

Jogando com MC's: identidade, estilos de vida e performance em uma experiência etnográfica na
"Batalha do Mercado". – Jose Luis Abalos Junior

Universidade Federal do Rio Grande do Sul

Instituto de Filosofia e Ciências Humanas

Jose Luis Abalos Junior

**Jogando com MC's: identidade, estilos de vida e performance em
uma experiência etnográfica na "Batalha do Mercado".**

Porto Alegre

2014

Jogando com MC's: identidade, estilos de vida e performance em uma experiência etnográfica na
"Batalha do Mercado". – Jose Luis Abalos Junior

Jose Luis Abalos Junior

**Jogando com MC's: identidade, estilos de vida e performance em
uma experiência etnográfica na "Batalha do Mercado".**

Trabalho de Conclusão de Curso de Ciências Sociais apresentado como
requisito parcial para a obtenção título de Bacharel em Ciências Sociais, pela
Universidade Federal do Rio Grande do Sul.

Orientadora: Cornelia Eckert, Prof.(a) Doutora em Antropologia Social.

Porto Alegre

2014

Agradecimentos

Primeiramente obrigado a Dona Ruth e a Dona Carmen, vó e mãe incomparáveis que sempre expressaram seu amor e apoio incondicional e me deixam sem palavras para demonstrar minha gratidão. E ao meu padrasto, João, por me ensinar o valor das coisas simples da vida.

À Pedro, Vitáli e amigos pela oportunidade da convivência, pelas diferenças e pelas partilhas dignas das verdadeiras amizades.

Aos colegas de morada da CEUFRGS por fazerem parte deste momento da vida e me ensinarem um pouco da arte que é viver coletivamente.

Obrigado à equipe do BIEV e do NAVISUAL que me acolheu desde Março de 2014 se fazendo além de uma comunidade de saber, um lugar de amigos.

À todos professores e colegas próximos da graduação de Ciências Sociais da UFRGS que fizeram construir um carinho realmente especial pelo curso.

E, finalmente, obrigado à cultura Hip Hop, por me apresentar a um mundo novo.

Epígrafe

“Eu faço o RAP que eu gostaria de ouvir, ta ligado mano? Cê entende? Que a partir do momento que nós é sujo, nós vai sujar nosso RAP, feio. Por isso que a caminhada é pessoal. A caminhada não tem nada haver com o RAP não. É por causa que o RAP é um veículo, tio. Mas antes cê tem que ter o que veicular, entendeu? E muita responsabilidade pra passar alguma coisa em diante. Nosso sopro é um tufão, nós temos que pensar na molecada ouvindo RAP, nas tiazinhas de quebrada. O que cê tem pra falar que se aplica a todo mundo?”

(Entrevista de Neto, do grupo “Síntese” para o documentário “O RAP pelo RAP”).

Resumo

Este trabalho de conclusão de curso é produto das minhas reflexões como integrante da equipe do Banco de Imagens e Efeitos Visuais (BIEV/PPGAS/UFRGS) e do Núcleo de Antropologia Visual (NAVISUAL/PPGAS/UFRGS). Consiste em um estudo etnográfico da "Batalha do Mercado" evento ligado a um movimento da cultura Hip Hop em Porto Alegre. Primeiramente abordo minha inserção nos núcleos de pesquisa e no campo etnográfico, assim como reflito sobre "coleções etnográficas" e os processos de produção de "crônicas etnográficas". Quais histórias são possíveis de serem contadas através de um "banco de conhecimento"? Relaciono os conceitos de "formas de sociabilidade" e "espaço praticado" ao meu campo de pesquisa, como também descrevo processos de identificação de MC's associando-os ao campo cultural Hip Hop. Trato da experiência na produção de "narrativas visuais" com uma coleção de imagens produzidas pelo Coletivo de imagens Fotografia Cellejera. Abordo o advento da internet, assim como o acesso e o sucesso dos MCs nesta, e a participação das mulheres neste cenário cultural como os elementos históricos e mais significativos que marcam o nascimento de uma "nova geração" do RAP em Porto Alegre.

Palavras-chaves: Antropologia Visual, Hip Hop, Cidade.

Abstract

This course conclusion work is the product of my reflections as a team member of Banco de imagens e Efeitos Visuais (BIEV / PPGAS / UFRGS) and Visual Anthropology Center (NAVISUAL / PPGAS / UFRGS) . It consists of an ethnographic study of " Market Battle " event linked to a movement of the Hip Hop culture in Porto Alegre. I approach my insertion in research groups and ethnographic fieldwork, as I reflect on " ethnographic collections " and production processes of " ethnographic chronic " . Relate the concepts of " forms of sociability " and " practiced space " to my research fieldwork , as well as describe MC's identification processes linking them to the cultural field Hip Hop . Tract of experience in the production of " visual storytelling " with a collection of images produced by the Collective pictures Cellejera Photography. I approach the advent of the internet , as well as access and the success of MCs in the virtual world , the participation of women in this cultural setting like the most significant elements that mark the birth of a "new generation" of RAP in Porto Alegre.

Keywords: Visual Anthropology, Hip Hop, City.

Lista de Imagens

Figura 1: Espaço no centro de Porto Alegre onde ocorre o evento da "Batalha do Mercado"	15
Figura 2: Modo de organização padrão da coleção etnográfica no BIEV.....	17
Figura 3: A experiência de realização da decupagem sonora como método.....	25
Figura 4: Processo de edição da crônica etnográfica "o que é a Batalha do Mercado?".....	27
Figura 5: A batalha o mercado o público performatiza junto aos MC's. Fonte: CC BY-SA Overmundo.....	29
Figura 6: MC's da Batalha do Mercado ao lado do Mercado Público de Porto Alegre. Fonte: Fotógrafo Linhares Junior.....	33
Figura 7: Guilherme, o MC "GR", também falou um pouco sobre as redes de batalhas que compõe a Batalha do Mercado. Foto: Linhares Junior.....	36
Figura 8: Madyer Fraga, o MC Amarelo, em reportagem do jornal Diário Gaúcho.....	39
Figura 9: Fonte: Coletivo de Fotografia Callejera, Porto Alegre 2014.....	44
Figura 10: Fonte: Coletivo de Fotografia Callejera, Porto Alegre 2014.....	45
Figura 11: Fonte: Coletivo de Fotografia Callejera, Porto Alegre 2014.....	45
Figura 12: Fonte: Coletivo de Fotografia Callejera, Porto Alegre 2014.....	46
Figura 13: Fonte: Coletivo de Fotografia Callejera, Porto Alegre 2014.....	47
Figura 14: Fonte: Coletivo de Fotografia Callejera, Porto Alegre 2014.....	48
Figura 15: Dion e Madyer apresentaram a "Banca Clandestina" Fotografia: Jose Luis Abalos Junior.....	49
Figura 16: Fonte: Coletivo de Fotografia Callejera, Porto Alegre 2014.....	50
Figura 17: Fonte: Coletivo de Fotografia Callejera, Porto Alegre 2014.....	50
Figura 18: Fonte: Coletivo de Fotografia Callejera, Porto Alegre 2014.....	51
Figura 19: Fonte: Coletivo de Fotografia Callejera, Porto Alegre 2014.....	53
Figura 20: Fonte: Coletivo de Fotografia Callejera, Porto Alegre 2014.....	54

Sumário

1. Introdução	9
2. A imaginação criadora da cidade	11
2.1 A inserção de pesquisa no BIEV e o aprendizado da Antropologia Urbana e da Antropologia Visual	11
2.2 A entrada em campo.....	14
2.3 A coleção etnográfica.....	16
3. Crônicas etnográficas: experiência da produção audiovisual no BIEV	18
3.1 Pré-Produção	18
3.2 Produção.....	21
3.3 Pós-Produção.....	24
4. Que cidade é essa? Sociabilidades de MC's e espacialidades do Hip Hop no Mercado Público de Porto Alegre	28
4.1 O Mercado como um espaço praticado	31
5. Hip Hop, identidade e cultura na Batalha do Mercado	35
5.1 Cultura Hip Hop, Brasil e Porto Alegre	36
5.2 Entre a parte e o todo: relatos de identidade MC	39
5.3 Memória, tecnologia e gênero: a velha e a nova geração de uma cultura Hip Hop	42
6. Ensaio sobre narrativas visuais: estilos de vida, consumo e performance na Batalha do Mercado ..	44
6.1 Narrativas Visuais de Performance	49
7. Conclusão.....	56
8. Referências.....	58

1. Introdução

Este trabalho é produto de pesquisa etnográfica e da interpretação dos dados etnográficos oriundos da minha participação como integrante da equipe do Banco de Imagens e Efeitos Visuais (BIEV/PPGAS/UFRGS) e do Núcleo de Antropologia Visual (NAVISUAL/PPGAS/UFRGS). Relato o processo de produção como bolsista de Apoio Técnico e de pesquisa compartilhando os saberes das comunidades interpretativas que pensam a antropologia urbana articulada com a antropologia visual.

No primeiro capítulo abordo "A Imaginação Criadora da Cidade", esta parte inicial já foi e é referida em muitas pesquisas realizadas nos núcleos. Faço uma pequena introdução de entrada nestas e comunidades de pertença intelectual e na "Batalha do Mercado" que é meu objeto de estudo etnográfico. Descrevo como neste evento se desenrolam inúmeras relações de interessante significado para o estudo antropológico e entendo tal objeto como um "Fato Social Total" em que foi necessário realizar escolhas, opções e recortes conceituais para poder dar conta da produção desse ensaio. Por fim esclareço tais opções conceituais que me levaram a constituir "coleções etnográficas" num banco de conhecimento multimídia que é elemento base nesta produção.

Quais histórias são possíveis de serem contadas através de um banco de conhecimento? É desta pergunta que parto no segundo capítulo em que abordo, metodologicamente, da experiência que tive nas fases de pré-produção, produção e pós-produção de "Crônicas Etnográficas". Esta diz respeito a pequenas histórias contadas através das ferramentas audiovisuais e expressa um processo de reflexão permanente vivenciado no cotidiano de trabalho nos núcleos de antropologia e urbana e antropologia visual.

No terceiro capítulo intitulado "Que cidade é essa? Sociabilidades de MC's e espacialidades do Hip Hop no Mercado Público de Porto Alegre" reflito sobre dois conceitos relevantes nessa produção e em toda produção do BIEV e do NAVISUAL. O primeiro é o de "formas de sociabilidade" cunhado primeiramente por Georg Simmel e, posteriormente no Brasil, por Gilberto Velho. O segundo é o de espacialidades e "espaços praticados" proposto por Michel De Certeau. Nos dois casos faço um exercício de relação permanente e constante com meu objeto de pesquisa antropológico com vistas de articular, conectar e relacionar o meu banco de dados, a minha experiência etnográfica em campo com tais propostas conceituais.

No próximo capítulo, o que de certa forma me senti mais a vontade em escrever por ter tido essa experiência de estudo na graduação com o Prof. Ruben Oliven, me debruço sobre questões de identidade dos MC's e de Cultura Hip Hop no Brasil e em Porto Alegre. Relaciono questões ligadas a grandes discursões sobre identidade e os processos de globalização. O papel do local no universal, assim como o da tradição na modernidade com foco empírico na Batalha do Mercado e no acompanhamento que realizei com alguns interlocutores como Madyer, o MC Amarelo, que é fruto de inspiração neste debate. Também faço um esboço inicial sobre questões de gênero, tecnologias e comunicação nesse meio cultural.

No último capítulo intitulado "Ensaio sobre narrativas visuais: estilos de vida, consumo e performance na Batalha do Mercado" busco expor nessa produção outro trabalho importante que é realizado cotidianamente - assim como o de produção de crônicas etnográficas - no BIEV e no NAVISUAL: o de narrativas construídas através da imagem fotográfica. Através do acesso a bibliografia indicada em reuniões de orientações, experiências de oficinas da temática em outras instituições, contato com o Coletivo de Fotografia Callejera e acesso ao banco de conhecimento multimídia, faço um ensaio básico de narrativas visuais relacionadas aos conceitos de estilos de vida, consumo e performance na Batalha do Mercado.

Por fim encerro o Trabalho de Conclusão de Curso fazendo um retorno a Madyer, o MC Amarelo, pertencente a uma "nova geração" da cultura que Hip Hop, que certa vez me questionou: "e tu, não rima?", ou "Tu não é do Rap né?". Questionamentos corriqueiros no processo de inserção na pesquisa que me acompanham durante estes nove meses que estou em campo e me fazem (re)pensar a cada dia a relação que tenho como pesquisador, sujeito inserido no mundo social, com meus interlocutores.

2. A imaginação criadora da cidade

2.1 A inserção de pesquisa no BIEV e o aprendizado da Antropologia Urbana e da Antropologia Visual

A pesquisa sobre determinado evento organizado por jovens MC's (Mestres de Cerimônia) denominado "Batalha do Mercado" faz parte do Núcleo de Pesquisa sobre Culturas Contemporâneas(NUPACS/PPGAS/IFRGS) e do Banco de Imagens e Efeitos Visuais(BIRV/PPGAS/UFRGS). A partir dos estudos sobre sociedades complexas, um tipo de sociedade na qual a divisão social do trabalho e a distribuição de riquezas delineiam categorias sociais distinguíveis com continuidade histórica (VELHO, 1981), o BIEV tenta compreender os fenômenos da cidade moderno-contemporânea através de estudos sobre a dinâmica cultural e da vida social no contexto urbano (ECKERT E ROCHA, 2006). A antropologia Urbana e a Antropologia das Sociedades Complexas tratam, portanto, sobre o fenômeno da modernização das cidades brasileiras e a construção social da condição de pessoa/indivíduo moderno (a) no contexto urbano (ECKERT E ROCHA, 2013).

Este trabalho estabelece relações entre determinados grupos de jovens pertencentes a uma "Cultura Hip Hop" e uma manifestação cultural urbana. Desenvolvo um estudo do e no meio urbano, buscando formas singulares e plurais de construção de formas de sociabilidade vividas na cidade. A experiência como bolsista de Apoio Técnico que realiza pesquisa no BIEV permitiu esse ato interpretativo de fazer uma etnografia na cidade e da cidade. Através da etnografia de rua auxiliada pelas ferramentas da antropologia visual é possível narrar as relações dos MC's com a cidade, levando em consideração que o contexto urbano permite a existência desta manifestação cultural no espaço público. A cidade, portanto, é interpretada como uma sede de sentidos de toda uma coletividade (ECKERT E ROCHA, 2013), onde os indivíduos se apropriam de um mundo comum e constituem formas de sociabilidade e performances no espaço o público.

A partir da pesquisa com memória coletiva e do ato de estranhamento e admiração durante o trabalho de campo é possível interpretar as metrópoles contemporâneas através dos subterfúgios dos seus habitantes (ECKERT E ROCHA, 2013) e o MC como um personagem da cidade que flexibiliza preceitos que são racionais e impessoais e que vão além da estrutura formal do cotidiano. O estudo sobre esta batalha como manifestação cultural no contexto urbano demonstra a imaginação criadora que a cidade oferece aos seus habitantes (ECKERT

E ROCHA, 2006). Os laços sociais criados entre MC's e cidadãos produzem a duração (BACHELARD, 2001) de uma manifestação cultural específica, uma forma social (SIMMEL, 1981) particular na cidade moderno-contemporânea.

A experiência no BIEV, que busca o tratamento documental de coleções etnográficas destinadas à concepção de um museu virtual da cidade, proporcionou, a partir da formação de uma etnografia com imagens, uma pesquisa antropológica estruturada em categorias pré-estabelecidas pelos pesquisadores e que orientam a coleção etnográfica inserida no banco (categorias determinadas por conceitos importantes das ciências sociais e de acordo com sua relevância para pesquisas no contexto urbano), tornando-se assim uma rede de imagens e reunindo uma memória visual com os fenômenos sócio-culturais da cidade. Partindo da perspectiva da Antropologia do Imaginário (DURAND, 2008), a pesquisa com imagem não se refere apenas a registrar e documentar acontecimentos históricos, mas compreender a dinâmica de processos culturais complexos.

Desenvolvi este trabalho a partir de oficinas e orientações realizadas no Banco de Imagens e Efeitos Visuais e no Núcleo de Antropologia Visual sob a orientação da Professora Doutora Cornelia Eckert e da Professora Doutora Ana Luiza Carvalho da Rocha. Nestas reuniões, ocorridas durante todas as terças-feiras, eram pensados os elementos e ferramentas presentes da produção etnográfica relacionada à imagem e ao contexto urbano. Participei efetivamente das reuniões do BIEV, no qual me encontro como bolsista de Apoio Técnico, coordenado pela professora Ana Luiza Carvalho da Rocha para aperfeiçoar questões como a escrita etnográfica e o entendimento dos processos de pré-produção, produção e pós-produção do documentário etnográfico. E do NAVISUAL, coordenado pela professora Cornelia Eckert, momento de discussão de pontos dos roteiros anteriores e posteriores à saída de campo, os resultados das produções fotográficas das nossas pesquisas e a organização das nossas coleções etnográficas. Nesta comunidade de pertença intelectual também tive a oportunidade de elaborar oficinas sobre "Narrativas Fotográficas" junto aos colegas de núcleo que foram realizadas durante todo o ano de 2014 em diversas localidades e instituições.

Participo destes núcleos desde março de 2014 e foi nele que comecei a traçar minha trajetória de estudo de finalização de curso. De modo geral, meu desenvolvimento no curso de Ciências Sociais da UFRGS esteve dividido pelo interesse na Antropologia e na Sociologia. Em um primeiro momento, graduando em História, estive vinculado ao Centro Histórico Cultural da Santa Casa de Porto Alegre onde exerci funções como a digitalização do acervo

fotográfico, pesquisa e divulgação do acervo histórico. Logo após, com a entrada no curso de Ciências Sociais, me interessei pelas relações entre ambientalismo e religião, interesse advindo da minha inserção no Núcleo de Estudos da Religião e no grupo de estudos "SobreNaturezas" sob orientação do professor Carlos Alberto Steil, o que me trouxe uma importante experiência de pesquisa na área de Antropologia. Enfim, durante a realização da disciplina de métodos qualitativos e através do convite da professora Cornelia Eckert, me interessei em entender realidades específicas a partir de sociedades complexas em contextos urbanos, justificando, desta forma minha atuação atual como pesquisador nos dois núcleos.

Atualmente me insiro no projeto "Banco de Imagem e Efeitos Visuais: a criação de um museu virtual da cidade" (FAPERGS/CNPq/Propesq/UFRGS-2014). Longe do tratamento museal das identidades culturais no meio urbano, o que é fundamental neste projeto é investigar como se processa a gestão e a fixação de capitais culturais amplos do viver a cidade nos parâmetros dos processos de tratamento de conjuntos documentais de instituições ligadas ao patrimônio histórico, artístico e cultural. Neste sentido, este projeto de pesquisa, (a partir de tais coleções de imagens sonoras do mundo urbano de Porto Alegre), investe em novas formas de tratamento dessa documentação como possibilidades de interpretação dos tempos e espaços sociais através da implantação de um museu virtual da cidade (BIEV-Banco de Imagens e Efeitos Visuais), além da produção de novas coleções etnográficas.

No BIEV o elemento disparador que norteia a produção acadêmica é o conceito de tempo. É o tempo que é narrado nos jogos das memórias coletivas. O conceito de "memória" é construído no "tempo narrado" e na "identidade narrativa". Antes de participar da equipe do BIEV já tinha tido contato com esse tipo de pesquisa no curso de História que comecei e não terminei, assim como nas atividades de pesquisa com religião que havia realizado ano passado. Qual é o tempo vivido por esse grupo que desejo pesquisar? A partir de que experiência temporal se representa a memória destes MC's? Com o desenvolvimento da pesquisa o conceito tempo aparece para essa produção representado na "memória situacional" ou "memória do presente" ligada a escolhas de estilos de vida (VELHO, 1992).

2.2 A entrada em campo.

Meu primeiro contato com aos MC's praticantes deste jogo se deu em março de 2014 com Lucas Melo, o "MC Carro Chefe", que é um colega estudante de Ciências Sociais que entrevistei na sala do BIEV. Lucas me falara muito da cultura Hip Hop no Brasil e em Porto me indicando pessoas e eventos nos quais poderia iniciar alguma pesquisa mais concreta. Dentre tais indicações estava a "Batalha do Mercado", evento do qual alguns outros amigos conhecedores de RAP já haviam comentado. Nos dias seguintes procurei a página do evento nas redes sociais, me informei sobre as próximas edições, assisti alguns vídeos do evento disponíveis na internet e principalmente: comecei a pensar sobre uma possibilidade de pesquisa ligada a antropologia urbana e a antropologia visual.

A primeira vez que fui à batalha marquei com Aretha uma menina negra de cabelos compridos que é organizadora do evento. A expectativa era grande, pois já havia um tempo estava me preparando para o dia. Segue um trecho do relato de campo:

A batalha estava programada para começar às 22h e quando era por volta das 21h e 20min saí da minha casa próxima ao HPS com uma jaqueta, com compartimento pra duas canetas e um bloco de anotações. A expectativa era grande por basicamente dois motivos: primeiramente por que nas três semanas anteriores já me organizava para o momento e comentava sobre universo, tema e objeto de pesquisa nas disciplinas que realizo e no próprio núcleo. Depois por que tinha e tenho algum receio de assalto ou algo do tipo naquele horário e naquela localidade. Nesse momento me lembrei de algum texto que teria lido que falava que a própria observação participante é constituída como um ritual para o antropólogo. E pra mim não foi diferente. Esse momento era o de ver, de fato, o que pensava cotidianamente sobre a Batalha.

O local onde ocorre a Batalha do Mercado é um espaço que diz muito da construção da cidade de Porto Alegre e alvo de muitas pesquisas relacionadas à memória coletiva. Todos os últimos sábados do mês, às 22h, MC's de diversos lugares da cidade e da região metropolitana ocupam um determinado espaço geográfico: em frente às escadarias do "Chalé da Praça XV" e o final da linha de ônibus da "Praça Pereira Parobé". De um lado esta o "Mercado Público" e o reformando "Largo Glênio Peres", de outro, está à esquina da "Avenida Voluntários da Pátria".

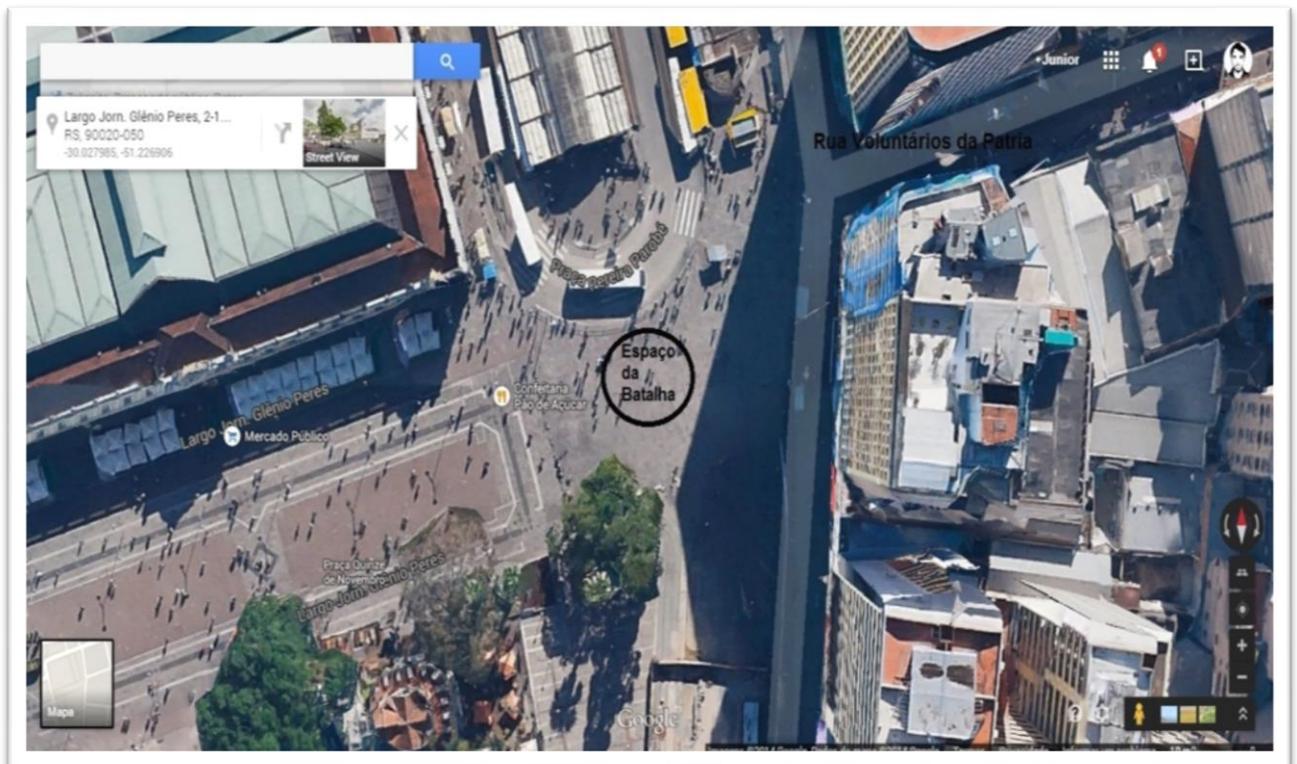


Figura 1: Espaço no centro de Porto Alegre onde ocorre o evento da “Batalha do Mercado”

No epicentro da cidade e cercada de locais carregados de um significado histórico essa manifestação cultural acontece sempre à noite quando esse espaço se torna um cenário de outras sociabilidades: o que no dia é caracterizado pela movimentação massiva de pessoas, a noite se revela um espaço de poucos caminhantes em que as atividades de lazer são as mais praticadas. Entre estas atividades noturnas se destacam a compra e venda de bebidas e maconha, assim como aglomeração de alguns jovens cantores de RAP já conhecidos na cidade.

De uma batalha para outra, de um mês para outro, comecei aos poucos a identificar alguns MC's respectivos a um bate papo sobre a Batalha do Mercado. Através do contato com Madyer, o MC Amarelo (relação que vou abordar nos capítulos posteriores), tive acesso e pude ver os momentos de batalha de perto junto aos organizadores. E a minha intimidade como pesquisador com esse público heterogêneo que (que por vezes varia significativamente de batalha para batalha) se deu mapeando interlocutores que tinham como compromisso estar presente em todas as edições da batalha.

Percebi, nas primeiras edições que participei que no acompanhamento etnográfico da Batalha do Mercado, que o pesquisador se depara com uma manifestação cultural na qual um enorme conjunto de elementos complexos se mistura e compõem relações como formas de sociabilidade e maneiras de fazer da cultura Hip Hop em Porto Alegre. Elementos como violência, corpo, etnia, sexualidade, percursos urbanos, estratificação social, espaço público,

consumo e gênero são constituintes desse cenário montado pelos MC's ao lado do Mercado Público.

Seguindo o caminho teórico aberto por Marcel Mauss sobre as relações de troca e dádiva nas sociedades a Batalha do Mercado pode ser interpretada como um "Fato Social Total" (MAUSS, 2003), pois nela exprimem-se concomitantemente diversos elementos estéticos, morais, econômicos, etc. Estes fenômenos articulados põem em ação uma "totalidade" presente no jogo de improvisos, verbais e corporais, tipos de modelos de relações de trocas. Para Mauss "todos os fenômenos sociais podem ser assinalados pela linguagem" (MAUSS, 2003, p.120) e através das "técnicas do corpo" são expressos uma corporificação da experiência social na qual podemos ter acesso à cultura através de um indivíduo.

2.3 A coleção etnográfica

Museu virtual, o BIEV é constituído como um "cyberspace", um lugar onde se processa o estudo da memória (ECKERT E ROCHA, 2013). Inspirado pelo método de convergência mencionado por Henri Bergson e revisto por Gilbert Durand, as coleções etnográficas propõem ser um instrumento de diálogo nas experiências etnográficas, onde o antropólogo constrói o mundo do outro e de si através desses recursos e da representação dos jogos da memória coletiva.

Minha coleção etnográfica conta com fotografias, vídeos, áudios e textos obtidos em saídas de campo, pesquisa na internet e pesquisa no acervo que o BIEV possui. Esse banco de conhecimento multimídia está disposto nas categorias estabelecidas durante o processo de construção dos roteiros e saídas de campo: formas de Sociabilidade, estilos de vida, performance e consumo.

	Vídeo	Fotografia	Áudios	Textos	Total
Formas de Sociabilidade	18	150	7	7	182
Estilos de Vida	22	180	11	7	220
Performance	18	190	7	12	227
Consumo	8	27	5	9	49
Total	66	547	30	33	676

Tabela: Banco de Conhecimento Multimídia do Projeto "Batalha do Mercado"

Nas categorias escolhemos palavras-chaves, e essas imagens podem ser relacionadas a mais de uma palavra chave. Para posterior cadastramento no banco de conhecimento do BIEV, as imagens são intituladas mediante um padrão que se refere primeiro ao acervo (no caso "abiev" se refere ao acervo do Biev e "apjlaj" ao acervo pessoal Jose Luis Abalos Junior), em segundo lugar ao nome da foto e, por último, ao formato do documento ("o" quer dizer formato original).

É possível uma imagem pertencer a mais de uma categoria e palavra chave porque o método de convergência constrói uma constelação de imagens através de um pensamento por rede, derivado de outras formas de pensar que orientam a direção do conhecimento. Essas constelações proporcionam uma experiência do etnógrafo no mundo do outro e o reconhecimento dessas imagens a partir de uma totalidade e na possibilidade de convergência entre elas. Essa convergência não é uma equivalência funcional, mas uma convergência simbólica de imagens organizadas nessa constelação. Portanto, a organização dessas imagens através da constelação não parte da sua simples representação, mas dos símbolos que elas carregam. As imagens expressam uma dinâmica, uma rítmica e motivações simbólicas coletivas sobre a qual a imaginação criadora e humana se deposita (ECKERT E ROCHA, 2013).

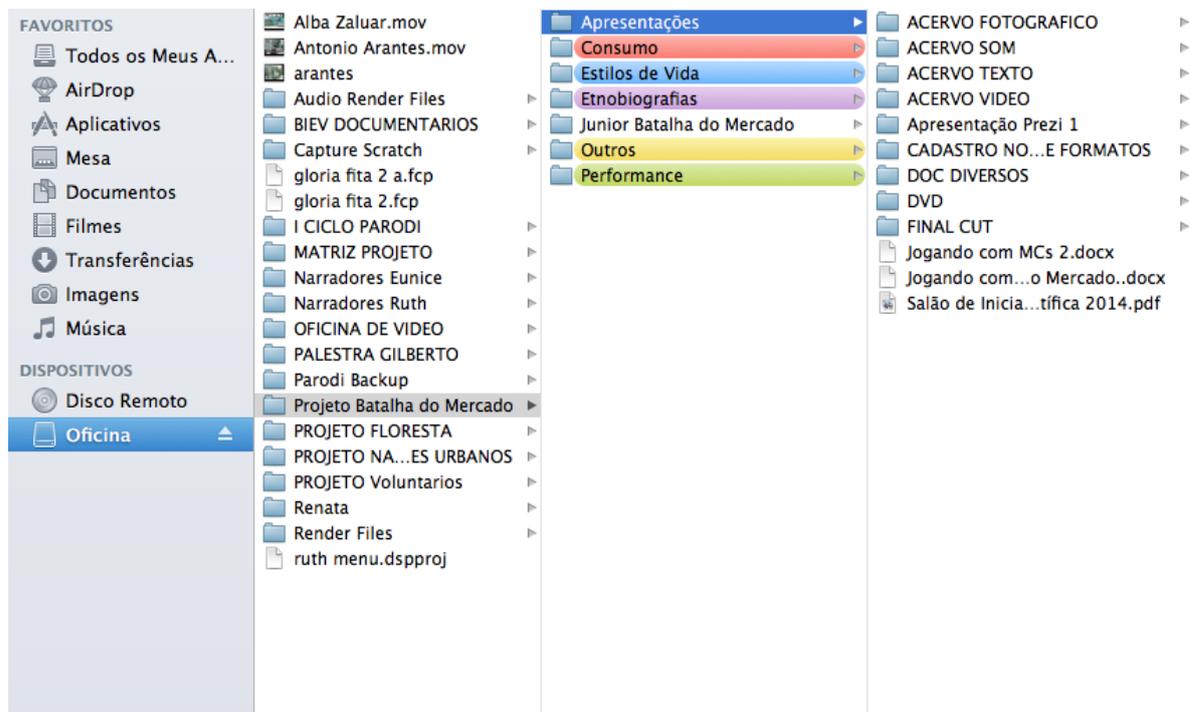


Figura 2: Modo de organização padrão da coleção etnográfica no BIEV.

3. Crônicas etnográficas: experiência da produção audiovisual no BIEV

Uma das atividades que realizo no BIEV é a de a partir da construção de um banco de imagens multimídias e de uma coleção etnográfica, responder a seguinte pergunta: quais histórias são possíveis de serem contadas através de banco de dados? A formação na produção do documentário etnográfico é presente no cotidiano de trabalho no núcleo através de reunião e conversas com colegas. O que trago aqui é a produção de crônicas etnográficas como parte de um processo de aprendizado das fases de produção do documentário etnográfico.

A preparação para o registro/captura de imagens, logo após, a decupagem e a montagem das imagens obtidas, três momentos em que se opera o agenciamento de imagem. A distancia entre de escrita e produção das crônicas deixa visível o lugar da interpretação no ato da descrição dos relatórios, roteiros e afins, ou seja, da subjetividade do antropólogo no processo de representação da imagem. Há um desafio aqui de capturar as palavras dos MC's e de restituí-la colocando-os na condição de protagonista da ação, atentos as circunstâncias sob as quais se manifesta a produção de sua fala.

É importante ressaltar aqui que falar sobre esse tipo de produção com meus interlocutores gerou e gera uma expectativa, deles e minha, quanto aos resultados das gravações. Ao dialogar em campo sobre uma produção audiovisual em torno da Batalha do Mercado os MC's se mostram mais abertos para falar sobre sua experiência e sobre seu entendimento da importância deste evento para a cultura Hip Hop em Porto Alegre.

Outro ponto significativo é a escolha das categorias de trabalho de "estilos de vida", "performance" e "consumo". Elas vão perpassar todo o trabalho de produção audiovisual e impender o sair em campo "caçando borboletas". Obviamente há muitos outros elementos a serem estudados na nesse evento na sua totalidade, mas para esse trabalho – através de um contato de estudos inicial – realizo este recorte conceitual.

3.1 Pré-Produção

Nesta etapa o tempo tem durações diversas: um dia, muitos dias, um turno ou mais, até mesmo meses, pois a intenção é sempre captar as múltiplas ações cotidianas dos protagonistas da ação, conforme a duração de suas ações e os seus diferentes territórios (na sua casa, no botequim onde é freguês, no bairro que ele frequenta etc). (ECKERT E ROCHA, 2006).

A pré-produção se inicia com a pesquisa sobre o tema do documentário etnográfico e sobre os tipos de produção já realizados sobre cultura Hip Hop. Essa etapa inclui:

- Leituras de livros e artigos sobre produção do documentário etnográfico. Esse tipo de orientação é passada nas reuniões do núcleo. Indico como importantes referências a produção de Jean Rouch, Jean Arlaud e Jorge Preloran.
- Acesso às produções audiovisuais de das professoras coordenadoras do BIEV e do NAVISUAL, para entendimento maior do estilo de produção audiovisual proposta por estas comunidades de pertença conceitual na qual me insiro.
- Elaboração de pré-roteiros de saída de campo para captação de fotografia, vídeo e som.
- Montagem de uma equipe de gravação com colegas dos núcleos e amigos interessados no tema. Não foram raras às vezes em que, em meio às orientações, foi posto que a produção audiovisual é caracterizada pelo trabalho em equipe e está sempre foi uma preocupação de minha parte: localizar interessados participar da equipe durante o evento da batalha. Neste processo foram constituídas parcerias como as com o coletivo "Fotografia Callejera" e o colega Jonatham Madeira sempre presente.

Trago aqui um exemplo de produção desta fase no qual elaboro um roteiro no qual, após um trabalho de decisão em grupo com a equipe, indico alguns procedimentos importantes para serem pensados nas reuniões pré-campo. É um resumo de um roteiro de gravação de vídeos que demonstra o quanto essa fase do processo é significativa nessa produção.

Roteiro para saída de campo com gravação de imagem audiovisual.

Jose Luis Abalos Junior (Bolsista de Apoio Técnico BIEV)

Projeto: Jogando com MCs: estilos de vida, performance e consumo na Batalha do Mercado.

Roteiro

- Plano de sequências de imagens audiovisuais do momento dos duelos verbais, seja os oficiais, seja os paralelos, procurando dar conta de seus ritmos e melodias, das sobreposições e encadeamentos de imagens sonoras.
- Plano de sequências de imagens audiovisuais que evoquem as sociabilidades dos grupos de jovens heterogêneos ali presentes.
- Plano de sequências de imagens audiovisuais de acompanhamento de uma interlocutora principal, organizadora da batalha, que possui um capital social em meio ao grupo de MCs.
- Plano de fundo dos sons e imagens que acontecem junto à roda que acontece durante a realização da batalha.

Roteiro de Gravação

Contato com instituições e informantes – Etnografia de Jose Luis Abalos Junior, alguns contatos com informantes organizadores já foram realizados indicando possibilidade de gravação. (Aretha e Madyer organizadores OK)

Estudos de iluminação, acústica, tempo e segurança.

Iluminação extremamente baixa, com alguns focos de luz em postes distantes. Acústica baseada em conversas paralelas que montam a paisagem sonora do lugar, no momento da batalha há necessidade de se escutar com mais atenção os duelos verbais, pois não há uso de microfones de nenhum tipo. A noite, à partir das 22h, se chover o evento é transferido. Em dias de inverno a temperatura é consideravelmente baixa. Levando em consideração de vulnerabilidade social de algumas pessoas que ali ficam pela localidade e no horário do evento, o trabalho em equipe se faz necessário.

Personagens e cenários

MCs em seus espaços de sociabilidade e na batalha em si. Saída exploratória com possibilidade de se centrar em uma informante chave organizadora da batalha. É a partir desta saída de campo com captação audiovisual que novas situações de etnografia serão delineadas. O cenário é a rua e a diversidade de forma que apresenta como expressão cultural específica.

Antes da batalha

Captação do cenário – Tomadas que deem conta da especificidade da localidade e da chegada de MCs para a Batalha. Com uso do tripé fazer tomada da escada presente em todo um lado do cenário, ela é o espaço de sociabilidades mais significativo desse momento anterior a batalha.

Acompanhamento da informante principal – Aretha, organizadora da batalha, tem um trânsito interessante entre os MCs na coleta de nomes para batalhar. Sugiro um acompanhamento específico pelos circuitos que ela faz nesse momento.

No momento das batalhas – as informais e a oficial.

Duelos verbais – Enquadrar na produção audiovisual vozes e gestos corporais que fazem parte do escopo de performance do MC. Em especial as sonoridades do momento do freestyle também evocam outros usos de vozes, reações do público, conversas, conflitos, assobios, gritos, enfim, interações destes sujeitos.

A roda do público – Durante as batalhas ocorre a formação de um círculo que serve como palco para a batalha. MCs que duelam ficam no meio deste círculo, enquanto o público se distribuiu na roda. Aqui penso em dois enquadramentos possíveis: O primeiro acompanhando o interlocutor principal que se posiciona ao lado dos MCs que batalham, coordenando o duelo, tendo em vista aqui o bom enquadramento que esta posição pode proporcionar levando em consideração a disputa por melhores espaços de escuta e de visualização pretendida pelo público. O segundo diria respeito a uma percepção dos movimentos coletivos e o impacto que este círculo vai causando no meio urbano da Praça Parobé no momento da batalha.

Dispositivos Cênicos

- Caminhadas pela Praça Parobé acompanhando e distanciando-se de sons e imagens específicas.
- Participação na cena da batalha, interação com o público do evento na medida em que se aproximam da equipe.
- Contemplação do evento a partir de alguns pontos de escuta e de e vista, que podem ser adotados segundo: sociabilidades na escada para dar conta das multiplicidades de relações ali estabelecidas, acompanhamento da interlocutora principal, tanto no momento anterior como, tomando a posição dela na cena do círculo onde ocorrem os duelos e pontos de visão e escuta mais ampla e externa ao círculo.
- Diálogos com público assistente e MCs. Possibilidades de diálogo informal.

Preparação para equipe de gravação

Preparação de equipamento / MD BIEV (Baterias ok?) / Baterias carregadas e pilhas (verificar quantidade necessária)

Cartões de memória com espaços compatíveis / Câmeras / Microfones direcionais e omnidirecionais. /

3.2 Produção

O processo de realização de crônicas etnográficas inclui a reflexão da intenção inicial da pré-produção que orientou a produção e ocorre na realização do que significa o processo de registro audiovisual e das ações do protagonista na ordem do momento da batalha, de suas falas e comentários. Foi somente no momento da captação das imagens durante o trabalho de campo com os MC's que aconteceram as escolhas de certos detalhes, sequências de gestos e de ações que a serem registrados na produção das crônicas etnográficas. Por meios destas o fenômeno capturado em imagens se torna, mais tarde, compreensível.

No que se refere aos protocolos de gravação todas as tomadas nos dispositivos audiovisuais foram feitas por equipes pequenas onde cada uma pessoa tinha uma função específica. Eu, como pesquisador, procurei dirigir o processo e não ter responsabilidades com as tomadas de vídeo, gravações de sons e produção fotográfica. Creio que com esta postura ganho no sentido de estar por dentro dos processos que estão acontecendo no sufoco da produção, tendo liberdade para transitar no espaço da Batalha do Mercado e conversar com os MC's. Por outro lado, como foi lembrado por alguns colegas em reuniões de exposição do trabalho no núcleo, perco no sentido de me capacitar tecnicamente no contato com os dispositivos técnicos. Tive esta opção por que algumas vezes me responsabilizei pela captura do som ou fotográfica e senti a dificuldade de, ao mesmo tempo, ter uma relação de conversa com os interlocutores, no fim os arquivos que me responsabilizei (sejam de fotografias ou sons) não tiveram a qualidade que esperava.

Posto isto estabeleci algumas relações que considero importantes. Na fotografia e vídeo já há muita produção sobre a Batalha do Mercado disponibilizada na internet pelo próprio público que participa do evento, esse tipo de produção é caracterizado por uma pluralidade de formas e conteúdos na representação da batalha. Esse material é publicado no ciberespaço da Batalha do Mercado no *Facebook*, *Twitter* e *YouTube* e geralmente contém imagens de algum duelo de MC's representativo pra quem produz a imagem. Nesse trabalho busco utilizar algumas destas produções online dando referências e contextualizando dentro das categorias conceituais opto em trabalhar.

Na fotografia tenho como parceiros o “Coletivo Callejera” que trabalha com fotografias de rua e o Linhares Junior que é um grande amigo aprendiz da fotografia. Nas saídas de campo, um ou/e outro, sempre estiveram presentes para dar esse auxílio nesse tipo de produção nesse trabalho. No captura das tomadas de vídeo o colega Jonathan Madeira do BIEV é um grande parceiro em todas as etapas, nele encontro um parceiro eficiente com o qual posso contar. Na questão sonora infelizmente ainda não consegui distribuir tal função do uso do gravador e dos microfones, sendo que eu mesmo desempenho esse papel¹

Os elementos dos protocolos de gravação orientam a descrição dos dispositivos técnicos, cênicos e dramáticos da produção audiovisual. Estes elementos seriam diferentes espaços de produção da fala do outro:

A escolha dos dispositivos técnicos em conjunto com os dispositivos cênicos e dramáticos que acompanham a gravação, todos os três relacionados às formas de se jogar o social que reúne o antropólogo e seus parceiros de pesquisa no interior de um diálogo etnográfico. (ECKERT E ROCHA, 2006)

No que se refere aos dispositivos técnicos utilizo na produção destas crônicas da Batalha do Mercado o que há de disponível em termos de equipamentos no BIEV e, por vezes, do NAVISUAL. Para fotografia sempre foram utilizadas as câmeras dos próprios fotógrafos (no caso do Coletivo Fotografia Callejera foram usadas duas câmeras: uma Nikon com lente 50mm 1.8 e uma Canon com lente 17-55 2.8), para gravações de vídeo utilizamos uma (...) do BIEV, (sempre como *handycan*), para sons utilizamos um gravador (...) com o Microfone Multidirecional por achar relevante a paisagem sonora presente no largo Glênio Peres. Com a equipe, descartamos nestas gravações iniciais equipamentos como *Boon* e *Tripé* por causarem um impacto grande no ambiente².

Quanto aos dispositivos cênicos há uma Iluminação extremamente baixa, com alguns focos de luz em postes distantes. A acústica é baseada em conversas paralelas que montam a paisagem sonora do largo Glênio Peres. No momento da batalha há necessidade de se escutar com mais atenção os duelos verbais, pois não são utilizados microfones de nenhum tipo por

¹ Nas próximas saídas espero aumentar quantitativamente e em qualidade a equipe de produção fazendo que todos passem pelo processo de pré-produção antes de ir a campo.

² Porém futuramente é possível que comecemos a nos utilizar de tais equipamentos para maior qualidade da tomadas da imagem visual e sonora.

parte da organização do evento. A noite, a partir das 22h, se chover, o evento ocorre abaixo de uma marquise de um prédio de esquina com a Rua Voluntários da Pátria. Em dias de inverno a temperatura é consideravelmente baixa. Levando em consideração de vulnerabilidade social de algumas pessoas que ali ficam pela localidade e no horário do evento, o trabalho em equipe se faz necessário, pois colegas já se sentiram ameaçados pela possibilidade de assaltos na localidade. A escadaria ao redor do "Chalé da Praça XV" é o principal espaço de sociabilidade dos MCs: é ali que ocorrem as pré-batalhas e isso ficará mais claro quando abordar a categoria de "performance".

Por fim os dispositivos dramáticos levam em conta as situações do encontro do pesquisador, equipe e seus interlocutores que interagem e operam suas relações sociais diante dos dispositivos técnicos no contexto de uma ação que se desenrola num cenário, denotando assim as formas diversas de pertença sociais e culturais postas em interação pelo trabalho de campo. O drama na Batalha do Mercado se dá através destas trocas estabelecidas entre MC's, público do evento e passantes pelo espaço do Largo Glênio Peres. A equipe de trabalho dessa produção se insere como mais um ator nesse dispositivo e busca mapear distintas formas de interação que constituem esse ambiente através das ferramentas da produção das crônicas etnográficas.

Uma experiência da produção de crônica etnográfica.

Durante a Batalha do Mercado do mês de Setembro, ocorrida no dia 27, organizei a equipe para produzir tomadas de vídeos, fotos e som durante o evento. Depois de muitas reuniões de formação, e de um contato maior com os interlocutores que já me conheciam, coletei os equipamentos necessários do BIEV carreguei as baterias e fiz testes com os cartões de memória. Então no dia do evento eu fiquei responsável pelas gravações de som, Jonathan ficou com o vídeo e Linhares Junior encarregado das fotografias. Conversamos bastante antes da produção das imagens no sentido de conseguir um depoimento de Aretha, principal interlocutora e organizadora da batalha, sobre "o que é a Batalha do Mercado?". Essa pergunta foi realizada para outros MC's presentes nessa edição. Fomos pensando também em realizar o trabalho norteado pelas categorias escolhidas, não fugindo do propósito conceitual da pesquisa.

No intervalo desta edição conseguimos o contato direto com Aretha numa espécie de entrevista em que eu a questionava sobre essa questão pré-estabelecida já gravando o som, enquanto Jonathan ficava com a *handycan* procurando um espaço com luminosidade para maior qualidade do vídeo. Aretha se mostrou prestativa e topou fazer a gravação. Nesse plano tivemos a preferência de focalizar o rosto de Aretha da cintura para cima abrindo espaço assim para um contexto de sociabilidade – captadas pelo vídeo e pelo som – que ocorriam durante a fala dela. Demonstrando certa experiência em falar sobre o evento que acompanha e ajuda a fundar de 2011, essa tomada de cerca de 6mim se tornou uma referência na constituição da crônica etnográfica. Nossa inexperiência com as técnicas e os usos dos equipamentos naquele momento específico é representada pelo balanço da câmera e do erro que notei posteriormente na gravação do arquivo de som. Contudo considero um passo importante, pois esta produção foi foco de boas discussões nas reuniões do BIEV e alertaram para os estudos de várias especificidades da produção audiovisual como tipos de plano e movimento de câmera.

3.3 Pós-Produção

Neste momento é importante a clareza e organização sobre os princípios das suas escolhas em termos da sucessão e articulação de imagens tendo em vista o propósito que deu origem as crônicas etnográficas em relação ao fluxo das falas. A organização do material filmado diz respeito à cerca de 20mim de gravação em cerca de 30 planos diferentes de material em vídeo. Esse banco de conhecimento aumenta quando se faz uma simples busca na internet de vídeos produzidos pelos próprios MC's. No que se refere a fotografias são mais de 200 arquivos separados nas categorias utilizadas na pesquisa, com fundos e autorias distintas ela são um importante banco de conhecimento no momento da montagem. Quanto às gravações sonoras possuo cerca de 15 arquivos, sendo que 2 deles contém 40mim de duração e dizem respeito a gravação ininterrupta de uma batalha. Por fim na construção deste banco de conhecimento há diversos textos que dizem respeito a entrevistas realizadas com MC's e Decupagens Sonoras.

Transcrição, decupagem e montagem são momentos metodológicos dessa última fase de pós-produção das crônicas etnográficas. Na transcrição foram trabalhadas três entrevistas com MC's considerados interlocutores chaves: Madyer, o Amarelo, que foi o primeiro que

acompanhei e que me abriu as portas apresentando outros MC's e a Batalha do Mercado. Atento as questões de gênero a figura de Ankaris, a Anck, MC mulher que vi batalha em uma das edições da Batalha do Mercado é outra entrevista importante. Por fim a entrevista com Lucas Melo, o Carro Chefe, colega do curso de Ciências Sociais e MC que soube contextualizar historicamente a cultura Hip Hop em Porto Alegre também é significativa nessa produção³.

Quanto à decupagem sonora e visual trata-se uma organização essencial pela minutagem de gravação. Através deste método se pensa a criação de um dispositivo propício a emergência da fala do interlocutor uma vez que ela molda a dramaturgia da produção da crônica, e a partir dele se reflete sobre as decisões a partir de uma ordem das ações narradas em relação a um roteiro de origem. Através deste tipo organização é possível acessar os conceitos e palavras-chaves específicos de partes da entrevista que possam interessar no momento da montagem. Segue um exemplo de decupagem sonora realizada sobre a gravação do momento das batalhas da edição de agosto:

Faixa 2 – Batalha do Mercado

Dispositivo Técnico: Gravador M-áudio + Microfone Multidirecional + Fones.

Dispositivo Cênico: Como estava chovendo a Batalha do Mercado aconteceu em baixo de uma marquise de um prédio localizado em umas das extremidades da Parobê. Como de costume se organizou uma roda com um espaço no meio para os MCs inscritos no jogo de rimas batalharem. Luminosidade melhor do que o normal, pois havia algumas lâmpadas na marquise do prédio onde estava sendo realizada a batalha.

Dispositivos Dramáticos: Por causa da chuva o público se abrigou de baixo de uma marquise e foi instalada uma caixa de som um microfone para os MCs. Madyer é o MC apresentador dessa versão da batalha. Um som da batida de acompanhamento também é novidade. Sendo assim me posiciono com o microfone multidirecional ao lado de Madyer e da caixa de som. Enquanto Jonathan e Leticia tiram fotos de suas câmeras.

Contexto/ Dispositivos técnicos/cênicos/dramático	Palavra Chave	Fala por/Time Code	Descrição
		Madyer	Começando ai a Batalha com os MCs Garde e IML
		Público	Sangue, sangue, sangue.
	Risco	IML	Ele é azul eu sou vermelho, colorado dos pampas.
	Estilos de Vida	1:48 A	Sem me esconder batalho então eu dou o sangue que vai te escorrer.
		2:28	Passou no valão foi pro ralo, se tu foi no embalo maluco, se liga loco do "sareta". Família "4 e 20" se liga é o seguinte: grapiche é piche né. E o risco. Alucina é na neblina, é na escalada, na madrugada. Se é o sangue que os nego quer ou é as balas pegando, estraçalhando. É verbalmente um bloco sonoro nocauteando os que mentem na cara, ingrato! Cada um vai fazer e pagar seu prato! Quando acabar a rima eu paro de rimar, mas eu não paro, não é futebol. Não quero fazer gol. Se vem o futebol eu furo essa bola "djou".
		Público	Sangue, sangue, sangue.
Durante todos os		Garde	Vou incomodar um pouco a batalha ai: O meu ontem fez um mês que o nosso mano, o "4 e 20" o "Maikê" se

Figura 3: A experiência de realização da decupagem sonora como método.

³ Posso mais duas entrevistas ainda não transcritas e espero realizar uma com Aretha até o final do ano.

Por fim o método da montagem diz respeito à construção da narrativa etnográfica sonora e visual uma vez que ela posiciona o pesquisador num espaço de reflexão quanto aos processos que vivenciou em campo. Nessa etapa é necessário um olhar geral a todo material do banco de conhecimento em suas diferentes mídias. Esse reconhecimento é essencial, pois como foi falado em certa vez em reunião “o próprio material já conta como ele quer ser montado” e crônica etnográfica em si é uma soma de montagens. Um roteiro de edição é muito significativo nesse sentido por que ele funciona como uma espécie de guia para ser encenado: é através dele que se decide onde serão feitos cortes e continuidades. Como exemplo trago a crônica “o que é a batalha do mercado?” em que a edição do vídeo que possui dois minutos se roteirizou pela descrição que Aretha, personagem principal dessa crônica, faz do evento. Ao seguir a fala desta personagem se relaciona a ela outras imagens nas quais Aretha descreve, como a do Mercado Público, dos MC's e do Largo Glênio Peres.

Toda edição no BIEV se utiliza do *software* “*Final Cut*” no qual desde o início do trabalho como bolsista do se tem a formação no processo de edição. Durante estes oito meses de pesquisa esta foi à fase que menos focalizei minha formação e para elaboração das crônicas etnográficas pedi auxílio ao colega Jonathan que já possui mais experiência no uso dessa ferramenta. Juntos passamos pela experiência de relacionar a roteiros de captação de imagem sonora e visual com as categorias conceituais escolhidas para essa produção.

No início do processo nos perguntamos: ao falar em “estilos de vida”, “performance” e “consumo” quais são os melhores planos? Quais são as sequências de planos e movimentos de câmeras que podem descrever visualmente através da produção fílmica estas categorias conceituais? Nesse sentido a função da pós-produção em crônicas etnográficas como estas é bastante expressiva, pois é nesse momento que é decidido/montado a melhor forma possível de descrever visualmente o que foi pensado desde os processos iniciais de produção audiovisual.

Jogando com MC's: identidade, estilos de vida e performance em uma experiência etnográfica na “Batalha do Mercado”. – Jose Luis Abalos Junior



Figura 4: Processo de edição da crônica etnográfica “o que é a Batalha do Mercado?”.

4. Que cidade é essa? Sociabilidades de MC's e espacialidades do Hip Hop no Mercado Público de Porto Alegre

Quais são os fatores que fazem possível a relação de convivido da Batalha do Mercado? O que socializa? Questionamentos com estes levam em direção a “sociabilidade” como um conceito significativo nessa produção assim como em outras produções do BIEV. Se a sociedade, no geral, significa interação entre indivíduos, segundo Georg Simmel a interação social sempre surge de determinados impulsos ou da busca de certas finalidades. A sociabilidade aqui é entendida como forma autônoma ou forma lúdica da sociação, e esta como:

A forma (que se realiza de inúmeras maneiras distintas) na qual os indivíduos, em razão de seus interesses – sensoriais, ideais, momentâneos, duradouros, conscientes, inconscientes, movidos pela causalidade ou teleologicamente determinados-, se desenvolvem conjuntamente em direção a uma unidade no seio da qual esses interesses se realizam. Esses interesses sejam formam a base da sociabilidade humana. (Simmel, 2000, p. 66)

Uma das hipóteses possíveis para estas questões iniciais é a de que a Batalha do Mercado se refere a uma maneira de socialização relacionada ao jogo de rimas e a espacialidade do Mercado Público. Longe de querer esgotar a análise, entendo nesse momento inicial através do contato com meus interlocutores, estes dois fatores como mais significativos nas formas de sociabilidades estabelecidas nesta manifestação cultural. Estes elementos, vistos aqui como articulados e articuladores do social, dão um panorama geral do tipo de socialização estabelecida entre MC's da Batalha do Mercado.

No que se refere ao jogo de rimas na “arte de duelar com palavras” há diversos estudos e inclusive uma linha de pesquisa dentro da antropologia que se debruça a entender esse tipo de fenômeno social. Uma visão geral de jogos de duelos verbais aponta que estes se caracterizam pela agressividade e pela troca de insultos como meio de sociabilidade. Marco Jacquemet, em uma revisão de conflitos verbais para a *Encyclopedia of Language and Linguistics*, define duelos verbais como "o câmbio competitivo de insultos geralmente obscenos entre pelo menos duas partes" (JACQUEMET, 2005, p.17).

Em uma entrevista realizada com Lucas Melo, o MC Carro Chefe, explicita um tipo de código linguístico esperado dos MC's nesse tipo de batalha que envolve o “esculacho”. O

interlocutor conta um pouco de sua trajetória dentro do Hip Hop como MC da Batalha do Mercado e seu processo de compartilhamento de outros códigos além deste grupo cultural. Para Simmel “tudo o que representa o que há de mais puro e profundo na personalidade, na vida, no caráter, no humor, no destino, não tem qualquer lugar nos limites da sociabilidade. Mesmo no que há de mais superficial ocorre à exclusão da personalidade” (Simmel, 2000, p. 78). Sendo assim Lucas, o MC Carro Chefe, se viu no dilema:

...E tem a “Batalha do Mercado” que acontece todo o último sábado do mês que acontece ali na Praça Parobé do lado do Mercado Público que eu participei algumas vezes, mas tive uns problemas por que o meu tipo de Freestyle eles não conseguem entender, e daí eles falam: "ha ta parece um professor de português ou sociologia falando, ta ligado, não é um Rapper", e falavam mais: "tu é muito enciclopédico, tu é muito acadêmico rimando" e eu não consegui ainda muito sucesso nas batalhas devido essa distância de mundos, essa distância de discurso. Então o meu discurso destoa muito do que eles geralmente fazem.

Sendo assim o fator da “igualdade” é significativo nesse meio social e não diz respeito somente a um conteúdo do qual todos podem participar de maneira igual, mas também a doação de um indivíduo a comunidade. Porém, para Simmel, essa é uma doação por trás da qual o doador se torna, por assim dizer invisível “a história mais requintada, mais sociável, é aquela na qual o narrador esconde a sua personalidade; a história perfeitamente contada se mantém no feliz ponto de equilíbrio da ética sociável, no qual tanto o individual subjetivo como o conteúdo objetivo se dissolvem totalmente em prol da forma pura da sociabilidade”. (Simmel, 2000, p. 76)

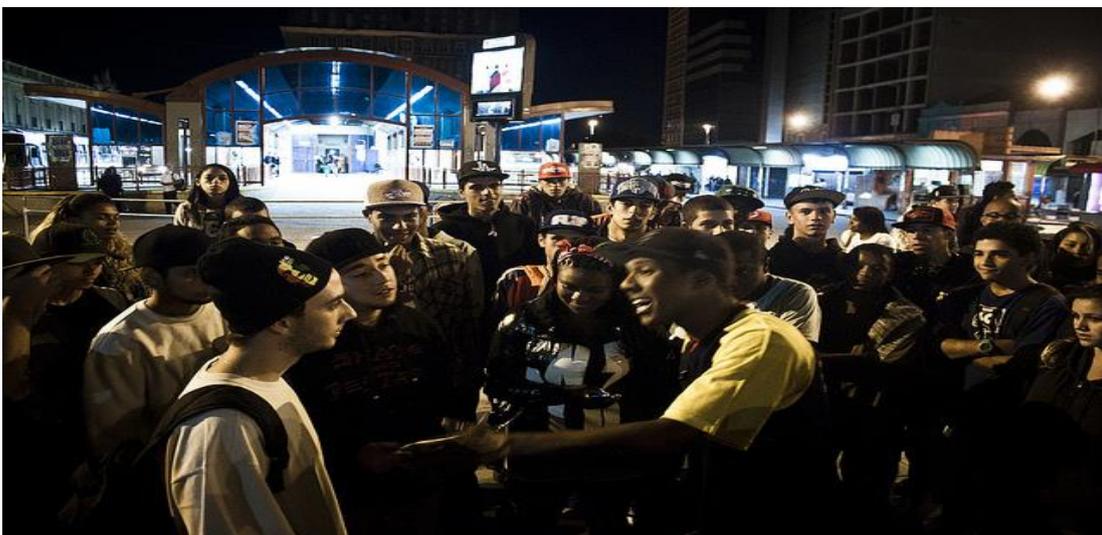


Figura 5: A batalha o mercado o público performatiza junto aos MC's. Fonte: CC BY-SA Overmundo

Esse tipo de sociabilidade fica mais clara quando pensando na "performance" dos MC's como categoria de análise (deixarei uma pequena parte do trabalho reservada a tal). Em resumo, reflito que os MC's da batalha do Mercado contam com uma ampla gama de retórica e não-verbal de meios para sustentar a sua posição no jogo, e que pode (mas não sempre como nas "batalhas de conhecimento") recorrer a insultos. Eles executam de acordo com o que eles percebem o público quer ouvir, inclusive por vezes insultos clamados pela relação entre MC's e Público. Nessa forma de sociabilidade há de haver capacidade por parte do MC de se adaptar aos gostos do público, e é isto que assegura as formas de aprovação. É por agradar ao público que o MC obtém o seu reconhecimento e isto é elemento chave para sua sociação com outros MC's e com a plateia nos momentos de sociabilidade, como intervalos na informalidade da roda do público.

O jogo é uma das formas de sociabilidade que se desenvolveram a partir da realidade da vida e criam seus domínios autônomos com relação à realidade. Para Valentina Pagliai reflete que para entender os duelos verbais é necessário pensar tanto na história individual subjetiva do MC que está duelando (trajetória social, etc) como na história coletiva da sociedade e do movimento cultural no qual ele está inserido:

Understanding each form of verbal duel requires a careful attention to its context, the meaning it has for the participants themselves, and the history and social matrix of the societies where it is performed. Even inside a single genre, situations, different participants, and different audiences can lead to very different outcomes for the verbal duels. At times there may be anger and previous conflict, at other times not. It is well to consider their variety, and the need to understand them as part of the linguistic and cultural system where they belong (PAGLIAI, 2009, p. 80)

Georg Simmel estabelece que "nenhuma forma de sociabilidade é desprovida de intencionalidade" assim como o local de sua realização não se dá como um fator dado. É significativo então pensar no por que do Mercado Público como espaço desta manifestação cultural em Porto Alegre

Quando os homens se encontram isso é sempre resultado de interesses específicos, assim como nenhum local de sociabilidade é escolhido sem estar no bojo de interesses. Só que para além desses conteúdos específicos, todas as formas de sociação são acompanhadas por um sentimento e por um a satisfação de estar justamente socializado, pelo valor da formação da sociedade enquanto tal. (SIMMEL, 2000, p. 66)

Aqui o Mercado Público pode ser pensado como um “espaço praticado” (De Certeau). Sua funcionalidade básica, segundo a crônica etnográfica “O que é Batalha do Mercado” diz respeito a sua localização de fácil acesso a todos os lados da cidade e da região metropolitana. Esse espaço diz muito da maneira pela qual os grupos na Batalha do Mercado se formam e se separam, e o modo pelo qual a rima, se desenvolve e termina, numa “reunião social” em que é fornecido “uma miniatura do ideal de sociedade que se poderia chamar de liberdade de associação”. (SIMMEL, 2000. P. 72)

4.1 O Mercado como um espaço praticado

Como já abordei no relato de entrada em campo a primeira vez que compareci a “Batalha do Mercado”, de certa forma intimidado com um primeiro contato, me coloquei na posição de “Voyeur”. A fim de ver o conjunto das vozes, estilos e manifestações, fiquei de longe observando através de uma construção visual o evento que me despertou algumas curiosidades iniciais como: por que esta forma de sociabilidade tem o Mercado Público como referência? Quais são os sentidos deste espaço para estes MC's?

Responder a tais questões levou-me a seguir um trajeto conceitual já bastante desenvolvido em pesquisas no BIEV: a significância do pensamento de Michel de Certeau me ajudaria e ajuda a entender esse espaço do Mercado Público como um “espaço praticado”. O “praticante” – diferente do *voyeur* - ocupa o espaços através do corpo em uma cidade habitada. Nesse sentido o Mestre de Cerimônia, o “MC” desse jogo performático, é um praticante do espaço, pois através da performance oral e corporal pratica, e praticar aqui significa ativar as “ações microbianas” como caminhar, beber e rimar.

Se “as experiências especializam” elas produzem nessa relação dos MC's com o Mercado público uma identificação refletida no momento das batalhas. Analiso que esse tipo de identificação se manifesta discursivamente através de duas categorias centrais nos processos enunciativos pelos quais se produz duas maneiras de improvisação no “Freestyle”: o “sangue” e o “conhecimento”. Estes modelos são “significantes espaciais” sobre o Mercado Público que organizam as condições de possibilidades e proibições no momento do jogo. Por mais que o público se identifique mais com rimas acusatórias no momento de decisão do

vencedor, todos estes elementos estão presentes na Batalha do Mercado que se encontra na "fronteira" (HANNERZ, 1992. P. 17) entre sangue e conhecimento.

A "batalha de sangue" se encontra dentro de uma ideia de "esculacho" onde MC's trocam acusações para esculachar seu oponente se utilizando de desqualificações ligadas principalmente a: 1) aparência/sexualidade/proveniência geográfica, 2) Agressividade na composição da rima, 3) Auto exaltação como verdadeiro MC. O trecho seguinte retirado de uma decupagem demonstra como o "MC Abu", através do freestyle (re)significa o Mercado como um espaço de conflitos e "zoeção":

Ta ligado eu vou falando, mas não vai voltando na rima. Enquanto nós ta aqui tu falou que eu não ia pegar mina. Mano eu tenho namorada, se pá eu sou casado. Mas não tenho essa carinha de safado veado. Agora vou te falar, tu não é MC, é Batalha do Mercado. Meu lugar de zoeção, não fica apavorado. Eu vou te falando velho, o bagulho é tipo sério. Eu não pulei que nem gatinho da puma, meu o bagulho é loco. (Decupagem sonora 31/05/2014)

Já a "Batalha de Conhecimento" tem o objetivo de através de temas específicos exigir do MC uma capacidade de improvisação em cima do tema proposto. Esse modelo de batalha tem um caráter mais político/cultural onde surgem questões principalmente relacionadas a: 1) Tom agregador por uma identidade cultural sem desqualificação do oponente, 2) Busca de uma representação da cultura RAP, 3) Humildade como um valor. Aqui esta prática espacial pode ser evidenciada através do exemplo da rima do "MC Gardê" que articula um discurso conciliatório com o sentido de batalhar no Mercado:

Esclarecendo a situação não vou vandalizar, não vim pra xingar, ou vou representar. O RAP é minha alma pode crer que eu vou falar. O RAP do Mercado pra tu comparecer. E agora eu vou falar, pode crer meu procede. Vamos trocar uma ideia, fazendo um *freestyle*, aumenta o som da caixa, não pode parar o baile, o bagulho é muito loco, RAP do Mercado no coração e a fumaça vai pro coco. (Decupagem sonora 31/05/2014)

Mercado Público. Chalé da Praça XV. Largo Glênio Peres. Praça Parobé. Avenida Voluntários da Pátria. São nomes e símbolos espacializantes na Batalha do Mercado: todos estes espaços tem uma história de intimidade na criação de Porto Alegre e fazem parte do lugar geográfico onde ocorre a batalha. São "*espaços praticados*" pelo MC, pois se seus sentidos são definidos pelos urbanistas eles são transformados pelos MC's que praticam o

espaço. Sendo assim são operadores de “arranjos cronológicos” e “legitimação histórica” (DE CERTEAU, 1996). Esses tipos de (re)significações estão ligadas aos “fundamentos críveis” das práticas espaciais simbolizantes. O Mercado Público, como dos espaços presentes na Batalha o mais significativo nas enunciações, é tornado “habitável” para o MC através das “apropriações espaciais autorizadas”.

Os sentidos deste espaço praticado é plural tanto exteriormente (pode ou não dizer respeito às lembranças e memórias de um lugar significativo na história e construção da cidade) como internamente (na heterogeneidade dos tipos de significação no sangue e no conhecimento). Neste sentido o Mercado Público é um espaço simbolizante aberto para o MC na Batalha do Mercado, que permite aos integrantes desta manifestação cultural criar uma espécie de jogo analítico e classificador de identidades. Através de “práticas inventoras do espaço” MC's, através da “arte do improviso” verbal e corporal, efetuam um trabalho que transforma lugares como o Mercado Público em espaços praticados.



Figura 6: MC's da Batalha do Mercado ao lado do Mercado Público de Porto Alegre. Fonte: Fotógrafo Linhares Junior

As possibilidades analíticas provindas de uma reflexão sobre o conteúdo das batalhas são inúmeras. O *Freestyle*, entendido como um relato de um MC, artista e praticante urbano, é uma instância de demarcação. Descrevem uma espacialidade e “não existem espacialidades que não organize determinações de fronteiras” (DE CERTEAU, 2006. P. 213). Se o *Freestyle* descreve, toda descrição é mais que uma fixação: é um ato “culturalmente criador”. Estes relatos de improvisos criam um teatro de ações que autoriza práticas sociais autorizadas e contingentes entre as “referências autorizantes” e são animados por fronteiras e pontes que representam a contradição de “delimitação” e “mobilidade”.

.a excomunhão das “divindades” territoriais, o desapareço pelos lugares habitados pelo espírito dos relatos e a extensão de áreas neutras, privadas de legitimidade, marcam a fuga e a fragmentação das narrações organizadoras de fronteiras e apropriações (DE CERTEAU, 2006)

5. Hip Hop, identidade e cultura na Batalha do Mercado

A Batalha do Mercado apresenta uma cultura Hip Hop única? Entre a homogeneidade e a heterogeneidade identitária pode-se se dizer que ela representa uma “comunidade de sentimentos” (ANDERSON, 2008)? Qual é o papel da tradição nesta manifestação cultural? Questões como estas surgiram e surgem no acompanhamento dos MC's que jogam o jogo do improviso na Batalha do Mercado. Responder tais questões exige do pesquisador processo reflexivo e de formação que espero dar conta nos estudos do mestrado acadêmico. Por enquanto, indico em algumas pinceladas o que observei no meu contato com meus interlocutores, diários de campo e entrevistas.

Analisar a relações do tipo universal e o local, modernidade e a tradição é parte instigante nesta pesquisa. Tendo a obra de Ruben George Oliven como referencial teórico, busco relacionar estes conceitos com meu objeto empírico de pesquisa antropológica: o evento específico da Batalha do Mercado e, consecutivamente, a cultura Hip Hop em Porto Alegre. Dentre as ideias centrais das pesquisas de Oliven está que na mundialização, o local está se tornando cada vez mais importante. Ao contrário do que se pensa, a globalização não termina com o local, mas acaba recriando-o (OLIVEN, 1992. p.42).

São muitos os grupos de jovens que vão a Batalha do Mercado. É notável o pequeno transito de pessoas de grupo para grupo, parecendo que são de locais distintos e não se conhecem. O que evidencia certa pluralidade de grupos ali presentes. Outro elemento que me deparei foi o que a maioria dos MCs se diziam novatos na batalha, que seria a sua primeira batalha. Quando falei com Aretha, organizadora do evento, esta me disse que realmente, em toda batalha, chega muita gente nova tanto como público, quanto como Mc para duelar. Dentro do público presente Aretha me falou que muitos não eram MC's, eram Rappers que curtiam a batalha. Esses faziam letras e eram do papel e da caneta, mas não sabiam fazer o *Freestyle*. Ficaria a cargo dos MCs o ato da rima e do estilo livre que caracteriza os jogos das batalhas de MCs. Falou-me também um pouco das batalhas que inspiraram a batalha do Mercado de Porto Alegre: são elas primeiramente a de “Santa Cruz”, em São Paulo, onde surgiram MC's famosos como o “Emicida”, e posteriormente a “Batalha da Leste” que, de fato, inspirou muito ela a organizar a do Mercado. Nesse sentido há certa rede de batalhas da qual a do Mercado representa Porto Alegre.



Figura 7: Guilherme, o MC "GR", também falou um pouco sobre as redes de batalhas que compõe a Batalha do Mercado. Foto: Linhares Junior

Preocupado em não cair na armadilha da "cronologização", reflito brevemente sobre a trajetória da cultura Hip Hop no Brasil e em Porto Alegre. Relaciono questões ligadas a grandes discursões sobre identidade e os processos de globalização. O papel do local no universal, assim como o da tradição na modernidade com foco empírico na Batalha do Mercado e no acompanhamento que realizei com o Madyer, o MC Amarelo, que é fruto de inspiração neste debate. Também faço um esboço inicial sobre questões de gênero, tecnologias e comunicação nesse meio cultural.

5.1 Cultura Hip Hop, Brasil e Porto Alegre

Antes de analisarmos uma breve história do rap no Brasil é necessário fazermos uma distinção entre Rap e Hip Hop, termos que até hoje confundem as pessoas. O Hip Hop é um movimento, uma cultura que integra quatro elementos artísticos principais, o *break* (dança), o grafite (artes plásticas), MC e o DJ (ambos representado a música). Esta pesquisa focaliza no papel d MC nesse meio cultural. Lucas Mello, o MC Carro Chefe, que demonstrou conhecimentos nesse sentido quando o questionei o que era e quando o Hip Hop houvera chagado ao Brasil.

O movimento Hip Hop surgiu nos Estados Unidos nos anos 70. Se não me engano foi no ano de nascimento da International Zulu Nation, que é a maior

organização de Hip Hop do mundo e foi fundada pelo Afrika Bambataa, que também criou o termo Hip Hop em 1968. Ai o Brasil começa a embarcar nisso que eu sei lá pelos anos 80, lá pela metade dos anos 80, com um cara que não tinha nada a ver com o Rappe o Miéli, Luis Carlos Miéli acho, que era produtor musical e fez um Rappe, que era fazendo também chacota do governo. O Rappe por pura excelência veio como um contraponto claro ao estatus quo. (Entrevista realizada com O "MC Carro Chefe" em 24/03/2014)

Como uma cultura advinda da rua nos Estados Unidos, a cultura Hip Hop manifestada na Batalha do Mercado carrega essa característica até hoje. E dessa forma se originou o movimento Hip Hop, do qual o Rap faz parte, tendo como representantes o MC, Mestre de Cerimônia, e o DJ, Disc-jóquei. São diversas as histórias sobre a origem do Hip Hop no Brasil, mas a encontrada na biografia do rapper Thaíde é a mais aceita e difundida. Segundo ele no Brasil, o rap surgiu a partir das equipes de *break dance* que se encontravam na estação de metrô São Bento em São Paulo em meados de 1985, os dançarinos se juntavam lá para ensaiar e como o equipamento de som era constantemente desligado pelos seguranças do local, eles utilizavam a lata de lixo metálica, para fazer o som da percussão. No livro biográfico de Thaíde ele afirma ter sido o primeiro a fazer isso.

A ideia era fantástica: fazer uso de percussão improvisada para dançarmos em paz sem que ninguém nos incomodasse. Para isso, eu fiz uso da minha experiência com o atabaque, que aprendi a tocar no candomblé, e comecei a tirar um som das latas de lixo do metrô mesmo. Hoje eu posso me orgulhar de ter tido o privilégio de ser o primeiro a fazer isso. (ALVES, 2004. p45)

Como um movimento cultural negro vivenciado em vilas e bairros de periferias do Brasil, o Hip Hop em Porto Alegre não foi diferente. Alguns estudos elaborados pelo programa de Pós-Graduação em Antropologia Social da UFRGS serviram como boas referências neste sentido como o de Cassio Maffioletti "Retomando a nossa esquina: o Movimento Hip Hop e suas formas de fazer política em Porto Alegre" e de Maria Andreia dos Santos Soares "Na base do muque da onda: estudo etnográfico de performance entre rappers da ALVO – Associação Cultural da Zona Norte de Porto Alegre".

No primeiro trabalho, através do acompanhamento etnográfico do Fórum Permanente do Hip Hop Gaúcho criado em 2010, com orientação da prof. Dra. Denise Jardim, Cassio Maffioletti analisa os processos de engajamento, organização e participação política de jovens militantes do movimento Hip Hop, tendo por objetivo compreender de que modo às marcas identitárias operam no modo de fazer política na vida social cotidiana. Já no trabalho de Maria Andreia dos Santos Soares, orientada pela Prof. Dra. Maria Elizabeth Lucas, faz estudo sobre

performance da fala e dos gestos de *rappers* integrante de determina associação cultura na zona norte da cidade.

Para além destas referências não foi fácil achar interlocutores que saibam desse histórico da chegada deste movimento cultural em Porto Alegre tendo contato unicamente com os MC's da Batalha do Mercado. Lucas, o Carro Chefe, me falou um pouco sobre o movimento Hip Hop em Porto Alegre:

No bairro do "Da Guedes" que é um dos maiores polos de Rap ai o Partenon, por que eles eram rua da Guedes por isso o nome do grupo, e ali é um dos grandes marcos, nas comunidades mais carentes mais afastadas, mais periféricas é onde eles estão mais alojados e onde eles sempre ficaram. Só quem com esse movimento da internet, com essa nova cena, com esse novo movimento do Hip Hop no Brasil o pessoal ta subindo, o pessoal ta fazendo essa Batalha do Mercado, em Esteio tem o "Basconha", tem a Batalha de Noia que é em Novo Hamburgo, existem eventos de Rap, existem grupos de Rap produzindo independentemente em vários cantos de Porto Alegre, mas eles se encontram mais pelo centro. Ali na "Casa do Gaúcho" acontecem vários eventos com bandas daqui, bandas nacionais, alguma vez que outra algum grupo internacional. Tem varias intervenções de Rap no Opinião agora. Como epicentro cultural de Porto Alegre acontece na Cidade Baixa, muita gente vai pra Cidade Baixa. Ou tem a movimentação também do "Rap pela rua" que é um movimento que o pessoal está levando uma caixa, ou caixas carregadas a bateria, e estão difundindo o Rap pelo Parque Marinha, pela Andradas, ou por onde eles puderem levar essa caixa. E eles sempre buscam recursos pra produzir outros MCs, pra poder conseguir material pra manter a caixa funcionando, e ai eles estão se movimentando. (Entrevista realizada com O "MC Carro Chefe" em 24/03/2014)

Ao abordar o início processo do conhecimento do Hip Hop em Porto Alegre não se pode diferenciar geograficamente de outras cidades como São Paulo. Os processos podem ou não acontecer simultaneamente "lá" e "aqui", assim com pode haver diferenças (ou não) nas formas de engajamento desta cultura na cidade. Independente da localização geográfica o Hip Hop se caracteriza por fazer parte de um movimento "transnacional" em que o fato dele ter sido gerado nos Estados Unidos não denota que ele seja parte de uma cultura especificamente norte americana. Podemos estabelecer alguns pontos que aproximam e diferenciam o Hip Hop como manifestação cultural em diferentes contextos e localidades onde ocorrem as suas manifestações como etnia, classe social, relação com a cidade, transnacionalidade, gênero, questões geracionais e de comunicação com a sociedade.

A "questão étnica" é significativa, pois o Hip Hop e o movimento negro são entendidos como produtos de movimentos culturais historicamente associados, e não é por acaso que a maioria dos jovens que encontro na Batalha do Mercado sejam negros. Contudo há um número significativo de MC's consideráveis brancos que fazem RAP e se identificam

com a cultura Hip Hop. Aqui o "estilo de vida" (VELHO, 1992) parece ser o fator agregador que está acima da questão racial. "Classe Social" é outro elemento que perpassa essa manifestação cultural: são nas periferias que há a disseminação da cultura Hip Hop e isso se expressa significativamente na Batalha do Mercado através dos "Itinerários Urbanos" (DE CERTEAU, 2003) dos MC's. Não há dúvidas de que há um processo de aceitação cada vez maior do RAP como categoria musical entre jovens de classe médias e altas da sociedade. Uma determinada "elitização" e um "embranquecimento" do RAP seria um interessante foco de pesquisa pra saber até que ponto essa aceitação social existe e de que maneira isso vai além de um gosto musical.

5.2 Entre a parte e o todo: relatos de identidade MC

Quando conheci Madyer, através de uma reportagem sua que saiu no jornal Diário Gaúcho de Porto Alegre, percebi que ele tinha um perfil híbrido: Madyer Fraga mais conhecido como "MC Amarelo" é branco, tem 17 anos e mora no bairro Bom Jesus (a Bonja) em Porto Alegre. Carrega consigo uma expressividade de determinada cultura negra da qual me falou um tempo depois que comecei a acompanhá-lo. Minha curiosidade se voltava para saber em quais os ambientes ele recebera sua formação e quais são as redes de sociabilidade atuais. Acompanhar a trajetória de Madyer me pareceu uma interessante estratégia para capturar certa lógica das infraestruturas dos fluxos culturais (APPADURAI, 1992) marcadas no seu cotidiano que fazem que se desenvolva na sua narrativa uma hibridização entre o local e global, bem como um processo de subjetivação envolvido numa multiplicidades de agenciamentos, no qual Madyer é estruturado e estruturante.



Figura 8: Madyer Fraga, o MC Amarelo, em reportagem do jornal Diário Gaúcho.

Ao longo do acompanhamento que realizei com o consentimento do meu interlocutor comecei a me perguntar acerca das comunidades antropológicas e das maneiras de pensar e viver que emergiam na onda dessa cultura do Hip Hop em Porto Alegre. A reportagem que saiu no dia 14 de Março de 2014 trazia o seguinte título "Madyer Fraga é a nova geração do RAP: ousadia e RAP com Milonga" e me chamou atenção principalmente por ressaltar uma dicotomia entre a Milonga, associada a um estilo tradicionalista de música, e o RAP ligado a uma modernidade musical. Então o que Madyer de certa forma operacionaliza através da música não é somente uma articulação entre dois estilos de musicalidades distintos, e sim um diálogo interessante entre tradição e modernidade, cultura global e local.

Madyer começou a escrever poesia e a rimar (Freestyle) desde muito novo através dos espaços de sociabilidade do qual frequentou na infância. Ai entra a figura do pai que sempre ouviu musica tradicionalista em casa e tem uma identificação com a cultura gaúcha. Entre a casa e a rua, o tradicionalismo gaúcho e RAP contemporâneo, há cerca de um ano atrás ganhou sua primeira batalha de MCs no seu bairro. Conta o que "no início meu pai, não me deu apoio. A ideia de eu gastar boa parte do meu tempo me dedicando a aprender a rimar e escrever não era legal pra ele". O apoio familiar veio quando através do contato deste jovem com um determinado produtor musical do centro de Porto Alegre realizaram as primeiras gravações. Sendo assim Madyer é subjetivado tanto pela experiência musical que teve em casa, quanto a que teve na escola. Na "zona intersticial" (HANNERZ, 1992) de um e outro produziu canções como "Chama Criola" que articula musicalmente o tradicionalismo gaúcho e o RAP. Segue uma estrofe da musica na qual denota certo processo de subjetivação associado à busca de uma originalidade:

Amadurecei, cresci, evolui. Madyer vulgo amarelo, sementes plantadas no caderno.

Interesse e azar não preciso, lagrima e o mar trocada por um sorriso.

Sabedoria na caneta, aguerrido na batalha a gente entra.

Faça tua trilha, insista na vida, sem mistério rima ao jeito gaudério.

Não tendo medo de cara feia, e jamais eu fujo da peleia.

Três letras estilo musical, diferença vem em ser original.

(Musica "Chama Criola", Madyer Fraga)

É neste lugar de fronteira que surge o sujeito pós-moderno, dito como não tendo uma identidade fixa, essencial ou permanente. "A identidade torna-se uma "celebração móvel": formada transformada continuamente em relação às formas pelas quais somos representados ou interpelados nos sistemas culturais que nos rodeiam" (Hall, 1987). E definida

historicamente, e não biologicamente. O sujeito assumiria identidades diferentes em diferentes momentos, identidades que não são unificadas ao redor de um "eu" coerente.

Para Ruben Oliven identidades precisam ser moldadas através de vivências cotidianas, por isso que a família, amigos de rua e escola são comunidade afetivas de primeira ordem. Embora identidade seja uma entidade abstrata ela é uma propriedade distintiva que diferencia e identifica grupos sociais:

Identidade é um termo que a rigor não surge inicialmente nas ciências sociais, mas na psicologia, como algo individual. Como é que eu, indivíduo, me vejo e sou visto e como que isso evolui ao longo do tempo? Mais adiante, isso foi adotado também pelas ciências sociais e hoje é questão central para a antropologia, a sociologia, entre outras ciências. A identidade tem basicamente a ver com o que nos torna singulares, diferentes de outros grupos. Pode ser desde um pequeno grupo de amigos, uma cidade, uma região, um país. O que temos de especial que nos torna diferentes (OLIVEN, 2012, entrevista para o jornal O Popular/Goiânia)

Há outros conceitos como o de "híbrides" e em outras palavras "mistura" (HANNERZ. 1978). Está na "margem" é a interpretação contemporânea das recombinações culturais trazidas pela globalização. Seria uma fonte de novação cultural. A conjugação cultural de diferentes culturas seria catalisadora da criatividade cultural e daí surgiria um genuíno terceiro sistema sociocultural, englobando duas partes, fruto do processo de difusão. Obviamente o conservadorismo surge como resistência, mas este não seria, não é e não será motivo para o fim das recombinações culturais.

Uma das hipóteses que tiro desta experiência é a de que o mundo globalizado não está caminhando para uma cultura única. A atividade cultural que Madyer realiza enquanto "misturador", agente da hibridização, e de formas musicais atreladas a todo um sistema simbólico de valores e práticas é significativa. Sendo assim este interlocutor possui um perfil híbrido articulando formas musicais distintas e reivindicando assim uma experiência cultural ao seu próprio modo. A cultura Hip Hop, como elemento global, não tira valor das experiências que Madyer teve em sua comunidade de afetos de primeira ordem na família e na rua.

Sua criatividade e seus desejos requerem formas analíticas capazes de abordar a singularidade da pessoa em meio à pluralidade do cenário cultural que ela esta inserida. Assim um dos efeitos da globalização é a recriação do local, mas não em forma de imposição. A globalização do Hip Hop não deixa todos MC's iguais, com a mundialização da informação os MC's, como Madyer, enfatizam mais suas peculiaridades e isso não indica necessariamente um desligamento do global: as duas formas convivem. A "hibridez cultural" é chave do

trabalho de Madyer que não se encontra musicalmente nem no tradicionalismo gaúcho, nem no RAP tradicional: assim fazendo representa a cultura como potencialmente inesgotável e torna-se o autor de si mesmo.

5.3 Memória, tecnologia e gênero: a velha e a nova geração de uma cultura Hip Hop

A tradição dos estudos sobre “duelos verbais” é caracterizada pela preponderância de homens que praticam esse estilo de jogo (PAGLIAI, 2009). Em uma das edições que estive presente na Batalha do Mercado conheci “Ankh” uma menina MC que me disse “curtir batalhar”, mas não o faria ali se não fosse com outra “mina”. A minha curiosidade neste momento foi saber se ela, como mulher, “rimava como homem”? Reproduziria certos códigos de um jogo eminentemente masculino? Quais eram as ressignificações discursivas de uma MC mulher no momento do duelo? Não tive a oportunidade de vê-la batalha ainda. Então a convidei para um bate-papo na Casa de Cultura Mario Quintana que ela aceitou. Numa tarde chuvosa descobri que o nome dela era Ankáris, tinha 18 anos e havia crescido “no meio de MCs”. “Ankh Rataria” como prefere ser chamada participa do grupo de RAP “Rataria” que, segunda ela, tem evoluído bastante no cenário desse estilo musical na cidade. Falou sobre o preconceito que existe no meio cultural do RAP quanto à integração de mulheres na batalha. Diz que “se tu perguntar a qualquer MC ele sempre vai achar legal uma mina participando, mas na hora da batalha eles não sabem como batalhar com a gente...” Sendo assim não se trata simplesmente da presença de uma mulher batalhando, e sim de uma reinvenção trazida pela “nova geração” - da qual ela disse fazer parte - do RAP na cidade. Ankh me disse ainda que está sendo organizado para o final de Julho o “Primeiro encontro de minas MCs” que logo vai acontecer. Espero participar.

Para Appadurai a “obra da imaginação” é uma característica constitutiva da subjetividade moderna. O autor faz um paralelo entre os meios de comunicação de massa, ligados a formação de uma identidade nacional (soberania territorial), e meios de comunicação eletrônicos constituintes de imaginários pós-nacionais. Através dos discursos de Dion, Madyer e Ankh identifiquei uma passagem de uma velha a uma nova geração. Uma geração mais antiga é lembrada por Dion como uma geração que teve muito mais dificuldades em nível de comunicação com a esfera pública. O monopólio cultural representado pelos meios de comunicação de massa como canais abertos de televisão e rádio dificultavam uma expansão massiva de uma determinada cultura subalterna vinda de periferias como o RAP.

Tal comunicação se dava na “comunidade”, no bairro, e através de alguns grupos referenciais (como o Da Guedes) que divulgavam o RAP através de Shows, rádios comunitárias e raros espaços em televisão e rádio abertas. O programa “Radar” da TVE (rede do estado) é lembrado como um dos únicos espaços de comunicação aberto explicitamente ao RAP.

Uma “nova geração do RAP” se caracteriza por dois elementos chaves: a inclusão da internet na vida cotidiana de MCs e a gradual participação cada vez maior de mulheres nesta cena cultural. No primeiro caso, sobre a globalização da informação através da comunicação eletrônica Appadurai aponta o papel significativo do “mundo pós-eletrônico” e como ele transforma um mundo de condutas pré-existentes através da multiplicidade de formas, da rapidez no fluxo de informação e da presença no dia a dia e rotina das pessoas. Contudo ressalta que este é um projeto social em curso. Nesse sentido não é raro ver jovens presentes no público da Batalha do Mercado filmando, fotografando e usando um aporte de tecnologias para produzir conteúdo e disponibilizá-lo nas redes sociais. No que se refere à participação cada vez maior do público feminino, como Ankh, na batalha e na cultura RAP podemos associá-la um processo global de feminização das esferas sociais e culturais (HALL, 1999). Ao abordar o “deslocamento do sujeito cartesiano para um sujeito pós-moderno” Stuart Hall aborda descentramentos, sendo um deles ligados ao impacto do feminismo, tanto como teoria crítica, quanto como movimento social. O feminismo fez parte dos “novos movimentos sociais” e constituiu o que veio a ser conhecido como política de identidade. Politizando identidades e processos de subjetivação o feminismo aparece no RAP através dessas implicações atuais na busca de um espaço de reconhecimento da mulher MC.

Questões de etnia e classe social são instigantes para futura pesquisa no processo de inserção da cultura Hip Hop em Porto Alegre. O advento da internet, assim como o acesso e o sucesso dos MC's nesta, e a lenta e gradual participação das mulheres neste cenário cultural podem ser considerados como os elementos históricos e mais significativos que marcam o nascimento de uma “nova geração” do RAP em Porto Alegre. Contudo, a tradição tem uma presença marcante e constitui um pano de fundo ligado à construção do Hip Hop como identidade social tornado inclusive irreal, no discurso de alguns MC's, a separação de uma nova e velha geração. Para estes estão “todos na mesma barca” que é a cultura Hip Hop, denotando assim, para o pesquisador, um conflito interessante entre homogeneidade no discurso e heterogeneidade nas práticas da identidade social.

6. Ensaio sobre narrativas visuais: estilos de vida, consumo e performance na Batalha do Mercado

Segundo glossário de categorias e palavras chaves produzidos no BIEV o conceito de “estilos de vida” está ligado “a forma pela qual uma pessoa ou um grupo de pessoas vivenciam o mundo e, em consequência, se comportam”. Já considerando a larga literatura sobre o tema, que tem como referências principais primeiramente George Simmel e no Brasil Gilberto Velho. Uso aqui a expressão no sentido mais utilizado na escola dos “Estudos Culturais”, em que se define hábitos e rotinas cotidianas de expressão e de consumo por pessoas que compartilham simbolicamente algumas experiências.



Figura 9: Fonte: Coletivo de Fotografia Callejera, Porto Alegre 2014.

No caso específico aqui estudado, abordamos tal questão pelo viés dos estilos de vida juvenis associados ao gosto musical do RAP, como já foi exaustivamente explorado por Bennet (1999), Hebdige (2004), e sugeridos em outros trabalhos organizados por Stuart Hall.



Figura 10: Fonte: Coletivo de Fotografia Callejera, Porto Alegre 2014.

É importante salientar também que a noção de estilo está presente no entendimento usual do meio hip-hop e do comportamento juvenil, associado geralmente ao gosto musical e aos usos de certas indumentárias, espaços de encontro e consumo e formas de agir.



Figura 11: Fonte: Coletivo de Fotografia Callejera, Porto Alegre 2014.

Se grupos de jovens ligados a uma dita cultura RAP representam novas linguagens e comportamentos, eles são influenciados e influenciam diretamente os hábitos de consumo (BAUMAN, 2007). Este consumo globalizado promove conexões estéticas e comportamentais com outros jovens ao redor do mundo, principalmente pelo acesso a internet e todas as ferramentas. Por mais que estes jovens participantes desta batalha venham de regiões periféricas da cidade há por parte deles um acesso a bens de consumo como celulares com câmera que transitam, documentam e disponibilizam na internet conteúdos. Tal conjunto de informações é fator de subjetivação por parte do MC que se reinventa a cultura RAP e se reinventa a cada batalha que participa.

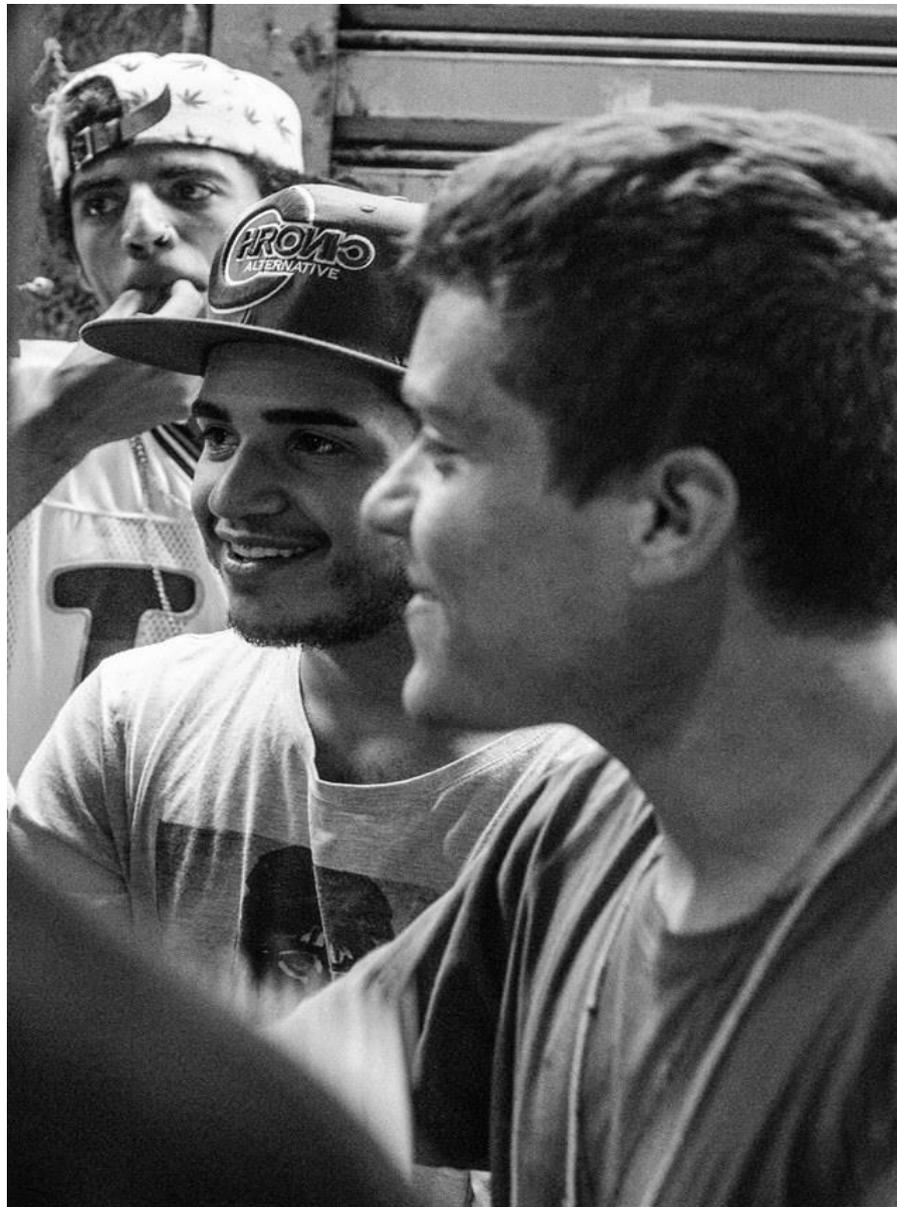


Figura 12: Fonte: Coletivo de Fotografia Callejera, Porto Alegre 2014.

Uma das primeiras coisas que percebi ao acompanhar a Batalha do Mercado foi certa homogeneização marcada, por exemplo, nas vestimentas e nos códigos linguísticos da comunicação informal como gírias. Estas se associam muito a origem do RAP americano denotando um fluxo cultural (APPADURAI, 1992) representado nas roupas largas, boné de aba reta e na performance destes MCs. O uso de tais acessórios na vestimenta é parte integrante no desempenho do MC e através deles há códigos identitários ligados a marcas específicas do RAP (como a "Oakley") que são compartilhados e dão categoria de existência ao MC. Estabelecendo uma relação entre cidadania e acesso a bens de consumo, a antropóloga Lucia Scalco Mury pesquisou jovens ligados ao fenômeno recente dos "Rolezinhos". A pesquisadora ressalta que "a marca da roupa é muito valorizada pelo grupo, contribuindo para o processo de identificação e classificação. Neste sentido, tênis, calça jeans, bonés, roupas e objetos são sinônimos de status e de prestígio" (MURY, 2014). Contudo fica a pergunta: Sendo estes bens de consumo marcadores de estilo de vida (VELHO, 1992), onde os MC da Batalha do Mercado tem acesso a tais?



Figura 13: Fonte: Coletivo de Fotografia Callejera, Porto Alegre 2014.



Figura 14: Fonte: Coletivo de Fotografia Callejera, Porto Alegre 2014.

Durante o evento da Batalha do Mercado de abril 2014 fiquei sabendo por alguns MCs da “Banca Clandestina”. Trata-se de um dos únicos locais em Porto Alegre onde há um espaço destinado a ser loja de conveniências e estúdio de gravação voltado para o RAP. Fui conhecer este espaço num sábado onde tinha marcado previamente uma entrevista com Madyer. Localizada nos intermédios da Rua Fernando Machado a banca é um local de difícil localização. Em meio a prédios modernos e casas notadamente históricas da cidade este espaço frequentado por MCs se encontra numa pequena porta de uma antiga casa. Chegando ao local fui atendido por “Dion” um MC “das antigas” que já havia batalhado em muitos duelos de MCs, inclusive nos mais importantes do país localizados em São Paulo e no Rio de Janeiro. “Este espaço é um sonho que os MCs do RAP de Porto Alegre sempre tiveram” me falou o Dion me convidando para entrar e conhecer a banca. Logo na entrada vi camisetas, bonés, capas de celulares numa “loja feita para MCs” com as marcas que eram do gosto de quem fazia RAP. Segundo no espaço havia uma espécie de bar onde Dion me disse querer fazer um espaço de troca de experiências dos MCs da cidade. E no fundo havia um pequeno estúdio equipado de um computador, microfones e outros equipamentos de gravação. Dion me falou sobre como era o cenário antigo do RAP em Porto Alegre e de como a Internet, hoje, tem um papel crucial na dinâmica da cultura RAP. No fim me deu de presente uma capa de

celular da Banca Clandestina me pedindo para que voltasse ao espaço para falar do andamento da pesquisa.



Figura 15: Dion e Madyr apresentaram a “Banca Clandestina” Fotografia: Jose Luis Abalos Junior

6.1 Narrativas Visuais de Performance

Relaciono essa pesquisa ao conceito de performance trazido por Richard Scherchner pois para o autor há um processo ritual onde há: ruptura, crise, ação reparadora e reintegração (Scherchner, 2011. P. 220). Uma das coisas essenciais na performance é o espaço da ação. Nesse sentido trago um exemplo do diário de campo que escrevi onde se percebe que questões ligadas ao cenário da batalha são parte integrante da performance dos MCs no momento de Freestyle:

Antes de a batalha começar, eram 22h e 25min, começou uma roda de MC's em um canto da praça. Tratava-se do que posso chamar de “pré-batalha” onde alguns MC's já inscritos que iam duelar, estavam rimando. Junto a eles estava Arthur, um Mc que trazia consigo uma caixa de som na qual havia uma batida em que os MCs ao rimar entram no ritmo. Tais jovens eram novatos na “arte do improviso” e articulavam esse espaço anterior a batalha para se conhecerem a para treinar possíveis rimas que podiam aparecer no momento do combate oficial. O local era de muito baixa luminosidade, fato que fazia com que os rimadores carregassem consigo uma lanterna do seu celular direcionando-a para seus rostos. Tal luminosidade dava um aspecto um tanto especial às questões do olhar e do movimento facial “iluminado”,

Jogando com MC's: identidade, estilos de vida e performance em uma experiência etnográfica na
"Batalha do Mercado". – Jose Luis Abalos Junior

fato que os faziam gesticular movimentos com a cabeça e as mãos no momento da rima.



Figura 17: Fonte: Coletivo de Fotografia Callejera, Porto Alegre 2014.



Figura 16: Fonte: Coletivo de Fotografia Callejera, Porto Alegre 2014.

Através de uma dicotomia entre e estrutura e anti-estrutura (TURNER, 1974. P.122) pensa a sociedade em tensão processual: de um lado relações sociais e status sociais, que se produziram através de institucionalizações; de outro a *communitas* que é a anti-estrutura, a compaixão, espontaneidade. Neste sentido a “liminaridade” seria o momento no rito de passagem no qual foi sacado da estrutura e se encontra num período sem estatuto, no qual sua experiência será tal que ele poderá ser reintegrado à estrutura, tendo agora outro papel social. Um exemplo que associo ao meu campo é esta “pré-batalha” descrito neste trecho do diário de campo. Ela seria uma estrutura preliminar ocorrida alguns minutos antes da batalha “oficial”. Nela participam os MCs novatos (neófitos) na “arte do improviso” com o objetivo de fazer um bom jogo de rimas estes MCs iniciantes preparam um ambiente anterior a Batalha do Mercado onde se preparam. Esta pré-batalha acontece em um espaço diferente (do outro lado da praça) e envolve o que posso chamar de “MCs limiares”: aqueles que estão entre a escrita (Rappers) e o duelo verbal (MCs). Neófitos, neste espaço da pré-batalha, organizam um campeonato de rima à parte no qual compartilham regras, normas e valores mais distintos da batalha oficial que virei a descrever. Na pré-batalha é permitido gaguejar, parar no meio da rima e ter acompanhamento rítmico de bit-box (sons de batidas produzidos verbalmente).



Figura 18: Fonte: Coletivo de Fotografia Callejera, Porto Alegre 2014.

Chega então a hora da Batalha do Mercado e o público se dirige ao centro do espaço da praça formando uma grande roda onde Aretha fica no meio junto com os MC's que vão para batalha. A organizadora tem certa experiência no papel que desempenha e estabelece algumas normas: 1) o público deve ficar em silêncio evitando papos paralelos que atrapalhem o som das vozes dos MC's batalhando, essas conversas desconcentrariam os MC's no momento de fazer o melhor *Freestyle*; 2) Os MC's que batalham devem falar alto em bom som, pois não há microfones e nem som de batida de acompanhamento; 3) a roda central, espaço de ocupação dos MC's que duelam deve ser grande e estar sempre aberta, sendo que a todo o momento há gritos de "Abre a roda", explicações vistas de maneira sexualizada por muitos e motivo de piadas no grupo. Parece que o momento da batalha é um momento de união dos diferentes coletivos que ali estão. Com cerca de cem pessoas a roda do público que assiste ficou enorme e procurei me posicionar logo na frente para poder ver e ouvir melhor os duelos. Bem posicionado para assistir fiquei mais ou menos ao lado de Aretha onde consegui espiar no seu caderno o nome dos MC's que estão inscritos na batalha. Curiosamente antes de começar o público todo começa a manifestar a palavra "sangue", por vezes "sangre", em forma de preparação para as batalhas. Isso parece fazer parte de um modo de "esquentar o clima" para as batalhas, pois os MC's ficam mais pilhados, explicou-me Arthur (não sei o apelido) ao meu lado com seu som desligado. A vitória na batalha de um, ou outro Mc se dá no grito do público. Logo que termina a batalha Aretha pede apoio para um dos candidatos e público responde com som verbais como "uouu" e o que tiver mais aceitação ganha. Outra regra é a de que quem termina um "round" começa a próxima. São dois rounds se o mesmo for o ganhador nos dois. Caso contrário há um terceiro *round* em que Aretha sempre provoca o público na hora da dúvida "apoio pra terceira?".



Figura 19: Fonte: Coletivo de Fotografia Callejera, Porto Alegre 2014.

Para Tambiah (1976) são vários os fatores que caracterizam a performance. A importância da audiência relacionada abordagem de Goffmann (2011) em que há certa teatralidade ritualística pode ser relacionada com a “batalha do mercado”. Pensar, agir e produzir eficácia são elementos relacionáveis nesse ritual contemporâneo. No que se refere a produzir eficácia o autor fala em “trazer coisas com as palavras”, ora num duelo onde o vencedor é escolhido pela sua capacidade de improvisar versos e rimas no *Freestyle* a relação parece válida: quanto mais elementos discursivos atraentes ao público, ou seja, que compartilhem os mesmos códigos, mais este MC terá a esperada aprovação coletiva. Outro elemento é a estratégia de produzir experiências. Não são raras às vezes MCs no momento do combate usam do sorriso, por vezes expresso verbalmente através do riso, para tirar a atenção/desqualificar a rima do seu combatente. Percebi tais elementos quando o MC Marlon e o MC espanto, batalharam. Segue a transcrição das rimas que realizei após captação de áudio:

MC Marlon

Então se tu quiser melhorar, pode dar um tempo e voltar pra tua casa pra decorar. Por que isso ta uma bosta, teu free, te liga só parceiro, sai daqui, parece uma boca de bueiro só sai bosta. Essa é minha resposta e ela é merda quente na tua cara. Não sei por que tu apareceu, tu não é nem MC. Volta pra tua UFRGS racional. Eu sou da rua parceiro, sou muito mais convencional. Sou treinado. Te liga só você é assassino, vou te traficar. Então você é um bandido mal vindo.

Público

Sangue, sangue, sangue.

MC Espanto

Eu começo é de pira aqui, vou começar pra mostrar que eu sei fazer ataques. Sai da minha frente tu é "marramelão" ai tu vai cair é de cara aqui no chão. Vou te estraçalhar e é de verdade, iraquiano com a qualidade. Tiro na cabeça, sai da minha frente, que tu não merece ser chamado de MC. Vou mostrar quem é verdadeiro chegando por aqui. Batalha do Mercado não sei por que tu colou, por que tu só faz rima na baia, na frente do ventilador. Então sai da minha frente vou te mostrar que o pensamento é muito mais que quente."



Figura 20: Fonte: Coletivo de Fotografia Callejera, Porto Alegre 2014.

Suscitar cosmologias também parece ser um elemento relacionável da teoria de Tambiah ao evento da batalha do mercado. Por diversos momentos ser um autêntico Mc do Hip Hop é posto em questão no jogo: a cultura RAP é revisita por estes rimadores em vários momentos como estratégias discursivas de autenticidade. Nesse sentido quando o autor diz “performatizar é produzir a violência” relaciono com esse jogo, pois para ser eficaz é preciso ganhar. Estabelecendo estratégias discursivas como desqualificações estéticas ligadas à roupa (de marca ou não) cor de pele, sexuais e territoriais (de onde vem) os MCs fazem um *Freestyle* que parece agradar mais o público ouvinte que delira aos gritos de “Sangue, sangue, sangue” para fomentar uma agressividade mais nas rimas do MCs. Através de duelos verbais o ataque, o sangue, a violência, são elementos integrantes da performance do MC na Batalha do Mercado, o que não nega momento de uma busca de reconhecimento através de um discurso político identitário agregador.

7. Conclusão

Este trabalho, situado dentro dos interesses de pesquisa do Banco de Imagens e Efeitos Visuais (BIEV), se dedicou ao estudo das novas tecnologias digitais e no tratamento documental de coleções etnográficas em hipermídias sobre as dinâmicas da manifestação cultural do Hip Hop em determinado evento em Porto Alegre. O foco de interesse empírico desta investigação foi a "Batalha do Mercado", evento que venho acompanhando desde minha entrada no BIEV em março de 2014.

No primeiro capítulo abordei minha entrada nos núcleos de pesquisa aos quais participo, assim como minha entrada em campo no primeiro contato com os MC's da Batalha do Mercado. Ao refletir metodicamente sobre coleções etnográficas, rede de conceitos e opções conceituais, redigi um segundo capítulo sobre "crônicas etnográficas" e suas potencialidades para o trabalho do etnográfico.

Logo após, em um capítulo mais teórico, falei sobre os conceitos de "formas de sociabilidade" e "espaços praticados" relacionando-os com meu objeto de estudo e com elementos presentes no banco de conhecimento multimídia. No quinto capítulo, sem muito aprofundamento para este ensaio, abordei questões de identidade de MC's e cultura Hip Hop dando um panorama geral do Brasil, de Porto Alegre e da experiência etnográfica de acompanhamento individual com interlocutores.

No capítulo final realizei o exercício da contagem de histórias através de imagens, a narrativa fotográfica, que acompanha os fazeres cotidianos do BIEV e do NAVISUAL. Para este trabalho, como pesquisador, a necessidade é de recortes conceituais tendo como objeto etnográfico um campo que tem, literalmente, muito a dizer. Processo que de certa forma se mostrou doloroso, mas compreensivamente necessário. Depois de cerca de nove meses de acompanhamento do campo, no momento, considero as categorias de formas de sociabilidade, estilos de vida, performance e consumo como mais significativamente instigadoras na análise antropológica.

Por fim faço um retorno a Madyer, o MC Amarelo, que certa vez me questionou: "tu não improvisa?", ou "tu não é do RAP não é?". Não são raros os momentos do acompanhamento etnográfico que me deparei com questões do tipo. Eu, MC? O entendimento do valor da experiência pessoal de vida como ferramenta de reconhecimento torna transformadora a experiência que de trabalho com pesquisa que tive, tenho e continuarei tendo com estes problemas antropológicos no mestrado acadêmico. Os dizeres de Madyer,

Aretha e Dion, interlocutores e personagens desta pesquisa e desta história a ser contada, vão além do que escolho como objeto antropológico na Batalha do Mercado: dizem respeito a um campo cultural que não é meu, mas no qual minha prática como pesquisador e sujeito não se desvinculam do mundo social e sim: se reinventam em cada rima ouvida, vivida e pensada.

8. Referências

- ALVES, Cesar. Pergunte a quem conhece: Thaíde. Ed. Labortexto, 2004.
- ANDERSON, Benedict. Comunidades imaginadas: reflexões sobre a origem e a difusão do nacionalismo. São Paulo: Companhia das Letras, 2008.
- APPADURAI, Arjun. "Aqui e agora". In: globalização. Lisboa: Editorial Teorema, p. 11-40. Dimensões culturais da globalização. Lisboa: Editorial Teorema, 1996, p. 11-40. 1996.
- BAUMAN, Zygmunt. Vida para consumo: A transformação das pessoas em mercadoria. Rio de Janeiro: Zahar, 2008.
- BENNET, Andy. "Towards a cultural sociology of popular music". In Journal of Sociology The Australian Sociological Association, 2008, Volume 44(4), pp. 419–432. DOI:10.1177/1440783308097130 (On-line <http://www.sagepublications.com>). 2008.
- DURAND, Gilbert. As estruturas antropológicas do imaginário. Lisboa: Presença, 1980.
- ECKERT, Cornelia e ROCHA, Ana Luiza Carvalho. Etnografia de Duração. Porto Alegre: UFRGS, 2013a.
- ECKERT, Cornelia e ROCHA, Ana Luiza Carvalho. Etnografia de Rua: Estudos de Antropologia Urbana. Porto Alegre: UFRGS, 2013b.
- ECKERT, Cornelia e ROCHA, Ana Luiza Carvalho. O tempo e a cidade. Porto Alegre: UFRGS, 2006.
- FÁVERO, Pedro Henrique. O Rap pelo Rap. 2014
- GOFFMAN, Erving. A representação do eu na vida cotidiana. GOFFMAN, Erving. 14^a ed., Editora Vozes, Petrópolis, 2011
- HALL, Stuart. A identidade cultural na pós-modernidade. Poa: DP&A, 1999.
- HANNERZ, Ulf. "Fluxos, fronteiras e híbridos: palavras chaves da antropologia transnacional". In. Mana: 3 (1): 7-39, 1997.
- HEBDIGE, Dick. Subcultura: El significado del estilo. Barcelona, Buenos Aires, México, Paidó. 2004.
- JACQUEMET, Marco. "Verbal Conflict." In Encyclopedia of Language and Linguistics, vol. 9. Ed. by K. Brown. 2nd ed. London: Elsevier. pp. 4915-21.
- MAFFIOLETTI, Cássio de Albuquerque. Retomando a nossa esquina : o movimento hip hop e suas formas de fazer política em Porto Alegre. 2013.
- MAUSS, Marcel. "Ensaio sobre a dádiva. Forma e razão da troca nas sociedades arcaicas". In: Sociologia e Antropologia. São Paulo, Cosac & Naify, 2003, p. 183-314.
- MILLAN, Santiago. Mestre borel: a ancestralidade negra em porto alegre. 2013.
- MURY, L. S. "Eu não sou o jovem pobre, favelado, sem perspectiva. Eu tô podendo". Entrevista especial para o IHU <http://www.ihu.unisinos.br/entrevistas/527574-o-consumo-enquanto-simbolo-de-empoderamento-e-cidadania-entrevista-especial-com-lucia-mury-scalco>
- MURY, L.; MACHADO, R. P.. Sobre bondes de marca: consumo e rituais entre jovens de baixa renda na cidade de Porto Alegre. In: Carmen S. Rial, Angela M. de Souza, Sandra Rubia da Silva. (Org.). Consumo e cultura material: perspectivas etnográficas. 1ed. Florianópolis: Editora UFSC, 2012, v. 1, p. 131-154.

OLIVEN, Ruben. A parte e o todo. A diversidade cultural no Brasil-Nação. Petrópolis, Vozes, 1992.

OLIVEN, Ruben. Ruben Oliven: "As ideias e a cultura viajam". Entrevista para o jornal Zero Hora de Porto Alegre. 14/12/2012. <http://zh.clicrbs.com.br/rs/entretenimento/noticia/2012/12/ruben-oliven-as-ideias-e-a-cultura-viajam-3982802.html>

OLIVEN, Ruben. "Ninguém nasce globalizado". Entrevista para o jornal O Pioneiro de Goiânia 02/04/2012. <http://www.opopular.com.br/editorias/magazine/ningu%C3%A9m-nasce-globalizado-1.301061>

PAGLIAI, Valentina. The Art of Dueling with Words: Toward a New Understanding of Verbal Duels across the World. 2009.

PRELORAN, Jorge. El cine documental etnobiográfico, 1982.

SCHECHNER, R. "Pontos de contato entre o pensamento antropológico e o teatral". In: Cadernos de Campo, São Paulo N°20. P. 213-236. 2011.

SCHONS, Marize. No cotidiano da burocracia: Estudo etnográfico sobre as trajetórias sociais de despachantes de trânsito na cidade de Porto Alegre/RS. 2013.

SCHWEBEL, David C. "Strategies of Verbal Dueling: How College Students Win a Verbal Battle." Journal of Language and Social Psychology, 13(3):326-43.

SIMMEL, Georg. "A metrópole e a vida mental", in: VELHO, OTAVIO (comp), O fenômeno urbano. Rio de Janeiro: Zahar, 1981.

SIMMEL, Georg. Questões fundamentais da sociologia. Rio de Janeiro: Zahar, 2006

SOARES, Maria Andréia dos Santos. "Na base do muque da onda" : estudo etnográfico de performances entre rappers da ALVO - Associação Cultural da Zona Norte de Porto Alegre. 2007.

TAMBIAH, Stanley. Conflito etnonacionalista e violência coletiva no sul da Ásia. In: Revista Brasileira de Ciências Sociais. V.12. N°34. Pj, 5-37. 1997.

TURNER, Victor. *O Processo Ritual Estrutura e Anti Estrutura*. (1974). Vozes

VELHO, Gilberto. "Projeto e Metamorfose: antropologia das sociedades complexas" (Zahar). 1992.