



II Seminário Internacional de Pesquisas em Mídia e Processos Sociais

Eu sou MC: participação coletiva e plural de mulheres em cenas musicais rap¹ **I'm MC: collective and plural participation of women in rap music scenes**

Dulce Helena Mazer²

Gabriela Gelain³

Paula Guerra⁴

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

O texto aborda as dinâmicas de atuação de jovens mulheres nas cenas rap de forma a refletir sobre os aspectos comunicacionais de seus distintos papéis e funções através da mídia. Engloba 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. Pensamos na forma como, por meio da resistência criativa - através da música, mediante vídeos, produção e circulação de raps, ou imagens de si mesmas em performances midiáticas - as jovens conseguem transformar as representações tradicionais do ser mulher e mostram mudanças nas relações de gênero e na cultura desde demandas próprias e autônomas (VIERA e MAZER, 2017).

¹ Trabalho apresentado ao II Seminário Internacional de Pesquisas em Mídia e Processos Sociais. PPGCC-Unisinos. São Leopoldo, RS – 8 a 12 de abril de 2018.

² Jornalista. Doutora em Comunicação e Informação (UFRGS). mazerdulce@yahoo.com.br

³ Mestra em Comunicação (Unisinos). gabrielagelain@gmail.com

⁴ Socióloga. Professora do Departamento de Sociologia da Faculdade de Letras da Universidade do Porto. Investigadora do Instituto de Sociologia da Faculdade de Letras da Universidade do Porto. *Adjunct Professor of Griffith Center for Social and Cultural Research* (Australia). Co-coordenadora da KISMIF *Conferece* e da Rede Luso-Brasileira de sociologia das artes e da cultura – Todas as Artes pguerra@letras.up.pt



II Seminário Internacional de Pesquisas em Mídia e Processos Sociais

Este propósito é tão relevante quanto o rap e/ou o hip-hop como resultantes de uma manifestação cultural de resistência de classes num sistema patriarcal, que acabam por ser pouco inclusivos para as mulheres. Existe, aliás, uma relativa “ausência das mulheres” (REDDINGTON, 2003 e 2012) no quadro das manifestações do rock, do metal, do punk, do rap e do hip-hop e ela tem sido sentida como um ultraje e um dos melhores exemplos da hegemonia masculina sobre a história da cultura popular (GUERRA *et al*, 2017). Esta “ausência” também faz-se sentir no plano da teoria. 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 nas subculturas, 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. 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.

De forma muito relevante, o nosso texto reflete sobre um estudo empírico recente onde as jovens vêm protagonizando performances musicais nas cenas rap, quer seja com relação a produção de rap (grupos de mulheres ou mulheres cis e trans que compõem e performatizam música), 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 subcultura hip-hop. Muitas dessas ações decorrem da mídiatização do rap, sobretudo nas redes sociais. Assim, e através de um estudo etnográfico na Região metropolitana de Porto Alegre, procuramos desvendar as práticas culturais femininas na produção e no consumo de rap – desvelando um “novo” universo de visibilidade feminina. 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



II Seminário Internacional de Pesquisas em Mídia e Processos Sociais

que muitos dos apreciadores do gênero se envolvam na produção de forma armadora ou profissional. São formas autônomas de fazer, ou, segundo Guerra (2017b), carreiras DIY⁵. Por isso, a lógica DIY está presente nas práticas juvenis para escuta e produção de rap e de outros gêneros musicais. 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). O mesmo ocorre com as jovens do rap, já que na cultura hip hop as mulheres estão desenvolvendo novas linguagens performática, 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 (2017a), 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

⁵ DIY (Do it yourself) é uma filosofia que abarca a ideia de simplesmente “sair e fazer”, ou, como popularmente é expresso no mundo *underground*, a ideia do “Faça Você Mesmo”, ou 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 – movimento musical na Inglaterra e nos Estados Unidos, na década de 1970, as indústrias fonográficas e revistas demonstraram pouco interesse nele. Voltadas para as estrelas do final dos anos 1960 e início dos anos 1970 e da nova música de dança em discotecas, tais indústrias e revistas não consideraram o *punk* como algo que merecesse investimento. Assim, um músico *punk*, se quisesse 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. Se quisesse falar sobre sua música, teria de criar um fanzine. Na cena musical e cultural cujos sucessos incluem canções como *Blank Generation* de Richard Hell, os zines eram um esforço para preencher esse vazio (DUNCOMBE, 1997).



II Seminário Internacional de Pesquisas em Mídia e Processos Sociais

com menos recursos econômicos; contradizer o capitalismo, a ordem comum, construindo uma forma alternativa de ser, mais anarquista, menos hierárquica.

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. Eles podem ser praticantes de rap (rappers, MCs, editores de som, DJs), desenvolver atividades mediadoras (produtores culturais, produtores de conteúdo informativo sobre rap, bloqueios, produtores audiovisuais, oficinairos, ou educadores sociais da cultura hip-hop) e serem consumidores intensos e apaixonados (GUERRA, 2017b), fãs, hip-hopers. 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 midiatização (GOMES, 2016).

Ao se apropriar da música e de tecnologias de produção musical, o consumidor se “insere” no 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" (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



II Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais

materialidades digitais da música e da comunicação e resultam na afirmação feminina nas cenas rap: eu sou MC!

Helen Reddington 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 mediático permite nesta segunda década do milênio reveter esta situação? Os procedimentos metodológicos utilizados aqui são técnicas etnográficas, como a observação de campo e entrevistas, 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. Os procedimentos de análise são a descrição de categorias e entrecruzamentos, considerando o discurso das jovens, suas práticas e os conteúdos coletados nas redes sociais, em letras de músicas, etc.

Referências bibliográficas

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



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

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

GELAIN, Gabriela Cleveston. **Continuidades, rupturas e atualizações da subcultura Riot Grrrl no Brasil**, Master thesis, Universidade do Vale do Rio dos Sinos (UNISINOS), São Leopoldo, 2016.

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

GUERRA, Paula. '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 (2017)a.

GUERRA, Paula. Raw Power: Punk, D.I.Y. and underground cultures as spaces of resistance in late modernity. **Cultural Sociology**. No prelo (2017)b.

GUERRA, Paula; GELAIN, Gabriela; MOREIRA, Tânia. Collants, correntes e batons: género e diferença na cultura punk em Portugal e no Brasil. **Lectora: revista de dones i textualitat**. N.º 23, pp. 13-34, 2017.

HINE, Christine. **Etnografía Virtual**. Colección Nuevas Tecnologías y Sociedad. Barcelona: Editorial UOC. 2004.

HINE, Christine. **Virtual ethnography**. Editora 2000.

MAZER, D. **Racionalidades do consumo musical: práticas culturais juvenis na cena rap porto-alegrense**. Tese. 2017. 246 p. Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação. Programa de Pós-Graduação em Comunicação. Porto Alegre: 2017.

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

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

VIERA, Merarit. MAZER, Dulce. Imágenes de jóvenes mujeres: música, resistencia y creatividad. In: **Infancias y Juventudes Iberoamericanas: transformaciones democráticas, justicia social y procesos de construcción de paz**. ALVARADO, Sara.



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

VOMMARO, Pablo (comp.). Eje 3. Infancias y juventudes: Políticas, Comunicación y Cultura. Medellín: Universidad de Manizales e Cinde, 2017.

_____. **The Lost Women of Rock Music: Female Musicians of the Punk Era** (Studies in Popular Music). Sheffield: Equinox, 2012.

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