
As Batalhas de YouTube: performances digitais do RAP Freestyle *não improvisado*¹

Rômulo VIEIRA DA SILVA²
Universidade Federal Fluminense, Niterói, RJ

RESUMO

Este estudo joga luz sobre uma modalidade performática, surgida nos anos 2010 como produto audiovisual, que tem o RAP brasileiro como expressão central: as *batalhas de YouTube*. Direciona seu olhar para a rede sociotécnica decorrente da associação das batalhas de rimas ao YouTube, que oportuniza a emergência das *batalhas de YouTube*, e analisa uma das *batalhas de YouTube* mais populares do período. O artigo sugere, a partir das *batalhas de YouTube*, alguns dos traços performáticos e socioespaciais do RAP brasileiro contemporâneo, bem como a possibilidade de um RAP Freestyle *não improvisado* no Brasil.

PALAVRAS-CHAVE: rap brasileiro; batalhas de youtube; cultura digital.

INTRODUÇÃO

O processo de desenvolvimento e popularização das batalhas de rimas em associação ao YouTube (VIEIRA DA SILVA, 2018) abre caminho para a criação de novas modalidades performáticas que têm o RAP brasileiro como expressão central e são prioritariamente destinadas à plataforma de compartilhamento de vídeos (VIEIRA DA SILVA, 2019). Surge assim, a partir de trajetórias claramente distintas, mas atravessadas por uma mesma conjuntura, as *batalhas de YouTube* e os *cyphers*³.

Essas duas formas contemporâneas de apresentação do RAP brasileiro são relevantes para a discussão sobre o gênero musical e sua cena, por compreenderem um amplo conjunto de obras⁴ concebidas na última década que demonstram alta circulação e revelam alguns dos atores e das características que atravessam a manifestação.

¹ Trabalho apresentado no GP Comunicação, Música e Entretenimento, XIX Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 42º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Doutorando do PPGCOM-UFF, e-mail: vieiradasilvaromulo@gmail.com.

³ Até então, os *cyphers* são, no Brasil, produtos audiovisuais de RAP produzidos por artistas e produtoras de RAP como conteúdo para seus canais do YouTube. Neles, artistas se apresentam sequencialmente como se estivessem em uma roda de rimas. Diferente das batalhas de rimas, nos *cyphers* as rimas são previamente escritas.

⁴ Exemplos de *batalhas de YouTube*: 1) Whindersson Nunes *versus* Mussoumano <<https://youtu.be/8Y86RTjvARE>>, 2) Cristiano Ronaldo (Fred) *versus* Messi (Fabio Brazza) <<https://youtu.be/P1iCmzq3qDs>> e 3) Elsa (Frozen) *versus* Jack Frost (A Origem dos Guardiões) <<https://youtu.be/DjAe-wyvAEM>>. Exemplos de *cyphers*: 4) TheCypherDeffect <<https://youtu.be/iQ-4RxOsKhl>>, 5) Cypher Reza Sincera <<https://youtu.be/O4R0IfgoSOE>> e 6) Cypher Favela Vive II <<https://youtu.be/XYvrvZmjXJY>>. Último acesso: 30/06/2019.

Este artigo trata das *batalhas de YouTube*. Diferente das batalhas de rimas, que são eventos físicos de RAP improvisado em que a gravação dos seus combates são compartilhadas no YouTube, as *batalhas de YouTube* são produtos audiovisuais de RAP geralmente produzidos por *youtubers*⁵ especificamente como conteúdo para seus canais. São vídeos que apresentam combates de rimas *não improvisadas* entre *youtubers*, músicos profissionais, personalidades e personagens fictícios. O termo é utilizado aqui para se referir aos diferentes tipos de combates fictícios de RAP produzidos para o YouTube, e não *somente* combates entre *youtubers*.

As *batalhas de YouTube* surgem após o sucesso apresentado pelas batalhas de rimas nas plataformas digitais, principalmente no YouTube, e antes do surgimento dos *cyphers* brasileiros e da proeminência do *RAP Acústico*⁶. Este estudo se conecta às investidas que lançam um primeiro olhar ao RAP brasileiro na cultura digital e mapeia seus principais atores e contornos. Considera, portanto, as *batalhas de YouTube* como parte deste contexto, ainda em desenvolvimento. Exatamente por isso não abarca necessariamente todas as suas particularidades, que adquirem novas modulações conforme os acontecimentos se desdobram e a investigação amplia seu escopo, mas busca começar a demarcar como esta divisão do fenômeno se configura.

DAS BATALHAS DE RIMAS ÀS BATALHAS DE YOUTUBE

Presumindo que as batalhas de rimas são os principais eventos físicos e espaços de sociabilidade do RAP brasileiro nas décadas de 2000 e 2010 e que o YouTube é a principal plataforma pelo qual esses eventos circulam e são consumidos, tenho trabalhado com a hipótese de que a associação das batalhas de rimas ao YouTube produz uma ressignificação das batalhas, influenciando em como esses eventos são organizados, estabelecidos e compartilhados, assim como produz um conjunto de deslocamentos no RAP brasileiro.

Nesta direção, sigo pensando como essa rede sociotécnica (LATOUR, 2012), encabeçada pelas batalhas de rimas e pelo YouTube, ajuda a desenhar novas possibilidades performáticas e socioespaciais ao RAP brasileiro dos anos 2010. As

⁵ Criadores de conteúdo que possuem um canal no YouTube, vivem ou buscam viver a partir dessa produção e acabam se tornando celebridades com o trabalho desenvolvido.

⁶ *RAP Acústico* é um termo criado no Brasil, no final dos anos 2010, para designar obras de RAP que têm o violão como instrumento principal e apresentam, deste modo, consideráveis diferenças sonoras às muitas vertentes majoritariamente eletrônicas do gênero musical. A ascensão do *RAP Acústico* também está relacionada ao contexto digital particular às batalhas de rimas e aos *cyphers* e tem o YouTube como plataforma fundamental.

batalhas de YouTube, criadas a partir do sucesso das batalhas de rimas associadas ao YouTube, enquadram-se neste encadeamento e são resultados dele.

Quando o RAP Freestyle⁷ dá seus primeiros passos a partir do Rio de Janeiro com a criação da Batalha do Real (2003), primeira⁸ batalha de rimas brasileira, e do Duelo de MCs Nacional⁹ (2003), principal torneio nacional de RAP improvisado do Brasil, alguns vídeos dos combates desses eventos começam a ser compartilhados¹⁰ na internet, abrindo caminho para uma prática que seria comum a quase todas as batalhas de rimas criadas nos anos subsequentes: a gravação e o compartilhamento, em sites de rede social, de produtos audiovisuais centrados nos combates de RAP improvisado. Foi exatamente por meio da circulação desses vídeos que vários dos MCs da nova geração entraram em contato, pela primeira vez, com o RAP e começaram a desenvolver suas técnicas de *freestyling*¹¹. Como resultado desse cenário, argumento que tanto a alta popularidade¹² dos vídeos das batalhas de rimas quanto a chegada dessas batalhas ao *mainstream*¹³ acabou por demonstrar a capacidade de sedução desta modalidade a novas audiências e delimitar o lugar do YouTube como um novo espaço de circulação e consumo do RAP brasileiro (VIEIRA DA SILVA, 2019).

De forma resumida, é assim que diferentes atores começam a identificar o potencial que as batalhas de rimas apresentam em sua vinculação ao digital, em especial como produtos audiovisuais destinados ao YouTube, e desenvolvem as *batalhas de YouTube*. Ao final da década de 2010, as *batalhas de YouTube* se apresentam, como demarcado na análise das próximas páginas, como um dos produtos audiovisuais de RAP mais visualizados do YouTube, ultrapassando em número as batalhas de rimas e projetando novas configurações ao RAP Freestyle produzido no Brasil, até então somente ligado à improvisação.

⁷ Subgênero do RAP caracterizado, principalmente, pela criação de rimas improvisadas, em que um artista apresenta versos livremente, sem a necessidade de se ater a um tema ou a um acompanhamento instrumental.

⁸ O modelo de disputa das mais de cinquenta batalhas de rimas realizadas no Rio de Janeiro (ALVES, 2013), e de outras centenas de eventos de RAP improvisado espalhados pelo Brasil, é baseado nas dinâmicas instauradas pela Batalha do Real.

⁹ Antiga Liga dos MCs (2003-2010), denominada a partir de 2012 como Duelo de MCs Nacional.

¹⁰ Emicida *versus* Gil na final da Liga dos MCs de 2006: <<https://youtu.be/YX1Mox3RG2Q>>. Último acesso: 30/06/2019.

¹¹ Termo principalmente ligado à prática de improvisação no RAP. Também pode estar relacionado à prática da criação de versos livres não improvisados.

¹² Tanto a Batalha do Tanque (São Gonçalo/RJ) quanto a da Batalha da Aldeia (Barueri/SP), duas das batalhas de rimas mais populares do Brasil, possuem mais de 220 milhões de visualizações em seus canais no YouTube.

¹³ Dois exemplos sintomáticos: a realização da Batalha do Conhecimento, a partir de 2014, no Museu de Arte do Rio, zona central do Rio de Janeiro, e a realização da Batalha do Conhecimento da TV RBS, filiada da Rede Globo em Porto Alegre, em 2017, ao vivo durante o programa jornalístico.

As *batalhas de YouTube* são quase integralmente baseadas nas *batalhas de sangue*¹⁴, modalidade popular das batalhas de rimas em que os desafiantes apresentam rimas insultivas a fim de desacreditar o adversário. Mas diferente das batalhas de rimas, as *batalhas de YouTube* são combates *não improvisados* de RAP. Ainda assim, toda a dinâmica dos combates está centrada na oposição afirmativa de um desafiante ao outro, em que o desacato rimado é o que impulsiona o duelo.

As configurações das *batalhas de YouTube* conversam diretamente com as configurações das batalhas de rimas. Mas o arranjo, a disposição dos elementos, no caso das *batalhas de YouTube*, é ordenado, antes de tudo, pela própria plataforma de compartilhamento de vídeos. Se o combate de uma batalha de rimas – como a Batalha do Tanque (de São Gonçalo/RJ) ou a Batalha de Aldeia de (Barueri/SP) – acontece, em primeiro lugar, em um espaço urbano físico, com a presença corpórea dos organizadores, dos rimadores, do apresentador e do público desses eventos, bem como de todos os artefatos de gravação que também atravessam as batalhas e possibilitam com que elas circulem pela grande rede, o combate de uma *batalha de YouTube*, para a audiência, acontece unicamente por meio do reprodutor de vídeo da plataforma e de seus aparatos. É um registro fabricado, de modo restrito e programado, para aquele ambiente, que flui fundamentalmente a partir do sistema de recomendações, do título, da descrição, do número de visualizações, do número de *likes* e *deslikes*, do número de inscritos, do sistema de comentários.

Outra diferença curiosa é como os desafiantes batalham. Ainda que também exista uma apresentação física dos participantes nas *batalhas de YouTube*, que encenam o confronto rimado a partir de um mesmo estúdio ou mesmo de uma locação externa relacionada ao tema da batalha, vários dos combates das *batalhas de YouTube* são estabelecidos por meio de uma videoconferência fictícia, em que um desafiante enfrenta o outro por intermédio da tela de um computador, em uma metalinguagem que evoca graficamente os objetos técnicos e a ubiquidade próprios à cultura digital.

A formatação dos combates, por outro lado, apresenta o mesmo padrão das batalhas de rimas: geralmente dois *rounds* de aproximadamente 30 segundos. E o público, embora não esteja presente durante a performance dos participantes, também pode estabelecer certa interação com as rimas apresentadas, avaliando a batalha a partir

¹⁴ Batalhas de rimas centradas na depreciação do oponente, em que a ofensa direta é uma prática permitida e desejada. As batalhas de sangue se diferem, neste sentido, das batalhas de conhecimento.

de *likes* e *deslikes* e opinando sobre o vencedor por meio do sistema de comentários – ainda que esta forma de interação guarde evidentemente suas próprias particularidades e, tratando-se de um evento virtual, a decisão siga aberta pelo tempo em que o vídeo estiver disponível online.

Dentre as diferentes formulações dos seus desafios, é interessante notar como as *batalhas de YouTube* seguem promovendo o RAP Freestyle para um público que não estava necessariamente conectado à cena do RAP brasileiro. O número significativo de canais populares que passam a produzir *batalhas de YouTube* (7 Minutoz, Desimpedidos, Esculhambation) parece revelar como a difusão das batalhas de rimas por meio do YouTube influenciou o surgimento de um modelo de conteúdo a ser produzido para a plataforma.

PEPPA PIG VERSUS MUSSOUMANO: ENTRE O HOSTIL E O POPULAR

Ao digitar no YouTube os termos¹⁵ *batalha de rimas* ou *batalha de rap*, a partir de uma aba de navegação anônima¹⁶ e tendo como critério de classificação a contagem de visualizações, em 10 de janeiro de 2019, os dois primeiros resultados, em qualquer um dos termos, são de duas *batalhas de YouTube* do canal Mussoumano¹⁷. Um perfil com mais de 7 milhões e 150 mil inscritos e mais de 850 milhões de visualizações, levando em conta todos os 125 vídeos do canal no período pesquisado.

Um breve exame pelo perfil revela *batalhas de YouTube* entre Mussoumano, o *youtuber* e artista de RAP proprietário do canal, enfrentando Peppa Pig, Whindersson Nunes, Léo Stronda, MC Bin Laden, Julio Cocielo, Felipe Neto, Cauê Moura, Mr. Catra, Bob Esponja, Celso Portioli, dentre outros personagens de desenhos animados, *youtubers*, músicos e celebridades.

Considerando a criação da *batalha de YouTube* como modelo de conteúdo para o YouTube; o posicionamento de dois vídeos do canal nas primeiras posições dos resultados de busca no YouTube a partir dos termos *batalhas de rimas* e *batalhas de rap*; e a relevância social dos personagens e artistas que integram as *batalhas de YouTube*; é possível olhar para as *batalhas de YouTube* como produtos de uma tática de

¹⁵ Termos digitados conforme apresentados no texto, em português brasileiro.

¹⁶ Modo de navegação, presente nos principais navegadores de internet. Uma navegação anônima tende a não evocar cookies, dados de sites e outras informações fornecidas anteriormente aos sites durante outras navegações, permitindo com que as novas buscas não sejam afetadas pelas preferências já registradas.

¹⁷ Canal do Mussoumano no YouTube: <<https://goo.gl/XnZksN>>. Último acesso: 30/06/2019.

comunicação que se apresenta, ao mesmo tempo, como um desdobramento e uma confirmação da relevância que as batalhas de rimas adquiriram por sua associação ao YouTube. Examinar como esses produtos audiovisuais se configuram e articulam seus traços possibilita uma melhor compreensão sobre esse cenário e sobre esses próprios produtos.

A *batalha de YouTube* examinada neste artigo é o improvável combate entre Peppa Pig e Mussoumano. A obra audiovisual publicada em 17 de novembro de 2014 ocupa a primeira posição na pesquisa a partir dos termos *batalhas de rimas* e *batalhas de rap* no YouTube, considerando a classificação dos vídeos a partir da contagem de visualizações. O produto audiovisual possui mais de 69 milhões de visualizações em 10 de janeiro de 2019.



Figura 1. Peppa Pig *versus* Mussoumano, 2014. Fonte: YouTube <<https://youtu.be/o7ft2ZUQUMI>>.

O vídeo¹⁸ é iniciado a partir de uma cena que retrata Mussoumano – personagem principal do canal, criado a partir de uma mistura de elementos estéticos caricatos baseados nas imagens de um árabe do Oriente Médio e um rapper – segurando um controle que, ao ser acionado em direção a uma televisão, ativa o aparelho diretamente na série de desenhos animados Peppa Pig, destinado ao público infantil. De imediato, os contrastes chamam atenção: de um lado, observa-se um jovem adulto, de boné para trás,

¹⁸ Peppa Pig *versus* Mussoumano no YouTube: <<https://youtu.be/o7ft2ZUQUMI>>. Último acesso: 30/06/2019.

lenço branco na cabeça como referência a um véu islâmico, óculos escuros, barba grande e roupas largas que parecem próprias ao RAP dos anos 1990; do outro, uma porquinha rosa, feminina, delicada e infantil, um personagem de um desenho animado para crianças em idade pré-escolar.

É então que Peppa Pig, ao lado de uma caixa de som em um cenário rural de um desenho animado, pergunta: “Oi, pessoal! Vocês querem ouvir uma música?”. A personagem, então, aciona um dos botões do aparelho de som, fazendo com que um instrumental de RAP seja iniciado. Mussoumano, em frente à TV, demonstra surpresa pela aparição do desenho e pela ativação do instrumental, mas é imediatamente sugado para dentro do televisor. O *youtuber* reaparece no cenário rural em frente à Peppa Pig. A personagem demonstra um *semblante fechado*, em notável referência à expressão de antipatia própria ao RAP (e a muitos MCs durante as batalhas de rimas). É assim que a porquinha começa a rimar, enquanto Mussoumano balança a cabeça negativamente e aponta para a personagem demonstrando desaprovação. As rimas de Peppa Pig dizem:

Eu sou a Peppa Pig, mas quem é você?
Cê faz vídeo pro YouTube ou programa na TV?
Veio invadir meu desenho, agora vai se arrepender
Eu vou chamar meu pai, ele vai brigar com você
Uma boneca minha vale mais que o seu canal
Eu tô em todo lugar, até me vendem no sinal
Com seis anos de idade, meu sucesso é mundial
Sou o presente preferido das crianças no Natal
(Peppa Pig, Peppa Pig *versus* Mussoumano, primeiro *round*, 2014).

Imediatamente após os versos da personagem, Mussoumano inicia a sua resposta, ora encarando a adversária, ora olhando para a câmera enquanto apresenta suas rimas. Neste momento, é possível constatar mais claramente que o *youtuber* veste uma camisa preta com a inscrição “RAP!”. Mussoumano versa:

Mas que coisa bizarra, maluco: eu devo tá ficando louco!
Esse boneco tosco era pra ser um porco
Eu tive que entrar aqui só pra acabar com essa palhaçada
Se tu chegar mais perto, eu te apago com a borracha
O cara que fez o desenho, só pode ter zoadado
Ao invés de fazer um porco, desenhou um piru de lado
Pega mal falar isso, vamo mudar de assunto
Acho melhor você correr, se não tu vai virar presunto
(Mussoumano, Peppa Pig *versus* Mussoumano, primeiro *round*, 2014).

Peppa Pig demonstra expressões de discordância durante todas as rimas proferidas por Mussoumano, cerrando os olhos e cruzando os braços. Mussoumano, por

outro lado, gesticula a fim de realçar seus versos, inclusive se aproximando e rodeando a personagem. É então que Peppa Pig ataca, agora pelo segundo *round*:

Olha quem tá falando, me dê paciência
Veio aqui me atrapalhar só pra roubar minha audiência
Eu sou original, meu nome é Peppa Pig
Você é falsificado de óculos *xing ling*
Eu posso ser uma porca, mas tu parece um bode
Corta logo essa barba, tira logo esse bigode
Se liga Mussoumano, já dei o meu recado
Você foi humilhado por um desenho animado
(Peppa Pig, Peppa Pig *versus* Mussoumano, segundo *round*, 2014).

Mussoumano responde, novamente, em sequência:

Cadê tua família? Não adianta fugir agora, tá sozinha
Sem graça, prefiro ver Galinha Pintadinha
Essa porca cor-de-rosa só pode estar com gripe suína
A cara toda torta, é fabricada na China
Mais uma moda passageira: vaza, estrangeira!
Vem aqui, vou te colocar na minha frigideira
(Mussoumano, Peppa Pig *versus* Mussoumano, segundo *round*, 2014).

Com a finalização das rimas, Mussoumano segue caçoando da adversária no combate, dizendo: “Bacon. Hum, bacon! Gostei de você, hein! Vem cá...”. A personagem, por outro lado, demonstra expressões de medo, levando as mãos à boca e se retirando rapidamente do cenário. A batalha chega ao fim dando a entender a vitória de Mussoumano. Ao final do vídeo, um corte rápido apresenta novamente o televisor que deu origem ao combate, agora demonstrando ausência de sinal como se a programação estivesse fora do ar. Um ruído sonoro evidencia o problema. Mussoumano aparece novamente em destaque, dormindo. O *youtuber* encara a TV, percebe que o episódio foi apenas um sonho e volta a dormir.

O embate fictício que constitui a *batalha de YouTube* entre Peppa Pig e Mussoumano destaca algumas das questões tangenciadas por este trabalho. Elementos que articulam transposições entre as batalhas de rimas, a cultura digital, o YouTube e o RAP brasileiro como gênero musical. Os próximos parágrafos jogam luz sobre alguns desses pontos.

A *hostilidade não improvisada*. Logo nos primeiros versos de Peppa Pig a manifestação de rivalidade é materializada no combate. A performance dos desafiantes, durante toda a batalha, reafirma o lugar do oponente como alguém que precisa ser combatido. A disposição em insultar é corroborada tanto pela desvalorização do outro, por meio de ataques à aparência e diferentes formas de ameaça, quanto pela atribuição a

si mesmo de qualidades que o outro não possuiria. Os gatilhos utilizados são idênticos aos vistos nas batalhas de rimas, ratificando o modelo de combate apresentado nesses eventos.

Até mesmo as manifestações corpóreas que abarcam as performances buscam, neste caso, estabelecer um domínio físico e simbólico a partir do espaço de combate, também estando relacionadas a uma ideia de dominação. Considerando que a *batalha de YouTube* é um combate *não improvisado*, previamente arquitetado para reverberar traços específicos que possam conversar com as sensibilidades estéticas do público, é interessante notar que a apresentação de características similares às batalhas de rimas por parte das *batalhas de YouTube* validam e ajudam a cristalizar as marcas performáticas e semióticas promovidas por esses eventos.

A questão da popularidade. Peppa Pig é uma personagem popular, sucesso de audiência em diferentes plataformas. Em 2014, ano de publicação da batalha examinada aqui, a veiculação do desenho no Discovery Kids alcançou um resultado tão positivo que ajudou o canal a ser o mais assistido¹⁹ da TV paga. Mas o êxito da série não se limita à televisão. No YouTube, o canal²⁰ em português do desenho também demonstra amplo alcance, com mais de 600 milhões de visualizações²¹ que reafirmam sua relevância social. O fato da personagem infantil afirmar em um dos versos do combate que Mussoumano só estaria ali para *roubar sua audiência* está ligado a esse contexto, e joga luz sobre uma controvérsia que aparece com frequência nas batalhas de rimas: a questão da popularidade (VIEIRA DA SILVA, 2019).

É possível dizer que popularidade de um trabalho está regularmente associada ao seu reconhecimento público. A uma suposta estima social elevada, que concederia prestígio àquela obra. Este é um senso comum bastante difundido em algumas cenas musicais, sendo, exatamente por isso, um ativador de tensionamentos. Neste sentido, se para certos atores a circunstância da popularidade de uma obra é uma condição desejável, que revelaria seu alto valor, para outros atores a popularidade se apresenta justamente como um problema. Este é o caso de diferentes subculturas desviantes, que buscam estabelecer oposição explícita aos padrões culturais dominantes, como pode ser observado em diferentes cenas associadas ao movimento Hip-Hop ao redor do mundo (ROSE, 1994). A cena de RAP do Brasil dos anos 1990, que serviu como base para

¹⁹ Matéria do *Na Telinha* do UOL sobre o sucesso do programa: <<https://goo.gl/jcpcqF>>. Último acesso: 30/06/2019.

²⁰ Canal em português brasileiro do desenho Peppa Pig: <<https://goo.gl/e2oMnG>>. Último acesso: 30/06/2019.

²¹ Mais de 610 milhões em 10/01/2019.

muitos dos elementos formativos do gênero musical, é um exemplo contracultural reconhecido, estabelecendo seu posicionamento antissistema ao criticar a elite cultural, instituir afastamento à mídia *mainstream* e emoldurar modos de pensar e agir diferentes a alguns dos padrões convencionalmente instituídos até então na sociedade brasileira (DIÓGENES, 1998; HERSCHMANN, 2000; LEAL, 2007; BUZO, 2010; CAMARGOS, 2015; TEPERMAN, 2015; VIEIRA DA SILVA, 2017).

A primeira geração do RAP brasileiro não vê a popularidade exatamente como um valor positivo. Pelo contrário, as raízes do gênero parecem apontar justamente para uma valorização do *underground*, para uma atribuição de legitimidade não aos modismos e modelos comerciais e sim às ambiências, linguagens e práticas alternativas. Valorização essa que encara a efemeridade das modas e o excesso de foco comercial como possíveis desestabilizadores da cena musical – que ao ser atravessada por novos signos, pessoas e ideais poderia perder seu foco inicial. Uma noção bastante ligada à dimensão da distinção e da iniciação em uma cena musical, alvo de outros debates importantes nos estudos de Comunicação e Música (POLIVANOV, 2014; PEREIRA DE SÁ; DE MARCHI, 2005).

Se nem sempre a popularidade foi um valor para o RAP e as *batalhas de YouTube* são produzidas justamente para serem populares, como evidencia pontualmente a autocrítica presente no ataque de Peppa Pig à Mussoumano, é possível identificar aí uma das principais tensões ativadas pela *batalha de YouTube* em relação à cena *padrão* do RAP. Neste caso, o que aparece implícito a partir da ação discursiva de Peppa Pig é o debate sobre as visualizações. Levando em conta que as visualizações são a materialização da audiência de um vídeo – revelando sua popularidade (ou não) e possibilitando com que o detentor dos direitos sobre aquele produto audiovisual possa monetizar sua obra – elas passam a ser o alvo primário das investidas estabelecidas a partir do YouTube, configurando-se como um componente adicional da plataforma que influi na estrutura de ação dos atores humanos, produz sentido e, especialmente neste caso, se estabelece como *controvérsia* (LATOUR, 2012). Se um vídeo é supostamente produzido para *roubar audiência*, intencionando assim alcançar *popularidade*, e a popularidade é aferida acima de tudo por meio das *visualizações*, as visualizações também se tornam motivo de tensionamento.

Sem plataforma, sem batalha. Se nas batalhas de rimas é possível que os combates aconteçam *somente* com a presença física dos MCs, rimando *sem* microfones,

sem aparelhos de reprodução sonora, *sem* caixas de som, *sem* computadores, *sem* câmeras, enfim, *sem nada* (ainda que essas ausências comprometam a gravação e difusão das batalhas), nas *batalhas de YouTube* os embates ganham vida apenas com a presença desses equipamentos. As *batalhas de YouTube* exigem a comparência de um conjunto de objetos técnicos para que possam acontecer – tanto aqueles que possibilitam a batalha se tornar um produto audiovisual para o YouTube, quanto aqueles que sustentam sua circulação pela plataforma.

Neste caso, o meio é um elemento vital para a comunicação, porque sem sua existência a mensagem também não existe. É a partir desse contexto que as discussões sobre a Teoria das Materialidades (GUMBRECHT, 2010) e sobre a Teoria Ator-Rede (LATOUR, 2012) voltam a ser relevantes para este trabalho: permitem pensar as plataformas digitais como ambiências centrais para a produção, a circulação e o consumo dos produtos musicais contemporâneos, ao influírem nas mensagens e ao desempenharem funções de coautoria com os humanos.

Por apresentar uma concepção que busca pensar a integração das práticas sociais aos artefatos tecnológicos, a Teoria Ator-Rede (LATOUR, 2012) introduz uma sistematização conceitual relevante para esta discussão. Como os objetos técnicos também moldam a maneira pelo qual agimos, influenciando em nossa estrutura de ação, olhar para esses artefatos, a partir dessa concepção, significa colocá-los lado a lado à ação humana, sem uma hierarquia entre atores humanos e não humanos. Esta equiparação, longe de privilegiar um determinismo tecnológico, está calcada na noção de *delegação*, pelo qual os objetos técnicos, por serem desenhados por humanos, executam tarefas designadas por humanos e substituírem ações humanas, atuam de forma análoga aos humanos, produzindo diferença em rede (LATOUR, 2012). Essa diferença, profundamente notável nas batalhas de rimas, também aparece com veemência nas *batalhas de YouTube*.

Um caso interessante é como as *batalhas de YouTube* chegam à cena do RAP brasileiro. Embora esses produtos audiovisuais pareçam adquirir popularidade a partir de outros circuitos, e não exatamente a partir da cena do RAP (provavelmente por seu caráter fictício e sua indissociável ligação ao virtual que pode colocar em jogo tensionamentos sobre autenticidade), ainda assim vários dos artistas, produtores e fãs do gênero musical acabam por reconhecer as *batalhas de YouTube* e se associar a atores relacionados a elas. Uma evidência desse aparente reconhecimento são as colaborações

entre Mussoumano e outros artistas de RAP de considerável proeminência na cena brasileira, como MV Bill, Rashid e Haikaiss. Como as *batalhas de YouTube* utilizam algumas das principais palavras-chave (*batalhas de RAP*; *batalhas de rimas*) utilizadas para identificar os vídeos das batalhas de rimas (batalhas essas consolidadas na cena do RAP brasileiro) e o YouTube interliga vídeos similares por meio de seu sistema de recomendação, os aparatos técnicos do site acabam por também influir nessas conexões.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A proposta em analisar as batalhas de rimas associadas ao YouTube permite pensar a cena musical para além das suas dimensões concretas nos espaços urbanos (STRAW, 1991), olhando para a experiência de produção, circulação e consumo musical mediante suas diferentes articulações a partir da cultura digital. Quando nos debruçamos sobre manifestações artísticas que se valem do RAP brasileiro e adquirem proeminência nos anos 2010, as *batalhas de YouTube* aparecem como uma face notável deste quadro.

Este desafio colocado pela contemporaneidade, em particular aos pesquisadores de Comunicação, Música e Entretenimento, possibilita pensar a cena musical como uma rede sociotécnica (LATOURET, 2012), compreendendo que plataformas digitais como o YouTube também participam da produção de sentido (GUMBRECHT, 2010) e influem nos processos comunicativos da música, em que tanto atores humanos quanto objetos técnicos agenciam a construção da cena musical (PEREIRA DE SÁ, 2013). Esta concepção parece se demonstrar especialmente produtiva no caso do RAP brasileiro dos anos 2010 – quando pensamos as batalhas de rimas e os *cyphers*, e destacadamente as *batalhas de YouTube*.

Como resultado do sucesso alcançado pela associação das batalhas de rimas ao YouTube, as *batalhas de YouTube* assentam mais uma possibilidade de olhar para as performances e para a circulação do RAP brasileiro dos anos 2010. Nesta direção, parecem fortalecer o tensionamento das performances clássicas do RAP observado nas batalhas de rimas (VIEIRA DA SILVA, 2018), ao reafirmarem os combates rimados, mesmo aqueles não improvisados, como modelos de apresentação e entretenimento, as ofensas e os gracejos como práticas desejáveis, a alta circulação como objetivo, realidade e controvérsia, e a mistura (o cruzamento entre actantes de diferentes perfis) como uma possibilidade florescente no RAP contemporâneo.

É neste entremeio que o RAP Freestyle é impresso como uma prática aspiracional particular a nova geração de artistas de RAP e as *batalhas de YouTube* parecem articular uma outra face do RAP Freestyle: a sua versão *não improvisada*. Com a emergência dessa modalidade, que guarda múltiplas consonâncias com as batalhas de rimas, a definição de RAP Freestyle como sinônimo de improvisação começa a ser tensionada, resgatando discussões anteriores, principalmente a partir dos Estados Unidos, sobre o sentido atribuído à designação *freestyle* no RAP (EDWARDS, 2009; DEE, 2003).

A *batalha de YouTube* como modalidade não improvisada, produzida exclusivamente para as plataformas digitais, reforça o lugar do YouTube como ator fundamental à articulação do RAP brasileiro contemporâneo, demonstrando que a mediação da cultura digital na cena musical, neste caso, acaba por influir no surgimento de novos modos de apresentação do gênero musical. As *batalhas de YouTube*, como produtos desta conjuntura, evidenciam o protagonismo dos objetos técnicos na produção de novos atravessamentos, atualizações e fluxos ao RAP brasileiro.

A circulação do RAP a partir do YouTube denota alguns desses novos fluxos. Movimentos esses que possibilitam com que a manifestação alcance novos públicos, como evidenciam as articulações manifestas (e latentes) nas *batalhas de YouTube*. É este cenário que parece estimular com que novas pessoas, para além dos grupos originários do RAP, principalmente negros e periféricos, passem a experimentá-lo, encadeando novos agrupamentos étnicos e sociais a sua cena, o que implica novas dimensões, novas articulações e rearranjos ao gênero musical.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALVES, R. **Rio de Rimas**. Rio de Janeiro: Tramas Urbanas, 2013.

BUZO, A. **Hip Hop**: dentro do movimento. Rio de Janeiro: Aeroplano, 2010.

CAMARGOS, R. **RAP e política**: percepções da vida social brasileira. São Paulo: Boitempo, 2015.

DIÓGENES, G. **Cartografias da cultura e da violência**: gangues, galeras e o movimento Hip-Hop. Tese (Doutorado em Sociologia) – Programa de Pós-Graduação em Sociologia, Universidade Federal do Ceará. Fortaleza, p. 384. 1998.

DEE, K. **There's A God On The Mic**: The True 50 Greatest MCs. Cambridge: Da Capo Press, 2003.

EDWARDS, P. **How to RAP**: the art and science of the Hip-Hop MC. Illinois: Chicago Review Press, 2009.

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.

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

LATOURET, B. **Reagregando o social** – Uma introdução a Teoria Ator-Rede. Salvador: EDUFBA, 2012.

PEREIRA DE SÁ, S; DE MARCHI, L. **Não basta ser DJ**: tem que ser underground! Sobre coletivos e comunidades virtuais de música eletrônica no Brasil, Porto Alegre, FAMECOS, 2005, v. 2, n. 26, p. 56-67.

PEREIRA DE SÁ, S. **Em busca dos rastros e das materialidades das cenas virtuais**. Anais do XXXVII Congresso Brasileiro De Ciências Da Comunicação. Manaus: INTERCOM, 2013.

POLIVANOV, B. **Apropriações de sites de redes sociais em cenas de música eletrônica**: distinção, sociabilidade e marcas identitárias, Curitiba, Interin, 2014, v.17, n.1, p. 96-116.

ROSE, T. **Black Noise**: Rap Music and Black Culture in Contemporary America. Middletown: Wesleyan University Press, 1994. Kindle Edition.

STRAW, W. **Systems of articulation, logics of change**: scenes and communities in popular music, London, Cultural Studies, 1991, v.5, n.3, p. 361-375.

TEPERMAN, R. **Se liga no som**: as transformações do RAP no Brasil. São Paulo: Claro Enigma, 2015. Kindle Edition.

VIEIRA DA SILVA, R. **“Fiz Um Boogie Pra Você, Baby”**: Tensões Representativas A Partir Do Primeiro Álbum Solo Do Mano Brown. Anais do XL Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Curitiba: INTERCOM, 2017.

VIEIRA DA SILVA, R. **Batalhas de Rimas Mediadas pelo YouTube e a Nova Geração do RAP Nacional**: a Batalha do Tanque e as Transformações do Gênero Musical. Anais do XLI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Joinville: INTERCOM, 2018.

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