twitter* e *Facebook*, o usuário e jornalista podem realizar entrevistas, estabelecer contatos com pessoas de diversos meios, postar vídeos, fazer a cobertura em tempo real de algum evento) e postar tudo que for produzido nas redes, para que outras pessoas tenham acesso e vejam o seu trabalho.

Outro ponto forte dessa web é que o profissional pode receber ainda um *feedback* por parte dos seus amigos e telespectadores que acompanham o seu trabalho. Críticas construtivas em prol da qualidade, o que facilita e muito a alteração de erros cometidos no imediatismo.

Pollyana Ferrari (2010) diz que é importante analisarmos os conteúdos produzidos para a internet, lembrando-se que mesmo assim a quantidade de textos que são feitos para as mídias tradicionais ainda é maior. “A grande maioria dos portais utiliza material produzido para revistas e jornais- tudo através de parcerias estratégicas, como o caso do *Terra* e da revista *Isto É Senhor*” (FERRARI, 2010, p.55)

Entender o poder da mídia é o primeiro passo para se construir produtos inovadores e instigantes do ponto de vista editorial. Conteúdo original é necessário quando se busca uma audiência significativa para o produto e não simplesmente marcação de território da marca na internet. (FERRARI, 2010, 56)

A mídia digital que surgiu graças ao avanço tecnológico favoreceu em alguns pontos o atual jornalismo. Nesta era de conteúdos especializados, o telespectador pode escolher qual programa quer assistir e qual a informação deseja saber. Neste caso, justifica-se a importância da criação desse programa televisivo de *hip hop*. Sabemos que existe um público que possui interesse neste assunto, com base em pesquisas feitas nas redes sócias, porém, como foi mostrado no começo deste trabalho, não existem muitos programas que abordem o tema, ainda mais se tratando de cultura regional.

5.2 CATEGORIAS DE PROGRAMAS TELEVISIVOS:

Uma vez que o formado deste produto tenha como base os programas de TV, é preciso ressaltar aqui a categoria que se encaixa, com base na classificação de José Carlos Aronchi de Souza (2004).

Categorias Televisivas:

CATEGORIA	GÊNERO
Entretenimento	Auditório, colunismo social, humorístico, infantil, musical, novela, variedades
Informação	Debate, documentário, entrevista, telejornal
Educação	Programas educativos, videoaulas, instrutivo
Publicidade	Chamada, filme, comercial, político
Outros	Especial, eventos, religioso

Fonte: livro Gêneros e Formatos na Televisão Brasileira, 2004, p.92

Com base nesta tabela acima, é possível entender que o programa “Cultura na Rua” se enquadra na categoria de infotainment por unir o jornalismo com aspectos encontrados em programas que visam entreter o público. Por exemplo, neste programa o público contará com clipes de músicas do artista, trechos de músicas, batidas, embora o objetivo principal seja trazer informação sobre os elementos do *hip hop*.

O infotainment surgiu em 1980, mas ganhou força apenas no fim dos anos 90, quando passou a fazer parte da vida dos profissionais da área de comunicação. Segundo Fábria Angélica Dejavitte (2007), o jornalismo de infotainment é o espaço destinado às matérias que visam informar e entreter, como por exemplo, assuntos sobre estilo de vida, fofocas e notícias de interesse humano, que atraem o público. “Esse termo sintetiza, de maneira clara e objetiva, a intenção editorial do papel de entreter no jornalismo” (DEJAVITE, 2007, p. 2)

Tradicionalmente, sempre coube ao jornalismo o papel de informar e formar a opinião pública sobre o que acontece no mundo real, com base na verdade, nas coisas que acontecem no mundo externo, no campo social. O entretenimento, entretanto, destinou-se a explorar a ficção, chamar a atenção e divertir as pessoas. (DEJAVITE, 2007, p.2)

Dentro do jornalismo de infotainment, existem duas vertentes do jornalismo: o da informação e entretenimento e narração e formato, conhecidos também como conteúdo sério e não sério. O sério se enquadra nas matérias de investigação,

críticas, onde o profissional transmite as informações por um ponto de reflexão. Já o conteúdo não sério são os assuntos mais amenos, *light*, que ajuda a promover alguma ideologia, não aborda assuntos novos e sim velhos, e tem como finalidade trazer o divertimento e humor.

O próprio jornalismo tem sofrido algumas mudanças e ganhado, como se dizem, notícias *light*. O nome já induz do que se trata: matérias que possuem um âmbito de entreter, ser mais “amenas” do que as que estamos acostumados ver no Jornal Nacional, por exemplo. São características deste tipo de notícia o casamento real na Inglaterra, moda, gastronomia, cultura, entre outros.

Segundo Ramón Massó Tarruela e Gil Joaquín García³ as principais características da notícia *light*, são: a) Capacidade de Distração (onde o público apenas ocupa o tempo livre e não se preocupa com o que vai assistir na televisão; b) Espetacularização (que estimula e satisfaz as curiosidades do público) e c) Alimentação das Conversas (que oferece temas de conversação do dia-a-dia, como novidades da vida das celebridades em geral).⁴

De acordo com Dejavite (2007), a notícia *light* pode ser definida como o conteúdo rápido, de fácil entendimento, com circulação intensa e que busca divertir o receptor. Sendo assim, para o programa “Cultura na Rua” será utilizado este tipo de notícia, principalmente durante as entrevistas com os artistas e no momento de mostrarmos clipes dos grupos de rap de Curitiba, como uma forma de entreter.

Esse acréscimo de matérias que entretêm fez surgir uma das mais recentes especialidades jornalísticas, chamada jornalismo de infotenimento (isto é, aquele conteúdo editorial que fornece informação e diversão ao leitor e, ao mesmo tempo, constitui uma prestação de serviço). Por ser híbrido, encontra-se fracionado, aparecendo ora implícita, ora explicitamente. (DEJAVITE, 2006, p.15)

Alguns autores criticam o jornalismo de entretenimento e a notícia *light*, dizendo que este tipo não deveria ser classificado de jornalismo, pelo fato de que entretenimento não se enquadra no fazer jornalístico tradicional. A autora Dejavite (2007) defende a prática, levando em consideração a opção do profissional de deixar de lado seus anseios e princípios e informar o público por meio do divertimento e de narrativa simples, um modo mais fácil da informação ser entendida pelo receptor. “No jornalismo de infotenimento uma mesma matéria pode muito bem

⁴ TARRUELLA, Ramón Massó & GIL, Joaquín García-Lavernia. Noticias frente a hechos: entender la realidad después de leer los periódicos. Barcelona, CIMS, 1997. pp. 163-164.

informar entretenendo ou, então, entreter por meio da informação. Nele o limite ético que separa o jornalismo e entretenimento não existe” (DEJAVITE, 2006, p.72).

Para a autora, é difícil fazer distinção dos conteúdos de Infotainment, pelo seu conceito híbrido, que une informação e entretenimento. Mas para melhor esclarecer, as matérias de entretenimento dentro do jornalismo podem ser definidas quanto à narrativa ou o formato, e também de acordo com seus gêneros:

Os elementos de entretenimento no jornalismo podem ser definidos como: o sensacionalismo, a personalização, a dramatização de conflito e, geralmente matérias que fazem uso de fotos, infográficos, tabelas, entre outros recursos. Desse modo, são vistos como gêneros do jornalismo de INFOtainment os programas populares da radiodifusão, os jornais tablóides, os veículos voltados à cobertura de estilo de vida, a televisão e, claro, a mídia on-line (DEJAVITE, 2006, p. 86).

O jornalista pode levar a notícia e a crítica social para o receptor de um modo mais “pacífico” e não pesado, com agilidade e rapidez, assim como estamos acostumados a ver na televisão. O fato de o Infotainment estar presente em uma matéria, não faz dela algo menor, muito pelo contrário, é uma nova forma de informar e entreter ao mesmo tempo.

Muitas vezes, alguns programas de audiovisual podem passar a sensação de serem mais de entretenimento, como é o caso do “Cultura na Rua”, que apresenta bastante imagem, quadros interativos e a apresentação é feita de uma forma mais informal, porém, ele não deixa de ser jornalístico. Este programa tem a intenção de entreter e informar o público a cerca do movimento *hip hop* em Curitiba.

6. DESCRIÇÃO DO PROGRAMA CULTURA NA RUA:

O programa proposto visa a divulgação da cultura *hip hop* em Curitiba. Tendo o piloto feito para o fim do Trabalho de Conclusão de Curso o tempo de 17 minutos e 35 segundos. Com uma apresentadora fixa, o programa tem cinco entrevistas, todas externas com artistas do movimento.

A captação das imagens e edição ficou por conta do Gabriel Eloi, um *filmmaker* graduado em jornalismo pela Uninter que trabalha atualmente de forma independente. Já as cabeças do programa foram gravadas em locais da cidade de Curitiba, como, por exemplo, a Praça Bolso do Ciclista, uma grande referência para o graffiti da cidade. A Rua do Bar do Torto, a Praça Santos Andrade e a Rua Trajano Reis. Os locais foram escolhidos para que trouxessem ao programa a característica de ser da “rua”.

As entrevistas foram postadas no canal do *Youtube* separadamente, para que o público possa assistir as de sua preferência, sem precisar acompanhar o programa na íntegra. Cada entrevista tem em média as seguintes durações:

1. Tema: Associação de Hip Hop
Entrevistado: Presidente da Ahhemp (Associação de Hip Hop e Movimentos Periféricos)
Tempo: 2 minutos
2. Tema: Grupo de rap
Entrevistados: rappers Dow Raiz e Thestrow
Tempo: 5 minutos e 18 segundos
3. Tema: DJ
Entrevistado: DJ Selectta KBC
Tempo: 2 minutos e 37 segundos
4. Tema: Graffiti
Entrevistado: Valdecimples
Tempo: 2 minutos e 39 segundos
5. Tema: Break
Entrevistado: Daniel
Tempo: 3 minutos e 44 segundos

O principal formato do “Cultura na Rua” é de: cabeça + abertura + sonoras + offs.

A ideia de fazer um programa sobre o *hip hop* de Curitiba surgiu no sexto período do curso, durante uma aula de didática sobre telejornalismo. Neste dia começou a se formar a ideia de um projeto popular, algo que ainda não fora mostrado na mídia e que tivesse o foco nas mais variadas manifestações culturais dentro do movimento artístico “*hip hop*”.

Em relação à justificativa das fontes selecionadas, relembra-se que o *hip hop* é dividido em quatro elementos que foram alvo das pautas deste programa, sendo eles: dança música, *graffiti* e DJ. A dança é chamada dentro do movimento como *break*, e foram encontrados dentre vários grupos e dançarinos de Curitiba, alguém em especial que chamou a atenção pela sua trajetória tão pouco conhecida. Daniel, de 32 anos, que começou a dançar em 1999 e participou de uma competição de *break* na França. Ele contabiliza mais de 20 premiações e seu irmão mais velho criou uma *crew* chamada “*Flyingboys*” em 1997. Diferente das outras danças que fazem apresentações pelo mundo a fora, o *break* participa de competições: *crew* contra *crew* ou um dançarino específico contra outro. O *bboy* de Curitiba se encaixou perfeitamente com o contexto do projeto “Cultura na Rua”.

A música ganhou a denominação de *rap* e neste trabalho foi entrevistado o grupo *IntheFinityVoz*, formado pelos *rappers* Dow Raiz e Thestrow. Os rapazes conseguiram expandir o seu trabalho, sendo os primeiros a participar de programas de grande notoriedade em São Paulo, como o *RapBox* e *ShowLivre*. Eles são conhecidos por suas performances no palco, usam máscaras e encena o tempo todo, uma grande novidade para o *rap* de Curitiba que ainda não tinha visto nada parecido.

Outro elemento do *hip hop* é o DJ, a pessoa que coloca a batida (música de fundo) para que o *rapper* cante. Para o programa foi selecionado o DJ Selecta KBC, que veio de Brasília em 2005 para a capital paranaense e aqui se estabeleceu na música. Ele é uma das figuras importantes quando o assunto é “Black Music” onde o *rap/hip hop* está inserido. A entrevista com ele aconteceu durante uma apresentação em um bar do centro de Curitiba. Selecta também é o DJ do Cwbase MC e do grupo Poesia Marginal.

Sobre a arte de rua, o entrevistado foi o Valdecimples, um dos pioneiros no *graffiti* em Curitiba, que começou em 1996 e já participou de vários projetos voltados para a arte. Ele já foi diretor criativo de duas revistas conceituais, a *Destroy* e *Visa* e tem seus desenhos espalhados pela cidade toda. Na sua arte, Cimples

tenta mesclar elementos diferentes dos demais e mistura com uma paixão da infância: o skate.

Para falar sobre o contexto social do movimento e qual a importância de se ter uma organização, o entrevistado foi o Matheus Marcellus, presidente da AHHEMP (Associação de Hip Hop e Movimentos Periféricos de Curitiba).

7. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Desde sua idealização, o objetivo do programa “Cultura na Rua” foi mostrar o quanto a cultura de Curitiba é valiosa, e principalmente, expor para os próprios artistas que o trabalho que eles fazem é de grande importância. Aos fãs, o objetivo era situá-los de que não só a cultura do eixo São Paulo e Rio de Janeiro são os melhores, e que no Paraná existem produtos bons e que deveriam ter maior valorização.

A mim, como autora do projeto, o programa veio a corresponder com aspirações ligadas à área profissional, o jornalismo, e uma paixão pessoal: o próprio *hip hop* e sua cultura. Esse interesse se deve às temáticas das músicas, que tratam de situações, como pobreza, miséria, drogas e criminalidade. Pode-se dizer que as letras de *rap* contribuem para denunciar.

Inserida dentro dessa cultura, surgiu à ideia de fazer um trabalho de pesquisa científica sobre o tema. Com o tempo e com as aulas de televisão, a ideia amadureceu. Percebeu-se que para trabalhar como apresentadora ou repórter, dentro do mundo *hip hop*, é preciso conhecimento na área e discernimento para saber o que pode ou não ser notícia e o que pode atrair a atenção do público. Por isso as pautas foram pensadas usando critérios como proeminência, ou seja, grupos ou artistas que se destacam na cena curitibana.

Do ponto de vista da produção audiovisual, foi possível treinar técnicas de jornalismo aplicadas à TV, como elaboração de pautas, roteiro de entrevistas, roteiro do programa, produção de textos, além da edição e pós produção.

O resultado final foi além do esperado: poder conhecer de perto a cultura de rua, ver os avanços e o esforço conjunto de todos os envolvidos sobre a arte local e seu diferencial dos outros movimentos culturais, usando uma linguagem jornalística.

Acredita-se que o “Cultura na Rua” conseguiu alcançar o seu objetivo, de mostrar de forma informativa o movimento *hip hop* da cidade e como os artistas possuem um trabalho e uma história muito grande, por trás de suas trajetórias de vida. Histórias essas que mereciam ser contadas e documentadas.

REFERÊNCIAS

ANTONELLI, Diego. **Fusões midiáticas na cultura popular**. Universidade Estadual de Ponta Grossa. Trabalho apresentado no PIBIC/CNPq/UEPG.

BARBEIRO, Heródoto; LIMA, Paulo Rodolfo de. **Manual de telejornalismo: os segredos da notícia na TV**. 2. Ed. Rio de Janeiro, Elsevier, 2002.

BASSO, Eliane. **Jornalismo cultural: uma análise sobre o campo**. Universidade Anhembi Morumbi. São Paulo. Trabalho apresentado no XXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação- UnB- 6 a 9 de setembro de 2006. Disponível em <<http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/99945753851980735137884571481134101142.pdf>> Acesso em: 11 de set

BERTOL, Sônia; FROSI, Fabíola. O Surgimento da mídia impressa no município de Passo Fundo/RS - os primeiros 50 anos. **Revista Acadêmica do Grupo Comunicacional de São Bernardo**, Passo Fundo, ano 1, nº 1, p. 2-3, 2004.

CARVALHO, Alexandre. et al, **Reportagem na TV: como fazer, como produzir, como editar**. São Paulo: Contexto, 2010.

COUTO, José Geraldo. Jornalismo cultural em crise. In: DINES, Alberto & MARLIN, Mauro (orgs.). **Jornalismo brasileiro: no caminho das transformações**. Brasília, Banco do Brasil, 1996. p. 130-131.

DEJAVITE, Fábila. A. **Infotainment: informação + entretenimento no jornalismo**. São Paulo: Paulinas, 2006.

DEJAVITE, Fábila. A. **A notícia light e o jornalismo de infotainment**. Artigo apresentado no VI Encontro de Núcleo de Pesquisa, 2007.

DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio. **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. São Paulo: Atlas, 2009.

FERRARI, Pollyana. **Jornalismo Digital**. São Paulo, Contexto, 2010.

FIDELES, Nina. **Hip Hop Brasil**. São Paulo: Caros Amigos, 2014.

FELIX, João Batista. **Hip Hop: Cultura e política no contexto paulistano**. Monografia, Unidade de São Paulo, São Paulo, 2005. Disponível em: <file:///C:/Users/tirlab01/Downloads/tese.pdf >. Acesso em: 18/11/2015

GOMES DA SILVA, José Carlos. Arte e educação: a experiência do movimento. In: Elaine Nunes Andrade (Org). **Rap e educação Rap é educação**. São Paulo: Selo Negro, 1999.

GUIMARÃES, Maria Eduarda. Rap: transpondo as fronteiras da periferia In: Elaine Nunes Andrade (Org). **Rap e educação Rap é educação**. São Paulo: Selo Negro, 1999

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4 ed. São Paulo: Atlas, 2008.

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

JÚNIOR SÁ, Lucrécio. *Cultura Popular, Memória e Identidade*. Universidade Federal do Rio Grande do Norte. São Luís. Maranhão, 2012. Disponível em < http://www.sbpnet.org.br/livro/64ra/pdfs/arg_1661_169.pdf > Acesso em: 15 maio 2016.

LAKATOS, E.M.; MARCONI, M.A. **Metodologia do trabalho científico: procedimentos básicos, pesquisa bibliográfica, projeto e relatório, publicações e trabalhos científicos**. São Paulo: Atlas, 1992.

LARAI, Roque de Barros. **Cultura: um conceito antropológico**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed, 2009.

LOPES, Joana Gonçalves Vieira. **Grafite e pichação: os dois lados que atuam no meio urbano**. 2011. 37 f., il. Monografia (Bacharelado em Comunicação Social)—Universidade de Brasília, Brasília, 2011.

MARCOS, Alexandre Bazeia Fochi. **Hip hop brasileiro: Tribo urbana ou movimento social?** Revista FACOM, nº 17, 1º semestre, 2007.

MANHÃES, Eduardo. Análise do discurso. In: DUARTE, Jorge e BARROS, Antonio (org). **Métodos e Técnicas de Pesquisa em Comunicação**. São Paulo: Atlas, 2009.

MARTINS, Eduardo. **Manual de Redação e Estilo de O Estado de São Paulo**. São Paulo: Publifolha, 1990.

MELO, Isabelle. **Jornalismo Cultural**. Universidade de São Paulo- USP. São Paulo. 2010. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/melo-isabelle-jornalismo-cultural.pdf>> Acesso em: 10 set 2015

MOREIRA, Sonia Virgínia. Análise documental como método e como técnica. In: DUARTE, Jorge e BARROS, Antonio (org.). **Métodos e Técnicas de Pesquisa em Comunicação**. São Paulo: Atlas, 2009.

NESTROVSKI, Arthur. **Notas musicais- do barroco ao jazz**. São Paulo: Publifolha, 2000.

NETO, João Elias da Cruz. **Reportagem de Televisão- como produzir, executar e editar**. Rio de Janeiro: Vozes.

OLIVEIRA, Caroline. **Jornalismo na era web 2.0**. Universidade Federal do Rio de Janeiro- UFRJ. 2010. Disponível em: <[http://www.cesjf.br/revistas/cesrevista/edicoes/2010/06 COMUNICACAO jornalismo_na_era_da_web.pdf](http://www.cesjf.br/revistas/cesrevista/edicoes/2010/06_COMUNICACAO_jornalismo_na_era_da_web.pdf)> Acesso em: 22 set 2015

PATERNOSTRO, Vera Iris. **O texto na TV**: Manual do Telejornalismo. 2. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2006.

PIZA, Daniel. **Jornalismo Cultural**. São Paulo, Contexto. 2010

REZENDE, Guilherme Jorge. **Telejornalismo no Brasil**: um perfil editorial. São Paulo: Summus, 2000.

SOUZA, José Carlos Aronchi De. **Gêneros e Formatos na televisão brasileira**. São Paulo: Summus, 2004.

TARRUELLA, Ramón Massó; GIL, Joaquín García -Lavernia. **Noticias frente a hechos**: entender la realidad después de leer los periódicos. Barcelona: CIMS, 1997.



ANEXO

PROGRAMA CULTURA NA RUA

REPÓRTER/APRESENTADORA: Jéssica Barbosa

	PALÁCIO DOS ESTUDANTES, QUE FICA NO CENTRO DE CURITIBA, ONDE ESTÁ LOCALIZADA A SEDE DA AHHEMP./ SEJA BEM-VINDO MARCELLUS AO CULTURA NA RUA./ PERGUNTAS: 1) POR QUE VOCÊ ESCOLHEU O MOVIMENTO SOCIAL PARA TRABALHAR? 2) QUAL A IMPORTÂNCIA DO MOVIMENTO SE ORGANIZAR POR MEIO DE UMA ASSOCIAÇÃO 3)EXISTE ALGUMA DIFICULDADE EM MANTER A AHHEMP EM FUNCIONAMENTO? 4) DENTRO DA ASSOCIAÇÃO, EXISTEM SETORES ESPECÍFICOS, COMO EDUCAÇÃO, LAZER? 5) VOCÊS SE CONSIDERAM MILITANTES DE ALGUMA FORMA? 6) VOCÊ ACHA QUE SERIA POSSÍVEL REALIZAR TODAS AS ATIVIDADES, SE NÃO FOSSE POR MEIO DA AHHEMP? 7) O QUE VOCÊS JÁ CONSEGUIRAM CONQUISTAR ENQUANTO ASSOCIAÇÃO? 8) QUAL SERIA O MAIOR APELO HOJE, QUE VOCÊS FAZEM EM RELAÇÃO AO HIP HOP? 9) NA SUA OPINIÃO, VOCÊ ACREDITA QUE DEVERIA EXISTIR MAIOR VALORIZAÇÃO DO TRABALHO DE ORGANIZAÇÕES SEM FINS LUCRATIVOS?
--	--

[ENTRA IMAGENS OU VÍDEOS DA APRESENTAÇÃO NA SHOWLIVRE] [ENTRA CLIPE]	PERGUNTAS: 1) QUANDO VOCÊS DECIDIRAM QUE IRIAM FAZER RAP? TIVERAM APOIO DA FAMÍLIA E AMIGOS? 2) VOCÊS JÁ SE CONHECIAM ANTES DE MONTAREM O GRUPO? 3) DE ONDE VEIO O NOME INTHEFINITYVOZ? 4) VOCÊS FAZEM APRESENTAÇÕES PERFORMÁTICAS, USAM MÁSCARAS, MONTAM UM CENÁRIO E INTERPRETAM. COMO SURTIU ESSA IDEIA? 5) NA COMPOSIÇÃO DAS MÚSICAS VOCÊS DOIS PARTICIPAM? DE ONDE VEM A INSPIRAÇÃO? 6) O GRUPO PARTICIPOU DO SHOW LIVRE, COMO FOI A EXPERIÊNCIA? OU: COMO VOCÊS CONSEGUIRAM FAZER COM QUE UM GRUPO DE RAP DE CURITIBA SE DESTACASSE FORA DO ESTADO? PARA FINALIZAR, VOCÊS CONFEREM O CLIPE ODB SE CONTORCE, DO INTHEFINITYVOZ. CONTINUEM LIGADOS NO CULTURA NA RUA, NÓS JÁ VOLTAMOS.// NO MOVIMENTO HIP HOP, O MC CONTA COM A AJUDA DO DJ QUE TEM UM PAPEL FUNDAMENTAL.
--	---

[ENTRA VINHETA] [PASSAGEM PRAÇA DO GAÚCHO] [ENTRA IMG DO SEU OSVALDO] [PASSAGEM]	POIS É ELE QUE SOLTA AS BASES PARA O RAPPER RIMAR. OFF 1: O DJ, OU MESTRE DOS TOCA DISCOS SE POPULARIZOU EM 1950, NOS BAILES REALIZADOS EM CLUBES RECREATIVOS AQUI NO BRASIL/ OS MAIS FAMOSOS NA ÉPOCA ERAM O BAILE CLUBE 220 E ARISTOCRATA. A CONTRATAÇÃO DE MÚSICAS DEIXAVA O VALOR DOS INGRESSOS MAIS CAROS, E PARA POUPAR GASTOS OS EMPRESÁRIOS RESOLVERAM CHAMAR PEQUENOS GRUPOS OU ORQUESTRAS PARA TOCAR. FOI AÍ QUE SURTIU UMA FIGURA IMPORTANTE, O SEU OSVALDO, QUE FAZIA PARTE DA ORQUESTRA INVISÍVEL E COLOCAVA A MÚSICA PARA QUE AS PESSOAS DANÇASSEM. FOI NO CLUBE 220 QUE ELE ESTROU COMO DJ E FEZ O MAIOR SUCESSO// PARA FALAR MAIS SOBRE ESTE TRABALHO TÃO IMPORTANTE, EU VOU CONVERSO COM O DJ SELECTA KBC, UM DOS NOMES QUE É REFERÊNCIA QUANDO O ASSUNTO É BATIDA. NÓS ESTAMOS AQUI EM UM EVENTO NO BAR DA PRODUÇÃO./ PERGUNTAS:
--	--

	1) EXISTE DIFERENÇA ENTRE O DJ DE HIP-HOP E DJ QUE DISCOTECA NA BALADA? 2) ME CONTE UM POUCO MAIS SOBRE OS ESTILOS MUSICAIS COM OS QUAIS VOCÊ TRABALHA. 3) QUAL É O MAIOR DESAFIO PARA UM DJ QUE ESTÁ INICIANDO NO CENÁRIO? 4) QUAIS FORAM SUAS PRIMEIRAS INFLUÊNCIAS NO HIP-HOP? 5) VOCÊ TEVE QUE ABRIR MÃO DE ALGUMA COISA PARA SEGUIR A CARREIRA DE DJ? 6) NO QUE VOCÊ ACHA QUE O SEU TRABALHO SE DESTACA? 7) COMO VOCÊ CLASSIFICA O CENÁRIO DO RAP/HIP-HOP EM CURITIBA? 8) POR QUE VOCÊ ESCOLHEU SER DJ PENSANDO NA CULTURA DO HIP-HOP? 9) VOCÊ CONSEGUE IMAGINAR SUA VIDA LONGE DA MÚSICA? 10) O QUE É NECESSÁRIO PARA SE TORNAR UM DJ? 11) QUAL É O SEU MAIOR SONHO COMO DJ DENTRO DO MOVIMENTO DO HIP-HOP?/ MUITO OBRIGADA SELECTA PELO BATE PAPO, AGORA VOU DEIXAR VOCÊ TRABALHANDO E VAMOS FALAR COM O PÚBLICO, PARA SABER O QUE ELES ESTÃO ACHANDO DO EVENTO E COMO VEEM O TRABALHO DO DJ./
--	---

[ENTRA ENTREVISTA COM O PÚBLICO] [ENTRA VINHETA] [PASSAGEM NA PRAÇA DO BOLSO DO CICLISTA] [ENTRA IMG DO VALLAURI]	A ARTE TAMBÉM ESTA ATRELADA AO MOVIMENTO HIP HOP, NO CASO O GRAFITEIRO.// OFF 2: O GRAFFITTI SURTIU NA DÉCADA DE 70, EM NOVA YORK E ASSIM COMO NO BRASIL, NÃO ERA AUTORIZADO. OS LOCAIS PREFERIDOS DOS ARTISTAS ERAM OS METRÔS DA CIDADE. DURANTE MUITO TEMPO O GRAFFITTI FOI DISCRIMINALIZADO. AQUI NO BRASIL, UM DOS NOMES PIONEIROS NESTA ARTE É O ALEX VALLAURI, FILHO DE PAIS ITALIANOS QUE PARTICIPOU DA BIENAL DE ARTE EM 1977, DANDO NOTORIEDADE AO GRAFFITI. EM SUA HOMENAGEM CRIARAM O DIA NACIONAL DO GRAFFITTI, COMEMORADO EM 27 DE MARÇO. PARA FALAR MAIS SOBRE ESTA ARTE URBANA, NÓS CONVERSAMOS COM O GRAFITEIRO VALDECIMPLES, UM DOS PIONEIROS AQUI EM CURITIBA. ESTOU AQUI COM O CIMPLES, QUE COMEÇOU NO GRAFITI EM 1996. OLÁ CIMPLES, SEJA BEM-VINDO. 1)QUANDO VOCÊ INICIOU NO GRAFFITTI, COMO ERA A CENA DE CURITIBA? 2)POR QUE VOCÊ ESCOLHEU O
--	---

	GRAFITE? 3)VOCÊ CONSIDERA O SEU GRAFITE DIFERENTE DOS DEMAIS? 4)EXISTE PRECONCEITO EM RELAÇÃO AO GRAFITE? 5)QUAL A DIFERENÇA ENTRE PICHANÇA E GRAFITE? 6)QUAL FOI O PRIMEIRO LOCAL DE CURITIBA, QUE VOCÊ GRAFITOU? 7)EXISTE UM LIMITE PARA O GRAFITE? EM QUE SITUAÇÃO VOCÊ ACHA QUE ELE DEIXA DE SER ARTE, SE ISSO É POSSÍVEL? 8)VOCÊ ESTEVE A FRENTE DE EXPOSIÇÕES EM SÃO PAULO E TAMBÉM AQUI EM CURITIBA. TRABALHOU TAMBÉM EM REVISTAS, COMO DESTRÓI E VISA E TAMBÉM PARTICIPOU DO LIVRO “ESPELHO DA CIDADE: REFLEXOS A PARTIR DO GRAFITI DE CURITIBA”. VOCÊ ESTÁ COM O LIVRO AÍ? COMO FOI A PRODUÇÃO? SEI QUE VOCÊ CONTOU COM AJUDA DE OUTRAS PESSOAS PARA MONTÁ-LO... MUITO BEM, AGRADEÇO SUA PARTICIPAÇÃO NO CULTURA NA RUA E AGORA VOCÊS CONFEREM ALGUMAS IMAGENS DOS GRAFITES DO CIMPLES, QUE ESTÃO ESPALHADOS POR CURITIBA.
--	---

[ENTRA IMG DO LIVRO] [ENTRA IMG DOS GRAFITES] [ABETURA: LARGO DA ORDEM] [ENTRA VÍDEO DO PASSINHO]	AGORA É HORA DE FALAR DO BREAK. A DANÇA SURTIU NOS ANOS 60 E NO COMEÇO, OS DANÇARINOS TINHAM COMO INSPIRAÇÃO A MÚSICA SOUL E O FUNK. COM A EVOLUÇÃO O DJ, PODEMOS DIZER QUE O BREAK TAMBÉM EVOLUIU E A MÚSICA PASSOU A TER UM ENGAJAMENTO MAIS PARA DANÇAS DE RUA MESMO, COM PASSOS OUSADOS, SALTOS E RODOPIOS NO CHÃO. NO BRASIL, O BREAK FICOU CONHECIDO POR MEIO DE UM PROGRAMA DE TELEVISÃO. ALGUNS PESQUISADORES DIZEM QUE O PASSO DO CANTOR MICHAEL JACKSON, O MOONWALK ONDE ELE DESLIZAVA PARA TRÁS FEZ COM QUE O BREAK FICASSE CONHECIDO NA MÍDIA. OFF: NA DANÇA, UM DOS NOMES MAIS CONHECIDOS É O DE NELSON TRIUNFO, RESPONSÁVEL POR LEVAR A DANÇA PARA A ESTAÇÃO SÃO BENTO, EM SÃO PAULO. O GRUPO NELSON E FUNK E CIA SE APRESENTAVAM EM FRENTE AO COMÉRCIO, SEMPRE DEPOIS DO EXPEDIENTE, E NO LOCAL, REUNIAM PESSOAS DIVERSAS PARA ASSISTIR ÀS APRESENTAÇÕES. HOJE VOCÊ VAI CONHECER O
---	---

[ENCERRA COM CLIPE DO DOW
RAIZ]

**BOM GALERA, O PROGRAMA FICA
POR AQUI E EU AGRADEÇO A SUA
COMPANHIA. É NÓIS!
ACESSEM NOSSO CANAL NO
YOUTUBE CULTURA NA RUA
NO
FACEBOOK.COM/CULTURANARUA
ATÉ MAIS.**

