



II Seminário Internacional de Pesquisas em **Midiatização** e Processos Sociais

EU SOU MC: PARTICIPAÇÃO COLETIVA E PLURAL DE MULHERES EM CENAS MUSICAIS RAP

I'M MC: COLLECTIVE AND PLURAL PARTICIPATION OF WOMEN IN RAP MUSIC SCENES

Dulce Mazer¹
Gabriela Gelain²
Paula Guerra³

Resumo: O texto aborda as dinâmicas de atuação de jovens mulheres nas cenas rap na capital do Rio Grande do Sul de forma a refletir sobre os aspectos comunicacionais de seus distintos papéis e funções através da midiática de suas performances. Assim, o artigo está fundado sobre uma etnografia das cenas rap da Região Metropolitana de Porto Alegre (RMPA) – RS, Brasil, realizada entre 2014 e 2017. A pesquisa empírica, que orienta as discussões apresentadas, resultou em um aprofundamento sobre as práticas de consumo musical expandido entre jovens participantes da (sub)cultura hip-hop, o que envolve a produção e o consumo de rap. Como resultados gerais do recorte proposto aqui são apontadas as principais práticas de garotas ou grupos de mulheres que compõem e performatizam rap, a fim de compreender como elas vêm reconfigurando as relações de gênero na (sub)cultura hip-hop.

Palavras-chave: rap; DIY; mulheres; sociedade midiática; juventude.

Abstract: The text approaches the dynamics of young women acting on rap scenes in the capital of Rio Grande do Sul (Brazil) in order to reflect on the communicational aspects of their different roles and functions through the mediatization of their performances. Thus, the article is based on an ethnography of rap scenes from the Metropolitan Region of Porto Alegre (RMPA) - RS, Brazil, conducted between 2014

¹ Jornalista. Doutora em Comunicação e Informação pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS). Realiza Pós-Doutorado PNPD/CAPES no Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Informação (PPGCOM/UFRGS). E-mail: mazerdulce@yahoo.com.br

² Jornalista pela Universidade Federal de Santa Maria (UFSM).. Mestra em Ciências da Comunicação pela Universidade do Vale do Rio dos Sinos (UNISINOS). E-mail: gabrielagelain@gmail.com

³ Socióloga. Doutora em Sociologia. Professora na Universidade do Porto. Investigadora do Instituto de Sociologia da Universidade do Porto, Portugal (IS-UP). E-mail: mariadeguerra@gmail.com



II Seminário Internacional de Pesquisas em Mídia e Processos Sociais

and 2017. Our empirical research, which guides the discussions presented, resulted in a deepening of the practices of expanded musical consumption among young people participating in (sub) hip-hop culture, which involves the production and consumption of rap. As general results of what we've proposed, we analyzed the main practices of girls or groups of women who compose and perform rap music in order to understand how they have been reconfiguring gender relations in hip-hop (sub)culture.

Keywords: rap; DIY; women; mediatic society; youth.

Introdução: uma perspectiva feminista de abordagem

O texto parte da experiência das pesquisadoras/autoras envolvidas com a temática em diferentes momentos e campos de investigação e chega à reflexão sobre práticas culturais a partir de um estudo empírico. Pautando discussões atuais sobre culturas urbanas, gênero e juventudes, o artigo aborda as dinâmicas de atuação de jovens mulheres nas cenas rap da capital gaúcha identificadas por meio de uma pesquisa etnográfica realizada entre 2014 e 2017. Os resultados orientam as discussões apresentadas, de forma a refletir sobretudo quanto aos aspectos sociais, comunicacionais e midiáticos dos distintos papéis das rappers e funções em um contexto de midiatização, considerando as práticas de consumo musical expandido entre jovens participantes da (sub)cultura hip-hop, o que envolve a produção e o consumo de rap. A investigação englobou os processos de expansão da produção e do consumo musical em diferentes meios técnicos e tecnológicos, considerando as relações entre a mudança comunicativa dos meios e as mudanças socioculturais (Mazer, 2018).

O enfoque neste artigo está nas práticas de garotas ou de grupos de mulheres que compõem e performatizam rap, identificadas entre os mais de 200 sujeitos observados e entrevistados durante o desenvolvimento da pesquisa on e off-line. Os sujeitos inicialmente investigados (homens e mulheres) têm entre 18 e 35 anos de idade. A aparência e o estilo de vida juvenis os caracteriza como um grupo jovem, do qual fazem parte as garotas a que nos referimos neste artigo. Dentro da amostra, e a partir das



II Seminário Internacional de Pesquisas em Mídia e Processos Sociais

entrevistadas, constatamos que as mulheres são minoria nas cenas rap observadas, sobretudo quanto à performance como rappers.

Os procedimentos metodológicos utilizados foram técnicas etnográficas: a observação de campo e a realização de entrevistas; e a etnografia na internet (Hine, 2000, 2004; Boyd, 2008, 2017; Ardèvol, 2013), com observações diretas nas redes sociais, coletas de informações e levantamento de perfis dos colaboradores na pesquisa. Os procedimentos de análise foram a descrição de categorias e seus entrecruzamentos, considerando o discurso das jovens, suas práticas e os conteúdos coletados nas redes sociais digitais, em letras de músicas, etc.

Definido o recorte, o texto reflete sobre uma realidade na qual as jovens rappers vêm protagonizando performances musicais nas cenas rap, quer seja com relação a produção de rap, quer seja com relação ao seu consumo musical expandido (Mazer, 2017) como um modo de produzir a sua própria música, quer seja de suas derivações, tais como estilo de se vestir, a prática do grafite, a participação em coletivos e outros consumos que se originam na (sub)cultura hip-hop. Muitas dessas ações decorrem da midiática do rap e do hip-hop que tem como principal característica a interação entre mídia, cultura e sociedade. A midiática é um conceito que tem múltiplos usos e que, de modo geral, serve para “descrever o processo de expansão dos diferentes meios técnicos e considerar as interações entre a mudança comunicativa dos meios e a mudança sociocultural” (Gomes, s/p., 2016). Ela tem foco nos dispositivos como mensagens e na ambiência permeada por eles. No contexto empírico estudado, observamos a profunda relação da midiática com as performances do público/consumidores e das MCs.

A circulação midiática mais evidente ocorre, sobretudo nas redes sociais e mais recentemente em canais digitais de redes abertas de televisão, como os do grupo RBS, como aprofundaremos adiante. Isso porque, com a expansão e o acesso às novas tecnologias digitais, os grupos sociais potencializam suas ações por meio de processos comunicacionais que circulam mais intensamente, fortalecendo as definições identitárias. Em ambientes em midiática, os e as jovens envolvidos com o hip-hop dão a conhecer e se apropriam das informações para construir e fortalecer a cultura



II Seminário Internacional de Pesquisas em Mídia e Processos Sociais

urbana face à qual são protagonistas. “A sociedade contemporânea está permeada pela mídia de tal maneira que ela não pode mais ser considerada como algo separado das instituições culturais e sociais” (Hjarvard, 2012, p. 54).

Assim, através do estudo realizado na Região Metropolitana de Porto Alegre (RMPA), procuramos desvendar as práticas culturais de jovens mulheres para a produção e o consumo de rap – desvelando um “novo” universo de visibilidade feminina. Como autoras dedicadas à questão, pensamos nos modos como as jovens observadas vêm transformando as representações tradicionais do ser mulher por meio da resistência criativa - através da música, mediante vídeos, produção e circulação de raps, ou imagens de si mesmas em performances midiáticas – indicando, desse modo, iminentes mudanças nas relações de gênero e na cultura desde demandas próprias e autônomas (Viera e Mazer, 2017).

De acordo com Shuker (2001), as novas tecnologias de produção de som democratizam a produção musical e abrem oportunidades de performance, criando novos espaços sociais para ouvir música. No entanto, essas oportunidades e espaços são seletivamente disponíveis e explorados por grupos sociais específicos, distintos conforme os marcadores sociais, tal como classe, gênero e raça, distinguindo também as formas de experimentação e acesso à música. O propósito das transformações nas relações de gênero é ainda mais relevante quando reconhecemos historicamente o rap e/ou a (sub)cultura hip-hop como resultantes de uma manifestação cultural de resistência de classes num sistema patriarcal, que podem ser pouco inclusivos para as jovens, sobretudo as mulheres negras. É importante ressaltar que, em se tratando de performance, as mulheres acabaram sendo relegadas a coadjuvantes ou espectadoras na história da música popular, o que Shuker (2001, p. 119) definiu como uma “orientação masculinista da indústria musical”. Para o autor, as mulheres acabaram assumindo papéis característicos do que socialmente se definiu como feminino na música:

As artistas femininas predominam em música a capella e gospel, e são proeminente em folk e country, e entre cantores e compositores. Djs masculinos são a norma na cena de música de dança contemporânea. Quão *naturais* são essas associações e de que maneira elas são construções sociais? (2001, p. 232, grifo do autor).



II Seminário Internacional de Pesquisas em Mídia e Processos Sociais

Também sublinhando as intersecções entre gênero e juventude, Viera (2015) investiga no rock de Tijuana (México) as formas como as garotas enfrentam e negociam a ordem heteronormativa e patriarcal, alterando suas posturas e capitalizando a seu favor o título de roqueiras a partir das lógicas dominantes de produção e circulação musical. O que observamos no trabalho da autora - as novas representações do corpo feminino e do lugar da mulher roqueira nas cenas rock da região de fronteira, definido desde o ponto de vista das mulheres - pode ser encontrado também nas diferentes cenas rap presenciadas e que incentivaram a produção deste artigo, sobretudo naquela da qual deriva a pesquisa empírica.

Desde os anos 1990, o hip-hop vinha sendo rotulado pelo sexismo e pela homofobia - um sexismo que permeou toda a estrutura da indústria da música junto com as letras e instrumentação da música em si (Chapple e Garofalo, 1977) ao longo das décadas. Para vários autores, a maneira mais objetiva de se resumir a questão é observar a “ausência das mulheres” (Reddington, 2003 e 2012) no quadro das manifestações do rock, do metal, do punk, do rap e do hip-hop sentida como um ultraje e um dos melhores exemplos da hegemonia masculina acerca da história da cultura popular (Guerra *et al*, 2017). Esta “ausência” também faz-se sentir no plano teórico e empírico. Com efeito, McRobbie (1980) lançou uma crítica aos *Cultural Studies* por estes deixarem de lado o papel das mulheres nas subculturas. Sobre a presença feminina nestas, Weller (2005) afirma que, na produção bibliográfica existente – tanto nos trabalhos sobre juventude quanto nos estudos feministas – há uma lacuna no que diz respeito à participação de mulheres nas subculturas. Para alguns investigadores da juventude, tais modos de expressão estão voltados ao consumo de produtos de grupos (como por exemplo, atividades organizadas por garotas fãs de *boy bands*) e pode ter sido um dos porquês da pouca atenção dada à participação das meninas e mulheres nas subculturas juvenis.

Para Weller (2005), as interpretações teóricas e as conclusões apresentadas em investigações sobre as questões de gênero ajudaram para o entendimento de que o gênero é algo construído diariamente, “é constituído de forma interativa e situacional; ele é discutido (ou não) num contexto e numa interação específica nos quais as pessoas



II Seminário Internacional de Pesquisas em Mídia e Processos Sociais

envolvidas assumem distintas representações de gênero” (ibid., p. 113). Grande parte das análises sobre vestuário, preferências musicais, estéticas corporais, foram, na sua maioria, desenvolvidas a partir de observações, questionários e entrevistas com pessoas do gênero masculino. Essa é, no entanto, uma ótica que vem sendo ampliada, sobretudo quando nos debruçamos sobre o que as garotas dizem a respeito das próprias condições de apropriação cultural em estudos empíricos com mulheres, ou ainda quando nos baseamos em autoras que questionam os alicerces masculinistas das culturas musicais populares, tais como McRobbie (1980, 1991), Weller (2005), Steward e Garratt (1984), O’Brien (1995), Viera (2015), entre outras.

Dessa forma, o título do artigo “Eu sou MC: participação coletiva e plural de mulheres em cenas musicais rap” invoca a voz das jovens nas cenas rap estudadas e vem colocar luz à algumas manifestações femininas no contexto da produção, circulação e consumo de rap que apontam transformações nas relações de gênero.

DIY e a (sub)cultura hip-hop

O rap é ritmo e poesia, uma forma muito natural de declamar letras sobre uma base de batida musical, um *beat*. As práticas musicais na produção de rap são bastante simples, requerem poucos equipamentos eletrônicos/digitais e quase nenhuma habilidade prévia com instrumentos musicais ou técnicas vocais, o que permite e instiga que muitos dos apreciadores do gênero se envolvam na produção de forma amadora ou profissional. São formas autônomas de fazer, ou, segundo Guerra (2017), carreiras *Do It Yourself*.

DIY (*Do it yourself*) é uma filosofia que abarca a ideia de simplesmente “sair e fazer”, ou, como popularmente é expresso no mundo *underground* (e cada vez mais no *mainstream*) a ideia do “Faça Você Mesmo”. Na cultura musical, serve para a customização e apropriação dos meios de produzir música, vestimentas, palcos, iluminação, faixas, discos, meios de comunicação como os *zines*, programas de rádio, entre outros.

A ética *Do It Yourself* surgiu da necessidade de construir, de criar algo dentro do movimento punk. Apesar de o punk rock ter se tornado um grande – e rentável –



II Seminário Internacional de Pesquisas em Mídia e Processos Sociais

movimento musical na Inglaterra e nos Estados Unidos, na década de 1970, as indústrias fonográficas e revistas demonstraram pouco interesse comercial nele. Focados nas estrelas do final dos anos 1960 e início dos anos 1970 e da nova música dançada nas discotecas, tais indústrias e revistas não consideraram o punk como algo que merecesse investimento. Assim, um músico punk que desejasse ter um público, teria de alugar com o próprio dinheiro os salões para se apresentar. Se quisesse fazer um registro (gravar um show, uma demo-tape), teria de financiá-lo sozinho. Para fazer circular informações sobre sua música, teria de criar um fanzine. Os zines eram um esforço para preencher esse vazio (Duncombe, 1997).

Ocorre que essa lógica de apropriação não se limitou ao movimento punk. Basta lembrar que o hip-hop surgiu nos Estados Unidos em um contexto de marginalidade, desigualdade social e precariedade, envolvendo as juventudes urbanas negras e latinas. Os ritmos caribenhos foram fundamentais para a criação do gênero⁴. No final dos anos 1970, as festas animadas por DJs como Kool Herc e Grandmaster Flash se desenvolviam a partir da descoberta do potencial musical e do improviso. O MC ainda era apenas um narrador que animava o baile entre as faixas tocadas. Só mais tarde é que os MCs/rappers teriam papel de destaque na improvisação de letras completas, com rimas faladas sobre as batidas musicais.

Se o improviso e a apropriação de tecnologias sônicas marcam o nascimento do rap como características da lógica DIY, a expressão, no entanto, não permeia a (sub)cultura hip-hop, nem nos dias atuais. Embora a ideia de uso de meios e de domínio da produção sonora faça parte dessa cultura urbana desde os primórdios, a expressão DIY não é reconhecida ou retomada na evolução do hip-hop. Mas a lógica DIY está presente nas práticas juvenis para escuta e produção de rap e de outros gêneros musicais na atualidade.

No punk feminista (*riot grrrls*), por exemplo, as jovens utilizam a filosofia DIY como conceito essencial em seus espaços, seja através dos fanzines (jornais artesanais), da elaboração de festivais e do fazer musical (Gelain, 2017) e por vezes o chamam de

⁴ Nos Estados Unidos, além do uso da palavra rap (do inglês, *rhythm and poetry*), hip-hop pode definir o gênero musical, bem como a cultura em torno dele. No Brasil o gênero musical é comumente chamado de rap e a cultura é conhecida como hip-hop.



II Seminário Internacional de Pesquisas em Mídia e Processos Sociais

“Faça Você Mesma”. E, embora muitas vezes ainda não denominem as apropriações que realizam sob essa sigla DIY ou Faça Você Mesma, o mesmo ocorre com as jovens do rap, já que na (sub)cultura hip-hop nas cenas observadas, as mulheres estão desenvolvendo seus próprios audiovisuais, eventos culturais, *beats*, novas linguagens performáticas, distintas atividades, além de participarem mais ativamente dos espaços já ocupados por homens (Mazer, 2017).

Os participantes de uma subcultura podem experimentar as habilidades musicais por inúmeros caminhos. Segundo Guerra (2017), as razões para a prática musical DIY são: permanecer independente (fazendo o que se quer, como se deseja); contradizer a ordem dominante de maiores e lucros; por necessidade econômica / recursos escassos; ansiedade por viver, fazer as coisas rapidamente; fazer algo útil para a cena /para a sociedade punk; ajudar as pessoas a crescer mentalmente, fazendo com que elas conheçam outras realidades, outros mundos e outras pessoas; criar algo que não existe (por exemplo: roupas); aumentar o próprio conhecimento e experiência; ajudar pessoas com menos recursos econômicos; contradizer o capitalismo, a ordem comum, construindo uma forma alternativa de ser, mais anarquista, menos hierárquica. Tais características são igualmente identificadas nas falas dos rappers e nas atuais condições de produção da (sub)cultura hip-hop.

Além dos aspectos políticos e da prática de resistência, marca histórica do hip-hop, o consumo e a produção do rap perpassam os usos, as reflexões significantes da apropriação e se convertem em categorias para os sujeitos comunicantes, neste caso as mulheres. Assim como apontou Guerra (2018), as jovens então podem ser praticantes de rap (rappers, MCs, editoras de som, DJs), desenvolver atividades mediadoras (produtoras culturais, produtoras de conteúdo informativo sobre rap, blogueiras, produtoras audiovisuais,icineiras, ou educadores sociais da (sub)cultura hip-hop) e serem consumidoras intensas e apaixonadas, fãs, hip-hoppers.

Nesta lógica, todo produtor é um consumidor. Nem todo consumidor é produtor. No entanto, seguindo nosso raciocínio, todo consumidor é um potencial produtor. Esse fenômeno se intensifica em uma sociedade em processo de mediação. Ao se apropriar da música e de tecnologias de produção musical, o consumidor se “insere” no



II Seminário Internacional de Pesquisas em Mídia e Processos Sociais

mercado independente, como MC ou rapper, profissional ou amador. Nesse sentido, a mídia extrapola a relação entre produtores e consumidores e se converte em circulação contínua, assinalando o dinamismo da mediação (Silverstone, 2005).

Pensamos com Fausto Neto, para quem, a recepção (ou o consumo, no caso de nossa pesquisa), no contexto da comunicação midiática, não pode ignorar as transformações sofridas no âmbito da circulação, "cujas manifestações de funcionamento se tornam cada vez mais visíveis" (Fausto Neto, 2010, p. 55). Isso em razão de que a circulação institui novas formas de interações entre produtores e receptores de mensagens, complexificando seus papéis, ao organizá-los segundo novas dinâmicas. A escuta e o consumo musical, assim como a produção e a circulação da música nas cenas, são fenômenos que tocam a dimensão sensível e material da realidade social e cultural, sendo a comunicação o conhecimento, a ação capaz de colocar em jogo as dinâmicas entre sujeitos e objetos musicais. Tais fenômenos se proliferam em conexão com as materialidades digitais da música e da comunicação e resultam na afirmação feminina nas cenas rap: eu sou MC!

Helen Reddington (2003) se propôs, em 2012, a examinar as razões que facilitaram a participação de um grande número de mulheres numa cena punk inglesa predominantemente masculina e os efeitos de tal participação. Uma das razões apontadas prende-se com a maior acessibilidade aos instrumentos musicais. Esta autora compara mesmo o caso das jovens mulheres punks às novelistas da era vitoriana:

Dale Spender descreve a maneira que as novelistas vitorianas eram menosprezadas e retiradas dos seus lugares na história por críticos masculinos que atuavam como guardiães da literatura daquele tempo; o processo no qual mulheres criativas são continuamente recolocadas numa esfera passiva e decorativa não é algo novo. Parece que numa comparação atual às mulheres sobre as quais Spender escreve, uma vez que a quota de participantes femininas foi alcançada, os papéis das jovens mulheres no punk foram reduzidos a um estatuto de sub-subcultura – ou, na verdade, uma *subculturette* (Reddington, 2003, p. 249-250).

Então, será que o aparato tecnológico e midiático permite nesta segunda década do milênio reverter esta situação? As jovens vêm demonstrando que sim, através de suas práticas, como apontaremos.



II Seminário Internacional de Pesquisas em **Mediatização** e Processos Sociais

Práticas de mulheres MCs nas cenas rap

Considerando que, no contexto estudado, a mediatização engloba os processos de expansão da produção e do consumo musical em diferentes meios técnicos e tecnológicos, as relações entre a mudança comunicativa dos meios e as mudanças socioculturais, são apontadas práticas - usos das redes sociais, sites, blogues para circulação de suas agendas, modos de negociação e execução de etapas de produção - das jovens para a produção e o consumo de rap.

O rap marca historicamente uma posição de resistência cujos marcadores mais evidentes são os de raça e classe, mas não fortemente de gênero. Por isso, pode-se dizer que as jovens apresentam demandas elementares, que ainda não correspondem aos variados grupos de mulheres presentes nas cenas rap da região metropolitana. Elas ainda não rompem completamente com o discurso da universalidade feminina, embora algumas desenvolvam raps e audiovisuais sobre questões específicas do cotidiano de mulheres negras, como “Cabelo Crespo”, por exemplo, rap e videoclipe gravado durante a Marcha do Orgulho Crespo em Porto Alegre.



Fonte: YouTube. Frame do videoclipe de Negra Jaque - Cabelo Crespo (Letra de Narrador Kanhanga), gravado durante a Marcha do Orgulho Crespo em Porto Alegre. Produção Musical: SaunesPro

Source: YouTube. Negra Jaque's video clip frame - Curly Hair (Lyrics from Narrator Kanhanga), recorded during Curly Pride March in Porto Alegre. Music Production: SaunesPro

Em geral, suas letras abordam a necessidade de serem incluídas na produção musical, de ocuparem as cenas rap, de desenvolverem seus próprios caminhos como MCs, de marcarem as diferenças entre mulheres e os homens, dominadores nas cenas. O



II Seminário Internacional de Pesquisas em Mídia e Processos Sociais

olhar interseccional é fundamental, segundo Ribeiro (2017), a fim de rompermos com universalidade excludente de mulheres negras. No entanto, em seus discursos, por meio de entrevistas, a interseccionalidade é uma ideia consciente e há questões muito particulares relacionadas à segurança e bem estar das mulheres negras, pobres, marginalizadas, lésbicas, transexuais, bissexuais.

Os agrupamentos de garotas vêm ganhando força desde 2015, com o “Junção das Mina”, com interações que as caracterizariam nas cenas rap. Em 2015, as MC’s da dupla Visão Feminina, de Caxias do Sul, e outras rappers como Vanessa GirLove e Negra Jaque, organizaram a primeira coletânea de rap feminino do Rio Grande do Sul, o Junção das Gurias - Vol. 1 (2015). Ela marcou o surgimento de uma rede de MC’s na luta por espaço e valorização de seu trabalho. Como já dissemos, os movimentos culturais urbanos (Reddington, 2003 e 2012; Guerra et al, 2017) e estudos acadêmicos sobre culturas e subculturas urbanas (McRobbie, 1980; Weller, 2005) ignoraram os contextos juvenis femininos. Mas em suas falas e rimas, as jovens vêm demonstrando uma profunda integração para o desenvolvimento de projetos culturais relacionados ao rap, de busca por igualdade, de reconhecimento nas cenas rap.

Outra formação que ganha cada vez mais adeptas são as bancas. As bancas são agrupamentos maiores, que unem diversos *crews* ou rappers. Recentemente elas passaram a realizar shows coletivos e se autodenominam bancas, em um esforço de fortalecimento coletivo. Essas organizações oferecem a possibilidade de gravar e editar faixas em estúdios, divulgar o trabalho das MCs, produzirem audiovisuais, shows, participarem de canais no YouTube, de programas na TV aberta, em rádios, além de circularem mais nas redes sociais.

Como forma de canalizar o que produzem, elas utilizam TICs e serviços online, como o SoundCloud, o Facebook e até mesmo o aplicativo de conversação online Whatsapp, para divulgar trabalhos individuais e coletivos, como novas faixas de rap, cyphers, que são audiovisuais de rap com participação de vários MCs, videoclipes, ensaios fotográficos, etc.

Além disso, as jovens estão criando espaços de circulação seguros em algumas zonas da região metropolitana, a fim de realizarem suas atividades culturais em lugares



II Seminário Internacional de Pesquisas em Mídia e Processos Sociais

públicos, nos horários adequados às seus momentos de lazer, ou seja, além dos horários comerciais. A violência é uma realidade dos grandes centros e ela atinge sobretudo as populações mais jovens em horários de menor circulação urbana. De modo que, realizando atividades culturais mais próximas dos ideais que elas defendem e unidas elas podem aproveitar melhor as áreas públicas, uma das características mais evidentes das cenas rap da região.

Dentre as práticas femininas que se destacam como resultados observados neste recorte da pesquisa, estão as questões relacionadas às preferências musicais, suas performances e carreiras, o investimento em outras mulheres, o protagonismo em sua cultura juvenil, as batalhas de poesia, entre outros aspectos que veremos agora.

Em nossa análise, percebemos que as mulheres das cenas rap preferem ouvir rappers mulheres em suas *playlists* e evitam grupos e MCs considerados machistas, como Costa Gold, algumas canções dos Racionais MC's e outros artistas, que, segundo elas, cometeram deslizes. Além disso, elas condenam letras sexistas de artistas que admiram, mas que, por estarem envolvidos em suas dinâmicas, reproduzem posturas patriarcais e misóginas.

Com relação ao investimento em suas performances e carreiras, estas mulheres criam uma linguagem própria e abordam temas relevantes que não foram tocados pelos rappers homens em sua cena. Deste modo, elas trocam serviços de edição de som e de imagem e chegam a realizar tarefas gratuitamente para outras garotas, a fim de estabelecerem uma relação comercial que consideram mais justa. Outra observação é com relação ao investimento que fazem em outras mulheres: produzem, financiam as atividades de produção e divulgação musical de outras jovens e consomem a música distribuída diretamente por elas.

Outro ponto analisado é que elas evitam os chamados “duelos de sangue” no rap com homens. Nas “batalhas de sangue”, os atributos físicos e sociais são mencionados para desvalorização do oponente. Em razão desse fenômeno, elas realizam suas próprias batalhas, desenvolvendo suas próprias temáticas e linguagem. Deste modo, os temas abordados pelas mulheres rappers são: o nascimento dos filhos, o aborto, a invisibilidade das mulheres no rap, a violência contra a mulher, questões de raça (cor), a



II Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais

situação política no país, as questões domésticas e a desigualdade no lar, a masturbação, a sexualidade e a liberdade sexual, a espiritualidade, a relação com as outras mulheres da (sub)cultura hip hop, demonstrando força e iniciativa para que outras também iniciem no rap. Ou seja, embora algumas participem das principais batalhas de sangue da região, em geral, usam uma linguagem própria e algumas se tornaram expoentes por sua maneira de vencer com estas rimas que falam da condição da mulher, de desigualdade, de violência e da importância de ocuparem determinados espaços nas cenas rap.

As mulheres das cenas rap analisadas também desenvolvem suas próprias batalhas e outros eventos musicais. Um exemplo é o atual crescimento no número de slams e saraus de poesia, como o “Slam das Minas no Rio Grande do Sul”. Os slams são competições de poesia falada, e também podem ser identificados como um movimento social, cultural e artístico, além de uma comunidade. Os *slammers* não possuem a ambição de tornarem-se celebridades - e sim celebrar a comunidade à qual seus sujeitos e sujeitas fazem parte (D'alva, 2011).

Tendo início em 1986 em Chicago, o slam se espalhou em diversos países e hoje é um lugar de fala para muitas mulheres envolvidas com a (sub)cultura hip-hop e com a cena rap - mas não só as mulheres destes espaços, pois é uma comunidade aberta e recebe mulheres de diversas profissões e classes sociais, subculturas (como o punk) e mulheres ativistas e feministas, por exemplo. Em Porto Alegre, o Slam das Minas teve início em 10 de dezembro de 2016. Foi inspirado por outros Slams de mulheres que já aconteciam em São Paulo e no Distrito Federal. Na descrição de sua página do facebook⁵, as *slammers* afirmam que a primeira edição uniu representantes de diversos núcleos culturais de Porto Alegre e da região (RMPA). Atualmente, o Slam das Minas (RS) acontece na Praça da Matriz em Porto Alegre, todo segundo sábado do mês.

⁵ <https://www.facebook.com/SlamdasMinasRS/> Acesso em 01/06/18.



II Seminário Internacional de Pesquisas em Mídia e Processos Sociais



Fonte: YouTube. Frame do vídeo do Slam das Minas, dezembro de 2017.

Source: YouTube. Frame of Slam das Minas's video, december of 2017.

Além da representatividade dos temas escolhidos por elas, a atuação das jovens como produtoras também está vinculada à procura por *beats* nas plataformas SoundCloud e YouTube e ao uso da memória do smartphone para armazenamento de beats e letras próprias, entre outras ações.

E embora não se identifiquem abertamente com o feminismo, as manifestações de consumo e produção das jovens observadas e entrevistadas atuam como um marcador social de gênero que organiza as rappers em rede, estabelecendo expressões coletivas de mudança aos moldes que invisibilizam as mulheres como protagonistas das culturas juvenis. Com base em ações de apropriação cultural e midiática, baseadas na lógica DIY (ainda que não nomeiem assim as suas práticas), as jovens vão reformulando suas identidades, de modo que passam a impor-se como coletivos femininos e feministas, ainda que apenas aos poucos assumam essa nomenclatura. Suas manifestações reforçam a proposta organizativa de mulheres como uma rede de resistência, buscando abrir espaços criativos de liberdade por meio de uma prática



II Seminário Internacional de Pesquisas em Mídia e Processos Sociais

crítica das experiências nas relações de poder sob a “estética da existência” (Foucault, 2012).

Considerações finais

Neste trabalho, procuramos explicar e compreender as práticas de criação e fruição (sub)culturais de hip-hop e de rap por parte de mulheres da Região Metropolitana de Porto Alegre - RS (Brasil), que configuram transformações nas relações de gênero em um *ethos* juvenil urbano.

Um eixo estruturante de análise destas práticas vincula-se ao *ethos* e à praxis DIY. O que equivale a dizer que estas mulheres encontraram na prática de criação e consumo musical formas de fazer por si próprias, em busca de empoderamento e de afirmação (sub)cultural e social.

Outra questão que merece destaque tem profunda imbricação com os processos de criação e de consumo e/ou fruição de hip-hop e rap por parte destas mulheres. Esta interpenetração é bem visível através da pluralidade e simultaneidade de papéis desempenhados pelas garotas na cena. Um dado relevante é ainda a sua participação intensa e ativa – registada através da incursão de longo prazo etnográfica que sustenta esta investigação – quer nas redes e tessituras offline, quer nas plataformas tecnológicas online. Aliás, a criação e consumo ampliado de música aqui passa, em boa medida, pela utilização “criativa” da tecnologia usada como suporte, mas também meio. Toda esta intensa participação desvela um quadro de vida ligada à vivência numa multiplicidade de performances nas cenas rap porto-alegrenses. O que demonstra que o rap para estas mulheres é muito mais que música: é estilo, é consumo, é afirmação visual, estética, política, cultural e social.

Seja por meio de suas letras, seja por suas performances, ou até mesmo em suas falas nas entrevistas, as jovens expressam suas demandas, entre as quais destacam-se desejos de se incluírem na produção musical, de ocuparem as cenas rap, de trazerem outras mulheres para as cenas enquanto protagonistas, de se desenvolverem como rappers ou MCs, produtoras musicais, produtoras culturais, desenvolvedoras de audiovisuais, de discutirem temáticas relativas a seu cotidiano, tais como a sexualidade,



II Seminário Internacional de Pesquisas em Mídia e Processos Sociais

a maternidade, os direitos reprodutivos, as desigualdades salariais, a violência contra a mulher, o racismo, a instabilidade política e precariedade econômica, entre outros assuntos.

Embora as discussões sejam notadamente feministas, pautas que atendam a interseccionalidade do gênero feminino ainda carecem de espaço nas agendas das jovens da cena rap. Isso porque o discurso da universalidade excludente está presente nas demandas elementares das garotas por representatividade em uma (sub)cultura (hip-hop) ainda fortemente dominada pela performance musical masculina. Apesar disso, é preciso retomar que, em seus discursos, por meio de entrevistas, a interseccionalidade é uma ideia presente e há questões que, se ainda não são pautadas no grande grupo que envolve homens e mulheres, certamente começam a ser discutidas entre as garotas, sobretudo quando elas participam de slams e batalhas exclusivas para mulheres. Outra questão relacionada é que, apesar de não se identificarem diretamente com o feminismo, ou se apropriarem do discurso feminista em espaços dominados por homens, elas reconhecem que o marcador de gênero as une e por isso também as organiza em rede, expressando desejos individuais e coletivos de transformação social.

Quanto às organizações, elas giram em torno de agrupamentos, bancas e coletâneas musicais, além de shows, financiamentos e promoção de eventos coletivos.

Finalmente, ainda que as rappers de nossa amostra não utilizem a expressão *Do It Yourself* no seu cotidiano, sua experiência de apropriação cultural e midiática está baseada na lógica DIY. Aos poucos, elas redescobrem seus papéis nas cenas rap e reformulam suas identidades, de modo que passam a impor-se como MCs, como produtoras musicais, em coletivos femininos e feministas, ainda que, apenas aos poucos, estas mulheres assumam essa denominação.

Referências

ARDÈVOL, E. 2013. **Cultura digital y prácticas creativas**: tientos etnográficos en torno a la cultura libre. Barcelona: IN3-Working Paper Series.

BOYD, D. 2008. How Can Qualitative Internet Researchers Define the Boundaries of Their Projects: A Response to Christine Hine. **Internet Inquiry: Conversations About Method** (eds. Annette Markham and Nancy Baym). Los Angeles: Sage, pp. 26-32.



II Seminário Internacional de Pesquisas em **Mediatização** e Processos Sociais

CHAPPLE, S. GAROFALO, R. 1977. 1994. *Rock 'n' Roll Is Here To Pay*, Chicago, In: Charlton, K. **Rock Music Styles: A History**, Madison, Wisconsin: Brown & Benchmark, 2. ed.

D'ALVA, R. E. 2011. Um microfone na mão e uma ideia na cabeça - o poetry slam em cena. **Synergies Brésil** n.09, pp.119-126.

DUNCOMBE, S. 1997. **Notes from the underground: zines and the politics of alternative culture**. New York: Verso.

FAUSTO NETO, A. 2010. As bordas da circulação... **ALCEU**, V. 10 - n.20, pp. 55-69, jan./jun.

FOUCAULT, M. 2012. Uma estética da existência. In: MOTTA, M. B. (org.). **Ditos e Escritos**, Vol. 5: Ética, sexualidade, política. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 3.^a ed., p. 288-294.

GELAIN, G. C. 2017. **Releituras, atualizações e Dissidências da Subcultura Feminista Riot Grrrl no Brasil**, Dissertação de Mestrado, Universidade do Vale do Rio dos Sinos (UNISINOS), São Leopoldo.

GOMES, P. G. 2016. *Mediatização: um conceito, múltiplas vozes*. **Famecos**. Porto Alegre, v. 23, n. 2, maio, junho, julho e agosto. s/p.

GUERRA, P. 2017. 'Just Can't Go To Sleep'. D.I.Y. cultures and alternative economies from the perspective of social theory. **Portuguese Journal of Social Sciences**. No prelo.

_____. 2018. *Raw Power: Punk, D.I.Y. and underground cultures as spaces of resistance in late modernity*. **Cultural Sociology**.

HINE, C. 2004. **Etnografía virtual**. Colección Nuevas Tecnologías y Sociedad. Barcelona: Editorial UOC.

_____. **Virtual ethnography**. Editora 2000.

MAZER, D. **Racionalidades do consumo musical: práticas culturais juvenis na cena rap porto-alegrense**. Tese. 2018. 246 p. Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação. Programa de Pós-Graduação em Comunicação. Porto Alegre: 2018.

MCROBBIE, A. 1980. "Settling accounts with subcultures: a feminist critique", *Screen Education*, 34: 37– 49.



II Seminário Internacional de Pesquisas em **Mediatização** e Processos Sociais

_____. 1991. **Feminism and Youth Culture**: From 'Jackie' to 'Just Seventeen', Houndmills: Macmillan.

O'BRIEN. 1995. **She Bop**: The Definitive History of Women in Rock, Pop and Soul, London: Penguin.

STEWART, S. GARRATT, S. 1984. **Signed, Sealed, and Delivered**: True Life Stories of Women in Pop. Boston: South End Press.

REDDINGTON, H. 2003 'Lady' punks in bands: a subculturette?'. In: **The post-subcultures reader**. In: MUGGLETON, David. WEINZIERL, Rupert. Oxford: Berg, pp. 239-251.

_____. **The lost women of rock music**, Sheffield: Equinox, 2012.

VIERA, M. 2015. **Jóvenes excéntricas**: cuerpo, mujer y rock en Tijuana. México: Seminario de Investigación en Juventud-Universidad Nacional Autónoma de México, Abismos Editorial.

VIERA, M. MAZER, D. 2017.. Imágenes de jóvenes mujeres: música, resistencia y creatividad. In: **Infancias y Juventudes Iberoamericanas**: transformaciones democráticas, justicia social y procesos de construcción de paz. ALVARADO, S. VOMMARO, Po (comp.). Eje 3. Infancias y juventudes: Políticas, Comunicación y Cultura. Medellín: Universidad de Manizales e Cinde.

WELLER, W. 2005. A presença feminina nas (sub)culturas juvenis: a arte de se tornar visível. **Revista Estudos Feministas**, Florianópolis, v. 13, n. 1, p. 216, jan./abr.

SHUKER, Roy. 2001. **Understanding Popular Music**. New York: Routledge. 2a. ed.

SILVERSTONE, Roger. 2005. **Porque estudar a Mídia?** São Paulo: Loyola, 2ª. Ed..