
Batalha da Rua 015: um estudo sobre Folkcomunicação no espaço urbano¹

Thífani POSTALI²
Universidade Federal de São Carlos
Universidade de Sorocaba, São Paulo, SP

RESUMO

O uso da arte, sobretudo a oral, é um mecanismo de comunicação potente que se tornou bastante usual nas últimas décadas, sobretudo nos territórios urbanos marginalizados. O trabalho objetiva analisar a Batalha da Rua 015 de Sorocaba/SP, a partir dos estudos da Folkcomunicação. Para tanto, faz uso de pesquisa bibliográfica e etnográfica para observar e interpretar dois eventos da Batalha da Rua 015, realizados nos meses de março e abril de 2024. Entendem-se as batalhas de rima como arenas da comunicação dos grupos urbanos marginalizados, locais que oferecem conteúdos fundamentais para o entendimento sobre as experiências e culturas locais.

PALAVRAS-CHAVE

Folkcomunicação; batalha de rima; grupo urbano marginalizado; resistência.

Resumo expandido

A cultura popular se caracteriza, de acordo com Stuart Hall (2009, p. 322) pelas “[...] experiências, prazeres, memórias e tradições do povo. Ela tem ligações com as esperanças e aspirações locais, tragédias e cenários locais que são práticas e experiências cotidianas de pessoas comuns”. Hall (2009) entende a cultura popular como a arena de luta do povo contra os discursos e ações dominantes. Assim, considera-se que a comunicação popular é um meio fundamental para o conhecimento e compreensão social, especialmente dos grupos que são silenciados pelos grupos dominantes. Segundo Beltrão (1980), o povo atualiza, reinventa e reinterpreta seus modos de sentir, pensar e agir por meio da cultura popular, referência que caracteriza a resistência à moda e à pressão social.

Beltrão nomeou como Folkcomunicação “um conjunto de procedimentos de intercâmbio de informações, ideias, opiniões e atitudes dos públicos marginalizados urbanos e rurais, através de agentes e meios direta ou indiretamente ligados ao folclore” (Beltrão, 1980, p. 24). A Folkcomunicação envolve, num primeiro momento, os estudos sobre três grupos sociais, sendo: (1) os grupos rurais marginalizados, devido ao

¹ Trabalho apresentado no GP Folkcomunicação, XIX Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 47º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Professora no Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura da Universidade de Sorocaba. Pós-doutoranda no Programa de Pós-Graduação em Geografia da UFSCar email: thifanipostali@gmail.com.

isolacionismo geográfico; (2) os grupos urbanos marginalizados, compostos por indivíduos (as) de classes subalternas, desassistidos (as), desinformados (as) e com mínimas condições de acesso; e (3) os grupos culturalmente marginalizados, que representam o contingente questionador e contestador aos princípios da moral e da estrutura social. Esses grupos aproximam-se na medida em que suas ideias e propósitos apresentam a intenção em adquirir conhecimentos e compartilhá-los com o seu grupo e outros grupos de interesse. O compartilhamento de informações ocorre por meio da comunicação popular expressa em processo mímico, tátil, oral e gráfico, como forma de trocar ideias, experiências e sentimentos através de simbolismos. Assim, a Folkcomunicação é definida por Beltrão (1980) como um processo de estrutura artesanal e horizontal, sendo a comunicação interpessoal fundamental no processo, uma vez que suas mensagens são elaboradas, decodificadas e transmitidas em linguagem simples e em canais familiares à audiência.

Embora os (as) agentes façam uso de informações e canais de comunicação dominantes e massivos, o sistema da Folkcomunicação se revela pelo resultado de uma atividade independente do processo erudito e/ou industrial, elaborado pelo (a) líder comunicador (a) folk que atua como tradutor (a) de informações e ideias para a audiência folk. De acordo com Beltrão (1980), o (a) líder comunicador (a) folk, de modo geral, apresenta as seguintes características: (1) prestígio na comunidade, pelo nível de conhecimento que possui sobre determinados assuntos; (2) exposição às mensagens do sistema de comunicação de massa, mas traduzindo seu conteúdo para o grupo em que está inserido; (3) contato com fontes externas de comunicação para complementar e discutir as informações recolhidas; (4) mobilidade, colocando-se em contato com diferentes grupos, intercambiando ideias e conhecimentos; e (5) convicções filosóficas baseadas em suas crenças e nos costumes de seu grupo social. Posto assim, compreendem-se os eventos de rima (batalha de rima) como locais da comunicação popular dos grupos urbanos marginalizados.

A batalha de rap, também conhecida como rap *freestyle*, acontece quando dois MC's se enfrentam por meio de rimas improvisadas, com tempo entre 30 e 40 segundos. Os eventos envolvem outros participantes, tais como o (a) apresentador (a), que é a pessoa que anima o público e conduz a batalha, e o (a) DJ, que é responsável pela condução da base musical. Após o enfrentamento dos (as) participantes, vence quem tiver a maior quantidade de votos do público.

Existem dois tipos predominantes de Batalha: batalha de sangue e batalha do conhecimento. Segundo Rossi Alves (2013), a batalha de sangue ocorre por meio do enfrentamento que permite o esculacho verbal do oponente, sem um tema preestabelecido, podendo se referir a aparência, rimas, brigas internas ou qualquer outro tópico que ataque diretamente seu oponente. Geralmente, quando um (a) MC não ataca duramente seu (sua) adversário (a), o (a) outro (a) pode cobrar rimando, ou o público pode pedir por “sangue”. Já a batalha do conhecimento busca desenvolver as rimas a partir de temas determinados previamente pela organização ou pela plateia, com base em assuntos de interesse social, tais como educação, política e cultura, o que está mais alinhado com o elemento “conhecimento” do movimento Hip Hop. O formato de batalha do conhecimento foi criado por MC Marechal em 2007, no Rio de Janeiro, e nela, os MC’s devem demonstrar conhecimentos e experiências de suas localizações sociais, sem atacar o oponente, como ocorre nas batalhas de sangue.

Para a pesquisa acerca da Batalha da Rua 015, foco deste trabalho, utilizou-se como metodologia a etnografia urbana. Ao se referir à pesquisa etnográfica na cidade, Magnani (2016) esclarece que os atores sociais apresentam uma gama de práticas que não são visíveis. Neste sentido, a etnografia urbana contribui para revelar outros *ethos* na dinâmica da cidade, que estão para além do olhar dominante que decide o que é certo e errado. Segundo o autor, sua estratégia é “[...] capaz de apreender os padrões de comportamento, não de indivíduos atomizados, mas dos múltiplos, variados e heterogêneos conjuntos de atores sociais cuja vida cotidiana transcorre na paisagem da cidade e depende de seus equipamentos (Magnani, 2016, p. 17)”. O método *de perto e de dentro* permite observar os atores sociais a partir de seus comportamentos, ou seja, “[...] das formas por meio das quais eles se avêm para transitar pela cidade, usufruir seus serviços, utilizar seus equipamentos, estabelecer encontros e trocas nas mais diferentes esferas [...]” (Magnani, 2016, p. 18).

Assim, o trabalho utilizou da antropologia urbana, com foco em observação, considerando o método *de perto e de dentro* proposto por Magnani (2016). Para a coleta de dados foram produzidos registros audiovisuais e fotográficos de dois eventos realizados nos dias 28 de fevereiro de 2024 e 06 de março de 2024. Também foram produzidos diários de campo com descrições sobre o cenário, fatos e observações acerca das batalhas de rima. Para compreender a história da batalha, recorreu-se à página da plataforma Instagram do evento (@batalhadarua15), com observação do conteúdo

postado e utilização da ferramenta de mensagem direta, uma vez que a página possui poucas informações a respeito da batalha.

A Batalha da Rua 015 é um evento que ocorre semanalmente, às quartas-feiras, 20h, na Adega Certo Ponto, localizada no Jardim Ipiranga, bairro da cidade de Sorocaba/SP. De acordo com informações coletadas por meio do Instagram, a batalha surgiu no ano de 2022, com a iniciativa de um MC que possui comércio ao lado da adega em que ocorrem as edições da batalha. A seleção dos (as) MC's é realizada por meio de sorteios e existem vagas exclusivas para a participação de mulheres e LGBTQIA+.

O local do evento é uma adega pequena, com duas mesas de sinuca, mesas e cadeiras feitas de pallets e um bar ao fundo. No centro da parede interior há um grafite com o nome da Batalha da Rua 015.

O duelo ocorre logo na entrada do estabelecimento, num espaço pequeno que permite uma roda com aproximadamente 30 pessoas. Parte do público sobe nas mesas e cadeiras para enxergar melhor a disputa. Outra parte fica fora da adega, em uma rua pouco movimentada e em frente à praça do Jardim Ipiranga. Nos dois eventos frequentados, observou-se aproximadamente cerca de 50 pessoas, incluindo o público de dentro e de fora, que revezava os espaços. A maior parte das pessoas eram homens jovens, entre 15 e 30 anos, e mulheres eram minoria – cerca de uma para cada dez homens, o que é refletido na participação dos (as) MC's. Havia cerca de cinco crianças acompanhadas de suas mães, em ambas as edições.

Cada batalha tem o seu grito para o início dos rounds, o que pode ser variado de acordo com o dia e apresentador (a). Nos eventos de batalha de Sangue é comum o apresentador perguntar para o público, no grito, “o que vocês querem ver? ”, para induzir a resposta “sangue! ”, indicando que aquela é uma batalha de sangue. O grito da Batalha da Rua 015, registrado no dia 06 de março de 2024 foi o seguinte: “Na quebrada de verdade deve colar de montante, o que vocês querem ver? Sangue! ”.

O evento de 28 de fevereiro de 2024 teve um atraso. De acordo com informações coletadas com o atendente da adega, isso é comum, pois a maioria dos jovens participantes moram em diferentes bairros periféricos da cidade, distantes, levando, em alguns casos, cerca de três horas para chegar até o evento. Nesse dia, em menos de 10 minutos do início das atividades a Polícia Militar chegou junto com a fiscalização da Prefeitura Municipal de Sorocaba impedindo o evento que teve que ser transferido, às pressas, para a praça pública em frente à adega. As pessoas que estavam presentes se

mostraram chateadas e irritadas com a situação. O evento do dia 06 de março de 2024 ocorreu sem entraves.

A relação entre os (as) MC's, apesar do duelo e de frases que possam ser consideradas ofensivas, ocorre em um clima amistoso e de respeito entre os participantes, que se cumprimentam e abraçam ao final da batalha. Os temas mais abordados nas batalhas e que se fizeram presentes em diferentes duelos e MC's, foram a importância da família, religião, trabalho e orgulho de pertencer ao seu bairro de origem. De modo geral, poucos esculachos ofensivos apareceram, embora frases pontuais surgiram com teor racista e homofóbico (intolerância à religião de matriz africana, ridicularização com cabelo afro, e menção ao termo veado, de forma pejorativa). O esculacho focou mais em diminuir os adversários com argumentos relacionados à fraqueza de suas rimas, suas idades (dois participantes eram menores de idade) e outros temas que não se apresentaram de forma significativa. A respeito dos menores de idade (uma menina de 13 anos acompanhada pela mãe e um menino de 15), eles se enfrentaram, e os temas, basicamente, trataram do cotidiano na escola e na casa: forma como se vestem, escolaridade, tabuada e contas, lição de casa, memes, castigo entre outros. O duelo entre os menores foi bastante aplaudido pelo público, como uma forma de reconhecimento e incentivo aos adolescentes. A jovem de 13 anos, com roupa infantil, parece ser significativamente respeitada e prestigiada pelos participantes e pelo público da Batalha da Rua 015. Importante ressaltar que ela é quem assumiu a cota feminina nas duas batalhas frequentadas, sendo a vencedora do evento do dia 28 de fevereiro de 2024.

Apesar de o grito indicar que a Batalha da Rua 015 é uma batalha de sangue, é possível observar que seus organizadores e participantes prezam pelos limites e respeito entre os (as) participantes. Outras situações não relacionadas diretamente com a batalha também apontam para o ambiente de respeito e coletividade que se busca alcançar. O apresentador mencionava as ações sociais que ocorreriam no bairro nas próximas semanas, além de interromper a batalha para que uma vendedora ambulante, que mencionou ser autista e esquizofrênica, pudesse cantar e falar sobre seus problemas e a necessidade de vender os salgados para ajudar a irmã. Parte da plateia riu enquanto a mulher falava, mas o apresentador chamou a atenção do público seriamente, dizendo que ali é um espaço livre para manifestação e divulgação da comunidade.

Posto assim, observa-se que a Batalha da Rua 015 é um espaço de lazer de jovens periféricos (as) que buscam, através da rima, expressar assuntos que atravessam seus

cotidianos. Ao mencionarem com frequência a importância da família, a importância do trabalho e do “correr” para obter dinheiro, a menção positiva sobre a fé, o orgulho de pertencer aos seus territórios marginalizados, esses (as) jovens comunicam, por meio da oralidade e da improvisação, suas experiências, memórias e tradições, como aponta Hall (2009) acerca da cultura popular. Tratam-se de comunicações - e também situações adversas que ocorrem nesses espaços - que desvelam o *ethos* desses (as) jovens em meio a cidade que segrega seus grupos. Os discursos têm ligações com os cenários locais, com as expectativas, experiências e práticas de pessoas comuns. Assim, os (as) jovens trazem ao debate experiências que não são visíveis em muitas esferas sociais, como coloca Magnani (2016), fazendo do evento uma arena de encontro e comunicação de diferentes grupos marginalizados da cidade de Sorocaba.

Embora esses (as) jovens não possam, em um primeiro momento, serem considerados (as) líderes-comunicadores (as) folk, uma vez que não é possível detectar com profundidade suas influências sobre as opiniões do público e prestígio em suas comunidades, o fato de trocarem informações a respeito de seus cotidianos provoca o intercâmbio de informações, fazendo do evento batalha de rima um local semelhante a uma arena para a comunicação, especialmente, interpessoal. Trata-se da Folkcomunicação Urbana, que se releva pela oralidade, artesanidade e horizontalidade de práticas culturais específicas dos grupos urbanos marginalizados. A comunicação popular, assim, ocorre por meio da rima que se faz na improvisação de jovens que buscam, na arte, uma forma de expressão.

REFERÊNCIAS

- ALVES, Rossi. **Rio de Rimas**. Rio de Janeiro: Aeroplano, 2013.
- BELTRÃO, Luiz. **Folkcomunicação: a comunicação dos marginalizados**. São Paulo: Cortez, 1980.
- MAGNANI, J. G. C. São Paulo: de perto (e de dentro) é outra cidade. **Ponto Urbe**, n. 18, p. 1-16, 2016. Disponível em: <https://journals.openedition.org/pontourbe/3116?lang=es>. Acesso em: mai. 2024.
- POSTALI, Thífani. **Blues e Hip Hop: uma perspectiva folkcomunicacional**. Jundiaí, SP: Paco Editorial/Eduniso, 2011.
- HALL, Stuart. Quem precisa da identidade? In: SILVA, Tomaz Tadeu da (org.). **Identidade e diferença: a perspectiva dos estudos culturais**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2009, p. 103-130.