



UNIVERSIDADE ESTADUAL PAULISTA
"JÚLIO DE MESQUITA FILHO"
Campus de Marília



**CULTURA
ACADÊMICA**
Editora

Rimas Conectadas:

um olhar para as batalhas de MCs e para as performances do rap brasileiro na cultura digital

Rômulo Vieira da Silva

Como citar: SILVA, R. V. da. Rimas Conectadas: um olhar para as batalhas de MCs e para as performances do rap brasileiro na cultura digital. *In:* MAGI, E.; MARCHI, L. de. (org.).

Diálogos interdisciplinares sobre a música brasileira. Marília: Oficina Universitária; São Paulo: Cultura Acadêmica, 2020. p. 111-134.

DOI: <https://doi.org/10.36311/2020.978-65-86546-38-5.p111-134>



All the contents of this work, except where otherwise noted, is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 3.0 Unported.

Todo o conteúdo deste trabalho, exceto quando houver ressalva, é publicado sob a licença Creative Commons Atribuição - Uso Não Comercial - Partilha nos Mesmos Termos 3.0 Não adaptada.

Todo el contenido de esta obra, excepto donde se indique lo contrario, está bajo licencia de la licencia Creative Commons Reconocimiento-NoComercial-CompartirIgual 3.0 Unported.

RIMAS CONECTADAS: UM OLHAR PARA AS BATALHAS DE MCs E PARA AS PERFORMANCES DO RAP BRASILEIRO NA CULTURA DIGITAL

Rômulo Vieira da Silva

INTRODUÇÃO

As *batalhas de rimas*¹ são algumas das atrações frequentes das metrópoles brasileiras nos anos 2000 e 2010. Trata-se de eventos majoritariamente gratuitos e semanais, que articulam, em várias das esquinas, praças, estações de metrô e centros culturais do país, uma nova forma de ocupar os espaços públicos por meio da arte (ALVES, 2013).

Uma das características deste fenômeno é sua articulação por meio das plataformas digitais, vez que os sites de rede social se configuram como

¹ Também chamadas de batalhas de RAP, batalhas de MCs ou duelos de MCs.

meios fundamentais para a organização, interlocução e divulgação das batalhas de rimas. Este texto se interessa por esses atravessamentos e busca refletir sobre o papel da cultura digital na circulação e nas performances do RAP brasileiro contemporâneo.

Já não é novidade que a expansão da internet produziu notáveis transformações na indústria fonográfica. Se, nos anos 1960 e 1970, o sucesso dos LPs e fitas magnéticas e o surgimento da mídia televisiva expandiram o setor e, nos anos 1980 e 1990, as gravadoras foram obrigadas a investir em novos nichos e a apostar no CD como novo formato, nos anos 2000 e 2010, o avanço da microinformática, das tecnologias digitais e da cultura digital ajudou a descentralizar a produção fonográfica, a evocar sistemas alternativos de distribuição e a consolidar o mercado de fonogramas digitais (VICENTE, 2014; VICENTE; DE MARCHI, 2014).

É a partir desse cenário que a virtualização das informações sonoras foi intensificada, estimulando a emergência de novas maneiras de consumir música: sejam elas relacionadas ao compartilhamento e fruição, por vezes gratuita, de arquivos digitais mais leves, como os formatos MP3² e WAV³, seja por meio da escuta mediada por diferentes serviços de streaming que começam a surgir (DE MARCHI, 2005; VICENTE; DE MARCHI, 2014). Este é o panorama que cria as bases para a ampliação do consumo musical por meio da internet, incluindo a ascensão do YouTube.

O YouTube é uma plataforma gratuita⁴ e intuitiva, que estimula o compartilhamento audiovisual e incentiva o debate sobre os produtos publicados em sua rede, atuando como um dos principais termômetros da música (BURGESS; GREEN, 2009). Se alguns dos artistas de maior popularidade dos anos 2000 (Justin Bieber, Luan Santana) foram descobertos no YouTube, a relevância que MCs da nova geração do RAP alcançaram por meio da plataforma parece reafirmar seu lugar de destaque na circulação e no consumo dos produtos musicais.

² Abreviação de MPEG Layer 3, formato de compressão de áudio digital.

³ Abreviação de Waveform Audio File Format, formato padrão de arquivo de áudio dos computadores da Microsoft e da IBM.

⁴ Ainda que essa gratuidade possa ser relativizada pela utilização de anúncios publicitários na plataforma, pagos a partir de sua visualização por parte da audiência. O lançamento do serviço de assinatura do YouTube em 2018 (a R\$ 20,90/mês em 2019 no Brasil), sem anúncios e com acesso a conteúdos exclusivos, é uma nova face dessa articulação.

Considerando que a cultura digital media a cena musical (PEREIRA DE SÁ, 2013), o estudo apresentado aqui busca pensar quais são e como são os efeitos estabelecidos pela cultura digital na cena do RAP brasileiro dos anos 2010. Parte da premissa que as batalhas de rimas são os principais eventos e espaços físicos de sociabilidade do RAP brasileiro neste período e que o YouTube, com a perda do status de exclusividade televisiva do videoclipe e o maior envolvimento do público na criação de conteúdos (BURGESS; GREEN, 2009), é a principal plataforma digital pelo qual esses eventos circulam e são consumidos.-

AS BATALHAS DE RIMAS E O YOUTUBE

Se a gênese do RAP brasileiro tem como baliza formativa a cidade de São Paulo (HERSCHMANN, 2000), as batalhas de rimas têm o Rio de Janeiro como base territorial. O bairro da Lapa, na zona central, reconhecido por sua diversidade de bares e espaços culturais que abrigam múltiplas manifestações, foi onde o RAP Freestyle⁵ deu seus primeiros passos e articulou parte de suas especificidades (ALVES, 2013).

A Lapa foi um local importante para a formação do RAP carioca (HERSCHMANN, 2007), visto que nos anos 1990 já servia como agregador⁶ para a cena que crescia. A festa *Zoeira*⁷, promovida inicialmente em 1998, foi um evento que colaborou com o desenvolvimento do RAP a partir do bairro, tornando-se um conhecido ponto de encontro (LEAL, 2007) a partir do qual o RAP Freestyle começou a ganhar corpo no Rio: o evento revelou MCs e serviu como elo para parcerias como o *Melô da Zoeira* (1999) – de Marcelo D2, Marechal e Aori, que ficaram mais próximos a partir do evento.

⁵ RAP *free of style*, escrito em *estilo livre*, sem comprometimento com um modo de expressão, uma forma ou um tema específico. Nos anos recentes, acabou se tornando sinônimo de RAP improvisado.

⁶ O RAP carioca já estava sendo desenvolvido em diferentes comunidades. Como bairro central, boêmio e turístico, a Lapa se apresenta como um espaço de conexão. MV Bill é *cria* da Cidade de Deus, na Zona Oeste; Marcelo D2, nascido em São Cristóvão, é *cria* de Madureira, na Zona Norte; Gabriel O Pensador, nascido em Vila Isabel, cresceu na Zona Sul; e Black Alien, De Leve e Marechal são de Niterói, região metropolitana.

⁷ Sediada na extinta Sinuca Palácio dos Arcos, na Riachuelo 19.

Após o encerramento deste evento⁸, foi dado o estímulo para a organização de um novo encontro. Nesse contexto, surgiu⁹, em 2003, a Batalha do Real, que deu vida à primeira batalha de rimas brasileira, servindo como inspiração para as batalhas que seriam criadas nos anos subsequentes – inclusive quanto ao compartilhamento de vídeo dos combates na internet. Ainda hoje é possível acessar embates¹⁰ históricos, postados e repostados no YouTube, das primeiras edições da Batalha do Real.

A Batalha do Real também deu origem à Liga dos MCs, institucionalizando e expandindo a prática do RAP improvisado para além do Rio. A Liga dos MCs (2003-2012), conhecida hoje como Duelo de MCs Nacional (2012-2018), é o evento mais disputado da modalidade no Brasil. Uma competição que reúne, anualmente, os melhores MCs de cada estado para decidir quem é o melhor improvisador do RAP brasileiro. A Batalha do Tanque¹¹, examinada aqui, assim como vários outros eventos espalhados pelo país, funciona como etapa estadual classificatória para a disputa do Nacional, que além do prestígio pela vitória, premia o MC vencedor com cinco mil reais.

Algumas das revelações da nova geração do RAP brasileiro já participaram e foram campeões do Duelo de MCs Nacional, que acontece anualmente desde 2003. Venceram o torneio até então: Big Papo Reto (2003), Max B.O. e Gil¹² (2004), Beleza (2005), Emicida (2006), Simpson (2007), Maomé (2008), Coé (2009), TK (2010), Douglas Din (2012 e 2013)¹³, Laurício (2014), Orochi (2015), Sid (2016), César (2017) e Miliano (2018).

É interessante notar que, pela importância do Duelo de MCs Nacional, que coroa o vencedor com o título de melhor rimador do país, muitos dos MCs da nova geração passaram a rimar justamente assistindo as edições passadas do evento pela internet. Este é o caso de rimadores

⁸ Ao menos temporariamente, já que a festa voltaria a ser realizada mais tarde, na década de 2010.

⁹ Aori explica o surgimento do evento: <https://goo.gl/g9mbvv>. Em matéria para a *Noise*, o fotógrafo Matias Maxx adiciona detalhes: <https://goo.gl/U1Xc72>. Acesso em: 03 jan. 2019.

¹⁰ Batalha entre Dro-p e Gimar22 pela Batalha do Real (2007): <https://goo.gl/LBjfiH>; batalha entre Kelson e Gil pela Batalha do Real (2007): <https://goo.gl/V7pn1C>. Acesso em: 03 jan. 2019.

¹¹ Roda cultural realizada às quartas-feiras à noite na Praça dos Ex-combatentes, no Patronato, em São Gonçalo - RJ. O evento apresenta um conjunto de atividades, tendo o duelo de MCs como atração principal.

¹² Em 2004, a Liga contou com duas edições: Gil venceu no Rio; Max B.O., em São Paulo.

¹³ Até 2018, Douglas Din, representante de Minas Gerais, era o único bicampeão do torneio.

como MC Orochi, vencedor do Duelo de MCs Nacional de 2015. Em entrevista¹⁴ para o canal da Batalha do Tanque no YouTube, Orochi afirma que o primeiro combate que assistiu na vida foi a batalha entre Emicida e Gil¹⁵ pela Liga dos MCs de 2006, em que Emicida desbancou o campeão de 2004 e conquistou o título.

O fato de os MCs da nova geração estabelecerem um primeiro contato com os versos improvisados por meio das plataformas digitais é uma indicação de como a difusão das batalhas acabou por estar associada a esses sites, assim como sugere um dos porquês pelos quais muitos dos eventos subsequentes utilizaram a internet como meio fundamental: o sucesso alcançado na rede pelas primeiras batalhas, além de estimular novos artistas a improvisarem, também parece ter servido como base para a criação de novos eventos. Em pouco tempo, o Brasil passou a contar com centenas¹⁶ de batalhas de rimas.

A multiplicação e o reconhecimento público das batalhas de rimas permitiram que o RAP passasse a circular em lugares que não estavam em seus circuitos originários. A realização da Batalha do Conhecimento¹⁷, a partir de 2014, no Museu de Arte do Rio¹⁸ é uma demonstração desse processo de valorização do RAP como manifestação artística, que sugere novas configurações socioespaciais ao gênero.

Outra aparição que invoca essas articulações é a que acontece a partir do Jornal do Almoço da TV RBS, filiada da Rede Globo em Porto Alegre. Em 2017, a emissora promoveu um evento baseado na Batalha do Conhecimento durante diferentes edições do seu programa jornalístico televisivo. A grande final da batalha, veiculada ao vivo em 05 de agosto de 2017 durante o telejornal, teve seu campeão escolhido por meio de

¹⁴ Entrevista de Orochi para o canal da Batalha do Tanque. Disponível em: <https://goo.gl/6QstFM>. Acesso em: 03 jan. 2019.

¹⁵ Batalha entre Emicida e Gil pela final da Liga dos MCs de 2016. Disponível em: <https://goo.gl/Rsrjy3>. Acesso em: 03 jan. 2019.

¹⁶ Nos anos 2010, existem mais de 50 rodas de rimas conduzidas no Rio de Janeiro (ALVES, 2013), bem como outras dezenas em São Paulo (Batalha da Santa Cruz, Batalha da Roosevelt, Batalha da Estação, Batalha da Matrix, Batalha da Aldeia), assim como em outros estados brasileiros.

¹⁷ Batalha de rimas criada por MC Marechal, a fim de apresentar uma alternativa às batalhas de sangue (baseadas na Batalha do Real). Na Batalha do Conhecimento, as ofensas e os palavrões devem ser evitados: o que vale é a articulação dos saberes, das experiências culturais, das vivências por meio das rimas. A dinâmica do combate é pautada por palavras sugeridas pelo público, escritas em um quadro negro.

¹⁸ O evento da Batalha do Conhecimento ganhou, inclusive, uma página no site oficial do MAR: <https://goo.gl/ETWbi9>. Acesso em: 03 jan. 2019.

uma enquete no portal G1¹⁹ que contabilizou 94 mil votos. As batalhas de rimas, veiculadas inicialmente por meio do YouTube a partir de iniciativas independentes, acabaram, portanto, chegando à mídia *mainstream*.

Ao falar sobre as batalhas de rimas, dentre as diferentes formulações testadas no decorrer dos últimos anos, dois modelos (e suas variações) apresentam-se como os mais recorrentes: as batalhas de sangue (baseadas na Batalha do Real) e as batalhas de conhecimento (baseadas na Batalha do Conhecimento). Enquanto aquelas centram-se na ofensa direta ao oponente, essas buscam aferir como o MC articula suas rimas sem necessariamente atacar o adversário. As batalhas de sangue são focadas no ataque direto e pessoal ao oponente, enquanto as batalhas de conhecimento são focadas na articulação minimamente sofisticada dos saberes. Na primeira, ofender moralmente e falar palavrões são práticas permitidas e desejáveis; na segunda, são proibidas²⁰.

O desenvolvimento e o êxito das batalhas de conhecimento, inclusive em sua articulação com o *mainstream*, são relevantes para pensar o RAP como gênero musical, porque as características evocadas por essa modalidade apresentam considerável consonância com as raízes do RAP brasileiro, com o RAP consciente ou o RAP de Mensagem²¹. Neste sentido, por exibir uma conotação moral e política e um cuidado em fugir de colocações que poderiam ser consideradas fúteis, as batalhas de conhecimento funcionariam como uma atualização do RAP *clássico* brasileiro, fortalecendo suas balizas formativas.

Em contraposição, e oferecendo um insumo adicional para uma melhor compreensão de alguns dos traços da nova geração do RAP brasileiro, as batalhas de rimas mais populares, inclusive nas plataformas digitais, não são as batalhas de conhecimento. Os eventos de alta popularidade são as batalhas de sangue, em que o confronto *quase sem filtro*, pelo qual quase

¹⁹ Matéria do G1, com a grande final do evento: TAIKIRO é o vencedor da Batalha do Conhecimento, do Jornal do Almoço. *G1*, 5 ago. 2017. Disponível em: <https://goo.gl/kfAPkr>. Acesso em: 03 jan. 2019.

²⁰ Esta proibição está relacionada a uma convenção instituída pela própria cena, o que não quer dizer que cada evento não tenha autonomia para instaurar suas próprias regras.

²¹ RAP de mensagem é um termo utilizado por parte considerável da cena do RAP brasileiro, a partir dos anos 2000, período em que o gênero intensificou o tensionamento de suas fronteiras, para designar uma canção de RAP com viés político ou de protesto. Também pode significar uma música que apresente mensagem introspectiva ou filosófica, que, segundo a cena, não reverbere pensamentos fúteis. Ainda que seja utilizado com frequência, não é um termo consolidado.

todos os tipos de ofensas são supostamente aceitáveis, é o que comanda a disputa.

O MODO DE BATALHA

A análise apresentada neste capítulo se vale do contexto cultural e situacional que atravessa e determina as batalhas de rimas. Estes eventos reúnem elementos e características específicas, que constituem suas bases. Assim, observar uma batalha de rimas pode demandar um entendimento prévio do seu funcionamento, já que o conteúdo apresentado ali está atravessado por certas formatações.

Embora este texto não discuta as *especificidades estruturais* de uma batalha de rimas – incursão que pode ser encontrada mais detalhadamente em minha dissertação²² – é possível apontar 1) o *arranjo* circular das batalhas, com desafiantes cercados pelo público como se estivessem em um octógono de MMA²³; 2) a *formatação do combate* a partir de um confronto, no geral, *homem a homem* e dividido em até três *rounds*; 3) a *infraestrutura* pouco sofisticada dos eventos, com espaços apertados e às vezes até mesmo sem microfone; 4) a *premiação* mais centrada na notoriedade alcançada pela vitória que pelo prêmio material recebido; 5) a importância do público na definição do vencedor e das dinâmicas do combate; 6) e a essencialidade das *plataformas digitais* na organização e promoção dos eventos. Esses são, resumidamente, componentes fundamentais às batalhas de rimas, que influenciam no desenvolvimento dos combates, servindo como base para o *modo de batalha*.

O *modo de batalha*, em uma batalha de rimas, é o *espírito* ou o *estado* atualizado por um MC para *agir como age* durante um confronto de RAP improvisado. O *modo de batalha* é sempre transposto por esses componentes fundamentais às batalhas de rimas, já que são eles que conformam, em primeiro lugar, a performance do rimador.

A concepção de um *modo de batalha* está relacionada à noção de *performance* de Paul Zumthor (2014), que, ao pensar sobre o conjunto de leis que impactam um desempenho artístico, afirma:

²² *FLAWS E VIEWS*: batalhas de rimas, batalhas de YouTube, cyphers e o RAP brasileiro na cultura digital (VIEIRA DA SILVA, 2019).

²³ *Mixed Martial Arts*. Do inglês, Artes Marciais Mistas.

As regras da performance – com o efeito, regendo simultaneamente o tempo, o lugar, a finalidade da transmissão, a ação do locutor, e, em ampla medida, a resposta do público – importam para a comunicação tanto ou ainda mais do que as regras textuais postas na obra na sequência das frases: destas elas engendram o contexto real e determinam finalmente o alcance” (ZUMTHOR, 2014, p. 34).

Em outras palavras, não são apenas os conteúdos dos versos que *falam* nas batalhas de rimas. Os períodos históricos, os locais, os espaços, as regras, as cerimônias particulares aos eventos, as entonações, os *flows*, as expressões, os movimentos corporais dos rimadores, os gritos, as vaias, os silêncios da audiência, os locais em que a gravação daquele material será ou poderá ser postada, esses e outros fatores acabam por influenciar nos combates.

Se para Zumthor (2014), performance subentende competência, e competência na performance exige sempre um *saber-ser*, uma *compreensão do que pode e deve ser feito* a partir de um contexto específico, ser competente em uma batalha de rimas é se valer de suas formatações (sejam elas estruturais ou comportamentais) para estabelecer uma performance satisfatória. Assim, se as batalhas de rimas introduzem uma configuração que permite, e frequentemente exige, o comportamento rude como forma desejável de ação, *ter competência naquele ambiente é justamente ser rude* (e claro, apresentar boas rimas). Esta é a fundação elementar do *modo de batalha*.

Exatamente por serem transpostas por múltiplos estímulos, que influenciam em como os combates são travados, esta análise não trata apenas do conteúdo textual, mas dos signos extralinguísticos que também produzem sentido e realçam ou até mesmo modificam o que o texto das rimas parece dizer. De todo modo, a incursão deste texto, ainda que apresente uma descrição integral de um combate de rimas, centra-se nos atravessamentos produzidos pelas plataformas digitais às dinâmicas deste embate.

O estudo apresenta a descrição integral de 01 (um) vídeo da Batalha do Tanque, realizada fisicamente em São Gonçalo, no Rio de Janeiro. A escolha se dá em razão de sua alta popularidade no YouTube (e na cena do RAP brasileiro), como um dos vídeos de batalhas de rimas *não*

*fictícias*²⁴ mais visualizados da plataforma no período observado. O episódio selecionado é um exemplar produtivo para a discussão aqui proposta posto que sua popularidade não parece ser artificial²⁵.

O exame introduzido a seguir se vale do seguinte procedimento metodológico: 1) visualização do vídeo; 2) descrição dos eventos do vídeo; e 3) discussão dos eventos do vídeo. A opção pela descrição integral dos eventos do vídeo se dá a partir de uma tentativa de registrar e compreender, dentro do possível, todas as partes da batalha desenhadas pela obra audiovisual postada no YouTube, a fim de espelhar o mesmo agrupamento de estímulos que o público que entra em contato com esses eventos, geralmente apenas por meio de sua versão digital, absorve.

TENSÕES DE UM PROTAGONISMO COMPARTILHADO

O vídeo²⁶ examinado neste capítulo é proveniente da 189ª Batalha do Tanque, entre Jhony e Orochi, postado em 26 de fevereiro de 2016, no canal da Batalha do Tanque no YouTube. A obra audiovisual é a segunda mais visualizada do canal, com mais de 4 milhões e 330 mil visualizações em 20 de dezembro de 2018.

O vídeo é iniciado com uma vinheta, que apresenta imagens sequenciais: começa com um *flash* de uma entrevista do criador do canal²⁷ em que o vídeo foi publicado e segue destacando diferentes edições do evento. Como música de fundo da vinheta, ouve-se o áudio do *cypher TheFakeCypher*²⁸, lançado pela banca *A Firma*. Neste ponto, é interessante

²⁴ As batalhas de rimas fictícias (as batalhas de YouTube) também são sucesso no YouTube. Nelas, geralmente um *youtuber* produz uma batalha simulada, sem público, gravada em estúdio, primariamente como produto audiovisual para o YouTube, muitas vezes entre personagens fictícios. Um exemplo é a batalha entre a personagem Peppa Pig e o *youtuber* Mussoumano (VIEIRA DA SILVA, 2019).

²⁵ O vídeo apresenta *elevado número de interações* (comentários, likes e respostas aos comentários), incluindo de atores reconhecidos na cena. O canal do evento possui *elevado número de inscritos* (mais de 800 mil até o período da análise), inscrições essas reconhecidas pelo YouTube por meio do *YouTube Creator Awards*. E os MCs participantes têm adquirido relevância na cena do RAP brasileiro, reunindo fãs, fazendo shows e desenvolvendo parcerias com outros artistas.

²⁶ Batalha entre Jhony e Orochi pela 189ª edição da Batalha do Tanque. Disponível em: <https://goo.gl/n2Wvbc>. Acesso em: 20 dez. 2018.

²⁷ Felipe Gaspar. Considerando que Gaspar não é um MC ou DJ, mas um profissional técnico do evento, é interessante notar como sua apresentação no vídeo reforça sua importância e posição de poder. Por possibilitar que o acontecimento físico do combate de rimas chegue ao universo digital, dando lastro ao evento e potencializando seu alcance, Gaspar também acabou tornando-se um dos personagens do Tanque.

²⁸ *TheFakeCypher – A Firma* no YouTube. Disponível em: <https://goo.gl/cX4jaC>. Acesso em: 20 dez. 2018.

observar a relação entre as batalhas de rimas e os *cyphers*²⁹. Após o fim da vinheta, o espectador é apresentado, pela primeira vez, aos personagens principais do vídeo: Jhony e Orochi, *crias* da Batalha do Tanque.

Já nos primeiros segundos, os MCs encaram a câmera, cada qual sorrindo ao seu modo e deixando transparecer certa tensão pelo embate. Enquanto ao fundo é possível ouvir um instrumental de RAP, o apresentador do evento diz ao microfone: “Gaspary, tá filmando? Vem, geral! Vem, geral! Aí! Roda Cultural, Batalha do Tanque, o que vocês querem ver?”. O público responde em uníssono: “sangue!”. O apresentador, então, repete o lema da batalha, sendo novamente completado pela audiência.

Com a introdução ao combate, Orochi pode apresentar sua primeira sequência de rimas. O MC dispara: “Aí, Jhony: eu vou perguntar seu truque/ desafiando *seus crias* no Facebook/ Que papo é esse? Deixa eu te falar/ Tá igual mulher de bandido, cuzão? Pedindo pra apanhar!”. A plateia presente grita e Orochi continua:

Que bagulho louco, vem comigo sem neurose
Tu sabe que seu terror se chama MC Orochi
Tá ligado, mano, tua mente ainda tá na jaula
Chegou agora, quer reinar, então agora tu vai ter aula
Tu vai sentar, tu vai aprender certinho
Oi, tá ligado que tu tá rimando no sapatinho
Tu bota bronca de rei, tá ligado, é o seguinte
Mas você se acha foda, menor, tu é desumilde
(Orochi, 189ª Batalha do Tanque, Jhony x Orochi, primeiro
round, 2016).

Com a afirmação do adversário sobre sua suposta falta de humildade, MC Jhony se expressa, durante os versos, discordando da afirmação, ao acenar negativamente com a cabeça e dizendo: “eu?”. Orochi segue a improvisação dizendo: “Na moral, vamo além/ Acha que é brabo,

²⁹ Modalidade contemporânea, gravada e não improvisada de RAP, em que um grupo de MCs se apresenta sequencialmente como se estivesse em uma roda de rimas. Esta modalidade parece ter sido criada, no Brasil, como um produto audiovisual para o YouTube (VIEIRA DA SILVA, 2019).

mas pra mim tu não é ninguém/ Te vejo como porra nenhuma, e sem tirar teu mérito/ Se tu é rei do Tanque, Orochi é general do exército”. A plateia se manifesta positivamente em relação às rimas de Orochi, esperando, agora, a resposta de Jhony. O apresentador convoca a resposta do MC e o público, em demonstração de apoio às próximas rimas de Jhony, grita melodiosamente: “vai morrer, vai morrer!”.

Jhony, antes de começar, diz: “Aí, com todo respeito, volta pro exército, mano! Volta pro exército que o Tanque é meu”. E então o MC dá início a sua resposta:

Você diz que não me conhece como porra nenhuma
Veja como eu pego no bang tu se acostuma
Porque, se liga, mano, no corte que nem navalha
Bota seu ego pra batalhar, que assim você ganha a batalha
Porque você que é o mais desumilde
Você quer falar de humildade, mano? Eu sou simples!
Na moral, vamos fazer no Zap
Levanta mão a pessoa que eu não respondi no WhatsApp
(Jhony, 189ª Batalha do Tanque, Jhony x Orochi, primeiro
round, 2016).

O público se mantém em silêncio, sem grandes manifestações, em aparente anuência ao argumento colocado pela pergunta retórica de Jhony, até que um dos competidores da Batalha do Tanque que não participava daquele combate, MC Choice, levanta a mão, dando a entender que Jhony não o respondia no WhatsApp e desestabilizando a rima. O fato de Choice não ser um espectador qualquer, mas um rimador conhecido naquela roda, concede um tom de humor à rima articulada por Jhony, fazendo parte do público rir da situação. Jhony continua seus versos olhando para Orochi e dizendo: “Agora, quem tem humildade? Isso que é ser humilde de verdade!”. Orochi ri da frase apresentada pelo adversário, expressando surpresa e discordância em relação ao argumento, e diz em tom de zombaria: “porra!”.

Jhony continua:

Você virou as costas e quer falar que você é quem?
Você, babaca, não fala com ninguém
Ah, trocou de número, não fala comigo
Você, MC Orochi, pra mim não é ninguém, você tá fodido
Porque, se liga, eu te mando pra lona
Cê é TremOff:³⁰ Eu sou TremON, porque trem desligado não funciona
(Jhony, 189^a Batalha do Tanque, Jhony x Orochi, primeiro *round*, 2016).

O público grita com entusiasmo com o ataque de Jhony à Orochi e seus aliados, enquanto Jhony continua rimando: “É isso que você tem que entender/ Você é babação, eu vim pra te matar, no proceder”. O tempo do primeiro *round* se esgota e Jhony, para começar o segundo *round* na sequência, solicita um novo instrumental dizendo: “vira a base pra ficar legal, com todo o respeito”.

Antes de seu adversário iniciar o segundo *round*, Orochi fala sobre o verso apresentando por Jhony com o próprio MC, afirmando em tom de elogio e deboche: “Essa foi sinistra! Essa saiu sangue, parceiro!”. A plateia evoca novamente o grito “vai morrer, vai morrer” e Jhony dá início ao segundo *round*:

Menor, aí, você é do exército, vou te falar
Veja como o Jhony chega aqui pra te matar
Aí, calafrio, tu é do exército
Hoje, meu tanque vai afundar o seu navio
O bagulho é muito louco, pega a visão
Você tá achando que você é o bom
Mas na moral, mano, deixa eu te explicar
Pra mim você não é porra nenhuma e chega aqui pra criticar

³⁰ TremOFF é o nome da banca pelo qual MC Orochi estava associado até o momento da batalha.

Porque o bagulho é louco, deixa eu te falar
Você tá crente, mano, que você vai me ganhar
Começou a fazer música, se submeteu
Abandonou o Tanque, abandonou o lugar que você cresceu
Pra mim, você não é porra nenhuma
Veja como eu pego no bang, neguinho, se acostuma
Porque, se liga, eu mando o *free*
Eu falei que te aposento foi pra sua máscara cair
(Jhony, 189^a Batalha do Tanque, Jhony x Orochi, segundo *round*, 2016).

O tempo se encerra para Jhony e o apresentador do evento assume o microfone: “direito de resposta para MC Orochi, o que vocês querem ver!?”. O público responde à chamada com o tradicional “sangue!” e Orochi inicia seus versos do segundo *round*: “Quantas pessoas que você respondeu? Pra mim você é um boçal/ Minha humildade é em pessoa, tua humildade é virtual?/”. O público solta o clássico “iou!”, enquanto Jhony diminui o verso de Orochi dizendo: “ah, valeu, valeu, já é! Nem em pessoa você é”. E Orochi retruca, rimando:

Não dá nem pra te entender
Por isso, eu tenho que mandar tu se foder
Então, menor, eu chego tranquilo
Você quer levar pro coração, dá papo de visão
Mas pega a visão, meu mano, eu vou te *gaxtar*
Tu falou do Modéstia Parte³¹? E o dente no céu da sua boca igual
remo de caiaque?
Tá ligado, menor, tô tranquilo
Você só falou merda, quer resposta, dicção
Não dá nem pra te entender: falou de máscara, sagaz?
Máscara é o seu dente: ‘ele tá demais!’³²

³¹ Grupo musical de MC Orochi.

³² Referência ao lema do personagem principal do filme *O Máscara*, interpretado por Jim Carey. Neste caso, o ataque brinca com outro alvo recorrente da Batalha do Tanque: uma imperfeição ortodôntica de Jhony.

(Orochi, 189^a Batalha do Tanque, Jhony x Orochi, primeiro *round*, 2016).

A plateia reage, gritando com intensidade, e Orochi continua:

Mais uma vez, mané, tô tranqüilão
Vamo aqui te dar aula de improvisação
Foda-se seu YouTube, seu Facebook, seu WhatsApp, TremOFF
gangue manda *nude*
O bagulho tá doido, mano, tu tá ligado, não finja
Aquela ali foi mais decorada que meu pau de toca ninja
Na moral, Jhony, sujeito homem
Você fala de ego na porra do microfone
Falou que meu ego é alto, mas pra mim tu é um veado
Teu ego tá mais cheio que a barriga de Fajardo³³
(Orochi, 189^a Batalha do Tanque, Jhony x Orochi, segundo *round*, 2016).

Neste momento, dois membros do público, que aparecem durante todo o vídeo interagindo com as rimas e esboçando reações, assumem por alguns segundos o protagonismo da batalha, apontando para a câmera e afirmando em tom de brincadeira: “Fajardo, eu não deixava não, hein! Eu não deixava!”. Essa dinamicidade do evento, em que o público é ativo e também faz parte do espetáculo, utilizando inclusive a câmera para produzir sentido e também aparecer, demonstra parte das (re) configurações das batalhas estabelecidas por meio da sua relação com o YouTube, em que artistas e fãs se embaralham, ganhando destaque juntos, como discutido a seguir.

Na sequência à interação dos dois personagens oriundos da plateia, o apresentador do evento retoma o comando do microfone e afirma: “última batalha da noite, barulho para a batalha!”, sendo acompanhado pelo público que atende sua solicitação. Logo que os gritos ficam mais amenos, o apresentador reintroduz os MCs participantes do duelo, repetindo seus

³³ MC participante da Batalha do Tanque, frequentemente alvo de rimas que falam sobre seu peso.

nomes e invocando que o público grite para que o melhor improvisador daquele embate seja escolhido. Como os gritos parecem apresentar uma intensidade similar, impossibilitando verificar a preferência entre um MC ou outro, o apresentador, com a anuência da plateia, sugere a realização de um terceiro *round*.

Orochi começa o terceiro *round*. O MC apoia sua mão no ombro do adversário e dispara: “Eu tô fodido: tu é brabo, hein, rapaz! / O mal desses *menô* de hoje em dia é achar que tão sendo foda demais/ O bagulho tá muito doido, meu mano, tu tá fodido/ Faz metade do que eu fiz, depois tu mete bronca comigo!”. O público grita e Jhony responde: “Aí, deixa eu te falar como é que é/ Mano, agora, você vai voltar de ré/ Porque se liga, mano, agora é minha vez/ Eu sou sujeito homem, eu vou fazer o dobro que um dia tu fez”. Orochi responde: “Aí, parceiro MC/ Quando você fizer, eu vou tá lá pra te aplaudir/ Vou te aplaudir de pé e tomar um Red Bull/ Mas, hoje em dia, eu te falo: tu é pau no cu”. A plateia reage gritando e Jhony responde: “Aí, na moral, deixa eu te falar/ Você vai me aplaudir, mano, deixa eu te explicar/ Falou que Jhony é rei do Tanque³⁴, esse é meu proceder/ Então aposto, sou rei do Tanque, ganhei em cima de você”.

O público grita novamente e Orochi emenda: “Tá ligado, irmão!/ Na moral, agora, papo de visão/ Eu vou perguntar, porque aqui tem vários parceiros/ Rei do Tanque é quem ganha uma batalha só ou quem se destaca o ano inteiro?”. Os gritos da plateia após a rima são mais intensos que os anteriores, sendo realçados pela reação de um dos integrantes do público, que bota a mão na cabeça, arregala os olhos e abre a boca, enfatizando a potência dos versos.

A expressão exagerada do espectador, apesar de parecer, ao primeiro olhar, uma manifestação corriqueira, é na verdade uma marca reconhecida em diferentes vídeos dos eventos. Um comportamento que passou a ser identificado pela sua teatralidade como um dos símbolos da Batalha do Tanque. Desde então, aquele que era mais uma testemunha do combate passou a também ser um dos protagonistas: o Negão da Reação. Um reconhecimento improvável sem o registro audiovisual das batalhas.

³⁴ Rei do Tanque é um evento anual da Batalha do Tanque que busca aferir quem foi o melhor MC do ano. O evento é uma edição especial da batalha que estabelece uma disputa entre os artistas que mais vezes venceram durante o período.

Figura 1 - 189ª Batalha do Tanque, Negão da Reação, 2015.



Fonte: YouTube (<https://goo.gl/5TmspN>).

Dando continuidade ao embate, em meio aos gritos do público, Jhony rebate: “Aí, deixa eu te falar/ Aí, na moral, deixa o Jhony te falar/ Se destacou o ano inteiro? Deixa eu te falar/ Chegou a primeira edição do ano, o Jhony foi pra te aposentar”. Orochi rebate: “Tá ligado, meu parceiro: tranquilão, mano/ Eu não levo isso a frente não, sem neurose/ Porque o bagulho é doido, o bagulho é tudo improvisado/ Cê sabe que mesmo perdendo, não vai passar de aprendizado”.

Jhony ataca: “Não vai passar de aprendizado, escuta o que eu tô te falando/ Então começa a aprender que o Jhony tá te ensinando”. O próprio Orochi reage positivamente à rima do Jhony, levantando a mão e fazendo *a mão chifrada*³⁵ como aprovação ao impacto do verso. Jhony completa: “Bagulho é muito sério, não tem pra ninguém/ Tu pode ter o que quer, mas humildade você não tem/”. Orochi responde: “Tá ligado, mano, tu tá de marola/ Quando eu quiser um professor de merda, eu vou pra dentro da tua escola/ O bagulho é doido, menor, se acostuma/ Prova pros menó, pra mim tu não é porra nenhuma”. Jhony encerra a batalha: “Aí, na moral, cê deve tá de brincadeira/ Porque, cê sabe, que eu rimo em

³⁵ Sinal popularizado a partir do Rock, bastante associado ao Metal, em que se estende o indicador e o mínimo enquanto os dedos médio e anelar são segurados para baixo com o polegar. Via de regra, tem o significado de aprovação e comunhão nesta subcultura. Tornou-se comum às batalhas para denotar rimas impactantes. Em uma dinâmica de cultura digital, pela qual as cenas e referências musicais se misturam, é interessante notar como essa interlocução entre diferentes vertentes musicais acontece.

plena quarta-feira/ Não adianta você gastar, você se fodeu/ Seu nariz foi a árvore que Luã Gordo³⁶ se escondeu”.

Com o último verso, Jhony encerra o terceiro *round*, entrega o microfone exatamente para um dos dois membros da plateia que estavam expressando reações durante toda a gravação da batalha, muitas delas em direção à câmera. Os dois personagens da plateia destacam a rima final do MC, dizendo no microfone “gaxtou, gaxtou³⁷!” e o apresentador assume novamente o comando do embate, solicitando ao público: “barulho pra quem gostou do terceiro *round*!”.

A plateia grita empolgada, enquanto o apresentador reintroduz o nome de cada MC e leva a decisão para o público: “barulho para quem gostou da rima do MC Orochi!”. E em sequência: “barulho para quem gostou da rima do MC Jhony!”. Os MCs se encaram e trocam algumas palavras, enquanto o apresentador repete seus nomes algumas vezes e verifica para quem a plateia grita mais alto. Após a verificação por meio dos gritos, é realizada ainda uma contagem de votos pelo qual o apresentador fala o nome de cada rimador e o público levanta a mão para escolher seu favorito. O próprio MC Orochi vota em MC Jhony, mas a escolha do público é outra: vence Orochi.

DISCUTINDO A BATALHA

Após a descrição dos eventos presentes no vídeo da batalha, é possível aprofundar alguns pontos que saltam aos olhos e parecem evocar discussões produtivas. Os parágrafos seguintes buscam dar conta dessas questões. Ainda que o episódio retratado possa evocar debates sobre a performatização das masculinidades, sobre as agressões verbais ou sobre o lugar do improviso no RAP brasileiro contemporâneo, este texto centra-se nos atravessamentos das plataformas digitais nas batalhas de rimas a partir de sua capacidade de moldar, inclusive, as performances desses eventos.

³⁶ Um dos fundadores da Batalha do Tanque. A referência se conecta ao um episódio em que, após certa desavença, Luã Gordo passou a não frequentar mais o evento.

³⁷ Variação da gíria *gaxtação*. Neste caso, sinônimo de *mandou bem, acertou*.

PROTAGONISMO PERIFÉRICO E ESPETÁCULO DIGITAL

Se somente eram gravadas algumas das primeiras batalhas de rimas brasileiras, emergentes no começo dos anos 2000, hoje, até mesmo pequenos eventos³⁸ da modalidade contam com registros audiovisuais. Com a expansão da cultura digital, os artefatos técnicos tornaram-se artigos fundamentais à realização desses eventos, potencializando seu acontecimento público e constituindo parte do seu espetáculo. Não à toa os aparelhos de amplificação, gravação e reprodução audiovisual (caixas de som, câmeras, celulares, microfones) e as próprias plataformas digitais passaram a integrar as rimas dos MCs, sendo, inclusive, mencionadas nos combates, como se observa em vários episódios. No duelo entre Jhony e Orochi, por exemplo, é possível conferir menções ao YouTube, Facebook e WhatsApp. A relevância dos sites de redes sociais na vida desses jovens periféricos é visível tanto em suas rimas quanto no modo pelo qual promovem os eventos que sediam seus versos.

No caso das batalhas de rimas, que são eventos físicos, com local, dia e horário específicos, existem variáveis fundamentais para o acontecimento do espetáculo, como a presença corpórea dos MCs, as boas condições climáticas, a interação do público, além de outros fatores materiais. É interessante notar como, nesse contexto, a existência dos objetos técnicos também passa a ser um vetor que influi na realização e nas dinâmicas dos combates. Isso acontece especialmente por um motivo: as batalhas de rimas de maior prestígio (como a Batalha do Tanque) são eventos pensados para as plataformas digitais, principalmente o YouTube, desde seu processo de produção.

Não que tenha sido sempre assim. Mas, uma vez que a cultura digital passa a atravessar as múltiplas esferas da vida contemporânea, media a cena musical e torna-se fundamental para a organização e promoção desses eventos, os organizadores das batalhas veem aí uma oportunidade para ampliar seu alcance. Com a consolidação das plataformas digitais como espaços de compartilhamento das batalhas, passam a ser elas, também, espaços que abrigam sua circulação e consumo, funcionando ainda como espaços de sociabilidade. O fato de os MCs mencionarem frequentemente esses sites parece ser uma demonstração pontual de como as plataformas

³⁸ A Roda Cultural de Maria de Paula, em Niterói/RJ, é um exemplo: possui canal no YouTube (<https://goo.gl/uuvCFY>), postando vídeos com alguma regularidade.

são presentes em suas vidas, possivelmente, sobretudo, por suas vinculações ao contexto das batalhas.

O YouTube participa desse encadeamento. Como mídia espalhável (JENKINS, 2012), introduz uma facilidade de compartilhamento que possibilita que os duelos de MCs – antes restritos a um pequeno grupo de jovens adolescentes e adultos, do sexo masculino, em um reduto periférico da região metropolitana do Rio de Janeiro, como é o caso da Batalha do Tanque – possam alcançar audiências e espaços inimagináveis. Esse deslocamento, que não altera somente a lógica de uma ou outra batalha, institui uma mudança no processo de concepção e produção dos eventos – incluindo acordos e regras, dinâmicas e possibilidades performáticas, formas de documentação dos combates, dentre outras particularidades.

O espetáculo, impactado pelas exigências do digital, ganha novas formas (microfonação, produção audiovisual, perfis em sites de redes sociais, vinhetas, marcas), novos problemas (problematização das rimas, sonorização ineficiente que compromete a compreensão dos combates, exigência de publicações regulares nos perfis) e novas potencialidades (alcance de novos públicos, alta popularidade, possibilidade de monetização dos vídeos). Os efeitos desse conjunto de alterações são notáveis inclusive nas rimas dos MCs, que se valem vez ou outra desses elementos (popularidade; caixa de som; iluminação; e o próprio YouTube, como aparecem nas rimas de Orochi) durante o combate, como se fossem elementos naturais que sempre tivessem feito parte daquele ambiente.

LUZ, CÂMERA, MEDIAÇÃO

Nos segundos que antecedem o combate, os MCs encaram a câmera como se fossem protagonistas de uma luta. O olhar opositivo denota não somente o espírito sugerido para aquela batalha, que reforça a postura de enfrentamento particular ao RAP brasileiro, mas também evidencia o papel desempenhado pela câmera e pelos sites de redes sociais no seio da batalha. Ao estabelecerem contato, antes de tudo, com o objeto responsável pela captação de sons e imagens, os artistas asseguram a importância daquele artefato para o combate. Demonstram ciência da filmagem, reforçando o lugar da gravação para a promoção do espetáculo. E esse quadro se confirma quando o mediador do evento, para autorizar

seu início, confere com o responsável pelo vídeo: “Gasparry, tá filmando?”. A pergunta que valida a operacionalidade da câmera indica que a batalha só poderia começar com o pleno funcionamento do equipamento. Demonstra que aquele acontecimento não é somente um evento físico: está integrado, sobretudo, à sua reprodução posterior.

Outra face notável do combate são as menções às plataformas digitais: os MCs citam o Facebook, o YouTube e o WhatsApp durante seus versos, colocando os sites como ponto focal da controvérsia. As plataformas aparecem como representantes da popularidade conseguida pelos artistas, que discutem, por meio das rimas, sobre *ego* e *humildade*. Esta materialização dos sites, apresentados aqui como elementos basilares do combate, estabelece diálogo com a discussão articulada por Simone Pereira de Sá (2013), ao destacar aspectos da Teoria das Materialidades (GUMBRECHT, 2010) e da Teoria Ator-Rede (LATOURET, 2012) como parâmetros relevantes para os estudos de Comunicação e Música. A autora aponta que o espaço das plataformas digitais é um elemento central para a edificação da cena musical, vez que, além de serem suportes que participam da produção de sentido e interferem na mensagem, também atuam como coatores nas redes estabelecidas com humanos. Assim, observar a menção evocada pelos rimadores às plataformas durante seus improvisos é conferir que os objetos técnicos, neste caso, produzem sentido e ressignificam o evento até mesmo em seu produto fundamental: os versos improvisados.

OS EFEITOS DA ALTA VISIBILIDADE

A polêmica que guia a trama entre Jhony e Orochi no combate examinado se configura a partir de um elo em comum: o êxito de ambos os MCs na Batalha do Tanque. Não à toa, além da mútua tentativa de desqualificação, seus versos giram em torno de uma divergência sobre quem seria, dentre os dois, o soberano do evento. A controvérsia não é apenas alegórica: Jhony e Orochi, naquele momento, eram dois dos MCs que mais haviam vencido diferentes edições da Batalha do Tanque, estabelecendo certa hegemonia no evento.

Mas as rimas dos MCs esboçadas ali também parecem expor outras tensões. Uma palavra frequente (repetida por quatro vezes) durante os versos improvisados é o vocábulo *ego*, que naquele contexto

parece estar relacionado a uma ideia de apreço excessivo sobre si mesmo, uma autoestima exagerada. O que se afigura como indagação razoável a partir dessa observação é: afinal, por que os personagens daquela batalha desenvolvem seus versos questionando a autoavaliação e a humildade um do outro?

Ainda que vetores pessoais possam exercer influência sobre esse tensionamento, o que parece ser fator determinante para o debate é o próprio reconhecimento público que aqueles artistas conquistaram a partir das batalhas. O que surge ali é a discussão de qual deles, diante do sucesso alcançado por meio do evento, seria o maior e o mais humilde. É um conjunto de pequenas disputas próprias ao confronto improvisado, conduzidas pelo crescimento do evento a partir da sua vinculação ao digital. A alta visibilidade possibilitada pela confluência dos sites de rede social como elementos da rede sociotécnica do RAP brasileiro contemporâneo agencia questões comportamentais e discursivas que afetam e ganham vida por meio das performances.

O ESPECTADOR PROTAGONISTA

Nas batalhas de rimas, a audiência também ajuda a conduzir a trajetória do evento. A dinâmica exigida pelas batalhas é a da participação de quem as assiste: os rituais e os processos inscritos nos combates estimulam a ações orais e gestuais, assim como o vencedor é escolhido pelo público. Em outras palavras, se a performance, em seu uso mais imediato e geral, está relacionada a um acontecimento oral e gestual (ZUMTHOR, 2014), nas batalhas de rimas, o público também performatiza. Portanto, existe, por parte da audiência, um reconhecimento do seu papel naquele espaço, que articula a teatralidade de um espetáculo por meio de elementos do cotidiano. E é neste entremeio que vê-se emergir certas performances a partir do próprio público, que também despertam atenção e ganham destaque por excederem o que seria esperado como reação habitual e, ao mesmo tempo, por também ocuparem um lugar que *deveria ser* mesmo ocupado pelo público: o lugar de encantamento e deleite com as performances dos MCs.

Um exemplo que se encaixa bem nesse panorama (e vale ser reiterado) é o que surge a partir do “Negão da Reação”, personagem

que se tornou um dos símbolos da Batalha do Tanque, e que aparece em destaque na batalha analisada, reagindo às rimas do combate. O fato de expressar reações intensas aos versos dos rimadores durante as batalhas, esboçando feições engraçadas e dialogando diretamente com a câmera, acabou por elevar o personagem ao reconhecimento público. Assim como em dezenas de batalhas em que é mencionado pelo sistema de comentários do YouTube como uma figura notável e benquista, o “Negão da Reação” também passou a adquirir outras formas de destaque no canal da Batalha do Tanque, ganhando espaço em dois vídeos exclusivos: um em que concede entrevista³⁹ sobre como conheceu o evento e começou a fazer as caretas pelo qual é reconhecido, e outro com algumas das suas reações⁴⁰. O protagonismo alcançado pelo personagem demonstra o jogo de reordenamentos evocados pela cultura digital, que sacode os arranjos dispostos. Sem a gravação do evento, sem a edição e publicação dos vídeos no YouTube, e sem a possibilidade de interação do público com aquele conteúdo, é provável que o papel de destaque deste espectador nunca fosse alcançado. É interessante notar também como a figura do “Negão da Reação” surge exatamente em um momento de proliferação de *reaction videos*, em que *youtubers* gravam suas reações emocionais enquanto assistem, geralmente pela primeira vez, novas séries, trailers e videocliques – prática essa também comum às batalhas de rimas.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Com a mediação da cultura digital na cena musical do RAP brasileiro, os sites de redes sociais passam a ser altamente relevantes para a organização e promoção dos eventos e acabam por moldar as performances dos MCs. Este texto olha para esse cenário a partir da análise de um combate de um dos maiores eventos do gênero no Brasil, a Batalha do Tanque, pois, nesta incursão, é possível observar que as plataformas digitais produzem tanto sentido nas batalhas de rimas que passam a fazer parte dos próprios versos, mencionadas a partir de algumas controvérsias sobre a popularidade

³⁹ Entrevista com o Negão da Reação no canal Batalha do Tanque. Disponível em: <https://goo.gl/CU9Dkk>. Acesso em: 03 jan. 2019.

⁴⁰ Vídeo com expressões do Negão da Reação durante a 183ª edição da Batalha Tanque. Disponível em: <https://goo.gl/83nec5>. Acesso em: 03 jan. 2019.

dos rimadores, interações online e número de visualizações dos vídeos, que acabam conformando as rimas.

O estudo demonstra ainda como o YouTube passa a ser utilizado, já nos primeiros anos da Batalha do Real, evento inaugural do RAP improvisado no Brasil, de forma que a associação das batalhas de rimas ao site de rede social faz da plataforma um novo espaço de circulação e consumo do gênero musical. É assim que o desenvolvimento da cena virtual do RAP por meio do site evoca novas cenas locais. O protagonismo nacional de eventos como a Batalha do Tanque (de São Gonçalo/RJ), baseada fisicamente em uma região metropolitana distante das zonas centrais, delimita os contornos desse cenário e aponta para o destaque da cidade no novo circuito do RAP Nacional. A cultura digital produz deslocamentos socioespaciais no RAP brasileiro.

Com os rearranjos produzidos por esse novo cenário, o protagonismo não é mais exclusivo dos MCs, e outros atores passam a adquirir status de personagem principal, alcançando reconhecimento público, como os apresentadores das batalhas, produtores culturais, *videomakers*, *youtubers* e até mesmo membros da audiência. É assim que a alta visibilidade atinge os atores associados às batalhas em todos os níveis, projetando jovens oriundos da periferia a posições que não costumavam ocupar. Este cenário permite a elevação de novos personagens à cena e conduz o RAP a novos espaços, estremecendo posições anteriormente estabelecidas.

Esses são alguns dos aspectos que se sobressaem nesta investigação, jogando luz sobre uma rede heterogênea que envolve o RAP brasileiro a partir da cultura digital. Longe de esgotar o tema, o panorama apresentado aqui serve como um dos primeiros passos para os múltiplos entrelaçamentos da manifestação com as plataformas digitais.

REFERÊNCIAS

- ALVES, R. *Rio de Rimas*. Rio de Janeiro: Tramas Urbanas, 2013.
- BURGESS, J; GREEN, J. *YouTube e a revolução digital: como o maior fenômeno da cultura participativa transformou a mídia e a sociedade*. São Paulo: Aleph, 2009.
- DE MARCHI, L. A angústia do formato: uma história dos formatos fonográficos. *E-Compós*, Brasília, v. 19, n. 2, p. 1-19, 2005.

GUMBRECHT, U. *Produção de presença: o que o sentido não consegue transmitir*. Rio de Janeiro: Contraponto, 2010.

HERSCHMANN, M. *O Funk e Hip-Hop invadem a cena*. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2000.

HERSCHMANN, M. *Lapa, cidade da música*. Desafios e perspectivas para o crescimento do Rio de Janeiro e da indústria da música independente nacional. Rio de Janeiro: Mauad X, 2007.

JENKINS, H. *Cultura da Convergência*. São Paulo: Aleph, 2012.

LEAL, S. *Acorda Hip Hop: despertando um movimento em transformação*. Rio de Janeiro: Aeroplano, 2007.

LATOUB, B. *Reagregando o social: uma introdução a Teoria Ator-Rede*. Salvador: EDUFBA, 2012.

PEREIRA DE SÁ, S. Em busca dos rastros e das materialidades das cenas virtuais. *In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 36., 2013, Manaus. Anais [...]*. Manaus: Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, 2013.

VIEIRA DA SILVA, R. *Flows e views: batalhas de rimas, batalhas de YouTube, cyphers e o RAP brasileiro na cultura digital*. 2019. 138 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Universidade Federal Fluminense, Niterói, 2019.

VICENTE, E. *Da Vitrola ao Ipod: uma história da indústria fonográfica no Brasil*. São Paulo: Alameda, 2014.

VICENTE, E; DE MARCHI, L. Por uma história da indústria fonográfica no Brasil 1900-2010: uma contribuição desde a Comunicação Social. *Música Popular em Revista*, Campinas, v.1, n.3, p. 7-36. 2014.

ZUMTHOR, P. *Performance, recepção, leitura*. São Paulo: Cosac Naify, 2014.