

UNIVERSIDADE FEDERAL FLUMINENSE  
PRÓ-REITORIA DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO

SIMONE EVANGELISTA CUNHA

**"É som de preto, de favelado!"**  
Gosto e disputas simbólicas em torno do funk no YouTube

Dissertação apresentada ao Curso de Pós-graduação em Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro, como requisito parcial obtenção do grau de Mestre. Área de concentração: Estética e Tecnologias da Comunicação

Niterói, RJ  
2014

SIMONE EVANGELISTA CUNHA

**"É som de preto, de favelado!"**  
Gosto e disputas simbólicas em torno do funk no YouTube

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-graduação em Comunicação da Universidade Federal Fluminense (UFF) como requisito para a obtenção do grau de Mestre em Comunicação.

Orientadora: Prof<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup>. Simone Pereira de Sá

Niterói, RJ  
2014

FICHA CATALOGRÁFICA ELABORADA PELA BIBLIOTECA CENTRAL DO GRAGOATÁ

E92 Evangelista Cunha, Simone.

“É som de preto, de favelado!” : gosto e disputas simbólicas em torno do funk no Youtube / Simone Evangelista Cunha. – 2014.

128 f. : il.

Orientadora: Simone Pereira de Sá.

Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Universidade Federal Fluminense, Instituto de Arte e Comunicação Social, 2014.

Bibliografia: f. 113-120.

1. Funk (música); aspecto social. 2. Youtube (recurso eletrônico). 3. Ciberespaço; aspecto social. I. Sá, Simone Pereira de. II. Universidade Federal Fluminense. Instituto de Arte e Comunicação

SIMONE EVANGELISTA CUNHA

**"É som de preto, de favelado!"**

Gosto e disputas simbólicas em torno do funk no YouTube

Dissertação apresentada ao Curso de Pós-graduação em Comunicação da Universidade Federal Fluminense (UFF) como requisito para a obtenção do grau de Mestre em Comunicação.

Niterói, 29 de agosto de 2014.

**BANCA EXAMINADORA**

---

Profa. Dra. Simone Pereira de Sá - Orientadora  
Universidade Federal Fluminense

---

Prof. Dr. Felipe Trotta  
Universidade Federal Fluminense

---

Profa. Dra. Adriana da Rosa Amaral  
Universidade do Vale do Rio dos Sinos

## AGRADECIMENTOS

À minha orientadora, Simone Pereira de Sá, pelos ensinamentos dentro e fora de sala de aula, pela compreensão e incentivo diante das encruzilhadas de pesquisa e pelos afetos que ajudaram a materializar este trabalho e contribuíram para a minha jornada como professora, pesquisadora e ser humano.

Aos professores e funcionários do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal Fluminense, em especial Carla Barros, Felipe Trotta, Fernando Resende, Marco Roxo e Bruno Campanella. Os ensinamentos e provocações recebidos durante as disciplinas cursadas foram fundamentais para as reflexões desenvolvidas neste trabalho.

À CNPQ, pelo auxílio financeiro para o desenvolvimento desta pesquisa.

Ao meu marido, Marcelo Garcia, pelo apoio incansável desde o início do processo, com inúmeras opiniões, revisões, críticas e uma boa dose de amor, companheirismo e paciência.

À minha irmã, Karine Evangelista, que me inspira em todos os momentos e contribuiu com referências preciosas para esta dissertação.

Aos meus pais, Manoel Cunha e Maria Madalena Evangelista, pelo apoio, carinho e compreensão das ausências inevitáveis.

Aos queridos do PPGCOM, pelos aprendizados, experiências e amizade: Júlia Silveira, Lucas Waltenberg, Luciana Xavier, Mariana Florito, Patricia Matos, Rafael Lage, Thaiane Oliveira. Marianna Ferreira, obrigada pela consultoria e companheirismo em tempo integral.

Aos companheiros de LabCult, pelas discussões, sugestões e críticas sempre pertinentes nas reuniões oficiais e extraoficiais.

Aos amigos da vida inteira, pela torcida e parceria em todas as empreitadas desde sempre. Obrigada por serem meu porto seguro.

EVANGELISTA CUNHA, Simone. "É som de preto, de favelado!" Gosto e disputas simbólicas em torno do funk no YouTube. Niterói, RJ, 2014. Mestrado. Dissertação de mestrado em Comunicação - Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Universidade Federal Fluminense.

## RESUMO

Este trabalho analisa vídeos associados ao funk que conquistaram números expressivos de audiência no YouTube para refletir sobre as disputas simbólicas em torno do gênero no portal. A partir da premissa de que as manifestações de gosto sobre o funk se relacionam com estigmas acumulados ao longo de seu processo de consolidação no Brasil, discutimos as articulações e conflitos presentes na circulação do gênero no YouTube. Além de atualizar disputas relacionadas ao funk, as múltiplas interações entre diversos atores sociais na plataforma de vídeos indicam novas questões relevantes para o gênero. Tais interações se inserem dentro de um universo de práticas culturais características do YouTube construído a partir das experiências entre usuários e ferramentas disponíveis. Desta forma, argumentamos que práticas como a multiplicação de comentários agressivos e a popularização de paródias envolvendo outros vídeos publicados no YouTube têm papel importante para a produção de sentidos associados ao funk para além da plataforma.

Palavras-chave: Funk; YouTube; disputas simbólicas; gosto; cibercultura.

EVANGELISTA CUNHA, Simone. "É som de preto, de favelado!" Taste and symbolic disputes around Brazilian funk at YouTube. Niterói, RJ, 2014. Master's Degree. Dissertation in Communication - Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Universidade Federal Fluminense.

### **ABSTRACT**

This paper analyzes videos associated with funk that conquered significant numbers of audience on YouTube to reflect about the symbolic disputes around this musical gender in the portal. Starting from the premise that the taste manifestations associated with funk are related to stigmas it have accumulated throughout its process of consolidation in Brazil, we discuss joints and conflicts in circulation of this musical gender on YouTube. Besides updating the disputes associated with funk, the multiple interactions between different social actors on video platform indicates new issues relevant to the gender. These interactions are related to a universe of cultural practices associated to YouTube, created through experiences between users and tools available at portal. Therefore, we argue that practices as multiplication of aggressive comments multiplication and the popularization of parodies about videos posted on YouTube has an important place to production of significations related to funk beyond the platform.

Keywords: Funk; YouTube; symbolic disputes; taste; cyberculture.

## LISTA DE TABELAS E ILUSTRAÇÕES

Tabela 1: Informações sobre os vídeos analisados ao longo da pesquisa .....	14
Figura 1: Registro das buscas com o termo “dança do crêu” ao longo do tempo .....	21
Figura 2: Registro das buscas pelo termo “lelek” no Google ao longo do tempo .....	31
Figura 3: Post no blog “Não Salvo” sobre o vídeo da música “Passinho do Volante” .....	31
Figura 4: Imagem do videoclipe “Oito”, de DJ Costuleta, um dos destaques do kuduro no YouTube .....	41
Figura 5: Batalha entre dançarinos durante bailes de tuki publicada no YouTube .....	43
Figura 6: Internauta protesta em vídeo contra mudança no sistema de comentários do YouTube .....	59
Figura 7: Exemplo de publicação produzida por antifãs do grupo Bonde das Maravilhas .....	61
Figura 8: cena do videoclipe da música “Tá Patrão” traz MC Guime e motos de luxo em destaque .....	89
Figura 9: Integrantes do Comédia MTV fazem múltiplas referências ao funk no vídeo “Gaiola das Cabeçudas” .....	96
Figura 10: Humorista interpreta clássicos de funk ao som do piano e com entonação de tenor ..	98
Figura 11: Post em blog humorístico classifica Avassaladores como “vergonha alheia” .....	100
Figura 12: Post em blog humorístico ironiza vídeo “Aquecimento das Maravilhas” .....	100
Figuras 13 e 14: conteúdos humorísticos produzidos a partir do sucesso do vídeo da música “Sou Foda” .....	101

## SUMÁRIO

<b>Introdução</b> .....	01
<b>1. Cartografia do funk nas redes digitais</b> .....	11
1.1 Um breve histórico .....	15
1.1.2 Dos primeiros passos ao topo da parada de sucessos do YouTube .....	18
1.1.3 Ostentação e paródias na rede .....	34
1.2 Música popular massiva na internet .....	40
1.3 Letramento midiático do batidão: o encontro entre o funk e a cultura do YouTube .....	44
<b>2. Haters, trolls, antifãs: um olhar sobre o dissenso na web</b> .....	47
2.1 . O imaginário da harmonia e o lugar do outro onde todos podem falar .....	47
2.2 Comunidades emocionais e disputas no ciberespaço .....	53
2.3 Flaming e o papel do anonimato no YouTube .....	57
<b>3. Funk é cultura?! Disputas simbólicas e representações da cultura popular periférica na web</b> .....	66
3.1 Música, uma prática social .....	67
3.2 Cultura, um conceito em (re)construção .....	69
3.3 Do grotesco medieval ao funk do século XXI: o corpo pede para falar .....	74
3.4 Capital cultural, gosto e distinção na música popular .....	78
3.5 Retratos de uma classe em ascensão .....	86
3.6 Ressignificações e apropriações do funk no YouTube .....	93
3.6.1 “Surra de Schubert” e o funk “para pessoas com gosto refinado” .....	94
3.6.2 Digital trash e o capital social do funk na rede .....	99
<b>4. Conclusão</b> .....	105
<b>5. Referências</b> .....	113

## INTRODUÇÃO

Treze milhões de visualizações, quase 150 mil “versões” publicadas por usuários amadores ou profissionais e debates acalorados entre fãs e críticos no YouTube. Quem vive no Brasil e acessa as redes sociais na internet com frequência provavelmente já se deparou com uma das milhares de versões de “Sou Foda”, funk bem-humorado lançado despretensiosamente na plataforma de vídeos que se tornou um dos maiores fenômenos da web brasileira. A enorme popularidade e as discussões em torno do videoclipe ilustram o terreno em ebulição das disputas simbólicas que permeiam a circulação de vídeos de funk no portal.

A história de sucesso do vídeo, protagonizado pelo grupo carioca Os Avassaladores, remete a outras tantas envolvendo músicos em início de carreira e a maior plataforma de vídeos da internet. Em um momento de indefinições e crise na indústria fonográfica mundial, artistas de diversos gêneros musicais recorrem ao YouTube em busca de um lugar ao sol. Com um pouco de sorte, alguns veem seus trabalhos explodirem na rede e transformam-se celebridades da noite para o dia. Neste contexto, o funk se transformou em um dos exemplos mais notórios daquilo que vem “bombando” na internet brasileira. O “batidão” encontrou na web um canal importante para expandir seu público e revelar novos nomes da música.

Contudo, um olhar sobre “Sou Foda” e outras produções relacionadas ao gênero que conquistaram destaque no YouTube evidencia o fato de que popularidade não significa aprovação. Na página oficial do videoclipe dos Avassaladores, a audiência expressiva convive com uma forte rejeição que surge nos comentários e no número de cliques em “não gostei”. Não é incomum encontrar vídeos que ganham visibilidade na plataforma justamente por serem odiados por parte da audiência. No âmbito dos gêneros musicais, a existência dessas disputas também não chega a ser exatamente uma novidade, tampouco nasceu a partir da internet. Afinal, como diz Simon Frith (1998), parte do prazer associado ao consumo da música pop está em falar sobre o tema.

Entretanto, no caso de produções de funk, as manifestações vão além do gosto: em meio a críticas pretensamente estéticas, certas opiniões revelam uma ampla gama de argumentos pautados pelo preconceito. A partir da premissa de que essas interações estão relacionadas a estigmas que o gênero carrega e que tais sentidos podem ser atualizados ou ressignificados pela

sua circulação no YouTube, esta pesquisa busca investigar as disputas simbólicas em torno do funk no portal.

Desde o início do século XXI, o funk vive um momento de ascensão no cenário cultural brasileiro, circulando além das comunidades cariocas onde surgiu (Sá, 2007). Embora o gênero movimentasse um mercado milionário<sup>1</sup>, artistas e produtores ainda convivem com processos de marginalização e lutam por espaço nas grandes corporações de mídia. No entanto, valorações negativas em torno do funk não impediram que este firmasse como um dos grandes destaques da música brasileira no YouTube.

Em um primeiro momento, a plataforma serviu como vitrine para a exibição de vídeos pensados para outras plataformas como gravações de shows realizadas para DVDs<sup>2</sup> e programas de tv, além de veículo para a divulgação quase exclusiva das músicas em si - eram (e ainda são) frequentes os vídeos sem qualquer tipo de preocupação visual, nos quais as imagens limitavam-se ao nome da música e do(s) autor(res), uma única foto ou sequência de imagens realizada com efeitos básicos de edição. Porém, a visibilidade conquistada pelo funk no YouTube nos últimos anos também deu origem a investimentos por parte de produtores e artistas, que começaram a apostar em videocliques e outras produções cada vez mais elaboradas, criadas especialmente para circulação no portal de vídeos.

Não por acaso, seis artistas de funk foram escolhidos para representar o Brasil na primeira participação do país no YouTube Music Awards, premiação criada pelo portal, em 2013. A eleição foi realizada com base nos dados de engajamento dos fãs do gênero no YouTube, que incluem informações como visualizações, comentários e compartilhamentos. Em declarações de outubro do mesmo ano, Flavia Simon, gerente de marketing da plataforma de vídeos, afirmou que o funk é “um gênero em explosão no YouTube”, com índices de busca de conteúdos superiores a gêneros como o sertanejo e o rock<sup>3</sup>.

Além de dar visibilidade a representantes do funk associados a características já conhecidas do público, a plataforma de vídeos também teve papel fundamental na consolidação

---

<sup>1</sup> De acordo com levantamento do instituto de pesquisa da Fundação Getúlio Vargas (FGV Opinião) o funk movimentava, em 2008, cerca de R\$ 10 milhões por mês apenas no estado do Rio de Janeiro. Informações disponíveis em <<http://www1.folha.uol.com.br/folha/ilustrada/ult90u492067.shtml>>, acesso em 15/02/2013.

<sup>2</sup> A maior parte desse tipo de conteúdo corresponde a shows realizados pela Furção 2000 Produções Artísticas, do empresário Rômulo Costa, e comercializados no formato de coletâneas da produtora carioca.

<sup>3</sup> Declaração para a matéria “Funk representa Brasil em prêmio do YouTube”. Disponível em: <http://blogs.estadao.com.br/link/funk-representa-brasil-no-youtube-music-awards/>. Acesso em janeiro de 2014.

de uma nova vertente, conhecida como funk de ostentação. O estilo, primeiro a ganhar destaque fora do Rio de Janeiro (seus principais públicos e artistas estão em São Paulo) explodiu em todo Brasil após o lançamento de videoclipes considerados superproduções para o padrão até então dominante no gênero. Com a popularidade da ostentação, que trocou as referências a problemas sociais, humor e erotismo pelo incentivo ao consumo de artigos de luxo, artistas de outras localidades<sup>4</sup>, inclusive do Rio de Janeiro, passaram a apostar na tendência. Outro reflexo da popularidade vivida pelo funk na segunda década do século XXI reside no fato de que, em 2014, uma novela da Rede Globo trouxe pela primeira vez o gênero não apenas em sua trilha sonora, mas na abertura da produção<sup>5</sup>. A música “País do futebol” é de MC Guime, tido como um dos grandes nomes da ostentação, o refrão não poderia ser mais sugestivo: *No flow/ Por onde a gente passa é show/Fechou/ E olha onde a gente chegou.*

Fenômeno recente, a trajetória dos vídeos associados ao funk no YouTube ilustra as múltiplas nuances contidas nas interações realizadas na plataforma. O mesmo sistema cultural que por vezes transforma vídeos desprezíveis em sucessos de audiência e incentiva o investimento em superproduções também potencializa o surgimento de conflitos entre admiradores e detratores de determinadas manifestações, artistas ou gêneros musicais. Dos bailes da periferia carioca ao glamour da ostentação, o funk que circula na rede demonstra as possibilidades relacionadas às novas tecnologias, ao mesmo tempo em que permanece marcado por tensionamentos que acirram conflitos na rede.

O objetivo principal da investigação sobre as interações presentes nos vídeos de funk no YouTube é refletir sobre as relações entre estigmas associados ao histórico do gênero e sua circulação na plataforma. Além de reforçar discursos preexistentes, o diálogo estabelecido entre admiradores e detratores do funk aponta para discussões que surgem a partir da visibilidade do gênero na rede, como novas formas de fruição estética que serão detalhadas mais adiante.

Esse debate também nos remete a uma possível mediação do funk em torno de discussões sobre a periferia<sup>6</sup>. Ao longo do trabalho, discutimos sobre o uso de vídeos de funk que circulam

---

<sup>5</sup> A novela “Geração Brasil” estrou em maio de 2014 na programação da emissora.

<sup>6</sup> Ao longo das últimas décadas, a noção de periferia tem sido problematizada para além de uma oposição em relação aos centros urbanos. Questiona-se o conceito de periferia enquanto um espaço uniforme ocupado por um grupo socialmente homogêneo – “os pobres” (assim como uma suposta homogeneidade dos centros). Concordamos com estes questionamentos e consideramos que trata-se de um cenário especialmente complexo no caso do Rio de Janeiro, berço do funk brasileiro. Entretanto, como debateremos ao longo deste trabalho,

com intensidade no YouTube como arena para embates entre internautas de diversas classes sociais. No contexto da popularização de aparatos tecnológicos no Brasil, tais produções tornam-se canais de expressão para aqueles que criticam o uso de ferramentas como o YouTube pelos mais pobres, que não teriam acesso à educação de qualidade – durante a investigação, encontramos comentários que associam a facilidade para a compra de instrumentos como *laptops* e celulares no Brasil a vídeos supostamente de má qualidade difundidos na plataforma. Buscamos ainda analisar o histórico de circulação do funk no YouTube para discutir sobre a importância do portal de vídeos para a divulgação da música popular no país, além das estratégias utilizadas por atores sociais relacionados ao gênero para conquistar espaço em meio aos milhões de vídeos produzidos para a plataforma.

Para investigar as práticas culturais e disputas discursivas em jogo no YouTube, tomamos como referência os trabalhos desenvolvidos no contexto dos Estudos Culturais. Segundo Stuart Hall (1997), a cultura tem papel constitutivo na vida social. Além de fazer parte da estrutura empírica real da sociedade e atuar na organização de suas diversas atividades institucionais, a atividade cultural pode ser compreendida como uma força de mudança histórica global que influencia as identidades individuais e sociais.

A visão negativa a respeito das manifestações associadas à cultura popular tende a defini-la não por suas qualidades, mas por suas carências, aponta Martín-Barbero (2001). Neste sentido, o popular seria o local por excelência do inculto, ou seja, desprovido de cultura. A cultura “de verdade”, assim, pertenceria somente à minoria letrada, capaz de ditar os cânones do bom gosto. Neste sentido, é possível pensar nos ataques a artistas e fãs de funk como manifestações de distinção (Bourdieu, 2008) que visam conferir status aos detratores do gênero. O conceito de *habitus* de classe defendido por Bourdieu também será utilizado na análise sobre os processos de valoração em torno do nosso objeto de pesquisa.

A perspectiva de que as manifestações agressivas relacionadas ao funk estão profundamente entrelaçadas ao histórico do gênero e sua associação com a pobreza considera a

---

defendemos que o funk se configura como um importante mediador para certas questões que atravessam discussões associadas ao conceito de periferia, como desigualdades sociais e exclusões territoriais. Conforme afirma Felipe Trotta (2013, p. 162), “A periferia é um vocábulo que integra ao mesmo tempo um local, transformado em símbolo metonímico, as pessoas, incluídas nos estratos de menor poder aquisitivo da população, e o estilo de vida e de consumo dessas pessoas, que habitam esse local”. Para uma discussão sobre os conceitos associados à periferias e favelas, ver Rosa: 2009, “Favelas, Periferias: uma reflexão sobre conceitos e dicotomias”.

noção de que a música se configura como uma prática social (DeNora, 2003) capaz de articular noções de raça, classe e gênero (Séman e Vila, 2011). É possível, portanto, compreender os gêneros musicais como mediadores de experiências sociais (McClary, 1991; Trotta, 2005).

O conceito de antifã (Gray, 2003; Amaral e Monteiro, 2012) também é de suma importância para refletir sobre as disputas simbólicas no âmbito do YouTube. A análise das interações nas páginas de determinados vídeos de funk mostra que os internautas frequentemente não apenas constroem discursos com a finalidade de reclamar de seus produtores e fãs, mas se unem em prol de assegurar a existência de uma agenda comum em torno do ódio ao alvo escolhido. Nestes casos, o engajamento que produz comentários depreciativos nas páginas dos vídeos também mobiliza grupos de indivíduos a acompanharem o trabalho do (s) artista (s) repudiados para produzir novas manifestações de gosto que reafirmem sua posição crítica. Desta forma, o comportamento dos antifãs (não apenas de funk, mas de qualquer manifestação cultural que seja eleita como uma ameaça) indica que o objeto da discórdia, seus representantes e defensores devem ser combatidos.

Propomos ainda uma reflexão sobre a popularidade do funk no contexto do universo geral de vídeos do YouTube. Segundo Burgess e Green (2009), a plataforma pode ser considerada um sistema cultural com aspectos próprios, criados e transformados a partir dos usos que os internautas dão às ferramentas disponíveis no portal. Tais características indicariam a “youtubidade” de um vídeo, ou seja, o grau de identificação da produção com a cultura própria do espaço. Embora não debatamos sobre possíveis “níveis de youtubidade” dos vídeos analisados, a compreensão do YouTube enquanto um sistema cultural é importante para explorar o processo de letramento midiático (Jenkins, 2008) em curso que leva produtores e artistas relacionados ao funk a criar estratégias discursivas de modo a ganhar destaque no ecossistema de vídeos.

Ao longo da pesquisa, as análises realizadas evidenciaram que dois fenômenos associados ao sistema cultural do YouTube têm grande relevância para a circulação do funk na internet: a cultura do *spoof*, ou seja, paródia ou imitação de um vídeo (Felinto, 2008), e o *digital trash*, relacionado a produções consideradas “toscas” (Fontanella, 2009). Ambos serão utilizados para pensar sobre as apropriações do funk com finalidades humorísticas na rede e sobre as diferentes formas de fruição estética do gênero que se popularizaram na plataforma de vídeos.

Com o objetivo de construir uma cartografia que nos permitisse analisar a trajetória de circulação de vídeos de funk no YouTube, a primeira etapa da nossa investigação foi selecionar as produções que fariam parte do corpus. Consideramos como critérios principais a popularidade dos vídeos na plataforma, a repercussão dos mesmos em outros espaços na internet e veículos de comunicação, a associação com disputas simbólicas relacionadas ao gênero musical e a representatividade das produções para o funk produzido e consumido nas primeiras décadas do século XXI. Este mapeamento apontou para uma relevante correlação entre a popularidade de determinados vídeos e as apropriações do funk na internet com finalidade humorística, motivo pelo qual dois vídeos paródicos foram incluídos no corpus.

No total, sete produções foram selecionadas após a fase inicial. Em ordem cronológica, são elas: “Dança do Créu” (2007), “Sou Foda (2010), “Tá Patrão” (2011), Gaiola das Cabeçadas (2012), (Funk Clássico – para pessoas com gosto refinado” (2012), “Passinho do Volante” (2013) e “Aquecimento das Maravilhas” (2013)<sup>7</sup>. Entre os vídeos escolhidos, “Dança do Créu” é um dos primeiros sucessos do funk no YouTube – a coreografia virou febre na plataforma e foi reproduzida em milhares de vídeos amadores. Já “Sou Foda”, conforme mencionado anteriormente, é considerado um dos maiores memes<sup>8</sup> da internet brasileira. “Gaiola das Cabeçadas” e “Funk Clássico” são duas paródias que misturam funks clássicos a referências intelectualizadas, enquanto “Aquecimento das Maravilhas” e “Passinho do Volante” alçaram grupos de funkeiros das periferias do Rio de Janeiro à fama ao mesmo tempo em que geraram intensas discussões na internet. Já “Tá Patrão” é considerado um marco para a vertente de ostentação. As produções serão apresentadas com maior detalhamento no capítulo um da pesquisa.

Na segunda etapa da investigação, após a delimitação do corpus de pesquisa, foram coletados comentários realizados entre a data de lançamento dos mesmos e os doze meses seguintes. A metodologia foi aplicada de modo a estabelecer condições para uma investigação que pudesse abranger eventuais oscilações nas manifestações de gosto a partir da circulação do

---

<sup>7</sup> Os nomes apresentados nem sempre correspondem aos títulos das produções em suas respectivas páginas no YouTube. Utilizamos aqui os nomes das músicas correspondentes aos mesmos.

<sup>8</sup> Tomamos como referência a definição de Susan Blackmore para a palavra meme. De acordo com a pesquisadora, trata-se de “tudo aquilo que você aprendeu de outra pessoa através da imitação” (2000, p. 6, apud FONTANELLA, 2009, p.4) e é passado adiante, ganhando vida própria. Para mais informações sobre memes, ver: Fontanella: 2009 (“O que é um meme na Internet? Proposta para uma problemática da memesfera”).

vídeo – o videoclipe de “Passinho do Volante”, por exemplo, voltou a gerar debates após a execução da música pela cantora pop Beyoncé durante o Rock in Rio 2013, sete meses depois do lançamento do hit no YouTube. A partir daí, selecionamos os comentários mais “agressivos”, buscando expressões que pudessem revelar conflitos e disputas simbólicas envolvidos em torno do gênero na internet, passo fundamental para a construção das reflexões desenvolvidas nesta pesquisa. Ao longo do trabalho, foram destacados aqueles que consideramos mais ilustrativos de acordo com o tema debatido. A escolha procurou observar critérios como o uso de adjetivos ou expressões depreciativas em relação ao gênero musical, seus produtores e consumidores.

A análise realizada abrange o período entre janeiro de 2008 e abril de 2014. Vale destacar, é claro, que as produções que compõem o corpus deste trabalho de forma alguma esgotam todo o universo de conteúdos sobre o gênero disponível na plataforma. De modo análogo, não se pode considerar que, por meio de sua análise, seja possível ditar todos os conflitos associados ao gênero a partir de sua materialização nas mídias digitais. Entretanto, acreditamos que os vídeos são bastante representativos desse movimento e nos ajudam a exemplificar e problematizar as múltiplas representações do funk na rede, ainda que em um panorama sucinto.

O primeiro capítulo é formado por três seções. Na primeira, traçamos um breve histórico sobre o surgimento e consolidação do gênero conhecido como “funk carioca”<sup>9</sup> no Brasil de modo a contextualizar nosso objeto de pesquisa. O trabalho desenvolvido por Vianna (1987), Herschmann (2000) e Sá (2007, 2012) norteia esta etapa, na qual mostramos que o funk viveu (e ainda vive) processos de marginalização, mas também passou por momentos de intensa popularidade além das comunidades cariocas ao longo de sua trajetória. Em seguida, exploramos detalhadamente a circulação dos vídeos que fazem parte do corpus, buscando estabelecer paralelos e diferenciações que nos permitam tomá-los como objeto das discussões que serão propostas nas etapas subsequentes da pesquisa. Neste tópico, abordamos as características do YouTube que contribuíram de forma decisiva para a sua consolidação como o principal espaço para o compartilhamento e consumo de vídeos na internet.

Na última etapa do capítulo, mostramos que as apropriações tecnológicas das mídias digitais contribuem para o sucesso não apenas do funk, mas de outros gêneros musicais populares

---

<sup>9</sup> De forma geral, o funk produzido no Brasil é conhecido como “funk carioca”, expressão que também tem sido utilizada em trabalhos acadêmicos sobre o gênero. Contudo, por entender que já existem cenas musicais consolidadas para o funk em outros estados (sobretudo em São Paulo, berço da vertente de ostentação), optamos por utilizar apenas “funk” ao longo deste trabalho, sempre como sinônimo de versões brasileiras do gênero.

no Brasil e no mundo. Por isso, de forma a localizar o funk dentro de um debate internacional sobre usos da tecnologia como ferramentas para a visibilidade de manifestações culturais associadas à marginalidade, também apresentamos o exemplo de gêneros como o kuduro de Angola e o tuki venezuelano, que geram polêmica por sua popularidade na rede e fora dela.

No capítulo dois, discutimos as visões tecnooptimistas sobre as possibilidades trazidas pelo desenvolvimento tecnológico na contemporaneidade e o papel do dissenso e dos conflitos nas interações sociais que ocorrem na internet. Neste contexto, como mostraremos, o YouTube se configura como uma arena de embates relacionados a identidades e representações de poder por diferentes grupos sociais. Na rede, ganham força verdadeiras “comunidades emocionais” (Freire, 2013), pessoas com interesses comuns, julgamentos sobre outros grupos com os quais coexistem e crenças acerca do que deve ser combatido por representar algum tipo de ameaça. As interações analisadas na pesquisa indicam, por exemplo, que determinados fãs de rock se mobilizam para criticar produtores e consumidores de funk justamente por considerar o gênero um “perigo” não apenas para o seu grupo, mas para toda a sociedade. Exploramos em especial os comentários postados no vídeo “Aquecimento das Maravilhas”, que evidenciam a grande agressividade nas postagens de detratores do funk.

O capítulo três é composto por tópicos sobre as disputas simbólicas relacionadas à circulação de vídeos de funk na internet. A partir do entendimento da música como parte de um sistema de comunicação atravessado por múltiplas formas de agenciamento social (DeNora, 2003), propomos uma reflexão sobre as construções de sentido articuladas pelo gênero, sobretudo no que diz respeito a noções de classe social e cultura popular.

Na segunda etapa do capítulo, apresentamos um debate sobre as valorações da cultura e a relação entre estas significações e as manifestações de gosto apresentadas no corpus da pesquisa. Sinônimo de progresso, elegância e apuro estético, o termo cultura foi posto em xeque a partir da segunda metade do século XX pelos teóricos dos chamados Estudos Culturais, que apontaram as complexidades e agenciamentos ligadas a manifestações produzidas e consumidas por setores marginalizados da sociedade. Entretanto, comentários coletados nos vídeos analisados mostram que, para muitos, o funk ainda é associado a um suposto atraso socioeconômico do país, além de se configurar como música esteticamente intragável que não deve ser sequer considerada enquanto manifestação cultural.

Em seguida, também abordamos as relações identitárias entre funk e periferia no Brasil e os tensionamentos relacionados ao gênero musical a partir das disputas entre indivíduos de diferentes classes sociais na internet. Gravado em uma comunidade fluminense, “Passinho do Volante” evoca esses conflitos ao levar um espaço urbano marginalizado ao topo da parada de sucessos do YouTube. Já “Tá Patrão” nos traz problemática semelhante, mas sob uma ótica diferente: além do deslocamento geográfico, existe uma resignificação da identidade periférica, uma vez que os bens de luxo aparecem no discurso e nas imagens.

O capítulo apresenta, ainda, conceitos associados ao sistema cultural do YouTube que têm grande relevância para a circulação do funk na internet: a cultura do *spoof*, ou seja, paródia ou imitação de um vídeo (Felinto, 2008), e o *digital trash*, relacionado a produções com estética intencionalmente tosca (Fontanella, 2009). A análise das interações em torno dos vídeos “Gaiola das Cabeçadas” e “Funk Clássico –para pessoas com gosto refinado” mostra que tais fenômenos problematizam a negociação de representações do gênero musical na plataforma. Resultantes de apropriações de funks de sucesso, as duas produções ilustram a popularização de manifestações que “permitem” a apreciação do funk sem culpa até por aqueles que habitualmente são detratores do gênero. Desta forma, procuramos mostrar ainda que o humor se configura como um fator importante na criação de novas fruições estéticas que potencializam a circulação do funk na web.

Para Essinger, o funk expressa como nenhum outro gênero musical as contradições de uma cidade como o Rio de Janeiro, que “pode ir do samba de roda à techno music, da umbanda ao padre pop, do grito para a casa da vizinha à internet num micro instante” (2005, p. 9 e 10). Como veremos nas próximas páginas, a mobilização e os conflitos em torno do gênero na internet atestam que o funk pode representar também os contrastes de uma audiência que confronta e negocia múltiplas identidades nas arenas virtuais promovidas por plataformas como o YouTube.

O desenvolvimento tecnológico criou um espaço de fala importante para certos grupos negligenciados, como parte dos artistas do funk e mesmo do público, que usa as ferramentas disponíveis na web para ter acesso à produção de um gênero que ainda encontra pouco espaço na mídia tradicional. Entretanto, Bhabha (1998) nos lembra que os discursos em disputa não são necessariamente iguais; alguns sujeitos têm mais legitimidade do que outros não apenas para falar, mas se fazer ouvir - um desafio e tanto num momento em que é cada vez maior o número de conteúdos em circulação na rede. São justamente essas relações conflituosas, plurais e em pleno processo de construção – e, portanto, extremamente atuais e populares – que guiam o

processo de análise da trajetória dos vídeos relacionados ao funk no YouTube que apresentamos neste trabalho.

## Capítulo 1 – Cartografia do funk nas redes digitais

Setenta reais, um *tablet* e a participação da comunidade da favela Coronel Leôncio, no bairro da Engenhoca, em Niterói. Somados a uma batida dançante de coreografia simples, estes ingredientes deram origem a um dos grandes hits do verão de 2013: o funk “Passinho do Volante”, de Mc Federado e os Leleks. O grupo, composto na época por jovens com idades entre 18 e 20 anos, topou com a fama após ver o videoclipe da canção, gravado em uma tarde ensolarada durante o churrasco promovido na vizinhança, explodir na internet.

Mais de quarenta milhões de visualizações depois, o vídeo terminou o ano no segundo lugar entre os mais vistos do segmento musical no YouTube Brasil – o primeiro dos quatro vídeos associados ao gênero a figurar na lista, seguida ainda por “Na Pista Eu Arraso” de MC Guime, “O Bonde Passou”, de MC Gui e “Mais Amor Menos Recalque”, de MC Daleste. O líder do ranking, “Show das Poderosas”, traz uma mistura entre pop e funk que consagrou sua intérprete, Anitta (a cantora mantivera o MC na assinatura até o ano anterior, quando assinou contrato com uma grande gravadora).

Além das trajetórias diferentes, os artistas em questão se inserem no universo do funk de formas distintas - na segunda década do século XXI, o gênero que nasceu como funk carioca ganhou novas vertentes e modos de circulação. Entretanto, a exemplo do grupo fluminense, todos encontraram no YouTube uma plataforma capaz de expandir sua visibilidade e alavancar a carreira. Por meio de estratégias discursivas adaptadas ao portal de vídeos, conquistaram altíssimos números de visualizações, centenas de milhares de comentários e compartilhamentos. Na linguagem que se popularizou com o ciberespaço, *bombaram* na rede.

Neste capítulo, buscamos apresentar a trajetória de sete vídeos de funk<sup>10</sup> que se tornaram virais na internet brasileira nos últimos anos e que compõem o corpus desta pesquisa. Além da contextualização sobre o surgimento e circulação das produções escolhidas, abordamos algumas estratégias utilizadas pelos seus protagonistas para alavancar a popularidade conquistada no YouTube. Esta perspectiva é importante para compreender as disputas simbólicas em torno da visibilidade destes vídeos que serão abordadas nos próximos capítulos. A interseção desta análise

---

<sup>10</sup> Conforme lista apresentada na introdução deste trabalho.

com o histórico do nascimento e consolidação do funk brasileiro também instiga questões sobre a importância da plataforma para a ascensão do gênero no cenário cultural contemporâneo.

Destacamos ainda que a circulação dos vídeos em questão nos ajuda a pensar em uma espécie de “linha do tempo” do funk no YouTube, uma vez que as produções evidenciam diferentes formas de representação do gênero no portal de vídeos. Enquanto a “dança do Créu” espalhou-se pela rede na forma de registros gravados em shows e em vídeos caseiros com pessoas comuns tentando imitar a coreografia, “Sou Foda” surgiu dois anos mais tarde como um videoclipe produzido especialmente para o YouTube com cenários em chroma-key e se tornou um dos memes mais famosos da internet brasileira.

No vídeo do “Passinho do volante”, a favela não é apenas cenário; torna-se também personagem nas disputas traçadas pela popularidade de uma produção de baixo orçamento associada a um gênero musical marginalizado. O videoclipe ganhou os holofotes em um momento no qual a mídia tradicional busca atingir as classes populares, o que acirra os debates em torno conceito de periferia. Além de questões relacionadas aos lugares de origens do funk, o vídeo “Aquecimento das Maravilhas”, também produzido para o YouTube, causou polêmica pela sensualidade das dançarinas do Bonde das Maravilhas, que já tinham uma carreira em ascensão no Rio de Janeiro por meio do trabalho desenvolvido na plataforma de vídeos. O conflito entre fãs do grupo e antifãs que o descobriram após a explosão do “quadrado de oito” na internet resulta em comentários particularmente agressivos na página da produção, sobretudo relacionados a padrões morais em torno da sexualidade feminina.

Considerado um divisor de águas para a vertente de ostentação (Ludemir, 2013) “Tá Patrão” representa a consolidação de uma cena com grande contribuição da popularidade conquistada no YouTube. Além do deslocamento geográfico do funk do Rio de Janeiro para São Paulo, há uma resignificação da identidade periférica, aqui pautada pelo acesso a bens de luxo. Já as duas produções paródicas selecionadas, “Gaiola das Cabeçadas” e “Funk clássico - para pessoas com gosto refinado”, ilustram as múltiplas apropriações do funk na rede que cresceram junto com a popularização do gênero no YouTube e em outros espaços da internet.

Acreditamos que o corpus escolhido pode fornecer possibilidades interpretativas sobre as diferentes formas de circulação do funk na internet e sobre o processo de *letramento midiático* em curso por parte dos atores sociais relacionados ao gênero. De acordo com Jenkins (2008), a complexificação na relação entre produtores e consumidores no campo midiático - potencializada

com o surgimento de novas tecnologias - reforçou a disputa em torno do direito dos sujeitos à participação efetiva na cultura. No entanto, essa participação está diretamente vinculada à capacidade de utilizar os meios de comunicação como plataformas para a autoexpressão. Para Jenkins, “assim como, tradicionalmente, não consideramos letrado alguém que sabe ler, mas não escrever, não deveríamos supor que alguém seja letrado para as mídias porque sabe consumir, mas não se expressar” (JENKINS, 2008, p. 229).

O YouTube se configura como um importante espaço de consumo musical, sobretudo entre os jovens. De acordo com um levantamento da Nielsen, empresa germânico-americana especializada em pesquisas, em 2012, 64% do público norte-americano entre 13 e 18 anos usava o portal de vídeos para ouvir músicas<sup>11</sup>. A popularidade do portal também está relacionada a uma reconfiguração no formato dos videoclipes, que surgiram como importante ferramenta de divulgação de artistas e bandas na televisão e continuam populares na internet<sup>12</sup>. Este processo tem grande importância para o funk do século XXI. Uma vez que há pouco espaço na mídia tradicional para divulgar a produção de artistas em início de carreira, o YouTube se torna o principal veículo para expandir seu público além dos bailes das comunidades de origem. Conforme veremos ao longo desta pesquisa, a popularização de vídeos associados ao gênero na plataforma trouxe novas questões relacionadas ao seu circuito de circulação.

Para facilitar a compreensão sobre as produções analisadas, apresentamos uma tabela com as principais informações sobre o corpus de pesquisa deste trabalho. Os vídeos foram organizados segundo a ordem de postagem no YouTube.

---

<sup>11</sup> Informações disponíveis no site da revista Billboard.

<<http://www.billboard.com/biz/articles/news/1084161/business-matters-teens-listen-to-music-most-on-youtube-pay-for-music-more>>. Acesso em 15/06/2003.

<sup>12</sup> O videoclipe “Gangnam Style”, do sul-coreano Psy, somava mais de 2,04 bilhões de visualizações em julho de 2014. Trata-se do vídeo mais visto da história do YouTube até o momento. Disponível em: <<http://tecnoblog.net/119083/youtube-video-gangnam-style/>>. Acesso em 20/07/2014.

Tabela 1: Informações sobre os vídeos analisados ao longo da pesquisa

<p><b>Vídeo:</b> Mc Créu - Dança do Créu - Furacão 2000 Tsunami 2</p> <p><b>Artista / música:</b> Mc Créu/ Dança do Créu</p> <p><b>Data:</b> Enviado em 15/12/2007</p> <p><b>Link:</b> <a href="http://bit.ly/1rms6S5">http://bit.ly/1rms6S5</a></p>	
<p><b>Vídeo:</b> 24 AVASSALADORES wmv</p> <p><b>Artista / música:</b> Os avassaladores / Sou foda</p> <p><b>Data:</b> Enviado em 11/08/2010</p> <p><b>Link:</b> <a href="http://bit.ly/1pSvved">http://bit.ly/1pSvved</a></p>	
<p><b>Vídeo:</b> Gaiola das Cabeçadas - Comédia MTV (QH)</p> <p><b>Artista:</b> Comédia MTV/ Gaiola das Cabeçadas</p> <p><b>Data:</b> Enviado em 17/09/2010</p> <p><b>Link:</b> <a href="http://bit.ly/WUNfcV">http://bit.ly/WUNfcV</a></p>	

**Vídeo:**  
MC Guime - Tá Patrão (Clipe Oficial - HD)

**Artista:**  
MC Guime

**Data:**  
Enviado em 10/11/2011

**Link:**  
<http://bit.ly/1uqYiJE>



**Vídeo:**  
Funk Clássico - Para pessoas com um gosto refinado

**Artista:**  
Gustavo Horn

**Data:**  
Publicado em 10/08/2012

**Link:**  
<http://bit.ly/1tNbLYg>



**Vídeo:**  
AH LELEK LEK LEK LEK LEK ( OFICIAL ) HD

**Artista / música:**  
MC Lelek e os Federados/ Passinho do volante

**Data:**  
Publicado em 24/01/2013

**Link:**  
<http://bit.ly/1mfiNPQ>



<p><b>Vídeo:</b> Bonde das Maravilhas - Aquecimento das Maravilhas (CLÍPE OFICIAL) TOM PRODUÇÕES 2013</p> <p><b>Artista:</b> Bonde das Maravilhas</p> <p><b>Data:</b> Publicado em 23/02/2013</p> <p><b>Link:</b> <a href="http://bit.ly/1rHIujK">http://bit.ly/1rHIujK</a></p>	
---	--

Fonte: YouTube

Antes da análise das produções mencionadas, expomos um pequeno histórico sobre o funk brasileiro e sua visibilidade no portal de vídeos, além de similaridades no processo de disseminação de outros gêneros musicais populares na rede.

### 1.1 Um breve histórico

A história do funk carioca é marcada por representações estigmatizadas que, implícita ou explicitamente, relacionavam o gênero à criminalidade. Sucesso em bailes e rádios do Rio de Janeiro nos anos 1970 ainda com sonoridades e letras norte-americanas, o funk iniciou o processo de construção de uma versão brasileira na década seguinte (Essinger, 2005). De acordo com Vianna (1987), apesar da popularização crescente na capital fluminense, com direito a bailes frequentados por milhares de jovens a cada fim de semana<sup>13</sup>, o gênero ainda era retratado pela imprensa como uma “novidade”.

Nos anos 1990, o funk já era sinônimo de funk carioca no Rio de Janeiro e em todo o Brasil. Os artistas ligados ao gênero arrastavam multidões com letras e português que retratavam questões relativas ao cotidiano de favelas e bairros da periferia da cidade. Ao longo da década, as representações do gênero na mídia se intensificaram, sendo marcadas por uma forte associação

---

<sup>13</sup> Segundo Vianna (1987), um baile com 500 pessoas era considerado um fracasso de público por seus organizadores.

entre o gênero e a violência (Herschmann, 2000)<sup>14</sup>.

No entanto, o discurso dessa mesma mídia assentou as bases para momentos de glamourização do gênero, que ganhou espaço também nas seções culturais de grandes veículos de comunicação do país (idem, 2000). Atualmente, o funk carioca convive simultaneamente com estigmas associados à violência – bailes ainda são proibidos em diversas comunidades cariocas – e com um momento de ascensão na mídia e no cenário cultural contemporâneo, circulando em espaços distintos de seus bailes de origem, como casas noturnas de classe média, academias e novelas da Rede Globo (Sá, 2007). Embora muitas destas narrativas ainda sejam caracterizadas por juízos de valor que denotem uma visão preconceituosa (Sousa; Santos, 2011), elas podem produzir “frestas” nas quais as diferenças podem emergir (Herschmann, 2000).

Apesar da relação problemática com a opinião pública, o funk nunca deixou de fazer parte do cenário cultural carioca desde a sua consolidação. Ainda nos anos 1980, artistas, empresários e equipes de som foram responsáveis pela criação de um circuito de circulação autossustentável, pioneiro e independente em relação ao modelo estabelecido, no qual as gravadoras tinham um papel decisivo. Baseado em práticas como “apropriação tecnológica, autoria flexível, ênfase na performance e valorização dos relacionamentos sociais locais no lugar da venda de suportes materiais” (SÁ e OLIVEIRA, 2012), o modelo de produção e distribuição do funk apresentou, desde a sua construção, estratégias que atualmente são consideradas inovadoras para lidar com a crise da indústria da música em decorrência da desvalorização de CDs e DVDs. De acordo com Sá e Oliveira (idem), tais escolhas não fazem parte de um posicionamento ideológico ou de uma “decisão” consciente, mas das necessidades do dia a dia.

A popularização crescente na contemporaneidade não impede que grande parte da produção de funk seja feita em estúdios caseiros, com um grande fluxo de troca de arquivos entre os artistas pela internet. O gênero sempre esteve associado à mistura de sonoridades, elemento essencial de sua identidade (Essinger, 2005). Com a digitalização, o processo de compartilhamento de *samples* que já acontecia tornou-se mais simples. A distribuição das músicas também é gratuita e baseada na divulgação do próprio artista durante suas apresentações

---

14 Como mostra Herschmann (2000), os arrastões e tumultos de outubro de 1992 no Rio de Janeiro contribuíram para reforçar um imaginário permeado por narrativas que, de forma escancarada ou subentendida, contribuíam para uma associação entre o gênero e a criminalidade, associando-o ao narcotráfico e organizações ligadas ao crime.

ao vivo, na distribuição em sites especializados e, claro, em vídeos que são disponibilizados no YouTube<sup>15</sup>.

No caso da plataforma de vídeos, essa circulação ocorre em duas vias. Por um lado, o livre acesso ao funk na rede permite uma grande diversificação no número de produções disponíveis para download, bem como remixes e apropriações. Por outro lado, a rede de divulgação local ganha amplitude na medida em que é possível compartilhar links com músicas e vídeos. Em alguns exemplos analisados neste trabalho, foi possível constatar que a comunidade local de fãs foi responsável não apenas por defender seus ídolos dos detratores no YouTube, mas ajudou a impulsionar o número de visualizações e de comentários, o que despertou a curiosidade de pessoas que não necessariamente gostam de funk, mas querem saber mais sobre as produções que ganham destaque no ecossistema do portal de vídeos.

Voltemos, antes, a traçar os passos mais recentes da trajetória do gênero. A primeira década do século XXI trouxe novos espaços de circulação para o funk. Após ganhar projeção ao falar sobre o cotidiano das favelas cariocas, o gênero começou a circular com mais intensidade fora das comunidades. Boates e festas para a classe média, com as quais o funk sempre flertou desde o surgimento, passaram a abrir cada vez mais espaço para seus artistas. Nos holofotes, nomes como Tati Quebra Barraco e Bonde do Tigrão popularizaram uma vertente pautada pela associação com o humor e com o erotismo (Sá, 2007).

Entretanto, apesar do sucesso de alguns artistas e da projeção internacional do funk, a estrutura de produção e divulgação, sobretudo de novos artistas, ainda estava (e continua) longe do padrão relativo a revelações de outros gêneros musicais. Dona do passe de grande parte MCs e grupos de funk desde a década de 1990, a produtora carioca Furacão 2000 continua a ser uma das principais portas de entrada de novatos no circuito de circulação do gênero. Em 2014, a empresa dispunha de programas veiculados na TV Bandeirantes Rio e na rádio FM O Dia nas tardes de segunda a sexta-feira, além de um programa semanal na emissora RedeTV!. Nascida no final da década de 1970 após a fusão de duas equipes de som, a produtora ainda é uma das principais janelas de visibilidade para funkeiros na mídia tradicional.

Diante de pouco espaço para divulgação, o YouTube tornou-se vital na estratégia de

---

<sup>15</sup> Além do consumo do funk via streaming por meio do YouTube, diversos artistas disponibilizam links para download do material apresentado nas páginas de seus vídeos publicados na plataforma. Também pontuamos que há diversas ferramentas externas que permitem o download do material postado no YouTube no formato de vídeo ou apenas de áudio.

lançamento de determinados artistas e músicas. Esse movimento pode ser observado na indústria da música como um todo, mas ganha especial relevância para o funk se considerarmos que artistas em início de carreira, em geral, não encontram espaço para divulgação fora de programas de TV e rádio especializados e de alcance limitado ao Rio de Janeiro. Mesmo entre aqueles que já contam com público cativo, o número de visualizações e a repercussão na internet parecem agir como um pré-requisito, mediando sua entrada no circuito de divulgação tradicional, inclusive em portais na internet associados a grandes corporações de mídia brasileiras.

Além disso, cabe destacar que muitos dos vídeos que alcançam o sucesso na web apresentam músicas com palavras de baixo calão e associações explícitas ao erotismo, o que dificulta sua veiculação na mídia tradicional. Um dos exemplos analisados neste trabalho, a produção “Sou Foda”, do grupo Os Avassaladores, passou por um processo de “suavização” - o nome da música foi adaptado para “Sou brabo” - para que pudesse ser absorvida pela mídia tradicional sem ferir seus padrões morais. A adaptação relacionada à música popular massiva<sup>16</sup> e ao funk carioca em particular não é uma prática que começou após a veiculação de vídeos no YouTube, mas torna-se uma questão ainda mais relevante a partir da circulação na plataforma. Neste caso e em exemplos semelhantes, os meios tradicionais referem-se constantemente ao sucesso conquistado no portal de vídeos - aludindo, portanto, a versões politicamente incorretas.

### **1.1.2 Dos primeiros passos ao topo da parada de sucessos do YouTube**

Uma opção comum entre os primeiros vídeos de funk publicados no YouTube e que segue utilizada até os dias de hoje é o uso da plataforma de vídeos como ferramenta de divulgação exclusiva da música, sem imagens em movimento. Entre a maior parte dos vídeos analisados na fase inicial da pesquisa, publicados entre 2007 e 2010, há pouco a ser consumido além do áudio – em geral, a tela permanece congelada com o nome da música, ou uma foto que pode ou não representar os artistas que estão cantando<sup>17</sup>. Em outros casos, há uma tentativa de estabelecer uma narrativa mínima por meio de recursos básicos de edição, como o sequenciamento de

---

<sup>16</sup> Janotti define a música popular massiva como "um campo dividido em diversos subcampos, atrelados a gêneros e subgêneros que reproduzem em menor escala, o modelo de distribuição e possibilidade de auferir valores e capitais simbólicos ligados às práticas (de produção, rotulação, circulação e consumo) da música" (2007, p. 5).

<sup>17</sup> Como exemplo, podemos citar o vídeo “Creu”, que apresenta a música em questão nestes moldes. Disponível em: <<http://www.youtube.com/watch?v=cp7libZiKnE>>. Acesso em janeiro de 2013.

fotografias. Essas produções, em sua maioria, foram postadas por fãs ou produtores de pequeno porte.

A economia de recursos audiovisuais não prejudicou o potencial de circulação das produções ou o consumo participativo por parte do público neste primeiro momento: além de números expressivos de visibilidade, muitos vídeos relacionados ao funk carioca apresentam mostras do uso intenso das ferramentas disponíveis na plataforma, como recomendações e comentários. Há casos em que as versões mais “simples” de vídeos relacionados ao funk superam a audiência de vídeos “oficiais” postados no mesmo período, o que também pode estar relacionado com dificuldades de acesso à internet de alta velocidade por parte do público, situação que tende a melhorar com o desenvolvimento e barateamento do acesso à tecnologia.

Buscar os primeiros registros sobre vídeos de funk que alcançaram números expressivos de audiência no portal de vídeos é uma tarefa árdua. As estatísticas de visualização por períodos de tempo são escassas e, no caso de muitas produções sobre funk, sobretudo as mais antigas, inexistentes. Por isso, foi necessário recorrer aos dados disponíveis na ferramenta Google Trends<sup>18</sup>. De acordo com a plataforma de busca de tendências, os termos “funk” e “YouTube” associados registraram um aumento considerável no número de buscas no Google por internautas brasileiros pela primeira vez em janeiro de 2008. O padrão se repete no relatório de buscas pelo termo “funk” dentro da própria plataforma de vídeos<sup>19</sup>.

Naquele período, o gênero já circulava intensamente na rede por meio de sites especializados, como o Funk Neurótico.net<sup>20</sup>, e do próprio YouTube – nesta pesquisa, foram encontrados diversos registros que datam de meados de 2007. Por outro lado, fazendo jus ao slogan do YouTube (“Broadcast Yourself”, ou “transmita você mesmo”), o conteúdo amador correspondia à maior parte do que era produzido no Brasil até então. Assim, o funk circulava pelas mãos do público, que registrava bailes e outros espaços nos quais o gênero se fazia ouvir<sup>21</sup>.

18 Google *trends* é uma ferramenta desenvolvida pela Google que apresenta dados sobre o volume de buscas sobre determinado termo em um determinado período em diferentes regiões do Brasil e do mundo. Disponível em: <http://www.google.com.br/trends/>

19 Importante ressaltar que não é possível encontrar informações sobre buscas específicas dentro do YouTube em anos anteriores a 2008.

20 O site, que reúne um acervo de milhares de funks, não apresenta informações sobre seu histórico. Contudo, a data do registro do domínio, março de 2005, pode servir como indicador para o surgimento da plataforma e, por conseguinte, da popularização da circulação do funk carioca na rede. Dados disponíveis em < <http://superiortrip.com/y/funkneurotico.net>>. Acesso em julho de 2013.

21 Ver exemplos: "O melhor baile funk é na favela". <<https://www.youtube.com/watch?v=ZiY4tOT6c8U>>. Acesso em julho de 2013. "Baile funk Bonde do Vinho (...)".

As performances de pessoas comuns cantando e dançando para a *webcam* também ganhavam visibilidade. A popularização dessa prática cultural (gravações caseiras de coreografias) no YouTube associada ao momento ascendente do funk no Brasil resultou naquele que foi o primeiro grande sucesso associado ao gênero musical no YouTube: a “dança do créu”.

Figura 1: Registro das buscas com o termo “dança do créu” ao longo do tempo



Fonte: Google Trends

Um dos principais vídeos relacionados à coreografia criada pelo MC Créu foi postado em dezembro de 2007 e traz o registro de um show do artista e suas dançarinas em um baile da Furacão 2000. Dona do passe de grande parte dos MCs e grupos de funk desde a década de 1990, a produtora carioca acidentalmente possibilitou a ascensão de diversas estrelas de seu elenco no portal de vídeos. Em um período no qual o YouTube ainda não fazia parte da estratégia de divulgação de artistas e produtoras, os vídeos “oficiais” das músicas limitavam-se, em grande parte, a apresentar gravações realizadas sob a tutela da empresa.

Não é possível afirmar que a “Dança do Créu” foi a única responsável pelo aumento de buscas sobre funk no YouTube no início de 2008, mas os números em torno dos vídeos

relacionados apontam para a sua importância neste cenário: além de quase dez milhões de visualizações acumuladas na apresentação para a Furacão 2000, a música gerou cerca de 69.000 vídeos associados<sup>22</sup>, boa parte deles com pessoas comuns tentando executar o desafio proposto por MC Créu: executar a “dança do créu” em cinco velocidades.

Criada sem maiores pretensões pelo DJ e produtor Sérgio Costa, que posteriormente ganhou a alcunha de seu maior hit, a dança do créu popularizou-se rapidamente pelo humor da letra e pelos atributos de uma das dançarinas que acompanhava as execuções da música – Andressa Soares, conhecida com Mulher Melancia pelos seus 117 centímetros de bumbum. Além de milhares de tentativas amadoras de repetir os feitos de Andressa e suas companheiras no YouTube, a rede social Orkut, muito popular entre os brasileiros na época, registrou o surgimento de diversas comunidades relacionadas à dança do créu. A visibilidade alcançada na internet foi destacada pela revista O Grito em janeiro de 2008<sup>23</sup> e pelo portal “ClicAraxá.com” no mês seguinte.<sup>24</sup>

A música de letra inusitada foi absorvida tão bem que atualmente é possível ver mais de 500 vídeos no You Tube com apresentações do funkeiro e fãs fazendo a coreografia. Sua presença online, que se traduz num marketing viral é forte, o que comprova as dezenas de comunidades no Orkut e de 5 perfis online do MC. A “coreografia” principal não é realmente difícil de aprender, mas para acompanhar o MC é preciso ter muita, muita disposição. O ritmo é frenético. E não são poucos os candidatos e candidatas a concorrentes das dançarinas profissionais do MC Créu, Andressa e Daiane. No You Tube vários vídeos caseiros mostram gente de todas as idades fazendo a coreografia. Quem quiser conferir vai encontrar desde uma senhora de 61 anos até uma dupla de homens sarados sem camisa rebolando ao som da “Dança do Créu”. São quase 1.300 ocorrências para a música no site de vídeos. Tem até o Mr. Bean, o personagem humorístico britânico, dançando ao som do batidão do funk.

A comparação entre as publicações dá uma ideia da velocidade (sem trocadilhos) de popularização da dança no YouTube: em menos de um mês, o número de vídeos associados à música dobrou. Entre as produções mais vistas sobre dança do créu no YouTube estão uma

<sup>22</sup> Número registrado em pesquisa realizada em fevereiro de 2014. Disponível em: [http://www.youtube.com/results?search\\_query=%22dan%C3%A7a%20do%20cr%C3%A9u%22&sm=3](http://www.youtube.com/results?search_query=%22dan%C3%A7a%20do%20cr%C3%A9u%22&sm=3)

<sup>23</sup> Disponível em: < <http://revistaogrito.ne10.uol.com.br/page/blog/2008/01/28/danca-do-creu/>>. Acesso em fevereiro de 2013.

<sup>24</sup> Disponível em:< <http://www.clicaraxa.com/noticia.php?IdNoticia=11>>. Acesso em fevereiro de 2013.

performance de Andressa Soares para o portal de internet IG na qual a dançarina ensina os truques para executar a “velocidade cinco” da dança do créu em abril de 2008 (mais de 24 milhões de visualizações) e um vídeo em que duas adolescentes de short e camisa do Brasil mostram a sua versão para a dança aparentemente no quintal de casa (mais de 13 milhões de visualizações) postado em novembro de 2007<sup>25</sup>.

As paródias da música, como a já mencionada montagem com o personagem Mr. Bean ou o personagem Quico do humorístico Chaves, também ganharam destaque na plataforma. A exemplo do que aconteceria com outros funks de sucesso na web, a dança do créu também foi apropriada em produções associadas a mensagens cristãs, como o vídeo do “Mc céu”<sup>26</sup>, postado em fevereiro de 2008, ou a “dança do créu gospel”<sup>27</sup>, cuja versão disponível no portal (outras foram apagadas) data de janeiro de 2010. Quatro anos mais tarde, a música voltaria a ser lembrada na rede após a publicação do vídeo “Como dançar créu como uma lady”<sup>28</sup>, de dezembro de 2011. A produção, que mostra uma adaptação mais comportada da dança por uma jovem em um vídeo caseiro, foi destaque no site Não Salvo<sup>29</sup>, um dos mais populares do segmento de humor no Brasil, atestando a longevidade do hit. Conforme atesta José (2009),

O corpo que dança funk utiliza as novas tecnologias como forma de ampliar sua comunicação. Percebe-se nas diferentes imagens corpos afoitos em demonstrar/mostrar para o mundo as suas performances “creuzísticas”. (...) Curiosamente, estas imagens retratam uma abrangente espacialidade (...) Sabe-se que no Brasil, o povo dança não importa onde. E... “Créu!”. (JOSÉ, 2009, p. 4 e 5)

A resposta maciça do público à provocação do MC carioca por meio de vídeos amadores ilustra a demanda por uma cultura mais participativa que ajudou a dar forma ao próprio YouTube. Criado em 2005 por Chad Hurley, Steve Chen e Jawed Karim, o portal ganhou fama sob o slogan *broadcast yourself* (transmita a si mesmo, em tradução livre). Na época, já havia grupos de pessoas que buscavam uma plataforma semelhante para a difusão de seus vídeos caseiros por meio de redes sociais já existentes (Burgess e Green, 2009, p. 145). A consolidação da chamada

<sup>25</sup> Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=Swlu2qbsVwE>>. Acesso em janeiro de 2013.

<sup>26</sup> Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=c9IWdYuQNcM>>. Acesso em janeiro de 2013.

<sup>27</sup> Disponível em: <[https://www.youtube.com/watch?v=5rbaqaU\\_67g](https://www.youtube.com/watch?v=5rbaqaU_67g)>. Acesso em janeiro de 2013.

<sup>28</sup> Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=nJpT1g9RC08>>. Acesso em janeiro de 2013.

<sup>29</sup> Disponível em: <<http://www.naosalvo.com.br/como-dancar-creu-sem-ser-vulgar/#>>. Acesso em janeiro de 2013.

Web 2.0 (O'Reilly, 2005) foi fundamental para a explosão na difusão e compartilhamento de vídeos postados.

Se o YouTube parece ter aparecido da noite para o dia, é porque já havia uma miríade de grupos esperando por algo como o YouTube; eles já tinham suas comunidades de prática que incentivavam a produção de mídia DIY<sup>30</sup>, já haviam criado seus gêneros de vídeos e construído redes sociais por meio das quais tais vídeos podiam trafegar. O YouTube pode representar o epicentro da cultura participativa atual, mas não representa o ponto de origem para qualquer das práticas culturais associadas a ele. (BURGESS; GREEN, 2009, p. 145)

De acordo com Chau (2010), um dos elementos mais importantes e atrativos do YouTube para a audiência jovem é a facilidade de usar o portal. Além disso, a trajetória de participação é gradual. Algumas pessoas ficam no que o autor considera a periferia da comunidade: elas assistem a um vídeo e leem os comentários, mas não contribuem com as discussões. Posteriormente, as mesmas pessoas que contribuíram para aumentar a audiência de um vídeo no YouTube podem se sentir à vontade para registrar opiniões, compartilhar vídeos favoritos e postar suas produções caseiras em seu próprio canal dentro da plataforma - como ocorreu justamente entre 2007 e 2008 com as respostas à “dança do créu” e com outros vídeos relacionados a músicas de funk pautadas pela coreografia, como o “passinho do Michael Jackson”<sup>31</sup>, também de Mc Créu, e o “passinho dos prostitutas”<sup>32</sup>, do grupo Ousados. Segundo Chau (idem) as múltiplas possibilidades de participação permitem ao usuário comum a possibilidade de explorar sua identidade e ganhar habilidades à medida que utiliza o portal, o que facilita a curva de aprendizado e impulsiona as interações dentro do YouTube.

Isso é possível porque o YouTube oferece ao público produção e distribuição de mídia combinadas com características de redes sociais na internet<sup>33</sup> (ibidem). Desta forma, o portal acaba se tornando um espaço ideal para a criação, conexão, colaboração e circulação de produções próprias e significativas. Toda atividade dos participantes envolvidos com a plataforma

---

30 “do it yourself”, ou “faça você mesmo”, t. a.

31 Disponível em: <[http://www.youtube.com/watch?v=jm4oI\\_h-Evg](http://www.youtube.com/watch?v=jm4oI_h-Evg)>. Acesso em maio de 2013.

32 Disponível em: <<http://www.youtube.com/watch?v=ubL3-IEM1n8>>. Acesso em maio de 2013.

33 Como o YouTube permite diversos níveis de envolvimento do usuário – desde aquele que se limita a assistir a um vídeo até aquele que atualiza constantemente seu canal, faz comentários e classifica outros vídeos, existem controvérsias em torno da classificação do portal enquanto rede social. Neste trabalho, optamos por considerar a plataforma como um site de rede social apropriado. Segundo Recuero (2009, p. 104), “sites de redes sociais apropriados são aqueles sistemas que não eram, originalmente, voltados para mostrar redes sociais, mas que são apropriados pelos atores com este fim”.

contribui para a criação e posterior negociação sobre temáticas, valores estéticos e formatos adequados. Além disso, qualquer tipo de impressão registrada pelo público nas ferramentas de *feedback* em relação a cada vídeo postado (comentar, gostei/não gostei, responder a comentários, responder a vídeos com outros vídeos) poderá contribuir para a popularidade do autor do vídeo original, incentivando-o a colocar mais produções em seu canal. Essas respostas também são determinantes para a forma pela qual um vídeo vai circular no YouTube. O portal disponibiliza os vídeos mais populares do momento em sua página principal, cria listas de vídeos que poderão interessar a um usuário específico de acordo com o vídeo que ele acabou de assistir ou com seu histórico de produções visualizadas e considera as opiniões do público na hora de apresentar os resultados da busca por determinados termos dentro da plataforma.

Conforme o YouTube se tornou mais relevante no cenário cultural brasileiro, aumentou o investimento de diferentes atores envolvidos no processo de circulação do funk por meio de plataforma de vídeos, assim como a visibilidade de produções caseiras relacionadas ao gênero. Como resultado, houve uma diversificação nos tipos de vídeos postados na plataforma. Nos anos seguintes à explosão da “dança do créu”, observamos que vídeos de funk gravados em shows continuaram a fazer sucesso na plataforma, mas outras propostas começaram a surgir. Uma das artistas que se destacou nesse período foi a cantora Perla: o sucesso do videoclipe de sua música “Tremendo vacilão” e os investimentos da gravadora Deck na cantora de funk melody fizeram a produção emplacar não apenas na plataforma de vídeos, mas em diversos programas de tv fora do nicho do funk.

Com mais frequência, artistas menos conhecidos do público geral, como MC Martinho, também passaram a encontrar no YouTube um canal importante para difundir seu trabalho. Em 2010, o videoclipe “Uma história real”<sup>34</sup>, do MC, obteve mais de 12 milhões de cliques ao contar a história de amor bandido entre “novinha” e “guerreiro”. Embora não seja possível afirmar que a produção foi feita sob medida para a plataforma, nos chamou a atenção o fato de que houve investimentos maiores do ponto de vista técnico e narrativo, denotando uma estratégia discursiva para conquistar visibilidade que funcionou no YouTube. Essa tendência, como veremos, ganharia força nos vídeos contemporâneas do gênero.

Outro movimento que se tornaria um grande sucesso associado ao funk começou a ganhar

---

<sup>34</sup> Disponível em: < <https://www.youtube.com/watch?v=WLWNW3-g81A>>. Acesso em abril de 2014.

força no YouTube a partir de 2008: o passinho do menor, ou passinho da favela, estilo de dança que mistura a batida do “tamborzão” característica do funk do século XXI com elementos de outros gêneros, como o frevo e o treme (Sá, 2012). Seguindo a tendência de popularização de coreografias caseiras publicadas no portal, jovens que já chamavam a atenção nos bailes passaram a postar vídeos com coreografias do passinho, copiadas ou inventadas. Um dos vídeos de maior sucesso da vertente, intitulado “Passinho foda”<sup>35</sup>, soma mais de quatro milhões de visualizações e é considerado um marco do movimento<sup>36</sup>, pois chamou a atenção para a sua popularidade na rede.

Aos poucos, os dançarinos começaram a utilizar o próprio YouTube para lançar desafios aos jovens de comunidades vizinhas; a palavra de ordem era incitar os “concorrentes” a superarem as performances cada vez mais elaboradas de modo a impressionar os internautas e impulsionar a visibilidade de seus protagonistas. Além de expandir os limites do passinho para outras regiões do país - como mostra Sá (idem), dançarinos do treme, no norte do país, apresentam forte identificação com o fenômeno carioca – as interações em torno do passinho no YouTube ganharam espaço em jornais e revistas de circulação nacional<sup>37</sup>.

Em 2011, o passinho ganhou a sua primeira competição oficial, organizada por profissionais de diversas áreas que já apresentavam uma rede de relações dentro do circuito de circulação do funk carioca e que acreditaram no potencial do movimento. Abraçada pelo poder público do Rio de Janeiro, a Batalha do Passinho virou tema de documentário, ganhou o patrocínio de uma empresa multinacional e tornou-se ícone de um funk “do bem”, onde não há espaços para a apologia à violência que marcou (e ainda se faz presente em determinados espaços) o gênero ao longo de sua história<sup>38</sup>.

Presente no histórico do funk, a associação entre o gênero e o riso conquistou de vez a rede em 2010, quando um videoclipe desprezioso com ar de produção caseira seria “descoberto” por representantes do humor na internet brasileira. Gravado em 2009 e lançado no primeiro semestre do ano seguinte, “Sou Foda” apresenta o grupo “Os Avassaladores” dançando

35 Disponível em: <<http://www.youtube.com/watch?v=S-gjytMvZ8>>. Acesso em maio de 2013.

36 O vídeo é citado por diversos entrevistados do documentário “A Batalha do Passinho”, que descreve o surgimento do movimento.

37 O assunto foi destaque na revista Época em agosto de 2011. A matéria, intitulada “Passinho do YouTube”, apresenta o movimento como um fenômeno diretamente relacionado ao portal de vídeos. Disponível em: <<http://revistaepoca.globo.com/Revista/Epoca/0,,EMI258965-15220,00.html>>. Acesso em outubro de 2011.

38 Em 2012, a final da Batalha do Passinho, cujas etapas foram realizadas em comunidades pacificadas do Rio de Janeiro, aconteceu diante das câmeras em tempo real no programa “Caldeirão do Huck”, da Rede Globo.

passos improvisados sobre um fundo de chroma-key. A letra da música se destaca pelo forte apelo erotizado: “Na cama eu te esculacho, na sala ou no quarto”<sup>39</sup>. A mistura entre as caras, bocas e rebolado dos jovens (sobretudo do vocalista Vítinho) e efeitos especiais considerados “toscos” transformou a produção em sensação na rede. Da pretensa sensualidade brotou o humor que levou “Sou foda” a se tornar o grande meme da internet no Brasil entre 2010 e 2011.

A trajetória da produção rumo à lista das mais comentadas do YouTube no país ilustra um certo caráter imprevisível<sup>40</sup> a respeito da popularização de vídeos (entre outros conteúdos) na internet. O videoclipe chamou a atenção de blogs humorísticos como o “Não Salvo” e o “Não Intendo” ainda no primeiro semestre de 2010, quando integrou listas sobre os “funks mais toscos” eleitos pelos autores dos veículos em questão. Após o pequeno destaque obtido, o link original para o vídeo foi retirado do YouTube. A produção seria postada novamente em agosto, mas só viria a estourar de fato no ano seguinte, quando foi “redescoberta” pelo próprio blog “Não Salvo” e pelo apresentador Rafinha Bastos, que chamou a atenção para o vídeo em seu perfil no Twitter (vale lembrar que o brasileiro foi eleito o mais influente do mundo na rede social em março de 2011 pelo jornal New York Times<sup>41</sup>).

A partir daí, o vídeo foi divulgado em blogs e redes sociais e, em pouco tempo, alcançou um número expressivo de visualizações (em julho de 2014, eram mais de 13 milhões) e um sem número de reapropriações de todo tipo, desde um *mashup* com a música Brasileirinho<sup>42</sup> até improváveis paródias evangélicas<sup>43</sup> e um jogo para a rede social Facebook, o “Sou Foda Hero” (adaptação do popular jogo “Guitar Hero”)<sup>44</sup>. Em um processo cíclico, cada nova paródia ou “resposta” ao vídeo a conquistar visibilidade na rede contribuiu para aumentar a popularidade do

<sup>39</sup> Sou foda na cama eu te esculacho/ Na sala ou no quarto/ No beco ou no carro/ Eu... eu sou sinistro/ Melhor que seu marido/ Esculacho seu amigo/ No escuro eu sou um perigo.../ Avassalador, um cara interessante/ Esculacho seu amante/ Até o seu ficante/Mas... mas não se esqueça/Que eu sou vagabundo/Depois que a putaria começou rolar no mundo (No mundo) / Pra... Pra te enlouquecer/ Pra te enlouquecer/ Todas, todas que provaram não/ Conseguem esquecer.) /Sou foda/ Eu sou sinistro.

<sup>40</sup> Embora certas características já mencionadas, como o humor e a coreografia, tenham sido importantes para a difusão do vídeo, sua explosão na rede se deu meses após a publicação, em grande parte graças ao papel desses mediadores.

<sup>41</sup> Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/893661-rafinha-bastos-e-o-mais-influente-do-twitter-diz-new-york-times.shtml>. Acesso em setembro de 2013.

<sup>42</sup> Disponível em: <[http://www.youtube.com/watch?v=dsvbnIDJZTw&feature=player\\_embedded](http://www.youtube.com/watch?v=dsvbnIDJZTw&feature=player_embedded)>. Acesso em abril de 2014.

<sup>43</sup> Disponível em: <<http://www.youtube.com/watch?v=nAXEZTNdjRk>>. Acesso em abril de 2014.

<sup>44</sup> O aplicativo, lançado pelo Programa Plágio, não se encontra mais disponível na rede social. Mais informações: <<http://garotasgeeks.omelete.uol.com.br/2011/03/24/sou-foda-hero-no-facebook/>>

videoclipe original<sup>45</sup> (postado em inúmeros canais dentro do portal de vídeos), uma vez que o conhecimento sobre a referência era fundamental para a fruição adequada de seus derivados. Saudados pela mídia tradicional como “sensações da internet”, “*webcelebrities*” ou “criadores do *webhit* do ano”, os jovens oriundos da favela de Vigário Geral, no Rio de Janeiro, abraçaram como puderam a fama instantânea e inesperada.

Em entrevista ao jornal “O Globo” em abril de 2011<sup>46</sup>, o vocalista Vitinho reforçou o caráter de improvisação do material ao revelar que não houve qualquer tipo de preparação para a gravação do videoclipe. “Não tinha nada pra fazer quando fomos gravar, inventei tudo na hora”. Como primeira providência para aproveitar a visibilidade conquistada na internet, o grupo, que já existia cinco anos antes de estourar na rede, lançou uma adaptação bem-comportada com o nome de “Sou Brabo” para circular em programas de rádio e TV. Na sequência, passou a fazer shows além de sua cidade natal: “A gente já tinha o grupo no Rio de Janeiro, só que agora também fazemos apresentações em outros estados”, comemorou Vitinho em declarações ao jornal “Folha de S. Paulo”<sup>47</sup> em junho de 2011.

Cientes da importância da visibilidade alcançada por meio de espaços humorísticos na internet, os jovens estreitaram a sua relação com pessoas como Maurício Cid, do blog “Não Salvo” (o blog se autointitula como o maior incentivador do *hit*). Entre aparições em veículos tradicionais, Os Avassaladores também dedicaram parte de seu investimento na mídia a aparecer em entrevistas descontraídas para blogs e sites relacionados ao humor<sup>48</sup>. Quando decidiu lançar “Sou Delas”, um novo videoclipe na tentativa de prolongar os quinze minutos de fama, o grupo assumiu a verve de vez. “No começo pensamos em fazer alguma coisa séria porque as pessoas

---

<sup>45</sup> Não raro, as paródias e apropriações obtiveram destaque em diversos veículos, como blogs e portais associados a grandes corporações. A título de exemplo, citamos o cover realizado pelo cantor Erasmo Carlos e que foi notícia no site do jornal O Globo, entre inúmeros espaços na rede. Disponível em: <<http://oglobo.globo.com/cultura/megazine/erasmo-carlos-grava-versao-do-webhit-sou-foda-do-grupo-de-funk-avassaladores-2699596>>. Acesso em abril de 2014.

<sup>46</sup> Disponível em: <<http://oglobo.globo.com/cultura/transcultura-avassaladores-tira-onda-com-seu-funk-em-clipe-vira-sensacao-na-internet-2802907>>. Acesso em janeiro de 2014.

<sup>47</sup> Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/tec/928318-sensacao-no-youtube-grupo-avassaladores-conversa-com-a-folha.shtml>>. Acesso em janeiro de 2014.

<sup>48</sup> Exemplo: “Dia de princeso com Vitinho Sou Foda” - <http://www.naosalvo.com.br/dia-de-princeso-com-vitinho-sou-foda/>. Acesso em dezembro de 2013.

tiraram a gente como comediantes no primeiro clipe, mas não deu. Somos engraçados por natureza”, explicou Victor ao jornal carioca O Dia em julho de 2011<sup>49</sup>.

Eleito em 2011 o “webhit do ano” no prêmio Vídeo Music Brasil, do canal de televisão MTV, e “viral do ano” no prêmio “Melhores da Websfera”, promovido pelo site especializado em cultura digital YouPix<sup>50</sup>, “Sou Foda” tornou-se um dos primeiros vídeos brasileiros reconhecidos como meme. Seus criadores fizeram uma parceria com a dupla Cacio e Marcos no vídeo “Sou foda 2”<sup>51</sup>, um funknejo (fusão entre funk e sertanejo) lançado em julho de 2011 que buscava repetir o sucesso do antecessor. Os Avassaladores também investiram pesado no humor ao parodiar outro vídeo que se tornou viral na internet brasileira: “Para nossa alegria”. A estratégia denota uma trajetória de aprendizado sobre a percepção do YouTube enquanto um sistema cultural.<sup>52</sup> Contudo, entre iniciativas como o lançamento de novas músicas e uma parceria não concretizada com o Rafinha Bastos, os jovens não conseguiram repetir a popularidade de seu maior sucesso.

Outros dois vídeos analisados neste trabalho guardam semelhanças com “Sou Foda” na trajetória realizada dentro da plataforma de vídeos. Os videoclipes das músicas “Passinho do volante” e “Aquecimento das maravilhas” foram lançados em um pequeno intervalo – o primeiro foi postado em janeiro de 2013, o segundo dois meses depois. Ambos podem ser pensados enquanto exemplos de produções que não se enquadram na dicotomia entre usuários amadores e profissionais dentro do YouTube, um sistema cultural formado por uma rede ampla, complexa e heterogênea (Sá, 2014).

Em diálogo com o formato tradicional de videoclipe, as produções apresentam performances marcadas por coreografias em cenários que remetem à vinculação do gênero com o Rio de Janeiro. Em “Passinho do volante”, essa relação é mostrada por meio da gravação em múltiplos espaços em uma comunidade fluminense. Já “Aquecimento das maravilhas” traz as integrantes do grupo “Bonde das Maravilhas” em um único cenário: as jovens dançam em uma praia carioca com o Pão de Açúcar ao fundo, ícone máximo da representatividade do Rio de Janeiro no Brasil e no exterior. A associação com os lugares de origem do funk reforçada pelo uso

<sup>49</sup> Disponível em: < <http://odia.ig.com.br/porta/diversaoetv/sucesso-na-internet-os-avassaladores-lan%C3%A7am-nova-m%C3%BAsica-confira-o-clipe-1.41291> > Acesso em setembro de 2012.

<sup>50</sup> Disponível em: < <http://youpix.virgula.uol.com.br/premiacao/vencedores-melhores-web-2011/> >

<sup>51</sup> Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=QficZSkzo9A>. Acesso em janeiro de 2012.

<sup>52</sup> Para mais informações sobre o assunto, ver: CUNHA: 2012. "Um batidão para chamar de seu: usos e apropriações do funk carioca no YouTube".

das locações de gravação parece ter intensificado as disputas simbólicas na recepção a ambas as produções, o que será explorado em maior profundidade no capítulo três. Assim como no vídeo do grupo “Os Avassaladores”, as duas produções foram rapidamente divulgadas dentro do próprio YouTube e em outros espaços da internet com viés humorístico.

No entanto, os intérpretes do “Passinho do Volante” explodiram na rede com a ajuda de um garoto-propaganda inesperado: o jogador de futebol Neymar, já àquela altura um dos mais famosos do Brasil. O atleta do Santos também se encantou com a coreografia que começava a fazer sucesso no YouTube e a escolheu para comemorar um gol no início de fevereiro. Tal qual havia acontecido com “Ai, se eu te pego”<sup>53</sup>, de Michel Teló, a divulgação por meio de uma estrela do futebol (no caso do sertanejo, o padrinho mais famoso foi o português Cristiano Ronaldo), trouxe efeito imediato. Como mostra o Google Trends, o mês no qual Neymar apresentou a dança ao Brasil (o jogador ainda gravaria um vídeo no vestiário do Santos cantando e ensinando a dança aos companheiros)<sup>54</sup> registrou uma explosão de buscas pelo termo “lelek”.

Eleito o “funk do verão” pelo jornal O Globo, o hit dos meninos da comunidade Coronel Leôncio foi notícia em diversos veículos de mídia. Em um primeiro momento o apoio de Neymar foi o principal chamariz, manchete substituída rapidamente pela curiosidade em torno da popularidade crescente no YouTube de um vídeo feito por desconhecidos com poucos recursos. Em pouco tempo, começaram a surgir diversas paródias e apropriações. “Passinho do volante” ganhou novas coreografias, versão em heavy metal e até se tornou trilha sonora em uma propaganda de carro<sup>55</sup>. Nascia um novo meme associado ao funk na internet brasileira.

---

<sup>53</sup> Gravado ao vivo durante uma apresentação da música homônima por Michel Teló, o videoclipe é um dos mais vistos da história do YouTube, com mais de 580 milhões de visualizações em junho de 2014. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=hcm55IU9knw>>. Acesso em junho de 2014.

<sup>54</sup> Vídeos disponíveis em <<https://www.youtube.com/watch?v=qk23CbO5rDQ>> e <<https://www.youtube.com/watch?v=numNwGM2uCc>>. Acesso em fevereiro de 2013.

<sup>55</sup> O sucesso do grupo chamou a atenção da montadora alemã Mercedes Benz, que decidiu utilizar a música como parte da estratégia de lançamento de um novo veículo no Brasil. Em um vídeo produzido apenas para o YouTube, uma peça publicitária veiculada na televisão ganhou nova trilha sonora, o “Passinho do Volante”, com destaque para o refrão “Ah, lelek, lek, lek, lek, lek”. Tratava-se de um trocadilho com o nome do veículo, “Mercedes Classe A”. Segundo a empresa, o objetivo era gerar identificação com o público-alvo do carro, formado principalmente por jovens. Entretanto, a ação gerou polêmica: houve grande rejeição à associação entre o produto e um gênero associado às periferias. A repercussão negativa levou a Mercedes Benz a retirar o vídeo da internet.



Os quinze minutos de fama do grupo foram abreviados por uma disputa judicial com a Furacão 2000, que alegou deter direitos sobre a música. Proibidos de se apresentar sob o nome de “MC Federado e os Leleks” e de executar publicamente a coreografia que os trouxe ao estrelato, os jovens fluminenses não puderam aproveitar a visibilidade para lançar novos hits. Entretanto, o vídeo de “Passinho do Volante” continuou com audiência expressiva ao longo do ano, principalmente após a execução da música pela cantora Beyoncé durante o Rock in Rio 2013.

Apesar de ter estourado no YouTube em 2013 com o videoclipe “Aquecimento das Maravilhas”, o grupo “Bonde das Maravilhas” já utilizava a plataforma intensamente para divulgar seu trabalho antes mesmo de seu primeiro show. O conjunto foi formado em 2011 com a proposta de fazer apresentações pautadas pela dança das integrantes. No documentário “Bonde das Maravilhas”, produzido especialmente para o YouTube, as meninas contam que utilizavam o portal para a publicação de vídeos com montagens fotográficas nas quais apareciam em diferentes coreografias. Apesar dos recursos limitados, essas produções foram fundamentais para a construção e consolidação de uma base de admiradores – já nesta época, foram criados fã-clubes do grupo. Em uma demonstração da curva de aprendizado sobre os usos do YouTube, as dançarinas passaram a postar vídeos caseiros nos quais apresentavam as coreografias na íntegra.

A popularidade conquistada na plataforma atraiu a atenção do MC Nego do Borel, que viria a fazer uma parceria com o grupo. No mesmo documentário, o artista conta que ficou impressionado com a performance das meninas nos vídeos e decidiu contratá-las para uma apresentação na comunidade do Borel, no Rio de Janeiro (os contatos foram mediados por outra rede social, o Orkut). Foi o primeiro show do Bonde das Maravilhas, que a partir dali formou uma parceria sólida com o MC. Juntos, lançaram “Eu adoro, eu me amarro”, cantada pelo artista e coreografada pelo grupo. Com teor erotizado, a música obteve grande sucesso nos bailes realizados em comunidades fluminenses durante o ano de 2012. Os vídeos do Bonde das Maravilhas no YouTube também foram o chamariz para a empresária Preta, que se tornou responsável pelo grupo após ser apresentada ao trabalho das meninas por suas filhas após a descoberta do “Bonde” na plataforma.

A visibilidade das meninas na rede aumentou ainda mais quando seu canal no portal passou a trazer vídeos ensinando ao público como realizar diferentes coreografias. Assim como as danças, as músicas escolhidas apresentam forte apelo erotizado – muitas são consideradas

“proibidas” pelo uso desmedido de palavrões e outros termos politicamente incorretos. Nessas produções, é possível constatar que, além das fãs que desejam aprender a dançar com o grupo, também há um público masculino que acompanha as dançarinas devido ao teor sexual de suas apresentações.

O YouTube também é utilizado pelo grupo para se comunicar diretamente com os fãs. Em depoimentos para a câmera, as dançarinas convocam seus admiradores para shows, dão explicações sobre polêmicas ou simplesmente mostram bastidores do seu dia a dia. A importância da plataforma de vídeos para a carreira do grupo torna-se ainda mais evidente a partir do lançamento do documentário sobre sua trajetória. “Bonde das Maravilhas” traz um registro criado sobretudo para os fãs das dançarinas. Diante de um cenário midiático pouco favorável fora dos nichos de circulação do funk, o grupo reproduziu, por meio do documentário, os relatos que normalmente seriam criados por meio de reportagens e aparições em jornais, revistas, programas de tv e de rádio. Lançada em dezembro de 2012, a produção procura explicar a formação do grupo, sua entrada no circuito dos bailes funk do Rio de Janeiro (e, posteriormente, no Brasil inteiro) e curiosidades sobre cada integrante.

Tom Rodrigues (da Tom Produções), que já havia dirigido o documentário, foi contratado para o primeiro grande investimento audiovisual do grupo: o videoclipe de “Aquecimento das Maravilhas”, lançado dois meses depois. A coreografia inusitada das integrantes, sobretudo no passo denominado “quadrado de oito”, conquistou uma nova audiência além da base já consolidada de fãs. Em poucos dias, o vídeo se tornou um dos mais vistos do YouTube brasileiro, popularidade reforçada pelas referências ao vídeo em blogs e sites humorísticos. O grande número de visualizações na rede levou o grupo a diversas entrevistas, sobretudo em programas de TV, para ensinar a dança que inventou.

Assim como “Sou Foda”, o “Aquecimento das Maravilhas” guarda uma relação ambígua com os críticos. O vídeo, visto quase 12 milhões de vezes até junho de 2014, apresenta alto índice de rejeição, tanto nos comentários quanto no número de cliques em “não gostei”, superior a 25 mil. Por outro lado, a polêmica parece ter contribuído para a audiência da produção. O fato de que o grupo já possuía número expressivo de admiradores antes de lançar o videoclipe também deve ser levado em consideração, uma vez que as discussões registradas nos comentários são intensas devido às manifestações contrárias dos antifãs e as respostas dos fãs em defesa das dançarinas.

A exemplo dos outros vídeos analisados neste trabalho, a visibilidade alcançada na internet e nas mídias tradicionais gerou um grande número de paródias na rede. Na busca por prolongar o sucesso obtido na plataforma de vídeos, o próprio Bonde das Maravilhas repetiu a fórmula no videoclipe “Quadrado de Borboleta”, que traz sonoridade semelhante e nova coreografia sensual com diversas menções a pontos turísticos do Rio de Janeiro. A trajetória da produção foi semelhante à antecessora, ainda que os números na página do vídeo sejam um pouco mais modestos – lançada em julho de 2013, somava pouco mais de dez milhões de visualizações um ano depois.

### 1.1.3 Ostentação e paródias na rede

Deslocando-se da capital fluminense para o interior de São Paulo, a popularidade na plataforma de vídeos também foi o passaporte para a fama nacional de Guilherme Aparecido Dantas, o MC Guime. O jovem de Osasco (SP) faz parte de uma geração de MCs que cresceram junto com a consolidação do YouTube no Brasil e ganharam fama por seus videoclipes o funk de ostentação. Consolidada em São Paulo, a vertente exalta o consumo de bens de luxo e, assim como os funkeiros do outro lado da ponte aérea, tem no portal o principal espaço para a materialização de seu discurso. Inspirados pelo hip-hop norte-americano, os vídeos dos artistas da ostentação trazem diversos tipos de itens importados, grossos cordões de ouro e mansões. O poder de compra dos protagonistas destas produções faz com que eles conquistem todas as mulheres desejadas<sup>56</sup> e cheguem à extravagância de rasgar dinheiro para mostrar sua ascensão social.

A música “Bonde da Juju”, gravada pelos Mcs Backdi e Bio G3 em setembro de 2008, é considerada a primeira representante do estilo. O funk de ostentação ganharia projeção nacional três anos mais tarde após explodir no YouTube<sup>57</sup>. Nome mais conhecido da vertente até 2014, MC Guime ganhou visibilidade em todo o Brasil e destaque em diversos meios de comunicação após se consolidar como um dos nomes de peso da ostentação na internet brasileira. Os primeiros vídeos do jovem artista foram postados em seu canal oficial no portal no segundo semestre de

<sup>56</sup> A cena do funk ostentação ainda é predominantemente masculina; entre as exceções estão as MCs Pocahontas (do sucesso “Mulher do poder”) e Britney (“Camaro”).

<sup>57</sup> “Megane”, do MC Boy do Charmes, é considerado o primeiro videoclipe profissional com a marca da ostentação. A produção, dirigida por Kondzilla, foi lançada no YouTube no fim do primeiro semestre de 2011. Disponível em: < <https://www.youtube.com/watch?v=pUmEeigOCR8&feature=kp>>. Acesso em janeiro de 2014.

2011. Em um momento inicial, as produções publicadas para a divulgação de seu trabalho se resumiam a montagens, imagens estáticas com músicas ao fundo ou registros de gravações em estúdios.

A popularidade conquistada na plataforma impulsionou a produção do primeiro videoclipe oficial de MC Guime. Já dentro dos padrões estéticos característicos da vertente de ostentação, “Tá Patrão” foi postado em novembro de 2011 e atingiu rapidamente um grande número de fãs – em junho de 2014, a página oficial da produção somava mais de 20 milhões de visualizações<sup>58</sup>. Dirigido pelo realizador Kondzilla, que neste momento já despontava como principal nome por trás das superproduções relacionadas ao estilo, o vídeo passou a ser exibido também na MTV, emissora na qual o funk brasileiro não encontrava espaço significativo de circulação.

A importância do YouTube para a popularização do jovem MC torna-se evidente a partir da análise de suas incursões na plataforma de vídeos. Já nas primeiras produções postadas, existe uma apropriação das ferramentas disponíveis no portal para ampliar a potencial visibilidade a ser conquistada. Além de inserir links com informações sobre contatos para shows e outros vídeos disponíveis no canal dentro dos próprios vídeos, o canal oficial de MC Guime usa o espaço direcionado à descrição das produções como veículo para aumentar a visibilidade do mesmo (em muitos casos, há um link direto nesta área para que o público possa clicar e divulgar a página por meio do Twitter) e também a rede de influência do próprio artista, com links para seus canais oficiais em outras plataformas de redes sociais (Twitter, Facebook e, posteriormente, Instagram). Junto com o clipe de “Tá Patrão”, o canal oficial de Guime traz ainda o making of da gravação, em mais uma estratégia para angariar visibilidade e aumentar a popularidade da música de trabalho do artista. Estratégias semelhantes também são utilizadas por outros funkeiros no YouTube (inclusive pelo Bonde das Maravilhas), mas o MC paulista se destaca pela diversidade de iniciativas direcionadas à consolidação de sua presença digital.

Quando lançou “Tá Patrão”, Guime tentava a sorte na carreira musical desde 2009. Em entrevista ao portal G1, o artista explica que precisou passar por uma maratona de shows para arrecadar o valor necessário para a gravação – o roteiro segue a cartilha da ostentação e traz o funkeiro cercado por carros, motos, belas mulheres e muitos amigos com quem celebra seu poder aquisitivo. “Eu fiz [o videoclipe] virado de três dias de show, ganhando R\$ 200 de cachê. Juntei o

---

<sup>58</sup> Disponível em: < <https://www.youtube.com/watch?v=QToec6FkpzY>>. Acesso em janeiro de 2014.

dinheiro e consegui pagar os R\$ 2 mil da produção”<sup>59</sup>. Os carros, motos e até óculos que o MC ostentava no portal de vídeos eram emprestados por amigos. O sucesso que Guime conquistara em shows locais colaborou para o boca a boca e logo o videoclipe alcançou milhões de visualizações na rede.

O retorno para o investimento relativamente modesto motivou o MC a arriscar voos maiores no segundo videoclipe de sua carreira: “Contando os plaquê de 100” trouxe direção de arte caprichada e cenas gravadas em estúdio, algo inédito na curta trajetória do funk ostentação. Lançada em julho de 2012, a produção atingiu quase 50 milhões de visualizações até julho de 2014 apenas no canal oficial do artista. Entre outras produções lançadas na plataforma, o funkeiro soma números impressionantes: em julho de 2014, os vídeos postados em seu canal oficial<sup>60</sup> foram assistidos mais de 286 milhões de vezes<sup>61</sup>.

Embora faça parte de uma vertente cujos principais representantes reafirmam uma diferenciação em relação ao funk carioca – sobretudo no que diz respeito aos temas recorrentes nas letras – MC Guime também usa como estratégia em seu canal oficial no YouTube uma prática relacionada ao histórico do gênero: o compartilhamento da sua produção. Seus vídeos, incluindo “Plaquê de 100”, trazem sempre um link para que o público possa baixar as músicas. A ênfase na performance, característica do funk ao longo de sua consolidação no Brasil, se traduz no faturamento do artista em seus shows: no fim de 2013, Guime faturava por volta de R\$ 500 mil mensais apenas com shows.

Além de conquistar visibilidade e divulgar músicas de trabalho, o canal oficial de MC Guime também funciona como um espaço de aproximação com seus fãs. Em março de 2013, foi publicado o primeiro episódio de uma websérie estrelada pelo artista, “Nem maior, nem melhor”. Os vídeos – oito foram lançados até junho de 2014 – apresentam em tom documental bastidores de shows e sua participação em outros eventos. A estratégia parece agradar em cheio aos fãs, cujos comentários positivos endossam a apreciação de uma visão mais “humana” de seu ídolo.

---

<sup>59</sup> Disponível em: <<http://g1.globo.com/musica/noticia/2013/05/mc-de-funk-ostentacao-de-sp-faz-maratona-de-ate-50-shows-por-mes.html>>. Acesso em maio de 2014.

<sup>60</sup> Canal oficial de MC Guime: < <https://www.youtube.com/user/MCGuimeORIGINAL>>. Acesso em julho de 2014.

<sup>61</sup> Com a popularidade da nova vertente, artistas de outras localidades, inclusive do Rio de Janeiro, passaram a apostar na tendência. A cantora Valesca Popozuda, ícone do “funk erotizado” característico do tamborzão carioca, aderiu a um discurso mais ameno e pautado pela retórica do poder. Gravado em um castelo na região serrana do Rio de Janeiro, o videoclipe da música “Beijinho no Ombro”, primeiro trabalho solo da cantora, apresenta Valesca vestida de rainha diante de seus súditos. A produção teve o custo estimado em R\$ 500 mil reais.

Ciente do papel central do YouTube para a ascensão de sua carreira, Mc Guime afirma que a visibilidade na plataforma de vídeos é o primeiro passo para que a música seja considerada um sucesso e seu intérprete passe a fazer parte do rol de artistas privilegiados no circuito de circulação do funk no Brasil.

(...) esse sucesso que a música faz no YouTube, ela começa a ser muito tocada. A galera começa a tirar muito o som do YouTube, baixa pelo 4Shared, pega aquele áudio ali da internet aí coloca em pendrive e sai no carro. Ela começa a ser muito isso, muito a rua mesmo. (REIS, 2013)

O videoclipe “Tá Patrão” traz ainda uma interessante reflexão sobre o surgimento de novos agentes que influenciam diretamente a cadeia de produção do gênero. Logo nos primeiros segundos, surge a assinatura do diretor do videoclipe, o paulista Konrad Dantas, mais conhecido como Kondzilla. O nome aparece com bastante destaque, em uma linguagem que enfatiza a ligação entre o profissional e a vertente de ostentação.

A associação faz parte da estratégia de Kondzilla para transformar suas criações em marca registrada. Além de “Tá Patrão”, o paulista de 24 anos dirigiu o videoclipe de “Imagine eu de Megane” e diversas produções de sucesso de artistas da vertente, incluindo “Plaquê de 100”. Sua carreira se mistura com a história do funk de ostentação. O jovem ganhou destaque justamente por conta do sucesso das produções, todas assinadas e inseridas dentro de uma linguagem visual construída junto com a ascensão da vertente no cenário midiático. “Sou contratado pelo artista para fazer a direção geral do projeto. (...) O roteiro é apresentado para o artista e a sua produção, se eles conseguirem todos os elementos do projeto é aprovado o roteiro, se houver dificuldade fazemos alteração”, afirma, em entrevista concedida ao site “Manual do Homem Moderno” em setembro de 2012<sup>62</sup>.

Antes de começar a dirigir vídeos de funk, Kondzilla diz ter pesquisado sobre o tema no YouTube. Ali, percebeu o potencial de visibilidade do gênero, que já alcançava números expressivos de audiência no portal. Em entrevista ao “Portal Vírgula”, o jovem reforça que o desenvolvimento tecnológico e a inclusão digital no Brasil foram fatores que impulsionaram sua carreira e a vertente de ostentação.

---

<sup>62</sup> Disponível em <<http://manualdohomemmoderno.com.br/comportamento/kondzilla-o-monstro-dos-clipes>>. Acesso em agosto de 2013.

Então, quer dizer, a tecnologia veio barateando este mercado, meio que democratizou este mercado, todo mundo começou a ter acesso. A galera começou a gravar as músicas em casa, fazer home estúdio, comprar uma câmera que filma em HD, por um preço muito mais acessível. Então, foi um conjunto de coisas. Junto com essa molecada nova, esta garotada aí que consome muito a internet. Então, a internet foi o principal combustível. (REIS, 2013).

Além de vitrine para a exibição dos videoclipes sobre o funk de ostentação, o YouTube também foi o canal encontrado para a divulgação de um documentário de média metragem sobre a vertente cujo responsável, não por acaso, foi justamente Kondzilla. “Funk Ostentação - O Filme”<sup>63</sup>, tem 36 minutos de duração e foi lançado no final de 2012. Diferentemente do documentário sobre o Bonde das Maravilhas, busca apresentar a vertente a um público mais amplo, composto inclusive por formadores de opinião. O filme explica as origens da ostentação, enfatizando a importância de seus artistas e produtores no cenário cultural contemporâneo. Em depoimento na produção, Kondzilla afirma que outros profissionais poderiam suprir a demanda por videoclipes bem produzidos no gênero, mas não o fizeram por preconceito.

Há dez, quinze anos atrás existiam videoclipes de verdade, hoje não. Até então não existiam videoclipes de verdade. A gente se propôs a mudar essa linguagem, essa estética. Todas as pessoas que tinham capacidade técnica para executar o trabalho tinham um preconceito absurdo, odiavam funk do fundo do coração, tá ligado?<sup>64</sup>

No mesmo vídeo, Kondzilla relaciona o sucesso no YouTube a “um novo segmento para o funk”. De acordo com o diretor, os artistas da vertente começaram a ser cobrados pelo público e entenderam que ter um videoclipe no portal seria fundamental para “não ficar para trás”. As estratégias utilizadas por MC Guime na divulgação de seu trabalho mostram que apresentar um vídeo bem produzido para a divulgação das músicas de trabalho pode ser apenas o primeiro passo para vencer a concorrência por visibilidade na plataforma. No documentário, Kondzilla fala em 50 videoclipes produzidos em apenas um ano de carreira.<sup>65</sup>

<sup>63</sup> Disponível em <[http://www.youtube.com/watch?feature=player\\_embedded&v=5V3ZK6jAuNI](http://www.youtube.com/watch?feature=player_embedded&v=5V3ZK6jAuNI)>. Acesso em julho de 2013.

<sup>64</sup> Entrevista ao documentário “Funk Ostentação - O Filme”. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=5V3ZK6jAuNI>. Acesso em outubro de 2013.

<sup>65</sup> Embora o funk ostentação não seja o foco deste trabalho, salientamos que um aprofundamento sobre as diversas nuances em torno da vertente (inclusive sua relação com as mídias digitais) é fundamental para refletir sobre o funk produzido e consumido no Brasil na contemporaneidade.

Os dois vídeos paródicos cujos comentários são analisados no terceiro capítulo têm o mesmo ponto de partida e trajetórias semelhantes. “Gaiola das Cabeçudas” e “Funk para pessoas com gosto refinado” buscam misturar o funk com referências intelectualizadas. Ao contrário de outros vídeos relacionados ao funk na internet (inclusive os analisados neste trabalho), os videoclipes receberam grande aceitação desde a sua postagem. Além de grande visibilidade no YouTube e destaque na mídia tradicional, as páginas das produções trazem comentários elogiosos – alguns defendem que consumiriam mais funk caso as músicas se aproximassem das propostas dos vídeos, supostamente pautados pelo “bom gosto”.

A paródia “Gaiola das Cabeçudas”<sup>66</sup> mistura clássicos do funk (muito dos quais com grande circulação no YouTube) e paradigmas da intelectualidade: a “surra de bunda” se transforma em “surra de Schubert” e “dói, um tapinha não dói” vira “li tudo do Leon Tolstói”. A brincadeira foi criada pelos humoristas Marcelo Adnet e Rafael Queiroga após a sugestão de um internauta quando os ambos apresentavam o programa '15 minutos', na MTV<sup>67</sup>. Em junho de 2010, o videoclipe da “aula” de referências intelectualizadas ao som do batidão estreou no próprio canal, no programa Comédia MTV, também comandado por Adnet. Postada no YouTube, a produção virou sucesso instantâneo, motivo pelo qual foi tema de diversas reportagens. Perguntado sobre a representatividade da música, Adnet respondeu que poderia “servir de resposta a quem reclama da ‘falta de conteúdo’ das letras de funk”<sup>68</sup>.

Dois anos mais tarde, outro humorista faria sucesso ao utilizar a mesma estratégia, desta vez em um vídeo produzido especialmente para o YouTube. “Funk clássico - para pessoas com gosto refinado” foi postado pela primeira vez em agosto de 2012 e apresenta Gustavo Horn acompanhado por um pianista cantando clássicos do funk carioca com uma roupagem erudita – tanto na melodia e nos arranjos quanto na performance do protagonista, que imita os trejeitos utilizados pelos tenores. Ao longo de pouco mais de três minutos de duração, a produção traz interpretações para quase 20 músicas que ganharam projeção no funk carioca, como “Que isso, novinha?”, “Dança do Créu”, “Tô ficando atoladinho”, “Cada um no seu quadrado”, “Tá

66 Disponível em <<http://www.youtube.com/watch?v=kcHHQ2RV4nQ>>. Acesso em 26/06/2012.

67 Informações disponíveis na reportagem “Funk 'Gaiola das cabeçudas', do 'Comédia MTV, é fenômeno na internet”, publicada pelo Jornal Extra em 17 de agosto de 2010. Disponível em: <<http://extra.globo.com/tv-e-lazer/funk-gaiola-das-cabecudas-do-comedia-mtv-phenomeno-na-internet-366377.html>>. Acesso em fevereiro de 2014.

68 Entrevista ao jornal Folha de S. Paulo em 22/08/10. Disponível em <<http://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/785674-marcelo-adnet-vira-hit-no-youtube-com-funk-cult-que-cita-40-intelectuais.shtml>>. Acesso em fevereiro de 2014.

Dominado” e “Cerol na mão”. Assim como “Gaiola das Cabeçadas”, “Funk Clássico” ganhou uma continuação<sup>69</sup>.

Os vídeos em questão ilustram uma tendência observada ao longo da pesquisa: as apropriações do funk com finalidades humorísticas. Desde a “dança do créu” praticamente todos os vídeos associados a coreografias e/ou letras engraçadas de funk que alcançaram destaque na plataforma de vídeos ou em outras mídias transformaram-se em paródias. Nos exemplos mencionados, as disputas simbólicas se intensificam pela mescla de referências ao funk e à chamada “alta cultura”.

## **1.2 Música popular massiva na internet**

Embora muito expressivo, o funk brasileiro não é um fenômeno único de popularização via YouTube nesses tempos superconectados. Ao analisar o histórico de outros gêneros musicais populares massivos que têm se destacado pelo uso das novas tecnologias, percebe-se que é possível situar o exemplo nacional dentro de uma cadeia produtiva de apropriações tecnológicas que contribui em diversas escalas para trazer diferentes manifestações consideradas como “baixa cultura” para o centro das discussões em torno da produção, compartilhamento e difusão de entretenimento na cultura contemporânea. Em busca de uma reflexão sobre o diálogo entre diferentes contextos locais por meio do fluxo informacional global e sua articulação com nosso objeto de pesquisa, enumeramos exemplos de usos da tecnologia na produção de sentidos e popularização da música popular massiva no Brasil e no exterior.

De acordo com Frank Marcon (2012), a internet não trouxe apenas visibilidade internacional ao kuduro, gênero musical produzido em Angola e que, tal qual o funk carioca, tem na dança e na sensualidade marcas registradas. O pesquisador afirma que a circulação de artistas e músicas em rede deu origem a diversas formas de consumo e reprodução do kuduro fora de Angola. Em contato frequente com a produção atualizada de seu país por meio da rede mundial de computadores, jovens imigrantes ou descendentes puderam ressignificar suas experiências na diáspora por meio de novas músicas e danças relacionadas ao gênero que também são publicadas na internet. Desta forma, artistas conhecidos localmente dividem espaço no cenário midiático

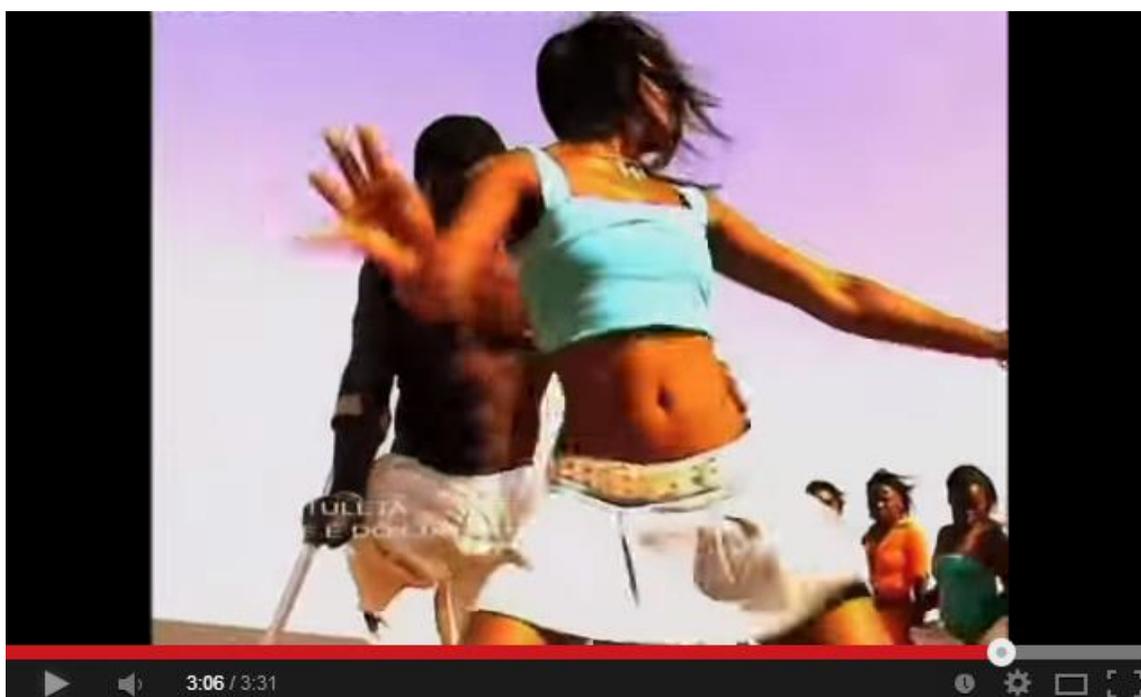
---

<sup>69</sup> A estratégia de utilizar músicas populares periféricas em paródias intelectualizadas voltou a ser utilizada por Horn em “Sertanejo Universitário – para pessoas com gosto refinado”.

com “grupos que surgem repentinamente a partir de estratégias de difusão de suas músicas pelas redes sociais e de compartilhamento de arquivos” (MARCON, 2012, p.7).

Para o autor, a internacionalização do kuduro e sua popularização na plataforma de vídeos estão relacionadas à criação de um estilo de vida relacionado ao gênero. Em uma relação mútua de identificação entre produtores e consumidores, o kuduro possibilitaria o compartilhamento de experiências.

Figura 4 – Imagem do videoclipe “Oito”, de DJ Costuleta, um dos destaques do kuduro no YouTube



Fonte: YouTube

Em meio aos inúmeros vídeos com poucos acessos e que ficam timidamente restritos a circulação entre pequenos grupos de pessoas, outros vídeos ganham uma visibilidade maior para mais de cem mil acessos num ano e outros ainda passam de um milhão, tomando só o exemplo do uso do YouTube. (...) Sugiro que exista aí uma identificação situacional entre consumidores e produtores, a partir da ideia de um estilo de vida compartilhado entre eles, que é marcado pelo gosto de um tipo de dança e música e pela forma como se comunicam na internet e fora dela. (MARCON, 2012, p. 6 e 7)

Derivada da cumbia, a cumbia villera é um gênero popular massivo de grande expressão na América Latina, particularmente na Argentina, e outro caso ilustrativo de disseminação via

YouTube. Tradicionalmente, sua popularidade é grande principalmente nas “favelas” de Buenos Aires, conhecidas como “villas misérias” (origem do nome cumbia villera). Ao narrar o cotidiano violento das periferias da cidade e apresentar forte carga erotizada, o gênero é alvo de polêmicas constantes, a ponto de ser considerado pelo governo local como um dos fatores que contribuiu para o aumento da criminalidade na capital portenha<sup>70</sup>. Além de criar um sistema de distribuição alternativo baseado na distribuição por meio dos camelôs (similar ao do nosso tecnobrega), os produtores da cumbia villera encontraram nas plataformas digitais ferramentas fundamentais para a difusão de seu trabalho, com destaque para o uso intenso de celulares com a tecnologia de comunicação Bluetooth.

Um dos principais músicos da cena, conhecido como El Cave (abreviação de El Cavernícola, homem das cavernas em bom português), disse em uma entrevista que seu objetivo ‘é gritar nos bailes: liga aí o celular! E todos com os celulares ligados, ao menos mil com Bluetooth, e então soltar o sinal e mandar todas as nossas músicas para a galera’. (...) Além do celular, a cena gira também em torno de redes sociais, sites próprios e plataformas como o 4shared. (LEMOS, 2012)

Nascido nas periferias de Caracas, na Venezuela, o changa tuki, ou apenas tuki, também convive simultaneamente com a estigmatização e a popularização. Em declaração publicada pelo jornal “O Globo”, o DJ e produtor Pacheko conta que o gênero, cuja batida é veloz, agressiva e quase sempre instrumental, foi ignorado pelas elites e pelos meios de comunicação venezuelanos. Segundo o DJ, os frequentadores dos bailes de tuki eram considerados marginais ou malandros, situação que começou a mudar após a repercussão de duelos de dançarinos do gênero no YouTube a partir de 2006.

Essas batalhas de baile se tornaram uma tradição, que explodiu de vez quando começaram a ser gravadas e divulgadas na internet — explica Juan Maria Acosta, diretor de “Quién quiere tuki”. — A partir daí, os dançarinos se aprimoraram cada vez mais, aprendendo novos passos vendo seus adversários no YouTube, numa saudável disputa envolvendo diversas favelas da cidade. Isso ajudou também a tirar dos bailes de tuki um pouco da aura de violência que a classe média costumava associar a eles, num país tão polarizado entre ricos e pobres como é a Venezuela. (ALBUQUERQUE, 2013)

<sup>70</sup> Disponível em: <<http://www.lanacion.com.ar/624416-segun-el-gobierno-la-cumbia-villera-incide-en-la-inseguridad>>. Acesso em janeiro de 2014.

Figura 5 – Batalha entre dançarinos durante bailes de tuki publicada no YouTube



Fonte: YouTube

Assim como o funk ostentação, o tuki ganhou um curta-metragem em 2012, intitulado “Quién quiere tuki” (“Quem quer tuki?”). Divulgada integralmente no YouTube com legendas em inglês, a produção também parece ter como principal objetivo explicar o gênero e os motivos de seu sucesso (inclusive na plataforma de vídeos) ao público, além manter engajados aqueles que já são fãs.

Disputas entre dançarinos registradas por meio de celulares com acesso à internet também fizeram o treme, estilo de dança originário de Belém (PA), ultrapassar as fronteiras do estado. Tal qual os dançarinos do passinho carioca, os dançarinos do treme usam o YouTube para disputar quem é o melhor. De acordo com reportagem publicada pelo jornal “O Globo” em maio de 2012, o estilo começou a se popularizar em meados de 2011 durante bailes de tecnomelody, subgênero do tecnobrega.

A dança ganhou outras pistas, as ruas de Belém e se espalhou pela internet. Agora, todas as festas têm concurso de treme, os compositores de tecnomelody se apropriam do termo em suas músicas e a fama é disputada em performances postadas no YouTube. Com o mesmo celular usado para escutar os hits do tecnomelody sampleados pelos seus DJs favoritos, os jovens “tremedores”

filmam suas apresentações, postam na rede e disputam nos comentários para saber quem é melhor. (FILGUEIRAS, 2012)

Entre similaridades e particularidades em relação ao funk carioca, os exemplos citados mostram que a circulação por meio das novas mídias tem papel importante nas significações de determinadas práticas musicais. A intermediação de um sistema cultural como o YouTube não apenas atualiza disputas sobre o significado e o valor dessas expressões culturais, mas pode atuar de forma relevante em reconfigurações dos próprios gêneros, como visto no histórico de circulação do gênero brasileiro no portal de vídeos<sup>71</sup>. Entretanto, as convenções associadas aos gêneros musicais atuam na formação dos gostos e dos grupos identitários em sistemas digitais de recomendação (Sá, 2009). Desta forma, apresentaremos a seguir algumas questões a respeito da valoração e da diferenciação entre gêneros musicais tendo como foco nosso objeto de estudo e as diferentes formas pelas quais essas representações se inserem dentro das práticas culturais próprias do YouTube.

### **1.3 Letramento midiático do batidão: o encontro entre o funk e a cultura do YouTube**

Ao entender o funcionamento do YouTube e utilizar as ferramentas disponíveis na plataforma para construir ou alavancar uma carreira no funk, artistas e produtores relacionados aos vídeos analisados mostram diferentes formas de apropriação do portal que permitem a conquista de um espaço de expressão ainda exíguo para MCs e grupos em início de carreira nas grandes corporações de mídia. Tal reflexão parte da compreensão do YouTube enquanto sistema cultural intermediado que faz parte do cenário contemporâneo da mídia de massa (Burgess e Green, 2009) e possui características que podem favorecer a popularização de determinados vídeos. Trata-se, afinal, de refletir sobre como as produções analisadas se enquadram no que Burgess e Green (2009) classificam de “youtubidade”, ou a cultura própria do YouTube, produzida a partir da interação entre usuários e elementos técnicos disponibilizados no portal.

A habilidade de “acessar, entender e criar comunicações em contextos diversos”, descrita por Burgess e Green (2009, p. 99) como a alfabetização para as novas mídias, também remete ao conceito de letramento midiático proposto por Jenkins (2008) e tem nas práticas criativas um

---

<sup>71</sup> Para uma análise do diálogo entre o “passinho” do funk e a dança do treme do Pará, ver: SÁ: 2012. “Apropriações *Low-Tech* no Funk carioca: a Batalha do Passinho e a Música Popular de Periferia”.

elemento fundamental para a sua aquisição. Esse processo de aprendizado, refletido no discurso de Kondzilla sobre a importância do YouTube para a consolidação do funk de ostentação, inclui a compreensão das características que formam esse sistema cultural.

Ser “letrado” no contexto do YouTube, portanto, significa não apenas ser capaz de criar e consumir o conteúdo em vídeo, mas também ser capaz de compreender o modo como o YouTube funciona como conjunto de tecnologias e como rede social. Para nossos objetivos, o que conta como “alfabetização” é algo pelo menos parcialmente específico à cultura do próprio YouTube. (Burgess e Green, 2009, p. 101)

Ao utilizar, conscientemente ou não, estratégias discursivas de acordo com um código de regras próprios do portal de vídeos, determinados autores podem conquistar maior visibilidade na rede. “Dança do créu”, por exemplo, acionou uma série de “respostas” com características associadas ao que se convencionou chamar de “vídeo de YouTube”: produções caseiras nas quais pessoas comuns tentam executar a coreografia proposta e paródias.

Segundo Simone Sá (2012, 2014), esta categoria de vídeos identificados como produto da plataforma traz marcas próprias baseadas em elementos técnicos e estéticos, como por exemplo: cenários despojados, vídeos de curta duração, limitações técnicas sugerindo improviso, coreografia que coloca o corpo em evidência e elementos como o humor e a espontaneidade. A pesquisadora afirma que tais características tornaram-se “importantes para a circulação de vídeos musicais no YouTube; constituindo uma matriz associada ao amadorismo e valorizada como ‘vídeos de YouTube’.” (Sá, 2014, p. 10).

Erick Felinto (2008) também reflete sobre essa estética própria dos vídeos de YouTube. Para Felinto, produções relacionadas a esta categoria trazem implicitamente um convite para que o público possa intervir de forma criativa, complementando seu sentido. Embora o vídeo “Dança do Créu” não tenha sido produzido sob medida para o YouTube, a “convocação” presente no desafio da coreografia induziu o público a participar da brincadeira, o que gerou a avalanche de vídeos caseiros relacionados. O humor presente na letra, característico dos funks que fizeram sucesso no período, facilitou a apropriação paródica da música e a sua inserção dentro do *digital trash*, fenômeno característico do YouTube que será analisado posteriormente.

Em consonância com a perspectiva Burgess e Green, consideramos o portal de vídeos como um sistema cultural intermediado, capaz de reconfigurar práticas associadas ao circuito de

produção e consumo de notícias e entretenimento no contexto da cibercultura. Desta forma, a circulação de vídeos sobre funk carioca na plataforma se insere dentro de um processo de criação e atualização de produções de sentido associadas não apenas ao gênero, mas às práticas culturais próprias do YouTube. Neste sentido, destacamos o trabalho de Simone Sá (2014) sobre o vídeo “The Numa Numa Dance”. Para a pesquisadora, a produção, que apresenta um rapaz dançando em frente à webcam, pode ser visto como precursora de uma categoria de vídeos musicais próprias do YouTube, tendo se tornado uma referência dentro do portal de vídeos. Sua influência, segundo Sá, se estende até o videoclipe Gangnam Style, do dj sul-coreano Psy, que se tornou o vídeo mais visto da história da plataforma com quase dois bilhões de acessos.

Dentro de uma perspectiva que considera a articulação entre amadores e profissionais e o compartilhamento globalizado de produções no YouTube, podemos pensar que vídeos de funk que alcançaram grande popularidade na plataforma também foram influenciados por características que “The Numa Numa Dance” ajudou a consolidar, como a despreensão, a importância da expressão corporal e o humor. Ainda neste mesmo raciocínio, “Sou Foda” pode ser considerado um marco dentro do universo de vídeos de funk que circulam no YouTube. Com elementos em comum com seu predecessor, “Passinho do volante” e “Aquecimento das Maravilhas” também mostram que a inserção dentro do universo referencial da plataforma de vídeos pode trazer excelentes resultados. Já “Tá Patrão” destoa deste universo, mas utiliza ferramentas disponíveis no YouTube como a disponibilização de referências a outros vídeos e links para baixar a música em questão para alavancar a popularidade da produção, de MC Guime e da própria vertente de ostentação. Tais estratégias também podem ser compreendidas como parte de um processo de aprendizado sobre as características e funcionalidades da plataforma de vídeos.

No próximo capítulo, exploraremos uma prática cultural que ganhou força com a popularização do YouTube: a manifestação dos antifãs, com foco nos críticos de vídeos de funk carioca que circulam na rede. Além disso, refletiremos sobre os conflitos em torno do imaginário sobre o potencial agregador das novas tecnologias de comunicação e as formas de sociabilidade que incluem o dissenso na web, interações muito presentes quando se trata do objeto de estudo desta investigação.

## Capítulo 2 – *Haters, trolls, antifãs*: um olhar sobre o dissenso na web

O debate em torno de representações e disputas envolvendo um gênero musical tradicionalmente marginalizado em circulação na internet suscita questões sobre o imaginário que relaciona o desenvolvimento das Tecnologias de Informação e Comunicação (TICs) a um ideal de cooperação e harmonia entre os indivíduos. Neste capítulo, apresentamos uma investigação acerca do papel do dissenso na web, característica tão presente na recepção de diversos vídeos relacionados ao funk carioca no YouTube. Além disso, refletimos sobre perspectivas relacionadas a potencialidades e riscos trazidos pela comunicação em rede.

Em um segundo momento, ampliamos o debate sobre as disputas na internet ao abordar as práticas de antifãs, *haters* e *trolls*, atores que surgiram ou ganharam força após chegada da web. O YouTube tornou-se um espaço por excelência para discussões e troca de agressões entre grupos semelhantes, o que motivou a Google a tomar providências para coibir comentários ofensivos. Na seção final do capítulo, pensamos sobre o papel do anonimato na participação ofensiva dos internautas na plataforma de vídeos e apresentamos o estudo de caso das mensagens deixadas no vídeo “Aquecimento das Maravilhas” antes e depois das medidas adotadas pelo portal para evitar a agressividade em seu sistema de comentários.

### 2.1 . O imaginário da harmonia e o lugar do outro onde todos podem falar

Com o desenvolvimento das Tecnologias de Informação e Comunicação (TICs), principalmente na fase posterior à chamada web 2.0 (O’Reilly, 2005), a questão da diversidade de lugares de fala ganha maior relevância no debate sobre as disputas discursivas. Uma vez que teoricamente qualquer um pode se expressar por meio da internet e o acesso aos aparatos técnicos que permitem o acesso à rede está se expandindo, existiria uma tendência a diminuir a influência das grandes corporações de comunicação e dar voz a atores sociais tradicionalmente excluídos.

Para Pierre Lévy (1998), que analisou as possibilidades de interação no ciberespaço logo após seu surgimento, a organização descentralizada e em rede possibilitaria o surgimento da chamada inteligência coletiva, na qual todos os atores sociais poderiam agir colaborativamente em prol de uma sociedade mais democrática. O posicionamento de Lévy é compartilhado por teóricos como Negroponte (2005) e Jenkins (2008) e baseia-se em uma visão otimista sobre o

potencial das chamadas novas tecnologias. Embora apontem caminhos diferentes, esses autores afirmam que as múltiplas conexões e possibilidades de expressão por meio da internet estão atreladas não apenas à quebra da hegemonia dos meios de comunicação, mas a transformações nas esferas econômica e política. Negroponte vai mais longe ao afirmar que

“Entramos em uma era digital que, como as forças da natureza, não pode ser detida e que, como processo, possuiria ‘quatro qualidades poderosas, que resultarão em seu triunfo final: a descentralização, a globalização, a harmonização e a capacitação [da humanidade]’ (NEGROPONTE, 1995, p. 231)

Tal ideal vem ao encontro das convicções de McLuhan, para quem a evolução dos meios de comunicação criaria “um novo cenário histórico, em que passamos a pensar, agir e interagir de modo totalmente novo, mais livre, igualitário e expressivo” (MCLUHAN 1968 *apud* RÜDIGER, 2011, p.24). A formação de laços sociais baseados em conhecimentos compartilhados (Lévy, 2005) e a aprendizagem colaborativa resultante deste processo seriam os motores para a construção de um novo conceito de cidadania, com a troca de informações contribuindo para o crescimento de indivíduos e grupos sociais.

Embora as redes de computadores de fato tenham criado comunidades de conhecimento com interações humanas valiosas conforme exemplificado por Rheingold (1996), essa visão pode ser problematizada, pois supõe que os avanços técnicos levariam necessariamente à democratização em diversas áreas da vida social, configurando-se como arautos de uma sociedade “evoluída” que preza por valores ideais como o bem estar comum e o fim das desigualdades. Entretanto, a análise de certos comentários deixados pelo público na internet, particularmente no YouTube, mostra que nem sempre são estes os ideais em jogo nas disputas discursivas travadas ali. Um exemplo é a opinião de @LeandroSilva no vídeo “Passinho do Volante”.

“(…) Ao invés de perder tempo vendo essa merda no YouTube vamos fazer algo bom (...). Esqueçam esse câncer da sociedade chamado "funk" vamos acordar antes que seja tarde demais.”

Além de libertar o público da hegemonia das grandes corporações de comunicação, as novas tecnologias de comunicação teriam, segundo Gilder (2000), o papel de “elevar” o nível de

cultura da sociedade. A partir do momento em que estão em rede e podem compartilhar informações com pessoas de qualquer parte do planeta, os usuários “naturalmente” se sentiriam atraídos por interesses diversos e distantes do que o autor classifica como vulgaridade e sensacionalismo. Para acompanhar as novas demandas, as empresas de mídia também produziriam e divulgariam alta cultura, transformando drasticamente a balança cultural do poder.

Alterando o principal alvo da arte comercial do gosto vulgar e do sensacionalismo, para os interesses especiais, hobbies, ambições e aspirações artísticas, as máquinas de multimídia digital transformarão os mercados e elevarão o nível de cultura, porque só se agarrando a estas novas oportunidades é que as companhias poderão prevalecer e prosperar. (Forbes, 23 fev. 1994, online, *apud* Rüdiger, 2011, p. 26)

Por outro lado, alguns autores enxergam a internet como um meio de corrupção moral da sociedade justamente por seu potencial democratizante. No livro “O culto do amador”, Andrew Keen afirma que “a democratização da informação pode, rapidamente degenerar em igualitarismo radical corruptor da inteligência” (KEEN, 2009, p. 186). Para o teórico americano, o fato de que amadores podem expressar opiniões e criar conteúdo para distribuir em rede prejudica os produtores profissionais de conteúdo. Keen alerta para o possível fim daqueles que seriam responsáveis por manter padrões éticos e certo nível de qualidade para o público. Assim, a produção literária, artística e intelectual de qualidade estaria ameaçada, pondo também em risco “o futuro de nossas instituições culturais” (*idem*, p.15).

Já Hills acredita que as tecnologias de informação deixam de proporcionar estágios reflexivos avançados, formas superiores de vida política ou de organização da sociedade em troca de ilusões (1999, *apud* Rüdiger, 2011). O papel “natural” da tecnologia, de oferecer possibilidades de evolução em múltiplas esferas, é apagado em prol de uma “iconografia de prazeres” (*idem*, p. 172). O raciocínio é acompanhado por Keen, para quem a web se torna uma ferramenta para que os sujeitos vivenciem seus “mais degenerados instintos” e se deixem levar por seus “mais destrutivos vícios” (KEEN, 2009, p. 163).

O conflito entre a percepção sobre a internet como um meio capaz de restaurar padrões considerados ideais de cultura (no capítulo três, discutiremos como se formam estes padrões) e críticas a respeito de uma “degradação” no consumo e produção de conteúdo proporcionada pela democratização das informações na rede pode ser percebido por meio dos comentários dos vídeos

que são objeto deste trabalho. Com frequência, encontramos mensagens que lamentam o fato de que “pessoas sem cultura” conseguem acessar a internet, contribuindo para a popularização do funk carioca neste circuito, além de lamentar números menores de audiência de vídeos que supostamente encarnariam a “verdadeira cultura”.

"Um moleque de dez anos com uma webcam e a porra de uma música que faz apologia ao crime sexo e drogas consegue fazer algo idêntico a essa merda aí" (por @BananaMarciana no vídeo da música "Passinho do Volante")

Ao reificar o conceito de cibercultura, perspectivas otimistas sobre uma rede harmônica moldada com o apoio de aparatos técnicos podem levar a crer que as possibilidades trazidas pelo desenvolvimento tecnológico são capazes de superar o conflito entre diferentes atores sociais, uma vez que todos teriam espaço e voz no ciberespaço. Entretanto, a análise das disputas em torno das representações do funk carioca na internet vai ao encontro de outros trabalhos (Castells, 2002; Sá, 2001, Shirky, 2008) que enfatizam a convivência entre grupos sociais distintos interagindo de múltiplas e imprevisíveis formas no ciberespaço. De acordo com variáveis também múltiplas e imprevisíveis, estes grupos podem agir colaborativamente, evocando o conceito da inteligência coletiva, ou entrar em conflito.

A presença de vozes dissonantes no ciberespaço implica em conflitos, que podem se manifestar em diferentes graus de força e durabilidade e estar relacionados a diversas formações sociais de acordo com o que está em disputa. Problematizar essa questão significa ainda explicitar o fato de que a multiplicidade de discursos não elimina a existência de agentes que dispõem de maior força para moldar a significação dos objetos. Ainda que seja possível reconhecer a presença de vozes dissonantes e, por conseguinte, os conflitos, é preciso observar as estratégias de poder utilizadas para assumir um lugar de fala prioritário na relação entre os sujeitos.

Bhabha (1998) alerta para o risco perigo de percepções celebratórias em torno do que classifica como “presentismo” e simultaneidade na rede. Para o pensador indiano, tais concepções podem “privar a vida cotidiana da sua memória histórica e da capacidade de registrar os embates provocados pela diferença cultural” (BHABHA, 1998 p. 111). A negação deste conflito entre os sujeitos e, conseqüentemente, da produção das diferenças, vai de encontro à concepção da cultura como produção de sentidos e inscrição de identidades, uma vez que estas

lutas têm no discurso um dos lugares possíveis para a correlação de forças.

Outra questão que suscita reflexões importantes reside no fato de que, embora a internet tenha proporcionado um novo espaço de expressão e articulação de grupos marginalizados pela mídia tradicional (Kellner, 2001), as grandes corporações de mídia continuam a deter um papel central enquanto produtoras e disseminadoras de sentidos. Não por acaso, parte dos artistas retratados neste trabalho passou por um processo de “suavização” de discursos para tornar possível a sua circulação nos meios de comunicação hegemônicos, como no exemplo já mencionado do grupo “Os Avassaladores”.

Entretanto, o fato de que as músicas “suavizadas” estão presentes em sua versão proibida em sites como o YouTube complexifica o cenário, uma vez que as grandes corporações não detêm mais a exclusividade sobre a divulgação do trabalho destes artistas para todo o país. Se antes era preciso frequentar bailes funk, comprar CDs vendidos muitas vezes no comércio informal ou ter acesso a formas limitadas de divulgação, a popularização da web e especificamente do YouTube fazem com que os singles, principalmente no caso do gênero musical analisado, já estejam estourados em diversas regiões do país antes de passar pelo “crivo” da mídia tradicional. Em consonância com o conceito de cultura da convergência (Jenkins, 2008), as “velhas” mídias não apenas convivem com esse movimento de popularização de astros do YouTube, mas se alimentam do portal para apresentar os lançamentos ao seu público. Neste sentido, os números de audiência da plataforma acabam exercendo parte do papel que cabia aos produtores e ao sistema de divulgação das *majors* na hora de determinar as novidades da parada musical.

Considerar a diversidade de falas e as disputas entre os discursos proferidos na rede nos leva a refletir sobre as estratégias de poder utilizadas pelos agentes para assumir um lugar de visibilidade prioritário em relação aos outros sujeitos. Embora a internet tenha contribuído decisivamente para a disseminação de uma cultura de nichos (Anderson, 2006) que ultrapassa a lógica anterior da parada de sucessos, a multiplicidade de atores sociais interagindo na rede gera um fluxo de dados muito superior à capacidade de consumo. Assim, conquistar ao menos ‘quinze minutos de fama’ demanda a adoção de atitudes específicas (conscientes ou não).

No caso da circulação de vídeos de funk na internet, como já dito, a compreensão em torno da cultura própria do YouTube é fundamental para conquistar status na rede. A adoção de versões mais comportadas que possam circular livremente na mídia tradicional também se

configura como uma estratégia para expandir a visibilidade conquistada com um vídeo que “viraliza” na rede. Outra estratégia que será observada mais adiante é chamar a atenção de mediadores importantes para a exposição de determinados conteúdos na internet, como por blogueiros que se destacam por produzir posts humorísticos. Tal mecanismo funciona como uma via de mão dupla, uma vez que estes mediadores enxergam em determinados vídeos conteúdos capazes de ampliar sua visibilidade e consolidar sua reputação enquanto formadores de opinião em seus nichos na rede.

Exemplo importante no processo de reconfiguração do funk após sua popularização na internet, a “Batalha do Passinho” mostra a percepção de jovens que se apropriam de características próprias dos vídeos que circulam no YouTube para criar uma nova vertente dentro do universo musical (Sá, 2012). O fenômeno é um reflexo da capacitação de “indivíduos e grupos sociais que vivem em condições subalternas” (Kellner, 2001, p. 190) possibilitado pela ascensão da cibercultura. Contudo, enquanto o passinho ganhou grande aceitação e popularidade, diversas outras manifestações culturais presentes no YouTube e associadas ao funk carioca são alvo de intensas discussões, transformando-se em objetos capazes de presentificar determinados preceitos em torno do gênero musical, seus fãs e antifãs.

"Que lixo isso está acabando com o nosso país, mas que porra raça do caralho. (Por @AlexandreLima no vídeo da música "Aquecimento das Maravilhas")

O ciberespaço emerge, desta forma, como mais uma arena de disputas simbólicas, estratégias discursivas e representações de poder de diferentes grupos sociais. Se há espaço para o encontro entre os sujeitos, este também é pautado pelos problemas e contradições de fenômenos coletivos e experiências individuais (Rüdiger, 2011). Esse diálogo não apenas é viabilizado, mas mediatizado a partir de dinâmicas particulares estabelecidas no ambiente online. Neste sentido, é possível entender o YouTube como um “importante mecanismo de mediação para a esfera cultural pública” (BURGESS e GREEN, 2009, p. 107). Espaço de circulação de vídeos representantes das mídias tradicional, organizações diversas, celebridades e pessoas comuns, o site se constitui como um “instrumento de viabilização de encontros de diferenças culturais e o desenvolvimento de uma audição política entre sistemas de crenças e identidades (idem, p. 107). Cabe destacar que esse processo de encontro/mediatização permite, no contexto da cibercultura, o

surgimento de um espectro de opiniões bem mais amplo (Kellner, 2001). No caso do funk carioca, a popularização do gênero na internet trouxe não apenas novas vertentes e discursos, mas diferentes modos de fruição que problematizam e complexificam o cenário no qual o mesmo circula.

Castells percebe uma convergência entre “engenharia técnica” e “criatividade cultural” que interage de forma dialética na rede (CASTELLS, 2002, p. 134). A partir das possibilidades oferecidas pelos aparatos técnicos, os sujeitos realizam apropriações que não apenas refletem problemas antigos, mas criam novas questões e possibilidades, como o surgimento de um novo movimento cultural dentro do funk carioca representado pelos jovens dançarinos do passinho. A internet, uma tecnologia “particularmente maleável” (idem, p. 13), traz, de acordo com o teórico, resultados imprevisíveis para as relações sociais, relacionados a uma “dinâmica contraditória, da eterna luta entre os esforços sempre renovados para dominar, para explorar, e a defesa do direito de viver e procurar dar um sentido à própria vida (ibidem, p. 333).

## **2.2 Comunidades emocionais e disputas no ciberespaço**

Um fenômeno que já existia antes da internet, mas ganhou força com a popularização da cibercultura é o conflito entre fãs e antifãs de determinados gêneros musicais. Segundo Gray (2003), o antifã dedica-se com afincos a odiar alguma coisa a partir do momento em que a enxerga como um “perigo” para algo que ele ama. No caso dos antifãs de funk que se manifestam na rede, existe uma percepção do gênero e de todo o universo que o cerca como uma ameaça a outros gêneros, sobretudo para o rock. É bastante comum que certos vídeos de funk, principalmente aqueles que viralizam na rede, apresentem um grande número de comentários de antifãs criticando o gênero e de fãs em sua defesa, em um processo de demarcação de supostas diferenças entre os gêneros musicais e seus seguidores.

Em geral, os antifãs apresentam sentimentos fortes contra textos ou gêneros por considerá-los como algo fútil, estúpido, moralmente falido ou esteticamente condenável (Gray, 2003, p. 70). A criação de espaços para a divulgação destes sentimentos negativos exemplifica na prática o poder de mobilização deste grupo de pessoas, também denominado *antifandom*. Para Gray (idem), os *antifandoms* podem ter um investimento emocional comparável ao dos grupos de fãs, conhecidos como *fandoms*. Se fãs e antifãs parecem representar lados opostos da mesma

moeda, a multiplicidade de interações na rede complexifica as relações e os sujeitos envolvidos nas disputas. Assim, antes de prosseguirmos, é importante estabelecer uma diferenciação entre categorias que compõem o grupo de opositores a determinadas manifestações culturais: não-fãs, antifãs, *haters* e *trolls*.

Enquanto antifãs se esforçam para construir e dar visibilidade à sua oposição por enxergar nestas atividades uma parte fundamental de sua constituição enquanto fãs de outra coisa, os não fãs não apresentam um envolvimento tão próximo (Gray, 2003). Contrários a determinadas manifestações, colocam suas opiniões sem que haja necessariamente uma relação direta entre a crítica e seus gostos musicais. Já o *troll* é uma figura recorrente nas interações online e nem sempre odeia algo; seu objetivo maior é ver a briga entre fãs e antifãs acontecer (Amaral e Monteiro, 2012). Por isso, participa de discussões com o objetivo de manipular os dois lados e incentivar a troca de hostilidades. Para fins de pesquisa, consideraremos neste trabalho os antifãs como “tipos ideais” nos moldes weberianos, uma vez que suas manifestações de ódio compõem uma parte importante de sua identidade e nos ajudam a refletir sobre a intensidade dos sentimentos de dissonância na internet.

A dedicação dos antifãs de gêneros musicais pela atividade de exaltar esse sentimento de rivalidade começa pelo conhecimento dos principais sucessos do momento – não raro, a mobilização dos antifãs acaba por colaborar de forma importante para o sucesso de determinadas manifestações associadas ao funk carioca justamente por elevar seus números de audiência. Difícil dizer se o vídeo da música “Sou Foda”, por exemplo, ganharia tanta visibilidade sem as manifestações de repúdio por parte de seus críticos. O envolvimento em discussões em torno destas manifestações em espaços para comentários ou outras ferramentas para a expressão de opiniões disponíveis em plataformas de redes sociais, blogs e sites também tem papel relevante neste processo.

Também é bastante comum que os antifãs criem espaços para o compartilhamento de seu desagrado. No trabalho de Adriana Amaral e Camila Monteiro sobre a página “Unidos Contra o rock”, no Facebook, é possível encontrar um paralelo com páginas criada na mesma rede social por detratores do funk carioca. Em um movimento simultâneo, são frequentes as brigas neste tipo de espaço entre os antifãs que o criaram e os fãs que se mobilizam para “defender” o gênero e determinados artistas das críticas.

Em sua análise sobre as práticas culturais de antifãs do desenho “Os Simpsons”, Gray

(2003) reflete sobre a aparente contradição relacionada ao conhecimento deste grupo sobre seu objeto de ódio. Segundo o autor, além dos textos propriamente ditos, os paratextos, como notícias publicadas ou *teasers*, são fundamentais para a construção do discurso dos antifãs, que buscam aprender tudo o que puderem sobre um artista ou um livro para melhor compreender e criticar seu conteúdo. Essa contextualização fornece inclusive argumentos para “justificar” as informações dos antifãs do desenho, que alegam desconhecer os meios pelos quais tiveram acesso a tanto conhecimento sobre “Os Simpsons”, ou que acabaram se confrontando com o tema por meio da mídia. Situação semelhante pode ser percebida por meio de determinados comentários em vídeos populares de funk carioca no YouTube.

“(...) na boa, como eu cheguei nesse lixo de vídeo? (...) tem que ser muito retardado pra ouvir um lixo desse...” (por @MultiGamesfy na página do vídeo “Aquecimento das Maravilhas”)

“Só vim nessa merda de vídeo pra dar dislike...Vamos curtir um Avenged Sevenfold” (por @rogerrojão, mencionando uma banda de rock na página do vídeo “Passinho do Volante”)

“O funk é um problema que vai demorar um pouco para ser resolvido, é exatamente por causa de pessoas como você que o funk conseguiu crescer e chegar a esse nível alarmante” (por @fightatackhero na página da música “Sou Foda” em resposta a um fã de funk)

Em consonância com João Freire (2013), consideramos as manifestações dos antifãs de funk como marcas de uma comunidade emocional, um grupo de pessoas com interesses comuns, modos de expressão próprios e crenças acerca do que é perigoso para a existência da comunidade e julgamentos sobre os outros grupos com os quais coexiste. Neste sentido, as manifestações de raiva e desprezo por outros grupos não seriam apenas toleradas, mas esperadas dentro de determinadas comunidades emocionais.

No caso do grupo formado por antifãs de funk carioca, o consumo do gênero musical torna-se um elemento agregador. As manifestações de ódio, sobretudo em espaços criados especialmente para este fim, evidenciam a apropriação e uso das plataformas disponíveis na internet para a integração do grupo. Além disso, conforme veremos mais adiante, o próprio gênero odiado é apropriado de formas simbólicas específicas com o objetivo de aumentar a

visibilidade dos antifãs. Este processo se constitui como um exemplo da teoria sociocultural de Canclini (1998) sobre o ato de consumir, pautado por apropriações e reapropriações por parte do público.

A música pop sempre foi um terreno fértil para rivalidade entre fãs e antifãs. Como lembra Frith (1998), parte do prazer despertado pela música pop está em falar sobre ela, comparar artistas e todos os universos que os cercam. Em um processo concomitante de inclusão/exclusão, a identidade dos fãs também é formada por seu reconhecimento enquanto parte de uma comunidade emocional que encontra o deleite nas manifestações contrárias ao que não faz parte do seu círculo de afetos e que pode *prejudicá-los*.

Em um contexto no qual as comunidades territoriais perdem espaço para a organização em redes (Castells, 2002), a criação de laços sociais por meio de interesses e estratégias comuns ganha ainda mais relevância no processo identitário. Para Sherry Turkle (1997), o ciberespaço se configura como um lugar no qual se transforma a forma como a identidade é criada e mantida. Além disso, a cibercultura se torna uma mola propulsora para o reconhecimento de uma identidade que não é única nem estática. As múltiplas dimensões do eu sempre existiram, mas podem ser exploradas de diversas formas e com maior liberdade na internet, como atestam as pesquisas etnográficas realizadas pela autora sobre o tema (1984, 1997, 2011).

Nancy Baym<sup>72</sup> ratifica a presença do ódio na formação da identidade, ressaltando que embora o conflito entre fãs e antifãs já existisse, ganhou muito mais força e visibilidade por meio da internet. Para a autora, é possível que a dissonância seja um novo tipo de engajamento em torno da cultura pop na rede que ocorre em paralelo à adoração dos fãs. Ao conectar todo tipo de atores sociais em torno de vídeos, o YouTube se torna um ambiente ideal para manifestações de grupos rivais, sobretudo quando trata-se de gêneros musicais ou artistas específicos.

Ao consumir os vídeos disponíveis na plataforma e se apropriar das ferramentas disponíveis para manifestar sua opinião, fãs e antifãs de funk mergulham nos fluxos midiáticos para criar e organizar seus próprios fluxos de identidade na vida cotidiana (Appadurai, 1995). Segundo o teórico indiano, os meios de comunicação assumem uma posição ímpar na contemporaneidade, uma vez que permitem reflexões sobre temas como consumo, identidade, sociabilidade e tensões em torno de um cotidiano cada vez mais marcado pela fluidez territorial,

---

<sup>72</sup> Comunicação verbal. Palestra proferida por Nancy Baym, pesquisadora da *Microsoft Research*, no VI Simpósio Nacional da ABCiber, Novo Hamburgo, RS, Universidade Feevale, 06 nov. 2012.

tecnológica, ideológica e midiática, entre outros. Assim, a construção de representações e identidades por meio do consumo e apropriação de música na internet permite a construção de experiências sociais compartilhadas, que têm potencial para reconfigurar tanto as narrativas sobre as próprias práticas sociais relacionadas à música quanto sobre os gêneros musicais envolvidos nas disputas discursivas em questão.

### **2.3 *Flaming* e o papel do anonimato no YouTube**

Independentemente do grau de repúdio pelo gênero musical, certos tipos de vídeos relacionados ao funk carioca registram comentários especialmente ofensivos. O relativo anonimato propiciado pelo YouTube facilita a demonstração de preconceitos relativos a raça, classe social ou gênero, além de ofensas dirigidas a artistas e fãs de funk. Tal comportamento aparece especialmente em vídeos que viralizaram na internet, sobretudo quando seus protagonistas ganham espaço em outros espaços, como sites, blogs e, principalmente, na mídia tradicional.

Entretanto, a agressividade nos comentários não é uma exclusividade do funk carioca, sequer dos gêneros musicais. O comportamento dos usuários ao longo dos anos fez com que o portal de vídeos consolidasse a fama de ter os “piores comentários da internet”<sup>73</sup>. Não por acaso, comentários maldosos na plataforma são tão frequentes que existem diversos vídeos nos quais *YouTubers* famosos ou artistas respondem às críticas deixadas por fãs em outras produções.

Para tentar amenizar o problema, a Google deu início a uma série de mudanças em 2012. Além de apagar comentários considerados agressivos, a empresa começou um processo de vinculação entre a plataforma e o site de redes sociais Google + com o objetivo de obrigar os internautas a utilizar seus nomes verdadeiros em vídeos e comentários postados no portal de

---

<sup>73</sup> Em pesquisa publicada em 2014, Tsou, Thelwall, Mongeon e Sugimoto demonstraram que os comentaristas do YouTube tendem a apresentar maior nível de agressividade. Os pesquisadores compararam os comentários de vídeos do TED, série global de conferências sobre temas variados (em geral com fins educativos), postados na plataforma própria da organização e aqueles presentes nos mesmos vídeos postados no YouTube. Os dados coletados apontaram que 72% dos comentários no site do TED eram relevantes para discussões sobre o conteúdo das apresentações, contra 57% no Youtube. Segundo os autores, os internautas do YouTube apresentaram uma tendência maior a falar sobre os apresentadores em si – muitas vezes, utilizando palavras ou expressões ofensivas.

vídeos. A transição começou com uma sugestão que aparecia no YouTube a cada vez que o usuário tentava fazer o login, evoluindo para um ponto no qual o internauta precisa justificar para a empresa porque não deseja utilizar seu nome real na plataforma. As alterações foram anunciadas em definitivo em setembro de 2013 no blog oficial do portal de vídeos<sup>74</sup> e implementadas nos meses seguintes.

Além da obrigatoriedade de cadastro no Google +, as principais providências da Google para coagir comentários maldosos foram a personalização do *feed* de comentários (desta forma, cada usuário vê primeiro os comentários mais curtidos ou feitos por amigos no Google +, e não os mais recentes), a possibilidade de compartilhar publicamente ou não os comentários no Google + e a criação de filtros para que os donos de canais na plataforma possam determinar a exclusão de xingamentos com expressões específicas e aprovar ou não os comentários realizados nas páginas de seus vídeos.

A decisão gerou polêmica na internet, com críticas à postura da empresa por tolher a criatividade dos usuários e conectar redes sociais de perfis distintos. Internautas mais revoltados publicaram vídeos<sup>75</sup> na própria plataforma exigindo a volta das configurações anteriores. Uma petição online<sup>76</sup> lançada em novembro de 2013 coletou mais de 240 mil assinaturas nos oito meses seguintes. Em julho de 2014, a Google se rendeu à pressão dos usuários e retirou a obrigatoriedade dos “nomes reais” por parte dos cadastrados no Google + - e conseqüentemente, de seus comentários no YouTube. Não por acaso, a decisão foi noticiada pela imprensa internacional como “a volta dos trolls do YouTube”<sup>77</sup>. Embora a empresa afirme que não há mais restrição em relação aos nomes escolhidos pelos usuários, todos devem apresentar nome e sobrenome (embora seja possível utilizar uma inicial), uma pessoa não pode se passar por outra e

---

<sup>74</sup> Disponível em: < <http://youtube-global.blogspot.com.br/2013/09/youtube-new-comments.html>>. Acesso em maio de 2014.

<sup>75</sup> Disponível em: <[https://www.youtube.com/watch?v=6NQXqwaS\\_F0](https://www.youtube.com/watch?v=6NQXqwaS_F0)> e <<https://www.youtube.com/watch?v=Pn7TBG4V0zg>>. Acesso em julho de 2014.

<sup>76</sup> Disponível em: < <http://www.change.org/petitions/google-change-the-youtube-comment-section-back-to-its-original-form>> . Acesso em julho de 2014.

<sup>77</sup> “The return of YouTube Troll: Google end it’s ‘real name’ policy”. Disponível em: <<http://www.theguardian.com/technology/2014/jul/16/youtube-trolls-google-real-name-commenter-policy>>. Acesso em julho de 2014.

nomes considerados ofensivos são proibidos.

Figura 6: Internauta protesta em vídeo contra mudança no sistema de comentários do YouTube



Fonte: YouTube

A análise deste episódio e seus efeitos entre os internautas que comentam vídeos de funk carioca nos leva a refletir sobre o papel do anonimato nos discursos e representações construídos na internet. Os usos da plataforma de vídeos ao longo de sua popularização mostram que o YouTube se configura como um site com funções de rede social pouco dependente de representações identitárias persistentes (Recuero, 2009). Entretanto, o vínculo com uma identidade consistente na rede – ao comentar um vídeo, é possível visualizar o perfil do internauta no YouTube e no Google + (mesmo que seu nome não seja mais obrigatoriamente “real”), onde também estão fotos, seguidores e outros interesses - pode influenciar os usos do portal de vídeos. Isso porque a identidade está intimamente relacionada à reputação, que será cada vez mais presente de acordo com a persistência da identificação adquirida na rede.

Como lembra Rheingold, muitas das primeiras comunidades virtuais que surgiram na internet obrigaram seus membros a se identificar para assegurar o compromisso dos participantes com o grupo construído (Rheingold, 1996, p. 69). Ao estudar o impacto da presença de

impostores em grupos de discussão da Usenet (precursora da internet), Donath (1998) conclui que o anonimato inviabiliza a comunidade, uma vez que perfis semelhantes não estabelecem relações com os demais membros da rede.

Para Sherry Turkle, a cibercultura propicia uma mudança na forma pela qual criamos representações identitárias, uma vez que o reconhecimento e a exploração de diversas tendências e diversidades de cada pessoa se tornam possíveis na internet. A autora destaca que tais características “podem proporcionar a algumas pessoas a desculpa para serem irresponsáveis, expressar-se criativamente de modo que, noutro contexto, seriam reprimidas” (TURKLE, 1997, p. 319). Em uma direção similar, Ryan (2009) reconhece o papel do anonimato na promoção da comunicação democrática, uma vez que os atores sociais se sentem motivados a falar livremente.

Essa liberdade promovida pelo anonimato, contudo, também seria responsável por produzir uma despersonalização dos indivíduos, que ficam mais desinibidos e tendem a apresentar argumentos mais extremos (Reicher et al., 1995, p. 181). A identificação com representações de pessoas anônimas poderia, ainda, aumentar sua influência destas sobre determinado grupo (Walther et al, 2010). Ao analisar diversas páginas de vídeos no YouTube, percebemos que o posicionamento agressivo de certos internautas tende a gerar identificação rapidamente, fazendo com que mais pessoas construam discursos baseados no *flaming*, termo em inglês que significa “mostrar hostilidade insultando, xingando ou usando linguagem ofensiva” (MOOR, HEUVELMAN, & VERLEUR, 2010, p. 1).

O funk carioca, gênero musical associado à periferia do Rio de Janeiro, recebe críticas que se enquadram dentro das características do *flaming* desde os primeiros vídeos postados no YouTube. Para refletir especificamente sobre possíveis mudanças neste quadro após a adoção das medidas propostas pela Google, foram analisados comentários postados na página do vídeo “Aquecimento das Maravilhas” durante seis meses, entre outubro de 2013 (uma semana após o anúncio definitivo das providências da empresa) e março de 2014<sup>78</sup>. A produção foi escolhida porque concentrava um número expressivo de mensagens ofensivas antes das mudanças no sistema de comentários da plataforma. A repercussão conquistada pelo vídeo incomodou tanto os críticos que uma página na rede social Facebook foi criada em repúdio ao grupo carioca.

---

<sup>78</sup> Conforme mencionado, a seleção das mensagens mais agressivas foi feita com base no uso de palavras ofensivas que denotassem discursos preconceituosos associados ao funk.

Figura 7: Exemplo de publicação produzida por antífãs do grupo Bonde das Maravilhas



Fonte: Facebook

No total, foram coletados 820 comentários no período analisado. Inicialmente, é possível perceber duas tendências: a diminuição no número de comentários de forma geral e uma ligeira queda no número de comentários extremamente ofensivos. Isso porque o número de mensagens postadas em setembro<sup>79</sup>, ou seja, no mês anterior à amostra analisada, corresponde à mais da metade do total dos seis meses posteriores, 460 comentários. Para fins de comparação, também foi realizada uma seleção das mensagens mais agressivas nos dois períodos<sup>80</sup>. O número de mensagens caracterizadas como *flaming* corresponde a cerca de 7% do total das mensagens de setembro-agosto/2013 (32 comentários), contra 4,5% de mensagens preconceituosas entre os

<sup>79</sup> Devido a falhas no sistema de busca do YouTube, os resultados apresentam pequenas variações temporais. Um vídeo ou comentário que apareça na plataforma como postado em setembro de 2013, por exemplo, pode aparecer em uma nova busca como postado no mês anterior ou mesmo no seguinte.

<sup>80</sup> Conforme mencionado na introdução, a escolha dos comentários teve como critérios o uso de adjetivos ou expressões ofensivas em relação ao gênero musical, seus produtores e/ou consumidores.

meses de outubro/2013 e março/2014 (37 comentários). O próprio YouTube ainda não divulgou relatórios internos que permitam uma comparação com o universo global de vídeos postados na ferramenta após as mudanças no sistema de comentários.

Além disso, a apresentação de comentários de acordo com critérios de relevância na página dos vídeos realmente funciona com o objetivo de diminuir a percepção sobre a agressividade dos participantes. As mensagens selecionadas como os dizeres mais ofensivos não aparecem nas primeiras páginas de comentários do vídeo em questão a menos que o internauta mude a opção padrão de ordenação por relevância para visualizar os comentários mais recentes.

Os 37 comentários selecionados foram postados por 33 perfis. Apesar dos esforços da Google para coagir mensagens ofensivas, os indivíduos por trás desses perfis não parecem ter sentido qualquer tipo de pudor ao falar mal das integrantes do grupo e/ou fãs do funk carioca de forma geral. Contudo, um olhar sobre esses usuários aponta para algumas questões. A primeira delas diz respeito à falta de popularidade do Google + entre os internautas brasileiros. Muitos perfis nesta rede social analisados ainda não apresentavam atualizações e pareciam ter sido criados por imposição da própria Google ao vincular automaticamente as contas de e-mail da empresa ou do YouTube à sua plataforma mais recente. Desta forma, é possível que os usuários não se sintam constrangidos pelo vínculo entre os dois sites. Afinal, se não há outras atividades nem seguidores no Google +, dificilmente o teor dos comentários na plataforma de vídeos ganhará visibilidade fora dela.

“Cadê a carrocinha pra levar as cadelas?” (Por @HelenaLyra)

“Faz o quadradinho de oito, mas não aguenta nem 5 minutinhos de quatro!” (Por @IgorAndrade)

Outro ponto a ser discutido são as estratégias para burlar a demanda pelo fim do anonimato. Dos 33 internautas que deixaram comentários muito agressivos ou preconceituosos, 27 não utilizaram fotos ou nomes reais, apesar da Google insistir para que todos os comentaristas utilizem suas verdadeiras identidades na plataforma. Essas pessoas criaram um perfil no Google +, mas evitaram fotografias próprias e/ou criaram uma conta com pseudônimos. Esta preocupação em revelar a própria identidade e o desinteresse em utilizar as ferramentas disponíveis no Google + são um indicativo do desejo de manter as atividades realizadas no

YouTube restritas ao portal de vídeos. Anônimos ou *fakes*, os usuários se sentem mais à vontade para expressar o que realmente sentem, sem se preocupar com uma identidade a zelar (Fontanella, 2009).

“(...) é incrível como o funk é um lixo, vão procurar o que fazer suas putas e vagabas de merda”.  
(Por @brunosouza)

“(...) com 25 anos no máximo, essas PROSTITUTAS (eu acho que essa palavra elas nem vão entender não devem nem saber escrever o nome direito) já têm uns cinco filhos e ficam pedindo bolsas família...Então, suas VADIAS, vão procurar um emprego e saiam dessa vida de vadias do funk (...)” (por @VictorAggert, grifos do autor)

Por outro lado, independentemente da identidade assumida na plataforma, o tom adotado pelos comentaristas analisados indica que o YouTube se configura como um espaço para expressar opiniões extremas e descompromissadas, que incluem todo tipo de ofensa e parecem incitar reações igualmente extremas. Além do *flaming* ter se tornado uma característica própria do portal de vídeos (que seus proprietários tentam desesperadamente combater), é possível pensar que não há constrangimento em emitir opiniões consideradas inaceitáveis no “mundo real” porque os internautas se sentem confortáveis nesta posição.

“Que lixo! Odeio faveladas. Viu a cara delas? Cara de pobre mesmo! Um lixo!” (Por @TenchuuRyu)

“Todas vagabundas...só para comer...música de macaco...” (Por @rataodomar)

“Faveladas, piolhentas, voltem para a escola” (Por @LeandroWinchester)

“Se eu tivesse cara ou jeito de favelada eu não estaria criticando isso, muito menos dando dislike. Eu assim como qualquer pessoa que tenha cérebro e senso crítico tem moral de criticar essas vadias. Coloque essa sua cabecinha pra pensar: Além delas serem ridículas a maioria delas é menor de idade, apenas uma é maior de idade (aposto que é pedófila).” (Por @BeatrizRibeiro)

Embora as disputas entre fãs e haters façam parte do processo de configuração dos gêneros musicais, os comentários mencionados mostram que, no caso do funk, existem marcas evidentes de preconceito racial e de classe<sup>81</sup>. Segundo Bourdieu (2008), a formação do gosto está intimamente ligada à hierarquia estabelecida entre as artes. Determinadas formas de arte, sobretudo aquelas relacionadas à educação formal, são consideradas superiores às demais, o que se reflete em uma categorização dos consumidores dessas obras. Os gostos, assim, tornam-se “marcadores privilegiados da ‘classe’” (BOURDIEU, 2008, p. 9).

Conforme mencionado anteriormente, o funk nasceu e teve sua consolidação pautada por uma forte conexão com as periferias do Rio de Janeiro. Embora existam nos dias atuais diversas vertentes além daquela que faz referências diretas ao cotidiano desses espaços, o gênero continua a ser reconhecido por essa associação. Ao utilizar argumentos contrários ao funk baseados em ofensas de classe, esta parcela de antifãs e haters do gênero busca reafirmar seu gosto por outros gêneros musicais como um fator de distinção em relação aos fãs de funk ao mesmo tempo em que os desqualifica por suas preferências musicais.

Destacamos ainda a noção de performance de gosto defendida por Hennion (2011). Segundo o teórico, a construção do gosto está inserida dentro de uma cultura material, da qual fazem parte lugares, cenários, dispositivos e condições concretas da performance e escuta musicais. Embora ressalte a importância das colocações feitas por Bourdieu sobre as disputas simbólicas em torno do gosto, Hennion afirma que este não é estanque e meramente um espelho de determinações sociais pré-estabelecidas, mas uma performance capaz de demonstrar as capacidades criativas e contestar as próprias preferências de quem escuta.

Insistindo no caráter pragmático e performativo das práticas culturais, a análise pode colocar em evidência a capacidade dessas pessoas de transformar e criar novas sensibilidades, em vez de somente reproduzir silenciosamente uma ordem existente. (HENNION, 2011, p.256)

Ao longo deste capítulo, procuramos mostrar as discussões em torno de um suposto potencial agregador da internet e os conflitos e disputas envolvidos nas interações entre diferentes

---

<sup>81</sup> Optamos por enfatizar ao longo deste trabalho a relação entre manifestações preconceituosas relacionadas ao funk e a associação do gênero com a periferia por compreender que esta discussão abarca preconceitos relacionados ao imaginário acerca dos espaços geográficos e do público que habita estes espaços. Entretanto, destacamos que a questão do preconceito racial nos comentários do YouTube, que aparece diversas vezes no material coletado ao longo da pesquisa, merece aprofundamentos futuros.

sujeitos na rede. Assim como o ideal de uma sociedade mais justa e harmônica, o desenvolvimento de novas tecnologias da comunicação trouxe consigo a convicção por parte de pesquisadores e de internautas de que a troca de conhecimento e informação deveria dar origem a comunidades supostamente mais “cultas”, o que amplifica o potencial para debates em torno da visibilidade alcançada por um gênero popular periférico como o funk carioca, tido por muitos como um símbolo da baixa cultura ou mau gosto no Brasil.

A seguir, discutiremos de que forma esses discursos de ódio em torno do funk carioca se consolidaram junto com a sua popularização, aprofundando a análise sobre as disputas simbólicas em torno de classe social e estigmas associados ao gênero. Esperamos, desta forma, refletir sobre como as possibilidades trazidas pela circulação de vídeos sobre o tema no YouTube podem contribuir para problematizar as representações do gênero no século XXI.

### **Capítulo 3 – Funk é cultura?! Disputas simbólicas e representações da cultura popular periférica na web**

Durante o consumo musical, procuramos utilizar nossas referências para classificar o que ouvimos dentro um universo familiar. Neste processo, uma série de questões surgem em nossa mente: trata-se de música para dançar ou ouvir calmamente? O(a) artista se dirige aos jovens ou a um público mais velho? Que tipo de classe social se identifica mais com esse tipo de sonoridade e por quê? Em última instância, estamos falando de música *com* ou *sem* qualidade?

Essas e outras perguntas estão intimamente relacionadas a significados construídos em torno de músicas e gêneros musicais. Assim como outras manifestações culturais, a música participa ativamente da criação e manutenção de sentidos na sociedade. Não por acaso, Adorno (1968), e autores mais recentes como McClary (1991), DeNora (2000), Fischerman (2004) e Frith (1998), dedicaram parte de seu trabalho a reflexões sobre o papel da música enquanto processo social.

Produzir, distribuir e consumir música são ações que fazem parte do circuito de circulação de manifestações culturais, mas também se inserem dentro de um contexto mais amplo. Experiências relacionadas a classe, etnia e localização geográfica fazem parte dos significantes compartilhados pela música popular, refletindo-se em todas as etapas que dizem respeito à forma como determinada música circula (Herschmann, 2011). Em uma via de mão dupla, esses valores e sentimentos também são afetados pelo fazer musical. Neste sentido, é possível entender a música como parte de um sistema de comunicação, engendrada em múltiplas formas de agenciamento social (DeNora, 2003).

Compreender de que formas se dão esses agenciamentos exige, em primeiro lugar, uma desnaturalização dos sentidos construídos em torno de determinadas manifestações musicais. Ao analisar os comentários mais agressivos em vídeos sobre funk carioca no YouTube, é possível perceber que as características e estigmas associados ao gênero (incluindo a participação da mídia durante o processo de demonização durante a década de 1990) são utilizados para justificar expressões de repulsa que vão desde manifestações de gosto a súplicas pela extinção daqueles que cantam ou ouvem músicas correspondentes.

### 3.1 Música, uma prática social

Destacamos aqui o trabalho de Tia DeNora (2003) na construção de uma metodologia que visa investigar de que forma se constroem links entre música e agenciamento, formas de comunidade e ideias. Embora afirme que todo objeto cultural deve ser pensado como parte do ambiente que o produz, a autora frisa a necessidade de não se pressupor relações, mas especificá-las e analisá-las, considerando o fato de que a música provoca restrições e dá recursos aos seus múltiplos agentes sociais. Neste sentido, ressaltamos o papel da música enquanto “uma forma de pensamento e ação no mundo” (BLACKING, 1995, p. 235), uma manifestação organizadora de percepções globais e individuais que “pode nos dizer coisas sobre a História que não estão acessíveis por meio de nenhum outro meio” (McCLARY, 1991, p.29). Em um primeiro momento,

(...) é possível afirmar que a música se escuta e que todos os seus usos se relacionam com essa escuta. No entanto, quando se tenta definir o que é se escuta e quando se escuta, verifica-se até que ponto grupos socioculturais ou indivíduos distintos ouvem coisas absolutamente distintas quando o objeto de escuta é o mesmo. (FISCHERMAN, 2004, p.22)

As diferenças na percepção de objetos de escuta podem ser explicadas pelas múltiplas dimensões de agenciamento social nas quais a música está inserida (DeNora, (2003). Em uma relação dinâmica com o cotidiano, a música pode reforçar ou criar novos modos de agência, tanto na esfera individual quanto coletivamente. Em consonância com a autora, McClary (1991) afirma que todos os julgamentos em torno das manifestações artísticas que se enquadram na categoria musical – sejam elas classificadas como boas, ruins, de elite, eruditas, populares, comerciais ou artística – são produto da sociedade e, paralelamente, produzem efeitos sociais.

Como qualquer outro discurso social, a música tem significado precisamente enquanto ao menos algumas pessoas acreditam nele e ajam de acordo com essa crença. Significado não é inerente à música, nem na linguagem: as duas são atividades que são mantidas à deriva por comunidades de pessoas que investem nelas, concordam coletivamente que seus signos são válidos. A música sempre depende da aceitação de seu significado social. (McCLARY, 1991, p.21)

As convenções em torno dos gêneros musicais têm um papel fundamental na forma como ouvimos uma música ou o trabalho de um artista isoladamente. De acordo com Frith (1998), as

expectativas e convenções atribuídas aos gêneros são fundamentais para orientar as escolhas de acordo com o cenário musical. O histórico do funk carioca ajuda a exemplificar na prática o que Janotti Jr. (2005) classifica como processo de negociação e disputa em torno da definição dos gêneros.

Na verdade, os gêneros delimitam as produções de sentido, demarcando a significação e os aspectos ideológicos dos textos, bem como o alcance comercial (e o público alvo) dos produtos midiáticos. Toda definição de gênero pressupõe uma demarcação negativa e/ou comparativa com outros gêneros, ou seja, analisar um produto midiático através dessa perspectiva pressupõe perceber as relações entre esse produto e outros de diferentes gêneros, compará-lo com expressões canônicas ou similares dentro do mesmo paradigma. Os gêneros são dinâmicos justamente porque respondem a determinadas condições de produção e reconhecimento, indicativos das possibilidades de produção de sentido e de interação entre os modos de produção/circulação/consumo dos produtos midiáticos. (JANOTTI, 2005, p.5)

Entretanto, apesar das mudanças ao longo do tempo, o funk carioca, assim como outros gêneros, continua associado a conflitos envolvendo as diferentes dimensões sociais que o atravessam. Como veremos adiante, as manifestações de gosto em torno do funk carioca no YouTube atualizam as disputas e propõem novas questões, mas estão longe de encerrar as discussões. Esse processo de identificação dos gêneros pode ser relacionado diretamente ao “reconhecimento dos elementos musicais específicos de cada uma dessas práticas e também pelos usos que cada uma dessas músicas demandam” (TROTТА, 2005, p. 5).

Em relação ao objeto de pesquisa deste trabalho, estas questões associadas à identificação do gênero com bailes e o público das comunidades de origem do funk aparecem repetidamente em estratégias de produção e divulgação, mas principalmente nas manifestações do público em relação aos vídeos analisados. A ligação do funk carioca com a periferia da cidade – e, conseqüentemente, sua inserção dentro de um grupo identitário relacionado a pessoas de classes sociais menos favorecidas e majoritariamente negras – é lembrada tanto em elogios quanto em críticas ao conteúdo consumido.

Essa construção social em torno do funk carioca na internet reflete o fato de que a reconfiguração da escuta musical na contemporaneidade não altera o papel dos gêneros como mediadores culturais (Herschmann, 2011). Além disso, tais conflitos e disputas associados aos

vídeos que circulam sobre o gênero no YouTube também trazem questões importantes para pensarmos a multiplicidade discursiva e suas consequências no âmbito da cibercultura.

### 3.2 Cultura, um conceito em (re)construção

Para refletir sobre como se formam os estigmas que orientam os comentários mais agressivos que aparecem em vídeos de funk que circulam no YouTube, tomamos como referência o trabalho de João Freire (2013) na análise sobre a comunicação passional entre fãs de divas da cultura pop contemporânea. Nosso objetivo é investigar quais são os principais argumentos morais utilizados pelos críticos do gênero musical e que conexões podem ser estabelecidas a partir destas manifestações e a prevalência de determinados ideais em torno do conceito de cultura.

A afirmação de que o funk carioca que circula pelas redes “não é cultura” salta aos olhos na área de comentários de todos os vídeos analisados neste trabalho e em um sem-número de outras produções. De forma direta ou indireta, o debate se estabelece inclusive em outros espaços, como reportagens publicadas por órgãos de grandes corporações de mídia<sup>82</sup> ou vídeos que utilizam o gênero musical em paródias diversas.

De acordo com o dicionário Aurélio (2010), o termo cultura pode ser interpretado das seguintes formas:

---

<sup>82</sup> Alguns exemplos de colunas e reportagens publicadas na grande mídia que abordam o tema:

“Surra de bunda abre exposição de arte e divide opiniões de fãs de museu”. G1, 15/04/2014. Disponível em: <<http://g1.globo.com/pop-arte/noticia/2014/04/surra-de-bunda-abre-exposicao-de-arte-e-divide-opinioes-de-fas-de-museu.html>>. Acesso em abril de 2014.

“MC Guimê e o abismo entre o que poderíamos ser e o que seremos realmente”. Yahoo Notícias, 22/04/2014. Disponível em: <<https://br.noticias.yahoo.com/blogs/mira-regis/mc-guim%C3%AA-e-o-abismo-entre-o-que-162007521.html>>. Acesso em abril de 2014.

“O bonde do funk agora é cultura”. Revista Época, 09/04/2009. Disponível em: <<http://revistaepoca.globo.com/Revista/Epoca/0,,EMI91666-15230,00-O+BONDE+DO+FUNK+AGORA+E+CULTURA.html>>. Acesso em abril de 2014.

“O crime da música”. Carta Capital, 29/08/2013. Disponível em: <<http://farofafa.cartacapital.com.br/2013/08/29/o-crime-da-musica/>>. Acesso em abril de 2014.

1. Ato, efeito ou modo de cultivar. 2. Cultivo. 3. O complexo dos padrões de comportamento, das crenças, das instituições e doutros valores espirituais e materiais transmitidos coletivamente e característicos de uma sociedade: civilização. **4. O desenvolvimento de um grupo social, uma nação, etc., que é fruto do esforço coletivo pelo aprimoramento desses valores; civilização, progresso. 5. Apuro, esmero, elegância.** 6. Criação de certos animais, em particular os microscópicos. (Grifos nossos)

As definições em destaque apresentam dois “problemas” mencionados com frequência na análise dos críticos do funk carioca sobre a popularização do gênero na internet. O primeiro diz respeito à ideia de progresso da civilização. Já o segundo tópico diz respeito a uma crítica estética do gênero. Parte das manifestações de indignação em relação ao funk aponta para a noção da cultura como uma manifestação de elegância.

Como veremos adiante, a ideia de que o funk carioca não é e não pode ser comparado (sobretudo esteticamente) a um produto da chamada “cultura de elite” está relacionada a diversos estigmas e processos de distinção que se deram ao longo da criação e consolidação do gênero no país. Antes, contudo, nos propomos a discutir sobre as disputas em torno dos sentidos associados ao termo “cultura” e ao papel dos Estudos Culturais no reconhecimento de complexidades e agenciamentos em torno da cultura consumida e produzida por setores periféricos e marginalizados da sociedade.

No livro “Cultura e Sociedade”, Raymond Williams (2001) analisa a formação do conceito de cultura de acordo com períodos históricos específicos a partir do surgimento do termo. Segundo o teórico, a cultura era associada ao cultivo de algo, em geral animais e produtos agrícolas, até o século XVI. O Iluminismo, no século XVIII, veio corroborar uma visão ampliada, que associava o termo cultura diretamente à civilização, em oposição à barbárie. A cultura seria sinônimo de um estado educado que tem o progresso como uma de suas principais marcas. A visão de mundo defendida pelos iluministas assegurava que a razão conduziria as sociedades ao caminho do desenvolvimento.

Entretanto, teóricos representantes do romantismo alemão contestaram este sentido, uma vez que a visão racionalista considerava a adoção de valores universais por todas as sociedades rumo ao progresso almejado, desconsiderando tradições e particularidades locais. Assim, a partir do século XIX, em concomitância com a consolidação da Modernidade, a cultura passou a se relacionar com um processo de desenvolvimento do indivíduo. O termo passou a ser associado ao

progresso “espiritual” obtido por meio de artes, instituições, religiões e determinadas práticas sociais, em geral ligados a uma ideia de conhecimentos eruditos<sup>83</sup>.

Essa percepção começou a mudar na segunda metade do século XX. O desenvolvimento e popularização de meios de comunicação de massa – sobretudo a televisão – tiveram um peso importante neste processo, que teve os teóricos ligados à Escola de Birmingham como principais representantes. Um dos mais importantes pensadores dos Estudos Culturais, Williams (2001) viu na recuperação da trajetória semântica do termo cultura a oportunidade de desnaturalizar as definições arraigadas em torno do conceito.

Junto com seus colegas em Birmingham, o autor buscou problematizar as bases do materialismo ortodoxo, que habitualmente enquadrava a cultura dentro de um processo de tomada de poder por parte das classes dominantes. Neste sentido, a cultura seria um instrumento da ideologia criada por essas classes para manter sua superioridade e domínio sobre os processos de produção e sobre a própria vida social.

Ao se apropriar da concepção antropológica da cultura como um modo de vida, Williams propôs um rompimento com o paradigma frankfurtiano da cultura como algo produzido apenas pelas elites e da produção dos meios de comunicação de massa como mero instrumento de dominação das classes populares. A cultura, assim, passa a ser reconhecida como um local de construção de significados, elemento importante do processo social que produz (e não apenas reproduz) valores.

Outro teórico que trouxe importante contribuição aos Estudos Culturais ao refletir sobre as manifestações culturais que residem nas práticas cotidianas foi Richard Hoggart. Em “As utilizações da cultura” (1973), obra considerada referencial na formação do *Centre for Contemporary Cultural Studies* (CCCS) da Universidade de Birmingham, o autor pontuou as diferentes formas de negociação da própria existência presentes nas múltiplas recepções de operários ingleses aos produtos da cultura de massa durante a década de 1950. Sua pesquisa concluiu que as classes populares não devem ser consideradas apenas como consumidoras passivas, mas produtoras de diversas formas de resistência a partir de suas próprias vivências e significações.

---

<sup>83</sup> A ideia da cultura como algo relacionado ao cultivo de vegetais ou animais permanece em uso. Ressaltamos ainda que o ideal iluminista da cultura não caiu em desuso, como mostram os próprios comentários pejorativos sobre funk no YouTube.

Não se trata de uma força de resistência passiva, mas antes algo que, se bem que inconsciente, pode ser considerado como positivo. As classes proletárias possuem em elevado grau a faculdade natural de resistirem à mudança, adaptando ou assimilando nas novidades aquilo que lhes interessa e desprezando todo o resto. (HOGGART, 1973, p. 40)

A partir dos Estudos Culturais, “a cultura” é substituída por culturais múltiplas e passa a ser vista como uma arena de luta (Hall, 2003), onde diferentes sujeitos se articulam em tentativas de dominação e resistência. O histórico do funk carioca exemplifica essas negociações e lutas, pois mostra que o gênero musical é pautado por diferentes apropriações que as classes populares fizeram da cultura de massa para criar e consolidar uma nova manifestação cultural que trouxesse as marcas de sua origem nas comunidades do Rio de Janeiro.

Entretanto, a noção de cultura como base para o desenvolvimento nacional, ou seja, de acordo com o ideal iluminista, aparece com frequência na argumentação de antifãs e haters do funk. Ao expressar seu desprezo por determinadas produções, muitos comentaristas argumentam que a visibilidade do funk contribuiria para um suposto “atraso” do Brasil. O fato de que o sucesso no YouTube atrai a atenção de espectadores de outros países também é citado como um motivo de vergonha, uma “prova” de que o Brasil nunca poderá atingir o grau de desenvolvimento de outras nações.

“Bando de alienados enquanto vcs assistem essa merda milhões de reais estão sendo roubados dos cofres públicos (...) Esses moleques nem gostam de estudar aí vão cantar funk pra ganhar dinheiro fácil no Brasil (...)” (por @AnonyBr09 no vídeo da música “Passinho do volante”)

“É por isso que o Brasil tá na merda. (...) FUNK é uma merda que só serve pra denegrir a imagem da mulher brasileira, sem contar que é mais uma forma de se fazer apologia as drogas e a prostituição. (...)” (Por @TiagoLeopoldino no vídeo da música “Dança do Créu”)

“É lamentável, as baixarias que o Brasil é capaz de fazer ... É só ler os comentários, em inglês (...) que vcs vão saber como somos vistos no exterior.” (Por @vaninha92 no vídeo da música “Dança do Créu”)

“Essas coisas só ENVERGONHAM a nação. Tenho vergonha de dizer que sou brasileiro (Por @ferandos no vídeo da música “Dança do Créu”, grifo do autor)

“Dizem que devemos respeitar o funk, mas como respeitar algo que denigre a cultura do meu país? Não é à toa que somos mal vistos no exterior, conhecidos como o país do futebol, carnaval e prostituição. Parabéns ao grupo por seu português correto e sua grande contribuição a cultura brasileira. (Por @MatheusGouveia no vídeo da música “Passinho do Volante”)

Por outro lado, são muitos os comentários negativos que trazem à tona o debate sobre a própria definição de cultura. Em diversas manifestações, é possível perceber que o paradigma da cultura como algo associado ao consumo das chamadas artes eruditas aparece em antítese direta ao funk carioca. Tal debate se torna ainda mais arraigado quando há uma relação de oposição entre fãs do gênero e fãs de rock, manifestação marcada por uma certa proximidade com os ideais da música considerada erudita<sup>84</sup>

“Tem certeza que é cultura? Definitivamente o jeito é devolver o Brasil para os índios e pedir desculpas, ou voltar em 1499 e desviar o navio de Cabral pra Argentina por que a coisa está feia!” (Por @estranhaoquadrado no vídeo da música “Passinho do Volante”)

“Teve época que os brasileiros eram mais inteligentes (...). Na época que a sensação do momento era Legião Urbana, Raul Seixas, Cazuza e Mamonas Assassinas (...) aí veio essa merda de funk pra acabar com essa geração de jovens (...)” (por @GabrielTeixeira no vídeo da música “Aquecimento das Maravilhas”)

---

<sup>84</sup> Fãs de heavy metal, que aparecem em muitos comentários como representantes do grupo de antifãs de funk, podem adotar esse posicionamento devido a uma identificação com características associadas à da música erudita. No artigo “Quadrado de 666? Heavy metal e cultura digital a partir do canal Mamilos Molengas” (Holzbach, Santos, Evangelista e Oliveira) pontuamos que “o próprio histórico do heavy metal é permeado por projetos que mesclam o trabalho de bandas conhecidas e músicos eruditos, como por exemplo o CD S&M, gravado ao vivo em 1999 por Metallica e Orquestra Sinfônica de São Francisco. Essa identificação entre os gêneros se reflete em diversos comentários na página do vídeo em questão que ressaltam o viés intelectual do heavy metal em detrimento do funk, gênero que representaria uma expressão musical “pobre”, dentre outros motivos, por privilegiar o corpo e a dança” (2013, p.14). Disponível em: <  
[http://www.coneco.uff.br/sites/default/files/institucional/quadrado\\_de\\_666\\_mamilos\\_molengas.pdf](http://www.coneco.uff.br/sites/default/files/institucional/quadrado_de_666_mamilos_molengas.pdf)>

“Isto é uma vergonha para um país com tão rica cultura e tão boa música(...)” (por @gconnect182 no vídeo da música “Dança do Créu”)

“(...) além de feia, são putas e burras! depois me perguntam pq gosto de rock! (por @fabiofabio2014 no vídeo da música “Aquecimento das Maravilhas”)

"Ainda tem débil mental que diz que isso é cultura." (Por @izaroza no vídeo da música “Aquecimento das Maravilhas”)

"Tá na cara que português não é o forte de quem curte funk, nem o google tradutor aguentou e travou quando tentei traduzir essa linguagem misteriosa. É da época dos homens das cavernas? Isso explicaria a falta de criatividade em ficar repetindo o mesmo refrão toda hora e a constante apelação para conteúdo sexual.” (Por @JoeLoko no vídeo da música “Aquecimento das Maravilhas”)

Desta forma, a análise das disputas em torno do gênero se revela como um instrumento potente na atualização e criação de sentidos relacionados à produção cultural por parte de grupos periféricos. As referências apresentadas demonstram que a observação de comentários agressivos postados por críticos do gênero em vídeos populares no YouTube evidencia uma tensão envolvendo disputas discursivas entre diferentes classes sociais, além de sentidos contestados em torno de padrões morais dominantes, como veremos no tópico a seguir.

### **3.3 – Do grotesco medieval ao funk do século XXI: o corpo pede para falar**

A crítica em relação ao suposto “atraso” produzido pela popularização do funk carioca frequentemente vem acompanhada por justificativas que consideram o gênero musical como uma manifestação criada e compartilhada por pessoas que valorizam o corpo em detrimento do intelecto e, por isso, “burras”. Tal posicionamento ignora o fato de que, tal qual o brega recifense analisado por Fontanella (2005) e diversos outros gêneros (samba, música eletrônica, rock etc.), o funk tem como característica marcante a fruição por meio de uma sensibilidade corporal.

Uma referência importante para reflexão sobre a oposição entre mente/espírito e corpo refletida na postura dos antifãs e haters do funk é o trabalho de Mikhail Bakhtin sobre cultura popular na idade média e no Renascimento. Ao analisar a presença do realismo grotesco e da sátira na literatura de François Rabelais e nas manifestações populares de sua época, o autor aponta a consolidação do cânon moderno da decência verbal, entre o fim do século XVI e o início do século seguinte, como fator preponderante para a criação de valores que apontam para uma relação de hierarquização entre certas partes do corpo.

No novo cânon, certas partes do corpo: órgãos genitais, traseiro, ventre, nariz e boca deixam de representar um papel importante. (...) Na imagem do corpo individual visto pelos tempos modernos, a vida sexual, o comer, o beber, as necessidades naturais mudaram completamente de sentido: emigraram para o plano da vida corrente privada, da psicologia individual, onde tomaram um sentido estreito, específico, sem relação alguma com a vida da sociedade ou o todo cósmico. Na sua nova acepção, eles não podem mais servir para exprimir uma concepção do mundo como faziam antes. (BAKHTIN, 1993, p. 280).

Já as manifestações do grotesco presentes na Idade Média transitavam em uma direção oposta: incorporadas na cultura popular, reforçavam a dimensão corporal do mundo. Em oposição ao Romantismo, que buscava uma faceta abstrata e espiritual na relação entre homem e mundo, o grotesco destrói “a seriedade unilateral e as pretensões de significado incondicional e intemporal e liberam a consciência, o pensamento e a imaginação humana” (idem, p.43), criando um universo à parte das instituições oficiais.

As bases para essa desestruturação das ideias dominantes efetuada pelo grotesco residem no riso e no que Bakhtin chamou de “carnavalização”. Por meio de brincadeiras, obscenidades, grosserias e paródias, os terrores da Idade Média eram temporariamente exterminados em prol de um “triunfo do princípio material e corporal” (ibidem, p.82). Assim, o grotesco oferecia, ao menos durante as festas carnavalescas, a possibilidade de inverter a lógica dominante. De acordo com o autor, o riso carnavalesco se configura como um *riso festivo*, de caráter popular e universal; ao satirizar a igreja, o Estado, a cultura oficial do período e até a si mesmos, os burladores estabeleciam um jogo ambivalente de negação e afirmação, expressando de diferentes formas sua insatisfação com a cultura hegemônica.

No mundo grotesco, qualquer “id” é desmistificado e transforma-se em “espantalho cômico”; ao penetrar nesse mundo, mesmo no mundo do grotesco romântico, sentimos uma alegria especial e “licenciosa” do pensamento e da imaginação” (BAKHTIN, 1993, p.43).

O corpo tem um papel essencial nas formulações do discurso grotesco. Para Bakhtin, as imagens alegóricas do corpo e da vida corporal são as principais ferramentas para a expressão das principais características do burlesco: exagero, hiperbolismo, profusão e excesso. O corpo grotesco remete a um estado de movimento e aparece mesclado ao mundo; o absorve e é absorvido por ele de diferentes maneiras.

(...) os principais acontecimentos que afetam o corpo grotesco, *os atos do drama corporal* – o comer, o beber, as necessidades naturais (...), a cópula, a gravidez, o parto, o crescimento, a velhice, as doenças, a morte, a mutilação, o desmembramento, a absorção por outro corpo – *efetuam-se nos limites do corpo e do mundo* (BAKHTIN, 1993, p. 277, grifos do autor)

Por meio da exaltação do “baixo corporal”, o funk carioca utiliza, sobretudo a partir dos anos 2000, uma linguagem na qual é possível encontrar semelhanças em relação ao grotesco analisado por Bakhtin. Ao utilizar termos que mencionam sem rodeios o ato sexual e/ou os órgãos genitais (“*dou para quem quiser*”, *buceta*, *piroca* etc.), os artistas do gênero musical promovem uma carnavalização em torno dos “bons costumes” em tom jocoso, num jogo ambivalente de diversão e choque.

Agora Eu Sou Piranha  
*Gaiola Das Popozudas*

Eu vou pro baile, Eu vou pro baile  
Sem calcinha!  
Agora eu sou piranha e ninguém vai me segurar!  
Daquele jeito  
Sem, sem calcinha!

Eu eu eu eu eu eu eu  
Eu vou pro baile procurar o meu negão  
Vou subir no palco ao som do tamborzão  
Sou cachorrone mesmo e late que eu vou passar  
Agora eu sou piranha e ninguém vai me segurar!

Além de debochar dos “bons costumes”, o trecho da música “Agora eu sou piranha”, do grupo Gaiola das Popozudas, inverte as identidades de gênero; a mulher, tradicional objeto de desejo romantizado na música, assume um papel ativo no baile e na busca por parceiros para se divertir, longe de idealizações sobre relacionamentos<sup>85</sup>. Na “dança do créu”, a sexualidade da mulher também se destaca, desta vez por meio da coreografia. Parte dos comentários do vídeo reflete o incômodo pela visibilidade da supracitada Mulher Melancia, além de demonstrar agressividade em relação ao funk carioca em geral. Mesmo quando não há menções claras ao corpo na letra, as performances centradas na corporalidade e que evocam, através de elementos como a ironia ou a dança, o chamado “baixo corporal”, são criticadas com afínco por sua desconexão com o padrão moral predominante. Também é o caso do vídeo “Aquecimento das Maravilhas”, que voltamos a utilizar como exemplo devido à quantidade de manifestações negativas por parte dos críticos no YouTube.

“Estas putas não sabem que quadrado tem 4 lados e não oito? se bem que não existe puta com cérebro. E cadê as maravilhas, só tem bagulho que só muito drogado para querer comer.” (Por @FlamarionGomes)

“Vão estudar, bando de vagabunda” (por @DanielSouza)

“Piranhas, putas, cadelas, vacas, ficam incitando a sexualidade, é por isso que tem um monte de vadias grávidas e sem pai pra cuidar dos filhos.” (Por @OzzySILVER)

Tamanha rejeição presente nos comentários de antifãs e haters evidencia o fato de que a possibilidade de falar abertamente sobre a sexualidade e apresentar músicas que priorizam a fruição estética por meio do corpo<sup>86</sup> incomodam. Esse desconforto tem suas origens na cultura oficial que, segundo Bakhtin, se consolidou com a chegada da Modernidade. Expresso no racionalismo de Descartes e na estética classicista, o cânon moderno não admite a ambivalência

---

<sup>85</sup> Alguns autores, como Vianna (2003), Herschmann, (2005) e Lopes (2010), ressaltam que, apesar do discurso que evoca certos agenciamentos femininos, as MCs no funk ainda se encontram muito subordinadas à figura masculina.

<sup>86</sup> Cabe destacar que todo gênero musical apresenta um tipo de fruição corporal, mas o funk carioca, assim como outros gêneros populares na contemporaneidade, tem na dança, tanto de artistas durante as apresentações quanto do público, uma de suas principais características.

do grotesco. O novo ideal do corpo é caracterizado pelo acabamento, individualidade, expressividade e ausência de falhas. Assim, todos os sinais que conectam um corpo a outro corpo ou expõem seus limites, como os fluídos, são eliminados. Maciço e infalível, o corpo moderno também não demonstra em público qualquer manifestação relativa à sua vida íntima<sup>87</sup>. “Uma fronteira rigorosa traça-se então entre a linguagem familiar e a linguagem oficial do bom-tom” (Bakhtin, 1993, p. 280), observa o autor. Esta concepção extrapola a linguagem, estendendo-se inclusive aos critérios da “boa educação”.

### 3.4 Capital cultural, gosto e distinção na música popular

As percepções observadas no material analisado também são fortemente orientadas pela hierarquização de preferências estéticas em torno dos gêneros musicais e do funk em particular no Brasil. Seguindo a perspectiva de Trotta (2007), segundo a qual é preciso investigar as características que tornam um gênero reconhecível para compreender os processos de formação de gosto e a construção de sentidos na cultura popular, nos propomos a refletir sobre a valoração musical em torno do funk e os estigmas que marcam o histórico do gênero.

Ao longo dos anos, o funk passou por diversas modificações<sup>88</sup>, mas a identificação com as periferias cariocas onde o gênero surgiu manteve-se em relativa estabilidade<sup>89</sup>. Por isso, embora o funk que faça sucesso na segunda década do século XXI seja muito diferente daquele que se popularizou na década de 1990 e trazia questões muito próximas das favelas, as músicas ainda são consideradas como músicas feitas por pobres e para os pobres<sup>90</sup>.

---

<sup>87</sup> O debate em torno do papel do corpo na contemporaneidade, particularmente na fruição estética de diversas manifestações artísticas, não será aprofundado neste trabalho pois consideramos que esta discussão desviaria o leitor do foco principal da pesquisa. Para maiores informações sobre o tema, ver Sibilia:2014 (A politização da nudez: Entre a eficácia reivindicativa e a obscenidade real), Goldenberg:2008 (“Nu e Vestido”) e Neal: 1998 (“El desnudo femenino”).

<sup>88</sup> De acordo com Sá, o funk produzido ao longo do século XXI pode ser considerado uma possível linhagem de “música eletrônica popular brasileira” (2007, p. 3), apresentando uma sonoridade única e fortemente influenciada pelo “tamborzão”, batida de influência africana.

<sup>89</sup> Alguns artistas, como Naldo Benny e Anitta, buscam uma mescla entre o funk e o pop no intuito de buscar a consolidação no cenário da música pop brasileira e se inserir em um processo de internacionalização.

<sup>90</sup> A generalização se aplica ao funk carioca e também à vertente de ostentação, embora ambas façam sucesso entre públicos diversos. A vertente “de apartamento” (VIANA, 2010) não se encaixa neste perfil.

“Esta gente, todos mal criados, vocês são um nojo para a raça humana, vão trabalhar fazer alguma coisa de útil com a vida. (Por @Nepli00 na página da música “Sou Foda”)

“Se você nasceu preto no Brasil, pobre, numa favela (...) só tem que pôr uma música chinfrim, uma letra chinfrim, e nem é preciso cantar, põe no YouTube e vai ver que é sucesso na hora!!!” (Por @Olwtak página da música “Sou Foda”)

“Funk é música de burro, apologia a sexo, droga, violência (...) o mais engraçado é que quem curte esse lixo chamado funk são os pobretão” (por @TheRapazcomum1 na página da música “Tá Patrão”)

“Lixo, totalmente falta de escola...analfabeto.” (Por @AlexandrePereira na página da música “Tá Patrão”)

“Esses funkeiros são um bando de favelados que alugam motos, carros, pra postar em vídeos. Só não sei se são alugados ou roubados...” (por @SonGoku na página da música “Tá Patrão”)

Ao analisar as concepções de valor em torno da cumbia villera, gênero popular massivo de grande expressão em diversos países da América Latina, Pablo Séman e Pablo Vila (2011) mostram que a construção social do gênero musical na Argentina, onde esteve ligado desde o início a imigrantes negros e pobres do início do século XX, atravessa os critérios de julgamento a respeito de suas qualidades musicais. Assim como o funk, a cumbia villera ocupa um lugar menor na hierarquia estética de gêneros musicais para certos grupos sociais, que muitas vezes estão em um lugar mais favorável no embate simbólico em torno do valor social dos gêneros.

A cumbia se articula com dimensões de raça, nação, classe, gênero e idade em um complexo emaranhado no qual a música ao mesmo tempo cria e reflete fenômenos raciais, étnicos, nacionais, de classe, de gênero e etários. A cumbia, como muitos outros fenômenos musicais contemporâneos, “ajuda” na construção de sujeitos que se reconhecem em suas dimensões raciais, étnicas, de classe, de gênero e etárias a partir da maneira pela qual a cumbia os interpela. (SÉMAN; VILA, 2011, p.13)

Em uma direção complementar, Fischerman (2004) acredita que os critérios relacionados a uma possível distinção baseada nas classes sociais ainda são fundamentais para estabelecer os critérios de diferenciação entre os gêneros musicais.

Na música, tudo é definido mais ou menos como artístico e as diferenciações se relacionam mais com questões de classe social do que com características do próprio objeto. Embora a ideia da música artística tenha se estendido bastante ao longo do século XX, os velhos conteúdos de classe se revestiram com algumas noções vagas de complexidade como valor. (FISCHERMAN, 2004, p.23)

A associação entre o funk e classes populares no Brasil é justamente um dos motivos de incômodo para parte dos críticos que se manifestam nos vídeos analisados. Neste sentido, ressaltamos as colocações de Martín-Barbero (2001) sobre a valoração negativa de manifestações relacionadas à cultura popular. Tal ponto de vista estaria relacionado, de acordo com o teórico, com a constituição própria ideia de povo que teve início com o surgimento da sociedade capitalista. Embora os Iluministas exaltassem a figura do povo como justificativa política para a queda do Absolutismo e legitimação do poder da burguesia, o mesmo não se deu no plano da cultura. Neste momento, segundo Martín-Barbero, são criadas as categorias do “culto” e “do popular”. Ou seja, do

popular como in-culto, do popular designando, no momento de sua constituição em conceito, um modo específico de relação com a totalidade social: a da negação, a de uma identidade reflexa, a daquele que se constitui não pelo que é mas pelo que lhe falta. (Martín-Barbero, 2001, p. 25)

Desta maneira, o povo seria destituído de cultura por natureza, uma vez que não tinha acesso à educação que o poder aquisitivo da burguesia poderia pagar. Essa concepção seria fundamental para reforçar a lógica de dominação por parte das classes sociais mais abastadas. Ainda segundo Martín-Barbero, o Romantismo viria a questionar o modelo vigente ao propor que o conceito de cultura deveria ser separado da ideia de civilização e destacar a necessidade de reconhecer a existência da pluralidade cultural. Ao pensar o popular como “espaço de criatividade, de atividade e produção” (ibidem, p. 27), os românticos ressaltavam a existência de outras culturas além da cultura hegemônica.

Contudo, essa posição também reforçou mecanismos de exclusão ao mitificar as manifestações populares consideradas “legítimas”. De acordo com a discussão vigente no período, a cultura do povo seria autêntica justamente por seu distanciamento em relação à cultura dominante, na “ausência de contaminação” (ibidem, p. 30). A negação do processo de circulação cultural das manifestações populares exalta a tradição referente a uma suposta “pureza da alma do povo”, que faz parte do passado e se torna isenta de conflitos.

(...) por sua vez, "o primitivo" designando o selvagem na África ou o popular na Europa, continuará obstinadamente significando, a partir de uma concepção evolucionista da diferença cultural dominante até hoje, aquilo que olha para trás, um estágio talvez admirável porém atrasado do desenvolvimento da humanidade e, por essa razão, expropriável por aqueles que já conquistaram o estágio avançado. (Ibidem, p. 31)

Ainda que não façam uma associação direta entre o funk e as classes sociais populares, diversos comentaristas do YouTube refletem concepções da cultura popular como inferior, seja pela constituição da carência da “verdadeira cultura” ou pelo estágio anterior no processo de desenvolvimento cultural (atrasada).

"Hoje em Dia o Funk está dando dinheiro, isso não se pode negar. (...) saber que isso é influencia pra mtos jovens pobres ou não, da nossa sociedade (...). Brasil está em decadência, não só por causa dos parlamentares, mais tbm por causa da nossa população com problema de autoestima e com costumes retardatários" (por @SamuelLammer na página da música "Tá Patrão")

"(...) Se as músicas tivesse (SIC) conteúdo, e tivesse coisas mais inteligentes, as pessoas se preocupariam mais com coisas necessárias pra ganhar na vida. (...) (por @JordanMesk na página da música "Passinho do Volante")

Os significados sociais de determinada música ou gênero musical podem ser encarados de diversas formas por grupos ou mesmo indivíduos. Contudo, para Fischerman (2004), o desenvolvimento de uma ideia particular de arte atravessa a avaliação de diferentes formas de expressão artística enquanto pertencentes ou não a este universo. Segundo o autor, este conceito

pode ser traduzido na música em torno de uma cristalização ao redor da figura do compositor alemão Ludwig van Beethoven.

A hipótese é que há uma ideia de arte em particular que, na música, se cristalizou ao redor da figura de Beethoven. (...) Nesta forma de conceber a arte – a música – que persegue a condição de abstração – de música absoluta – são essenciais os valores de autenticidade, complexidade contrapontística, harmônica e de desenvolvimento, somados à expressão de conflitos e à dificuldade na composição, na execução e, inclusive, na escuta. (FISCHERMAN, 2004, p.34.)

No livro *Art worlds* (1982), Becker descreve o funcionamento dos mundos das artes, estruturas que articulam uma cadeia de produção responsável por criar, divulgar, consumir e avaliar diferentes tipos de manifestações artísticas. De acordo com o autor, a apreciação mútua de convenções compartilhadas por estes grupos e o apoio entre eles seriam fundamentais para manter seu funcionamento e a crença de que sua produção tem validade dentro dos critérios de valoração da arte. Neste sentido, o papel dos críticos também seria vital para sustentar diferentes mundos das artes. Embora o desenvolvimento de critérios valorativos para o julgamento da arte seja atravessado por diversas questões subjetivas, a concepção compartilhada acerca daquilo que seria uma manifestação mais “autêntica” forneceria argumentos supostamente objetivos para classificar o que seria uma expressão artística de boa ou má qualidade.

Essa categorização está diretamente relacionada ao conceito de capital cultural proposto por Bourdieu (1997). De acordo com o teórico francês, existem três formas de capital: o capital econômico, que diz respeito aos bens materiais, o capital social, ligado à rede de relações interpessoais construídas por cada indivíduo (capaz de trazer benefícios ou prejuízos de acordo com as circunstâncias) e o capital cultural, associado aos conhecimentos (valorizados) adquiridos. Bourdieu menciona ainda a existência do capital simbólico, uma forma de reconhecimento e prestígio originado nas diferentes formas de capital acumulado. Os tipos de capital estão interligados – desta forma, a tendência é que aqueles que acumulam maior capital econômico detenham maior capital cultural por frequentarem as melhores escolas, e assim por diante. Entretanto, o filósofo ressalta que a cultura não está subordinada a condição socioeconômica; antes, se constitui enquanto como uma forma de poder simbólico independente que tem papel na luta de classes.

Segundo Bourdieu, o capital cultural pode ser subdividido em três formas: incorporado, objetivado ou institucionalizado. O primeiro tipo está relacionado aos conhecimentos adquiridos e interiorizados por meio das trocas obtidas durante um longo período a ponto de se tornarem parte do indivíduo – estão sujeitos à transmissão entre gerações, não podendo ser trocados instantaneamente. Essa transmissão do capital cultural “é, sem dúvida, a mais dissimulada forma de transmissão hereditária de capital” (BOURDIEU, 1997, p. 86).

O capital objetivado, por sua vez, é transferido com facilidade por estar relacionado a bens culturais. Essa apropriação está ligada à capacidade de reconhecimento e apreciação de obras de arte e pode se dar tanto pelas vias materiais (uma vez que tais aparatos têm grande valor de mercado) quanto pelas simbólicas (prestígio alcançado pela posse de tais itens). Já o capital institucionalizado é acumulado por meio de diferentes formas de credenciais educacionais, como títulos, cursos e diplomas. Trata-se, afinal, de uma forma de reconhecimento institucional pelo capital cultural acumulado pelo indivíduo.

A classificação da cultura entre o que se enquadra e o que não se enquadra como capital cultural acumulado está relacionada ao conceito de *habitus*, definido por Bourdieu com “um sistema de disposições duráveis e transponíveis que, integrando todas as experiências passadas, funciona como uma matriz de percepções, de apreciações e de ações” (BOURDIEU, 1983b, p. 65 *apud* SETTON 2002, p. 21). O princípio tem como base a ideia da mediação entre as percepções de mundo de cada indivíduo e suas condições sociais de existência, ou seja, a trajetória de vida relacionada a sua classe social. Embora haja certa mobilidade, o teórico enxerga o *habitus* como uma “inconsciência de classe” (BOURDIEU, 1997, p. 86) que vai influenciar valores, comportamentos e sobretudo, formas de apreciação, ou o gosto de cada um. Para Bourdieu, “o gosto é o princípio de tudo o que temos (pessoas e coisas), de tudo o que somos para os outros e é através dele que classificamos e somos classificados”. (BOURDIEU, 2008, p. 59)

Desta forma, a luta pelo poder simbólico em torno da arte produz significados que classificam o que pode ser considerado como erudito ou popular, de bom ou mau gosto. No clássico “A distinção – crítica social do julgamento” (2008), Bourdieu afirma que a preferência por formas de arte mais “puras” estaria diretamente ligada à acumulação de capital cultural. Neste sentido, a cultura legítima “pode obter, em diversas oportunidades, um altíssimo rendimento simbólico e proporcionar um grande benefício de distinção” (BOURDIEU, 2008, p.62). A

educação e a família, segundo o filósofo francês, seriam os pilares para o ganho do capital cultural que permite a correta apropriação de produções que evocam o caráter abstrato da música.

Cabe destacar aqui a crítica de Shustermann (1998) em torno das colocações de Bourdieu sobre a legitimidade estética. Segundo o autor, a distinção entre as classes proposta pelo autor francês torna-se elitista ao afirmar que toda estética autêntica deve se distanciar do popular para conquistar autenticidade. A cultura popular seria uma espécie de “inverso negativo” (BOURDIEU, 1998, p. 103) do que a verdadeira arte representaria.

Embora a música popular produzida ao longo do século XX tenha ganhado novas formas a partir da mediação e do diálogo com os meios de comunicação massiva que se popularizaram naquele período, Fischerman (2004) afirma que o ideal do que seria a “verdadeira arte” ainda opera como um balizador para o estabelecimento de critérios musicais que constroem um abismo ilusório entre diferentes gêneros e manifestações musicais.

A distinção entre música clássica e popular, na realidade, nunca esteve vigente, salvo para estabelecer precisamente questões de valor e, desde já, a superioridade de uma sobre a outra, de acordo, está claro, com os parâmetros de apenas uma delas. (FISCHERMAN, 2004, p.29)

O ideal da ‘verdadeira arte’ e o conceito de *habitus* são fundamentais para refletir sobre a valoração em torno do funk carioca e sobre os argumentos por trás da crítica feita ao gênero por haters e antifãs no YouTube. Embora certos comentaristas objetivem fazer uma crítica estética dos vídeos, as manifestações de gosto relacionadas ao *habitus* de classe transparecem em muitas colocações. Em algumas falas, é possível perceber com mais nitidez a crítica ao funk como forma de criar certo distanciamento em relação a classes menos favorecidas.

“Tem uma cara de coitado e quer falar que tem carro importado. Tadinho.” (Por @Pauletti1 na página da música “Tá Patrão”)

“Carro tudo roubado e um bando de puta nessa porra! Bando de favelado do caralho...” (por @dan772921 na página da música “Tá Patrão”)

“Quanta bosta e escrotice favelado consegue ser e fazer.” (Por @Matheusfmp1 na página da música “Tá Patrão”)

“O único passinho do volante q esse cara vai fazer e com carro roubado” (por @wwetnamiz na página da música "Passinho do Volante")

Ainda bem que já acabou a febre dessa bosta (...) faz uma música que nem pode ser chamado de música, pois chega a desmerecer os verdadeiros artistas (...) ainda bem que some mesmo, sai favelados com esse mau gosto. (Por @JeffersonDamasceno na página da música "Passinho do Volante")

O fato de o funk carioca ter se consolidado como um gênero associado a periferias do Rio de Janeiro e à população majoritariamente negra também aparece como um fator depreciativo. Em um raciocínio cíclico, certos críticos chegam a desejar que estes indivíduos não conseguissem acesso à internet como forma de evitar a propagação da “ameaça” representada por vídeos de funk, sobretudo aqueles que conquistam números expressivos de audiência.

“Como um lixo desse ganhou 37 milhões de acessos?” (Por @JulianaMoura no vídeo da música “Passinho do Volante”)

“Maldita Casas Bahia q parcela câmeras em até 10x sem juros!” (Por @Machado1975 no vídeo da música "Sou Foda")

“Precisamos devolver esses macacos mesmo, eita povo ignorante. Essas favelas só têm lixo, funk, bandido, putas e traficantes.” (Por @FabianoRosa na página da música “Passinho do Volante”)

Assim, para os detratores do gênero, a parcela pobre da população que produz e consome o funk o faz por falta de opção, pois não pôde ou desejou receber educação suficiente para apreciar músicas supostamente mais complexas. A questão da escuta atenta, reforçada pelo suposto ideal da “verdadeira arte” conforme explicitado anteriormente, entra em conflito direto com uma música produzida sob medida para os bailes. Entretanto, conforme sugere Frith (1998),

a dança também é uma forma de escuta, assim como a escuta não é feita apenas com o ouvido, mas com todo o corpo. Tal qual ocorre com a cumbia villera, os usos do funk carioca na atualidade, fortemente associados ao ócio e à diversão dos bailes, são entendidos muitas vezes como “dispersão, saída dos mundos sérios do trabalho, da educação, da política ou da família” (SÉMAN; VILA, 2011, p.12).

### 3.5 Retratos de uma classe em ascensão

Embora o funk do século XXI tenha como temas mais populares a sexualidade, os relacionamentos (vertente melody) e a ostentação, a análise dos comentários em questão mostra que a questão do espaço/lugar continua a ser relevante na avaliação crítica do gênero. Em sua tese sobre os sentidos de raça, gênero e território que constituem a identidade do funk, Adriana Carvalho Lopes (2010) menciona o trabalho de Lefebvre (1991), para quem a noção de espaço não é física, mas uma representação política discursiva vital na construção de identidades sociais. A partir desse conceito, grupos hegemônicos reduzem as favelas a uma imagem única e totalizante.

Como se esses territórios estivessem situados em uma outra cidade, utilizam um olhar que não enxerga as práticas cotidianas e concretas que por lá circulam. Como se os sujeitos que lá habitam não fossem tão sujeitos, criam um discurso que silencia as vozes locais e delimitam os “territórios favelas” como um espaço genérico do perigo e da barbárie ligada, única e exclusivamente, ao chamado tráfico de drogas. (LOPES e FACINA, 2010, p. 4)

Entretanto, de acordo com Lopes, os atos de fala líricos dos MCs ressignificam esses territórios, criando outro tipo de existência para as favelas. Estes espaços, sobretudo em músicas identificadas como parte do chamado “funk de raiz”<sup>91</sup> tornam-se os locais do funk, onde surgem os bailes e as práticas constituintes do gênero. É importante ressaltar que a identificação com a favela no funk contemporâneo que circula no YouTube não opera somente em críticas

---

<sup>91</sup> Segundo Lopes (2010), a identidade de raiz é uma reivindicação de MCs e DJs excluídos do mercado fonográfico que constroem um novo sentido para o funk e suas identidades. A autora ressalta que trata-se de uma tradição (re)inventada, que reconta o passado a partir do engajamento dos sujeitos em narrar a si próprios. No caso do funk carioca, esse esforço adquire viés político, uma vez que artistas ligados a este movimento buscam um reconhecimento do gênero e tocam músicas que não aparecem nos principais canais de rádio e televisão que divulgam o funk. "Essas produções colocam em cena atos de fala líricos por meio dos quais as favelas e os bairros pobres do Rio de Janeiro e suas práticas são nomeados e positivados, pois são significados sob o ponto de vista daqueles que habitam tais locais", explica a autora.

depreciativas; também existem elogios que mostram um reconhecimento a determinadas manifestações como a cultura que vem da favela, em um processo concomitante à valorização desses territórios em diversos setores sociais<sup>92</sup>.

“As pessoas não entendem que o funk também faz parte da cultura local. Assim como em alguns lugares o forró, o axé e entre tantos outros ritmos fazem a cultura local, e sendo assim, contribuem para a diversidade do nosso Brasil. (Por “@MineiradeCorinto na página da música “Passinho do Volante”)

“Este vídeo mostra que na periferia (ou melhor, comunidade) também existe muita felicidade, e comunhão, e o jeitinho brasileiro de viver. Parabéns! (Por “@JulianaFerraz na página da música “Passinho do Volante”)

“É admirável que o povo da periferia, mesmo sem estudar música, consiga produzir suas próprias canções, suas próprias danças, que vocês tanto repudiam. Racistas e classicistas, isso é o que vocês são. (Por “@SizcaReis na página da música “Passinho do Volante”)

Nos exemplos acima, o funk é apropriado como instrumento de legitimação das manifestações culturais produzidas em territórios marginalizados, em um papel análogo ao que pertenceu ao samba há algumas décadas. Também é frequente encontrar discussões entre fãs, antifãs e haters que ampliam o debate sobre a legitimidade do funk e a sua relação pseudossimbiótica com a marginalidade, o que nos remete às interpretações de Zaccone (2008) sobre as representações estereotipadas dos discursos hegemônicos sobre a figura do bandido no Rio de Janeiro, que

---

<sup>92</sup> Destaca-se neste cenário a criação das Unidades de Polícia Pacificadora (UPPs) em diversas favelas do Rio de Janeiro. As UPPs são projetos da Secretaria de Segurança Pública do governo estadual e começaram a ser implantadas no ano de 2008 com o principal objetivo de recuperar territórios dominados pelo tráfico de drogas. O programa trouxe a promessa de valorização dessas regiões e maior segurança, gerando visibilidade para as comunidades pacificadas. Entretanto, flagrantes de abuso de violência e ações malsucedidas despertam críticas sobre a sua implementação.

(...) vai se consumando na figura de um jovem negro, funkeiro, morador de favela, próximo ao tráfico de drogas vestido com tênis, boné, cordões, portador de algum sinal de orgulho ou de poder e nenhum sinal de resignação ao desolador cenário de miséria e fome que o circunda. (ZACCONE, 2008, p.21 *apud* FACINA, 2010)

Em artigo sobre os encontros conhecidos como rolezinhos, nos quais jovens de periferias paulistanas organizam reuniões em espaços públicos-privados urbanos – muitos dos quais considerados nobres, como shopping centers, Trotta (2014) argumenta que o funk pode ser pensado como uma manifestação que e representa uma série de desconfortos pautados em desigualdades na distribuição de renda e no acesso dissonante a bens materiais e culturais no Brasil. “Em certa medida, ele pode ser pensado como uma síntese de diversos incômodos sociais que são muitas vezes condensados e processados pela experiência musical, nem sempre de modo amigável” (TROTТА, 2014, p. 5). Apesar das reconfigurações ao longo do tempo, o histórico do funk aciona uma ideia de enfrentamento.

Sua história associada a contextos periféricos, suas desqualificações constantes e até a perseguição policial a seus bailes constroem uma atmosfera litigiosa na qual a simples execução pública do funk se torna uma ação de enfrentamento. O funk se torna, assim, música de protesto, música para mobilizar, música para deslocar, para incomodar. (TROTТА, 2014, p. 11 e 12)

Em nossa análise sobre vídeos relacionados ao gênero no YouTube, encontramos comentários sugestivos a respeito de como esse incômodo também pode ser refletido na recepção à visibilidade alcançada pelo funk na internet.

"Qualquer zé ruela pode gravar um vídeo com o celular, edição ridícula e postar na internet. Os brasileiros ainda gostam. É isso que dá viver num país onde não existe relevância nenhuma a ponto de bater palma pra palhaço. (...) Como nós somos obrigados a respeitar a quem não merecia ter certidão de nascimento? Brasil: Desordem e Regresso. (Por @MatheusWellington na página da música "Passinho do Volante")

Numa abordagem discursiva do conceito de identidade, Hall (2011) defende que esta não está relacionada a status fixos, mas a constantes elaborações, em um processo de negociação contínuo. Segundo o autor, embora esteja relacionada a determinadas condições de existência que

incluem recursos materiais e simbólicos, a identificação é sempre condicional. Esta concepção nos ajuda a refletir sobre o processo de identificação das classes periféricas com o funk carioca ao longo dos anos. Do *Miami bass* da década de 1980 ao tamborzão do século XXI, o gênero viu nascer diferentes vertentes e públicos, mas sempre manteve essa relação. Se na década de 1990, o processo de ressignificação das favelas e valorização das comunidades apontados anteriormente esteve em seu auge, os anos 2010 testemunham a popularização de letras sobre bens de consumo<sup>93</sup>.

Figura 8: cena do videoclipe da música “Tá Patrão” traz MC Guime e motos de luxo em destaque



Fonte: YouTube

Em reportagem publicada no mês de março de 2014, o Wall Street Journal destaca a ascensão do funk impulsionada pelas redes sociais na internet como um símbolo de uma mudança social no Brasil. De acordo com o instituto Data Popular, quase quarenta milhões de pessoas ultrapassaram a linha da pobreza e passaram a fazer parte da classe C, também chamada de nova

---

<sup>93</sup> A título de ilustração, destacamos um trecho da música “Tá Patrão”: Quando ouviu o barulho do motor, era nois passando pela sua quebrada/ Levantou e foi ver na janela, na hora que viu ficou impressionada/ De Hornet ou de R1, só os foguete as moto eu paro/ Eu vou na minha garagem buscar meu Veloster, Sonata ou Camaro/ Tá pa.... Tá pa.... Tá patrão/Tênis Nike Shox, bermuda da Oakley, camisa da Oakley olha a situação (...)

classe média<sup>94</sup> nos primeiros anos do século XXI. A Pesquisa Nacional Por Amostras de Domicílio (PNAD) de 2012 revelou que boa parte deste público tem acesso à internet: entre 75 milhões de internautas, 48% pertencem à classe média, contra 44% da classe alta e 8% da classe baixa. A popularidade do funk na internet é vista como uma expressão de autoafirmação por parte dessas pessoas que começam a ter acesso a bens que vão desde um computador à primeira viagem de avião<sup>95</sup>. Neste sentido, a vertente ostentação do funk se configuraria como uma voz que ecoa um aumento no poder econômico relacionado à maior visibilidade social na sociedade de consumo.

Como tantos gêneros musicais que vieram das áreas urbanas mais pobres, o funk já conquistou parte da classe média. Mas é sobretudo entre a garotada da periferia que ele tem a ressonância de uma Marselhesa: um hino de cidadania e identidade para os jovens das classes C, D e E. (MARTINS, 2014, online)

Vida é ter um Hyundai e uma Hornet/10 mil pra gastar, Rolex Juliet, canta o paulista MC Danado no funk “Top do momento”. Para quem não entendeu, ele fala, na ordem, de um carro, uma moto, um relógio e um par de óculos – um refrão avaliado em R\$ 400 mil. Na plateia do show na Zona Leste, região que concentra bairros populares de São Paulo, os versos são repetidos aos berros pelas quase 1.000 pessoas presentes, que pagaram ingressos a R\$ 30. O público da sexta-feira é jovem, etnicamente diverso e poderia ser descrito em três palavras: “classe C emergente”. (PINO, 2012, online)

Enquanto prática social, a música se configura como discurso que reflete e ajuda a elaborar identidades. Para Hall, “é justamente porque as identidades são construídas dentro e não fora do discurso que nós precisamos compreendê-las como produzidas em locais históricos e práticas discursivas específicas, por estratégias e iniciativas específicas” (HALL, 2010, p. 109). A partir dessa premissa, é possível pensar que a conjuntura social brasileira e os múltiplos usos da internet para criar e popularizar manifestações associadas ao funk são parte de um processo de

---

<sup>94</sup> Segundo o Instituto Data Popular e a Serasa Experian, a classe C corresponde às famílias cuja renda mensal per capita varia de R\$ 320 a R\$ 1.120. Informação retirada da reportagem “Classe média brasileira é o 18º maior 'país' do mundo em consumo”. G1, 18/02/2014. Disponível em: <<http://g1.globo.com/economia/noticia/2014/02/classe-media-brasileira-e-o-18-maior-pais-do-mundo-em-consumo.html>>. Acesso em fevereiro de 2014.

<sup>95</sup> Também de acordo com o Instituto Data Popular, o aumento de poder aquisitivo por parte da classe C incomoda os consumidores brasileiros da classe AB. “Dados apontam que ascensão da classe C incomoda consumidores da classe AB”. IG, 12/09/2012. Disponível em: <<http://economia.ig.com.br/2012-09-12/dados-apontam-que-ascensao-da-classe-c-incomoda-consumidores-da-classe-ab.html>>. Acesso em fevereiro de 2014.

permanente reconfiguração da identidade periférica que transforma inclusive o próprio gênero musical. Neste sentido, a identidade

tem a ver não tanto com as questões "quem nós somos" ou "de onde nós viemos", mas muito mais com as questões "quem podemos nos tornar", "como nós temos sido representados" e como essa representação afeta a forma como podemos representar a nós próprios". (Hall, 2010, p. 109)

O YouTube aparece neste cenário como um mediador que articula as representações e os debates em torno dessa identidade periférica na internet. O processo de negociações em torno dessa identificação de parte da população com o funk carioca na plataforma de vídeos atualiza as disputas em torno do gênero, ele próprio um articulador entre antigas e novas concepções de classes populares no Brasil.

“Vai acabar agradecendo a Deus se arrumar um emprego de auxiliar de pedreiro.” (Por @arthurlmb na página da música “Sou Foda”)

"A gente trabalha, consegue se dar bem na vida, consegue um bom carro ...e um VAGABUNDO vai e leva pra pagar de PATRÃO na favela! vão morrer seu bando de ladrões! vão estudar e trabalhar! (Por @EddieKhan na página da música "Tá Patrão", grifos do autor)

"Maldita inclusão digital..." (por @PedroBrilhante na página da música "Sou Foda")

“Eu amo funk. Estudo em Colégio Militar, minha família é dona de muitas lojas do meu estado, tenho condições, esse papo de que as únicas pessoas que gostam de funk são pobres TÁ TOTALMENTE ERRADO, funk é cultura” (por @Binhazinha95 na página da música “Sou Foda”)

Assim como outros gêneros populares, o funk oferece às populações periféricas “entradas e saídas” para a cultura do consumo (CANCLINI, 2003, *apud* FONTANELA, 2005). Ao mesmo tempo em que dialogam com o circuito tradicional de circulação de música pop no Brasil, os

artistas relacionados ao gênero ainda dependem de negociações complexas em relação à indústria hegemônica, em um jogo de inclusão e exclusão. “Funk é uma palavra muito pesada. Quando as pessoas ouvem, elas pensam em gente maldosa, criminosos”, diz Finson Gallar, gerente da Maxicom, empresa que produz o MC Guime, em entrevista ao Wall Street Journal.

Embora o funk carioca acumule números impressionantes de visibilidade no YouTube, ainda são poucos os artistas que conquistaram contratos junto a grandes gravadoras. Diante de uma conjuntura ainda pautada por preconceitos relacionados sobretudo ao estigma da violência, o portal de vídeos se configura também como uma fonte de renda para os produtores, que usam o dinheiro obtido por meio de parcerias comerciais com a Google para comprar equipamentos melhores e criar novos videoclipes que aumentem a visibilidade (e os contratos para shows de seus artistas).

### **3.6 Resignificações e apropriações do funk no YouTube**

Além de levar questionamentos à indústria hegemônica da música, que a passos lentos começa a repensar o distanciamento do funk carioca no século XXI e a investir em novos nomes, os vídeos do gênero que circulam no YouTube também atualizam na rede conflitos relacionados ao seu histórico e ao histórico de representações de periferia. A plataforma de vídeos torna-se assim um espaço onde se constroem valores por meio da demarcação das relações e disputas entre os sujeitos, que se apropriam das ferramentas disponíveis para, nos tempos dos Estudos Culturais, “ênfatisar estilos de vida e tensões sociais” por meio do consumo (STRAW, 2006, p. 81-82).

As transformações sociais vividas pelo funk ao longo de sua história, bem como o surgimento de espaços midiáticos onde é possível enxergar o gênero musical além de discursos homogeneizados, nos remetem à concepção da cultura enquanto um processo cambiante. Barbero (1987) entende a comunicação enquanto prática social, o que significa afirmar que entre esses dois processos há um espaço em que a cultura cotidiana se concretiza. Neste sentido, Hall afirma que “toda prática social depende e tem relação com o significado. Consequentemente, a cultura é uma das condições constitutivas da existência dessa prática” (HALL, 1997, p.17).

Tal paradigma ajuda a explicar as diferentes ressignificações dos bens culturais quando passam de um sistema cultural a outro, onde irão se inserir em novas relações sociais e

simbólicas, ainda que guardem traços do sentido “original”. Para Canclini (2009), parte da dificuldade de falar da cultura deriva-se do fato de que ela se produz, circula e consome na história social. Os estudos de recepção e reapropriação de bens e mensagens nas sociedades contemporâneas mostrariam como um mesmo objeto pode se transformar através dos usos sociais. Em uma via de mão dupla, as ressignificações podem se refletir na maneira como a mídia representa e difunde significados em torno dos sujeitos.

Ao analisar a circulação dos vídeos que compõem o corpus desta pesquisa no YouTube, nos deparamos com características que evidenciam diferenças pautadas não apenas pelo tipo de produção em questão, mas por formas diversas de fruição estética. Retomando a concepção da plataforma de vídeos como um sistema cultural, acreditamos que a diversificação do consumo musical proporcionada pelo YouTube e a apropriação dos vídeos postados no portal em outros espaços na internet fazem parte deste processo de ressignificações, que amplia as fronteiras do gênero e coloca em pauta novas questões associadas aos seus usos na rede. Neste sentido, concordamos com Hennion (2011), que enfatiza a importância das mediações em torno das relações musicais ao longo da História e a análise de cenários, dispositivos e condições concretas de performances e escutas como parte da própria música e produtores de significados.

A apropriação criativa das ferramentas disponíveis no YouTube, tanto por parte de quem disponibiliza os vídeos quanto por parte daqueles que os comentam, compartilham e classificam por meio do portal de vídeos, ocupa uma posição central nas práticas de escuta contemporânea. Segundo Hennion (idem), é preciso pensar no gosto enquanto uma performance construída dentro e por meio de lugares e dispositivos específicos. No caso do funk carioca que circula na plataforma de vídeos, destacamos as múltiplas apropriações do gênero para a construção de paródias e outras formas de humor como fatores importantes para a performatização dos gostos e para a abertura de possibilidades de outras formas de fruição do gênero.

### **3.6.1 “Surra de Schubert” e o funk “para pessoas com gosto refinado”**

A miscelânea de vídeos de fontes variadas e o convite explícito à participação ativa dos usuários expressa no slogan “Broadcast Yourself” fornecem um terreno prolífico para o que Felinto (2008) classifica como a cultura do *spoof*, paródia ou imitação de um vídeo. Entre os exemplos analisados neste trabalho, “Sou foda”, “Passinho do Volante” e “Aquecimento das

Maravilhas” alcançaram patamares expressivos não apenas na replicação, mas na apropriação criativa dos elementos presentes nas produções. Ajudados pela visibilidade conquistada pelos originais, vídeos paródicos como “Quadrado de 666”<sup>96</sup> e “Caiu a Net”<sup>97</sup> conquistaram bons números de audiência e parecem ter ampliado o espaço de discussão em torno do funk na internet.

Felinto destaca o caráter participativo da paródia pós-moderna como um traço fundamental desta cultura. Em consonância com Hutcheon (2000), que ressalta o caráter potencialmente promotor de cumplicidade ou distância da paródia, o pesquisador brasileiro caracteriza a mesma como “um jogo de proximidade e distância que presta homenagem ao original ao mesmo tempo em que o desqualifica” (FELINTO, 2008).

Quando o objeto da paródia em questão é um gênero musical marcado por diversos estigmas, essa articulação ganha novas nuances, uma vez que entra em cena um conflito entre o consumo do funk e a rejeição a ele. Segundo Hutcheon (2000), uma paródia só funciona quando seus interlocutores são capazes de interpretá-la, ou seja, compreender a dimensão irônica sobre o texto parodiado. Entretanto, isso só é possível na medida em que o texto original é conhecido e reconhecido, uma vez que a paródia funciona ao indicar certa diferença (idem). Os vídeos “Gaiola das Cabeçadas” e “Funk para pessoas com gosto refinado” são exemplos de produções que alcançaram grande repercussão ao misturar funk e referências da chamada “alta cultura” em paródias que, de forma consciente ou não, promovem este debate.

A paródia “Gaiola das Cabeçadas”<sup>foi</sup> criada pelos humoristas Marcelo Adnet e Rafael Queiroga após a sugestão de um internauta quando os ambos apresentavam o programa '15 minutos', na MTV<sup>98</sup>. Em junho de 2010, o videoclipe da “aula” de referências intelectualizadas ao som do batidão estreou no próprio canal, no programa Comédia MTV, também comandado por Adnet. Seguindo os preceitos da cultura da convergência possibilitada pelas tecnologias digitais (Jenkins, 2008), obteve números expressivos de audiência no YouTube e gerou milhares de comentários na rede. Em um deles, um internauta identificado como Victorhification

<sup>96</sup> Em julho de 2014, a produção somava mais de 2,6 milhões de visualizações. Disponível em: < <https://www.youtube.com/watch?v=5XjN4DbWELg>>.

<sup>97</sup> Em julho de 2014, a produção somava mais de oito milhões de visualizações. Disponível em: < <https://www.youtube.com/watch?v=u0b6ikoXwQE>>.

<sup>98</sup> Informações disponíveis na reportagem “Funk 'Gaiola das cabeçadas', do 'Comédia MTV, é fenômeno na internet”, publicada pelo Jornal Extra em 17 de agosto de 2010. Disponível em: <http://extra.globo.com/tv-e-lazer/funk-gaiola-das-cabecudas-do-comedia-mtv-phenomeno-na-internet-366377.html>. Acesso em julho de 2012.

comemora o fato de reconhecer as referências da paródia. “Fico feliz em saber que em um país com tantas pessoas ignorantes, eu consegui entender a música e conhecer grande parte das pessoas citadas”<sup>99</sup>.

Apesar de se tratar de uma paródia produzida para a televisão, é possível inferir a referência a diversos vídeos populares sobre o funk carioca disponíveis no YouTube e, portanto, acessíveis para uma parte considerável da população brasileira (o que pode ser atestado nos números expressivos de audiência destes vídeos). As associações não se resumem às semelhanças nas letras ou sonoridades, mas em elementos estéticos que são marcantes nas imagens, como o vestuário, a maquiagem e, principalmente, as danças sensuais.

No caso deste vídeo, o jogo de proximidade/distância e homenagem/desqualificação torna-se ainda mais explícito, uma vez que as letras originais das músicas são substituídas por citações a dezenas de intelectuais, entre escritores, músicos, escultores, cientistas, filósofos, pintores e dramaturgos. Trata-se de uma inusitada mistura de 'Dança da Motinha', 'Dança do Créu', 'Chatuba de Mesquita', 'Rap da diferença', 'Surra de bunda', entre outros hits, com Martinho Lutero, Immanuel Kant, Constantin Stanislavski, Alexander Graham Bell, Johann Wolfgang von Goethe, Leon Tolstói, Tarsila do Amaral, Leonardo da Vinci, Bertold Brecht e muitos outros.

Vestidos como mulheres, os integrantes do “Comédia MTV” fazem uso de perucas esvoaçantes, batons com cores fortes e roupas sensuais. Tal qual as meninas do grupo Gaiola das Popozudas e outros grupos musicais do gênero, abusam das coreografias erotizadas. Em um dos momentos mais surpreendentes da paródia, interpretam a dança que ficou conhecida como “surra de bunda”, popularizada pelo grupo “Tequileiras do Funk”. No entanto, a palavra “bunda” dá lugar a Schubert, em mais uma referência a intelectuais.

---

99 Disponível em <http://www.youtube.com/watch?v=kcHHQ2RV4nQ>. Acesso em julho de 2013.

Figura 9: Integrantes do Comédia MTV fazem múltiplas referências ao funk no vídeo “Gaiola das Cabeçudas”



Fonte: YouTube

O YouTube, neste sentido, torna-se um local para o surgimento do paradoxo da fronteira de Certeau (1982): um espaço que possibilita a separação e o encontro entre os sujeitos. As referências a diversos elementos que remetem ao funk carioca possibilitam esse encontro com o outro, mostram que existe pontos de identificação. No entanto, a menção aos intelectuais volta a estabelecer um espaço de separação, no qual a identidade dos protagonistas enquanto representantes de uma classe artística intelectualizada torna-se dominante.

A mesma lógica pode ser aplicada ao vídeo “Funk Clássico - Para pessoas com um gosto refinado”<sup>100</sup>, postado em agosto de 2012. A produção apresenta o humorista e *vlogger* Gustavo Horn acompanhado por um pianista cantando clássicos do funk carioca com uma roupagem erudita – tanto na melodia e nos arranjos quanto na performance do protagonista, que imita os trejeitos utilizados pelos tenores. Ao longo de pouco mais de três minutos de duração, a produção traz interpretações para quase 20 músicas que ganharam projeção no funk carioca, como “Que

100 Disponível em: <<http://www.youtube.com/watch?v=pbo66RaCiCg>>. Acesso em março de 2014.

isso, novinha?”, “Dança do Créu”, “Tô ficando atoladinha”, “Cada um no seu quadrado”, “Tá Dominado” e “Cerol na mão”.

Em ambos os casos, existe uma aprovação massiva aos vídeos por parte do público nos comentários. Muitos internautas elogiam a construção de “funks inteligentes” - no caso do vídeo “Gaiola das Cabeçadas”, são comuns manifestações de orgulho por conseguir reconhecer as referências à “verdadeira cultura”, o que poderia reafirmar sua condição de pertencimento a uma classe intelectualizada e culturalmente “superior”.

“Quando o funk carioca for assim, vai dar até gosto de ouvir!!!” (Por @ThawanyPereira2)

“Show! cultura no funk, achei q nunca ia ver” (por @FelipeAstiazara)

Destaca-se ainda o fato de que, diferentemente do exemplo anterior, o vídeo “Funk erudito” mantém as letras dos funks parodiados. Tal perspectiva poderia gerar críticas, pois é corriqueiro o argumento dos críticos ao gênero a respeito da falta de qualidade das letras, inclusive em comentários no próprio YouTube – constantemente estes críticos afirmam que a sonoridade é boa, mas não “podem” gostar do funk carioca por suas palavras de baixo calão e apologia ao sexo e à violência. Entretanto, a avaliação parece ser diferente quando as mesmas letras aparecem dentro do contexto de paródia e associadas a sonoridades relacionadas à música clássica. O funk de “baixo nível” torna-se um funk inteligente, evidenciando a construção de critérios subjetivos para a manifestação do gosto. “Eu comprava o primeiro álbum do funk erudito sem pensar duas vezes”, afirma um internauta identificado como @cke276 na página do vídeo.

Figura 10: Humorista interpreta clássicos de funk ao som do piano e com entonação de tenor



Fonte: YouTube

Cabe destacar, neste ponto, uma possível coexistência de duas práticas de distinção (Bourdieu, 2007). Por um lado, o conceito de capital subcultural defendido por Thornton (1995), nos ajuda a pensar sobre o acúmulo de um conhecimento que não está diretamente ligado à erudição, mas ao contato com práticas culturais diversas que vão contribuir para o compartilhamento de referências que não fazem parte de um universo relacionado ao público *mainstream* (aqui tratado enquanto sujeito ideal, imaginado para dar sentido ao grupo que partilha este capital subcultural).

Por outro lado, o conceito de capital cultural (Bourdieu, 2007) é manifestado através da expressão de conhecimentos acumulados através da apreensão intelectual adquirida durante toda a vida – formação esta ligada à posse do capital econômico, embora não se limite a ele. O reconhecimento das referências à música clássica e outros cânones da alta cultura ou a simples apreciação das duas produções já seria capaz de mostrar, como diz o título de um dos vídeos, que seu público seria composto por “pessoas com gosto refinado”.

### 3.6.2 *Digital trash* e o capital social do funk na rede

Fenômeno característico da cibercultura, o *digital trash* também é importante para refletirmos sobre a popularidade de certos vídeos relacionados ao funk na internet. O conceito engloba criação, reprodução e consumo de “produções textuais e audiovisuais fundamentadas em uma estética intencionalmente tosca, frequentemente difundidas de forma viral através de redes sociais” (FONTANELLA, 2009, p.03). Tratam-se de ferramentas de prazer descompromissado, capazes de interromper o cotidiano em troca de entretenimento, ainda que por poucos minutos. Para Fontanella, “o prazer frívolo de usar o computador é o de escapar de sua própria racionalidade técnica, da burocracia dos protocolos dos ambientes de trabalho e estudo e do medo provocado pela automatização” (idem. p. 3).

Reflexo de um momento marcado pelo compartilhamento de emoções em comum, o *digital trash* seria uma ferramenta capaz de criar laços entre os sujeitos na internet.

Para além do utilitarismo, o banal funciona com um pretexto para as relações sociais – uma religião, nos termos de Maffesoli. Essas relações, contudo, podem ser efêmeras. Tribos que reúnem sujeitos vibrando juntos em torno de interesses e afetos compartilhados, podem logo em seguida desaparecer ou transformar-se em tantas outras. O gosto partilhado funciona, pois, como cimento social, um vetor de ética. (PRIMO, 2007, p.8).

Entre os vídeos analisados nesta pesquisa, “Sou Foda” e “Aquecimento das maravilhas” conquistaram grande visibilidade ao ser divulgados e compartilhados em blogs e outros espaços relacionados ao humor. A abordagem utilizada neste processo sugere que as produções foram escolhidas justamente por se enquadrar como parte do *digital trash*.

Figura 11: Post em blog humorístico classifica Avassaladores como “vergonha alheia”

01/08 Por: Raphael Mendes em  
13 Comentários

86 Curtir 49 Tweetar

### Sou f\*d\*

A Vergonha Alheia Records acaba de contratar o grupo Avassaladores para seu casting de grandes nomes da música, prestigie o belo videoclipe da música Sou f\*d\*:



24 AVASSALADORES wmv

0:00 / 2:21

YouTube

Fonte: Jacaré Banguela

Figura 12: Post em blog humorístico ironiza vídeo “Aquecimento das Maravilhas”

Fevereiro 25

## Aprenda a fazer aquecimento com o Bonde das Maravilhas

Geral OMG Ore conosco

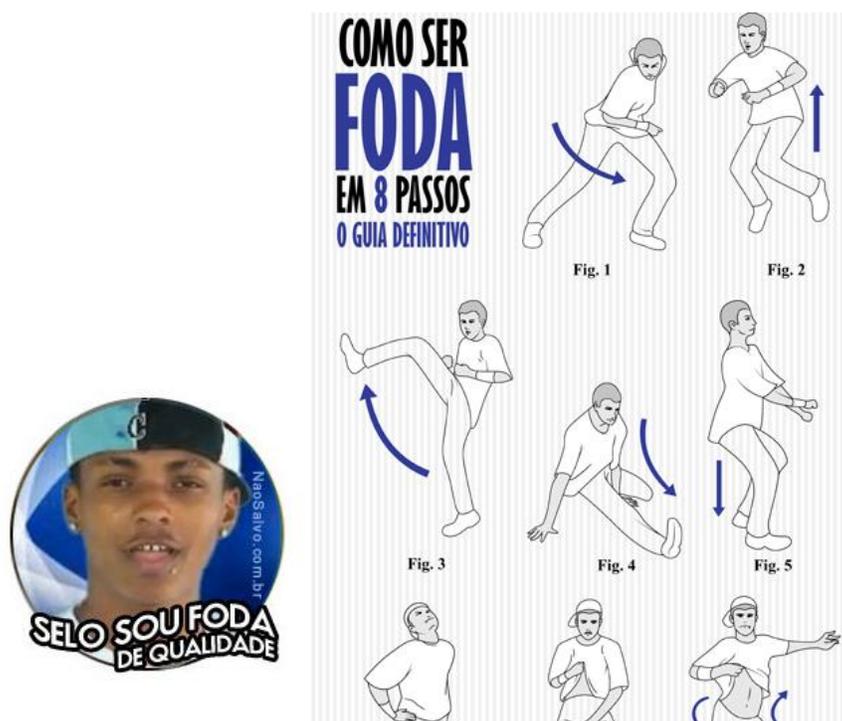
Tava dando uma olhadinha nos vídeos mais assistidos do BR BR nos ultimos dias quando me deparei com esta perola da cultura nacional:



Fonte: Não Salvo

Diferentemente de “Sou Foda”, “Aquecimento das Maravilhas” não apresenta uma estética tão claramente apontada como “tosca” pelos seus críticos. Entretanto, a divulgação e a recepção do vídeo nos mesmos espaços de humor sugerem que a categoria digital trash pode ser construída e reconhecida para além de padrões estéticos. Nos dois casos, houve um grande índice de compartilhamento a partir destes mediadores – a ponto de transformar “Sou foda” em um dos memes do ano de sua publicação, com paródias criadas e divulgadas inclusive nos mesmos espaços que promoveram o vídeo antes de tamanha popularidade. Esse processo de divulgação e apropriação das produções em questão trouxe visibilidade também para aqueles que os “descobriram”, o que nos leva a discutir a reprodução de certos vídeos de funk como forma de acumular capital social na internet.

Figuras 13 e 14: conteúdos humorísticos produzidos a partir do sucesso do vídeo da música “Sou Foda”



Fonte: Não Salvo

Recuero (2009) afirma que, embora o conceito de capital social seja frequentemente associado a valores obtidos a partir do pertencimento a redes sociais específicas e, portanto,

obtidos a partir de uma soma de recursos sociais, a mediação da internet permite formas de apropriação desses valores de formas mais complexas e especializadas, permitindo aos atores um maior controle desse capital e a criação de novas formas de apropriação individual.

O capital social de um indivíduo está relacionado à percepção de valores como visibilidade, reputação, popularidade e autoridade (Recuero, 2009, págs. 109 a 115), criados em relação a um determinado grupo social ou usuário específico. Analisando as interações nas redes sociais na internet, Recuero afirma que “os atores são conscientes das impressões que desejam criar e dos valores e impressões que podem ser construídos nas redes sociais mediadas pelo computador” (RECUERO, 2009, p. 118).

Vídeos com conteúdos relacionados ao humor podem ser enquadrados no que Recuero (2006) classifica de capital social cognitivo. Segundo a autora, informações consideradas como *digital trash* muitas vezes são percebidas como fonte de capital social e replicadas, ganhando “status quase epidêmico, atingindo muitas pessoas e muitas redes” (RECUERO, 2006, p.11). São conteúdos que dificilmente ganhariam espaço de acordo com os padrões de noticiabilidade dos veículos de mídia tradicional. No entanto, é preciso destacar que cada vez mais essa mesma mídia dá destaque a fenômenos que têm origem na web ou fazem uso da estética *digital trash*, como no caso dos exemplos analisados neste trabalho.

O capital social relacional da divulgação dessas informações está direcionado ao lúdico, ao riso, ao causar diversão nos amigos/leitores. Esses valores parecem ter uma importância considerável na Internet. Ao mesmo tempo, o capital social cognitivo está presente na própria divulgação da informação, no sentido de gerar conhecimento. (RECUERO *in* Pereira. 2007, p.11)

Assim como no caso das paródias, o consumo de vídeos identificados como parte do universo do *digital trash* parece acionar uma chave irônica que “permite” uma apreciação prazerosa mesmo entre aqueles que rejeitam o funk com base nos argumentos discutidos anteriormente, pautados principalmente por uma suposta inferioridade em relação a outras manifestações artísticas.

“hauhuahua esse clipe de tão tosco chega a ser bom” (por “Barrtsimpsonn na página da música “Sou Foda”)

“(…) pra fazer sucesso, ou você tem que ser bom demais, ou você tem que ser ruim demais! Identifiquem o caso desse vídeo...rsrs” (por @MrLcc10 na página da música “Sou Foda”)

A identificação destes vídeos com práticas culturais que proliferam no YouTube e têm relação com o humor parecem funcionar como um subterfúgio para a negociação de valores. Pautado pela ironia, o consumo destes vídeos de funk identificados como *spoofs* e/ou *digital trash* articula gostos “sofisticados” que atuam como elementos de distinção do interlocutor (olhar crítico sobre o objeto consumido) ao prazer despreocupado que caracteriza o consumo destas produções características da plataforma de vídeos.

Ao explorar a valorização de práticas cotidianas que circulam fora dos circuitos de valorização tradicional na internet, Fontanella (2009) relaciona esse consumo ambíguo aos resultados obtidos por Ien Ang (1985) em seu trabalho seminal sobre a audiência do drama televisivo norte-americano “Dallas” na década de 1980. Para analisar “os mecanismos pelos quais o prazer é despertado” (ANG, 1985, p. 9), a pesquisadora entrou em contato com grupo de telespectadores holandeses do drama televisivo norte-americano “Dallas” na Holanda. Durante o processo, Ang procurou investigar a conexão entre o prazer obtido pelo público e a ideologia. Ao pedir que lhe enviassem cartas sobre sua relação com a série, obteve um retorno expressivo de fãs e também muitas respostas de haters, que sublinhavam um grande incômodo com a popularidade do programa.

Segundo a pesquisadora, essa insatisfação tinha como uma de suas principais bases uma concepção do programa enquanto um enlatado norte-americano moldado para manipular sua audiência, em um eco da visão apocalíptica sobre a cultura de massa. Haveria, portanto, uma obrigação moral de se “resistir” a este tipo de programa. Por outro lado, parte dos espectadores que mantinham essa visão negativa sobre “Dallas” encontrou na ironia a solução para a ambivalência entre este sentimento e o prazer de consumir ao seriado. A lente irônica permitia uma negociação que assegurava um lugar de distinção e superioridade, uma vez que a visão crítica deste público permitiria a apropriação do programa como uma ferramenta destinada ao riso. Ang relata que esses espectadores demonstram orgulho desta postura em suas cartas. A autora destaca ainda o papel dos comentários para a manutenção da atitude irônica.

Segundo Foucault, o comentário é um tipo de discurso que tem o objetivo de dominar o objeto: ao fazer um comentário sobre algo, se afirma uma relação superior a esse objeto. Assim, Dallas é "dominado" pelo comentário zombeteiro desses espectadores, "colocado no canto". (ANG, 1985, p. 97)

Essa “dominação”, entretanto, não exclui um certo valor atribuído por esta audiência ao programa, uma vez que este foi escolhido entre tantos outros como objeto de atenção frequente. A análise de comentários postados nos vídeos analisados nos permite estabelecer uma relação semelhante entre parte do público que consome estas produções. Embora muitos internautas utilizem o espaço para comentários nestes vídeos para se vangloriar de sua capacidade de apreciação irônica, torna-se evidente nos mesmos discursos que as produções em questão produziram algum tipo de prazer em sua apreciação.

“Façam um vídeo com mais de 1 milhão de exibições, depois falem mal deles” (por @InsaaneDevil na página da música “Sou Foda”)

“Não gosto de funk, acho que cada um tem seu gosto, mas os caras merecem crédito, já que ganharam uma paródia do Comédia MTV (...) quem vem aqui só criticar é invejoso. Se não gostasse realmente, não estaria assistindo ao vídeo” (por @deaditchelav na página da música “Sou Foda”)

Acreditamos que os múltiplos processos de negociação de valores provocados por formas de fruição estética do funk que ganham destaque no contexto das práticas culturais populares do YouTube podem abrir espaço para um debate mais amplo a respeito das significações em torno do gênero. Uma vez que os vídeos ganham visibilidade dentro do portal de vídeos e em outros espaços na internet e fora dela, torna-se possível refletir sobre a participação dos produtores de funk na cultura popular, ainda que os estigmas que acompanham o gênero façam parte da discussão.

## CONCLUSÃO

Uma busca simples por vídeos relacionados ao funk que circulam no YouTube é capaz de nos dizer muito sobre o fluxo de discursos em jogo na plataforma. Por trás da multiplicidade de vozes que produzem e avaliam conteúdos disponíveis no portal, despontam narrativas híbridas (Bhabha, 1998) atravessadas pelas disputas simbólicas que circulam ao em torno do gênero desde a sua consolidação no Brasil. Dentre uma miríade de produções disponíveis na plataforma de vídeos, os exemplos examinados e avaliados nesta pesquisa contribuem para a formação de um panorama que busca retratar o quão intensos podem se tornar esses conflitos representativos e as questões sociais e culturais que eles suscitam e escancaram.

As interações proporcionadas pela internet não dão visibilidade apenas a artistas ou mesmo gêneros musicais, mas colocam sob os holofotes fãs e antifãs dos mesmos, assim como suas respectivas práticas culturais e experiências compartilhadas. No caso dos vídeos analisados neste trabalho, muitas manifestações postadas por antifãs e haters ultrapassam um eventual desgosto movido por meras rivalidades. Boa parte dos comentários analisados se caracteriza como *flaming*, prática relacionada a um tipo de discurso de opinião agressivo e ofensivo que ganhou popularidade no YouTube. O *flaming*, no caso do funk, é extremamente marcado por ofensas relacionadas a classes sociais.

Tal comportamento reflete o fato de que, embora tenha passado por mudanças ao longo de sua história, o funk permanece fortemente relacionado às comunidades periféricas do Rio de Janeiro nas quais se consolidou. Como outros gêneros musicais, o batidão está relacionado a determinadas condições de produção e reconhecimento (Janotti, 2005), que evocam, entre outras, experiências associadas a classes sociais e espaços urbanos. A análise sobre as manifestações de antifãs revela preconceitos que reforçam o lugar do gênero como um bem cultural “menor” ou mesmo excluído do conceito de cultura. Não gostar de funk, nesse contexto, não se torna importante apenas para a definição de identidade associada a outros gostos musicais, mas demarca uma posição de distinção na sociedade. Mais ainda: como um dos mais notórios representantes das desigualdades e disputa entre diferentes classes sociais no Brasil ao longo das últimas décadas (Trotta, 2014), o funk torna-se um vetor na web para manifestações ofensivas contra os mais pobres, que passaram a produzir e consumir conteúdo na internet com mais

frequência, além de preconceitos de etnia e gênero - estes também quase sempre associados a estigmas de classe.

Como mostramos no primeiro capítulo, os debates sobre a legitimidade do funk não surgiram a partir de sua circulação na internet. Entretanto, a popularização do gênero na rede, sobretudo no YouTube, contribui para acirrar os conflitos entre seus admiradores e detratores. Nesse contexto, as interações realizadas por meio da plataforma se tornam uma lente de aumento para as peculiaridades relacionadas ao consumo da música popular no Brasil.

Embora passe por um momento de ascensão no cenário cultural contemporâneo, o funk ainda convive com uma relação ambígua com parte de sua audiência. No Rio de Janeiro, por exemplo, é fácil encontrar pessoas que anunciam orgulhosamente seu repúdio ao funk, mas exibem caprichadas coreografias quando o “som de preto, de favelado” dá o ar da graça em pistas de dança. Essas manifestações de amor e ódio se reproduzem e assumem novas formas no YouTube e em outras redes sociais na internet, ecoando o processo de demonização e glamourização relacionado às representações do gênero na grande imprensa durante os anos 1990 apontado por Herschmann (2000). Neste sentido, concordamos com Sá (2014) sobre a configuração da plataforma de vídeos enquanto um aparato marcado por continuidades e rupturas em relação à mídia tradicional.

Ao analisarmos o processo de circulação dos vídeos que compõem o *corpus* desta pesquisa, sua trajetória mostra que a visibilidade conquistada por estas produções no YouTube (surpreendente até para muitos de seus protagonistas) está relacionada a uma cultura própria a plataforma, produzida a partir das interações entre os usuários e o portal. O sucesso de vídeos despreziosos como “Sou Foda” ou “Passinho do Volante” ilustra o fato de que seus produtores compreenderam, de maneira intuitiva ou planejada, algumas características que se tornaram importantes dentro desse novo sistema cultural, como a popularização de músicas com coreografias que podem ser replicadas facilmente dentro do próprio portal ou com elementos facilmente “parodiáveis”, como as caras e bocas do vocalista dos Avassaladores. Embora tais aspectos se relacionem com o próprio universo do funk neste início de século XXI, performático e debochado, sua utilização no contexto do YouTube, sobretudo em produções em formato de videoclipe, foi fundamental para a visibilidade dos funkeiros na plataforma.

Assim como outros gêneros musicais, o funk é herdeiro de uma cultura musical própria do portal de vídeos consolidada no tempo relativamente curto sua existência. Produções despojadas,

de caráter amador que colocam o corpo em evidência em coreografias divertidas fazem parte do conjunto de vídeos que se convencionou chamar de “vídeos de YouTube” - e o recente e contínuo sucesso de produções desse tipo até hoje mostra que a tendência segue como uma parte importante do repertório de vídeos em circulação na plataforma. Características do gênero nos palcos, as performances centradas no corpo e a sexualidade encontraram na rede um veículo para ampla produção e compartilhamento. A comunicação com o grupo de fãs estabelecida pelo Bonde das Maravilhas antes, durante e depois do sucesso do vídeo “Aquecimento das Maravilhas” e a consolidação da vertente de ostentação apoiada fortemente na plataforma também exemplificam de forma contundente esse diálogo entre práticas culturais referentes ao histórico do desenvolvimento do funk no Brasil e ações que remetem a uma “cultura do YouTube”.

O trabalho também procurou evidenciar que, das primeiras produções com pouquíssimos recursos audiovisuais a clipes com orçamentos expressivos criados especialmente para o YouTube, a trajetória de vídeos do gênero na plataforma evidencia um processo de letramento digital (Jenkins, 2008) em curso. Ao compreender o funcionamento do portal de vídeos e explorar seus recursos como forma de expressão, artistas e produtores demonstram uma trajetória de aprendizados nesse ambiente. Por meio do YouTube, circulam não apenas músicas e videoclipes, mas discursos elaborados para estreitar o relacionamento com fãs (documentários com a rotina dos artistas, teasers de clipes ou shows) e/ou influenciar formadores de opinião (documentários apresentando artistas ou contando a história do próprio gênero, como no caso da produção “Funk Ostentação”).

Nesse contexto, embora não seja possível falar em uma “linha evolutiva” dos vídeos de funk, uma vez que diversos vídeos que transitam entre o amador e o profissional são lançados simultaneamente, podemos pensar que o histórico de sucesso de produções associadas ao gênero no YouTube contribuiu para o surgimento de novas vertentes e movimentos, como o passinho, estilo de dança que se consolidou após “competições” realizadas por meio da plataforma (Sá, 2012). Além disso, possibilitou o surgimento de atores sociais importantes como Kondzilla e Tom Produções, responsáveis pela concepção de paradigmas estéticos considerados fundamentais para a popularização das superproduções associadas à vertente. Os canais dos diretores/produtores no YouTube também estão entre os principais veículos para o lançamento de produções, o que lhes confere papel relevante para a circulação destes vídeos na plataforma. A

atuação destes profissionais no circuito da ostentação e seu papel nas mudanças no cenário do funk brasileiro suscitam questões que merecem uma análise mais detalhada em trabalhos futuros.

Por outro lado, o portal também dá voz a críticos inflamados do funk, que ali encontram diversas ferramentas para a performatização de seus gostos (Hennion, 2011). Conforme analisamos no capítulo dois, as interações observadas nos vídeos pesquisados contrariam visões mais positivas da internet como um espaço de multiplicidade discursiva e diálogo harmônico entre os diversos atores sociais. No espaço destinado aos comentários, é possível encontrar brigas inflamadas, ofensas e agressões entre os internautas. Evidencia-se, portanto, o fato de que o ciberespaço (tal como a vida “offline”) é um lugar de interações diversas e imprevisíveis.

As múltiplas representações discursivas presentes no YouTube transformam a plataforma em mais uma arena de disputas simbólicas na qual diversos atores buscam um lugar de maior relevância. Em um processo até certo ponto ambíguo, os embates e as incontáveis manifestações de repúdio a certos vídeos parecem até aumentar sua visibilidade. Tal qual os dispositivos analisados por Sterne (2003) e Gumbrecht (1998) em sua arqueologia das mídias, o YouTube pode se configurar como um aparato técnico capaz de traduzir de certa forma a complexidade do nosso tempo.

Paralelamente, o trabalho partiu do pressuposto de que, embora plenamente atuais, as disputas e questões culturais estudadas são muito mais antigas do que a própria internet - afinal, como bem lembram Burgess & Green (2009), o YouTube se popularizou porque já havia demandas anteriores a sua criação. Porém, como procuramos mostrar, foi em espaços como o portal, onde a interação se tornou elemento importante para a circulação dos vídeos, que tais manifestações ganharam uma visibilidade social inédita. Ao reafirmar seu desprezo, os antifãs do funk consolidam sua posição enquanto parte de uma comunidade emocional que utiliza as ferramentas disponíveis na rede para consolidar sua identidade e, ao mesmo tempo, repelir possíveis “ameaças” à sua continuidade. Os discursos de ódio, assim, legitimam o gosto dos antifãs por outra coisa, ou seja, atuam na formação de sua identidade como fãs de gêneros musicais diferentes.

Para fazer parte desta comunidade emocional, no entanto, é preciso conhecer o objeto odiado: não basta manifestar a opinião contrária ao funk esporadicamente; é necessário acompanhar seus vídeos mais populares e usar as plataformas disponíveis, como o YouTube, para expressar o desgosto por seu sucesso ou por sua simples existência. A atividade dos antifãs

demanda um tipo de *engajamento* que merece ser estudado posteriormente em outros projetos que se dediquem a pensar, por exemplo, nas diferenças comportamentais entre antifãs de determinados gêneros musicais ou entre estes e os antifãs de outros produtos culturais.

No terceiro e último capítulo, nos aprofundamos ainda mais na análise de uma das retóricas mais comuns apresentadas pelos críticos do funk, de que o gênero não representa (ou não deveria representar) a cultura brasileira. A partir da concepção da música enquanto prática social, avaliamos as afirmações repetidas com frequência para legitimar o lugar subalterno do gênero no terreno da cultura. O material colhido apontou para a existência de uma premissa de que produzir e/ou consumir funk contribui para atrasar o desenvolvimento do país, ecoando o ideal iluminista da cultura como vetor de educação e progresso de uma nação. Outro argumento comum diz respeito à suposta falta de apuro estético do funk. Acreditamos que ambos os raciocínios utilizam como referência exemplos da chamada cultura erudita, relacionada às classes sociais mais abastadas. Sob esta perspectiva, o funk representa a antítese do que “a verdadeira cultura” representaria, uma vez que é produzido em larga escala por parcelas mais pobres da população (portanto, menos “educadas”) e apreciado de acordo com parâmetros completamente diferentes, por exemplo, da obra de Beethoven, considerada por Fisherman (2004) como referencial nas formas de julgamento exercidas sobretudo pela crítica musical.

Além da relação com as periferias cariocas, o funk tem como característica marcante neste início de século XXI um discurso despudorado a respeito da sexualidade, que põe o corpo, principalmente o feminino, em evidência. Este posicionamento, que muitas vezes inverte expectativas de gênero ao atribuir um papel ativo à mulher na busca por prazer, também é amplamente criticado pelos detratores do funk. O trabalho de Bakhtin a respeito da cultura popular na Idade Média nos ajudou a refletir sobre como as menções ao chamado “baixo corporal”, características do grotesco, passaram por um processo de estigmatização e repressão após a chegada da Modernidade. Ao utilizar palavras de baixo calão e coreografias com forte apelo à sensualidade, certos artistas do funk evocam o grotesco, desafiam os bons costumes e atraem críticos ferozes.

Em diversas ocasiões ao longo da pesquisa, a crítica estética do gênero levantou discursos pautados pela condenação de letras e danças por ferirem os preceitos morais dominantes. As mulheres que cantam e dançam funk são vistas por esta parcela do público como maus exemplos, influências capazes de contribuir diretamente para um suposto processo de degradação do Brasil.

Nestes casos, argumentos morais baseados em ideais de feminilidade e sexualidade tornam-se justificativa para a condenação estética do funk.

Ao longo do capítulo, procuramos dialogar com as colocações de Barbero (2001) para discutir tais exemplos de valorações em torno da cultura popular e para refletir sobre as manifestações de repúdio sobre o funk e nos apropriamos da noção de *habitus* de classe em Bourdieu (2007, 2008) como elemento central na formação e julgamento dos gostos que dão origem a disputas como aquelas que são apresentadas neste trabalho. Nesse sentido, questões como o aumento no poder de consumo das classes populares e uma reconfiguração da identidade periférica, que aparecem em parte dos comentários analisados, evidenciam uma percepção do funk como uma espécie de ameaça a ser combatida. Assim, procuramos mostrar como que estes espaços de manifestação do gosto têm sido apropriados para criticar, implícita ou explicitamente, os próprios processos que permitiram sua popularização na rede - o funk é utilizado, assim, como um mediador social para debater as tensões sociais existentes.

De forma geral, uma ótima válvula de escape para dar a ver tais conflitos e contradições latentes na sociedade é o humor - e com a produção cultural relacionada ao funk no YouTube não é diferente, como mostram as apropriações paródicas e as novas propostas de fruição estética do gênero analisadas na última parte do trabalho. Utilizamos o conceito de *digital trash* para pensar sobre interpretações do funk que “permitem” a sua apreciação apesar da associação do gênero com as características mencionadas anteriormente. A ironia, aqui, surge como chave para um consumo prazeroso do funk que coexiste com práticas de distinção relacionadas ao gênero.

Conforme vimos, esse mecanismo também pode contribuir para a apropriação do funk como capital social na internet, especialmente no caso de atores associados ao humor na rede. O surgimento de inúmeras paródias de vídeos como o “Aquecimento das maravilhas” atesta o sucesso da produção e contribui para a sua popularidade. Entretanto, os inúmeros elogios por elas recebidos revelam um processo de negação contraditório, pois a existência das produções originais é, afinal, condição primária para a existência das paródias.

Entender a música enquanto prática social implica em considerar que todas as etapas do fazer musical são agentes na elaboração e reconfiguração de identidades. A circulação do funk no YouTube e em outros espaços da internet faz parte deste processo. Assim, os usos e apropriações do gênero na rede não apenas refletem a permanente negociação a respeito de uma identidade periférica associada a ele, mas contribuem para o debate sobre as relações sociais de nossa época.

Ao articular as representações e questionamentos em torno do funk, o YouTube se configura como um espaço de mediação que atualiza as disputas e concepções sobre o gênero e sobre classes populares no Brasil do século XXI. Trata-se, portanto, de um terreno fértil para investigações futuras na Comunicação e áreas afins.

Outro ponto relevante para a nossa discussão e repleto de possibilidades para outros estudos com abordagens distintas diz respeito aos hibridismos e compartilhamento de materiais que fazem parte do histórico de desenvolvimento do funk. Enquanto parte da classe artística associada a outros gêneros musicais luta para evitar que suas músicas sejam distribuídas na rede, os artistas de funk, herdeiros de esquemas de distribuição alternativos desde o surgimento do gênero, aproveitam o potencial de compartilhamento da web para levar sua música a outros espaços.

Também na área da circulação de seus discursos, outra abordagem que nos parece promissora reside na disponibilização de versões oficiais e “proibidas” das músicas na rede. As palavras de baixo calão, o erotismo despudorado em letras e danças e menções relativas à violência das comunidades ainda aparecem com frequência no trabalho de certos artistas do funk. Porém, ao circular pelos canais das grandes corporações de mídia, esses discursos são suavizados para não ferir “padrões de qualidade” estabelecido por estas empresas. As versões competem, muitas vezes, no próprio YouTube - onde aparecem relacionadas pelo próprio sistema de busca da plataforma - mas, em geral, parece haver uma maior popularidade dos vídeos “proibidos”.

Além disso, há casos em que a mídia tradicional abre espaço para artistas que alcançaram o sucesso no YouTube (como no caso da música “Sou Foda”), mas cria um discurso ambíguo em que justifica sua presença pela popularidade na plataforma, mas apresenta ao público uma performance suavizada bem diferente da original - sem dúvida uma relação de expressão e consumo que poderia receber uma abordagem mais aprofundada.

Contradições como essa fazem parte do histórico do funk, e a circulação do gênero no YouTube atualiza e propõe novas questões relacionadas às suas formas de representação. Fenômeno oriundo da plataforma de vídeos, o passinho ganhou ainda mais destaque após o patrocínio de multinacional (estrelando, inclusive, uma campanha da empresa para a Copa do Mundo de 2014). MC Guime, maior nome do funk ostentação, adaptou uma de suas músicas para a abertura da novela “Geração Brasil”, da Rede Globo, mas promete em vídeos postados especialmente para os fãs que vai se manter fiel às raízes. A cantora Valesca Popozuda,

amplamente criticada por seu trabalho na “Gaiola das Popozudas”, abrandou a erotização em sua música, aderiu à retórica da ostentação e garantiu ampla circulação em diversas mídias e mais de trinta milhões de visualizações do clipe de “Beijinho no ombro”, para o recalque de antifãs chocados por seu sucesso.

Os rolezinhos, agenciados pela popularidade de jovens ligados ao funk nas redes sociais, geraram polêmica no fim de 2013, trazendo à tona a tensa convivência entre classes sociais no Brasil e o sucesso recente do funk ostentação tem suscitado questões sobre o consumo como ferramenta de inserção social que merecem ser estudadas e aprofundadas em trabalhos futuros. É certo que a atual visibilidade do funk não foi conquistada apenas por meio de espaços como o YouTube, mas é possível afirmar que a plataforma de vídeos teve (e ainda tem) um papel importante neste processo. A relação quase simbiótica do gênero com a internet no século XXI segue em pleno processo de ebulição, numa trajetória que vem evidenciando, esgarçando e complexificando relações sociais antigas e que merece ser acompanhada de perto.

Como de praxe na internet, é possível que em alguns anos o YouTube se torne obsoleto e dê lugar a novas plataformas de compartilhamento de vídeos, com outras funcionalidades e aplicações. Entretanto, acreditamos que a plataforma já pode ser apontada como um marco na história do funk no Brasil por garantir aos atores sociais relacionados ao gênero a reivindicação de um lugar de destaque no cenário cultural contemporâneo. Além disso, independentemente da plataforma utilizada, as ressignificações em torno do funk a partir de sua circulação na internet prometem trazer novas problematizações que possibilitem análises sobre questões como disputas simbólicas relacionadas a gênero, consumo e democratização da informação, entre outras temáticas centrais para uma melhor compreensão das complexidades e agenciamentos em torno do consumo musical brasileiro na contemporaneidade.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AMARAL, Adriana; MONTEIRO, Camila. **Esses roquero não curte**: performance de gosto e fãs de música no Unidos Contra o Rock do Facebook. XXI Encontro da COMPÓS. Juiz de Fora: 2012.

ANDERSON, Chris. **A cauda longa**: do mercado de massa para o mercado de nicho. Rio de Janeiro: Elsevier, 2006.

ANG, Ien. **Watching Dallas**: soap opera and the melodramatic imagination. London e Nova York: Routledge, 1985.

APPADURAI, Arjun. **The production of locality**. In R. Fardon (ed.), Counterworks. Londres: Routledge, 1995.

BAKHTIN, Mikhail. **A cultura popular na Idade média e no renascimento**: o contexto de François Rabelais. São Paulo, SP: Hucitec, 1996.

BECKER, Howard. **Art Worlds**. Berkeley: University of California, 1982.

BHABHA, Homi K. **O local da cultura**. Belo Horizonte: Editora da UFMG, 1998.

BLACKING, John. **How musical is man?** Seattle: University of Washington Press, 1995, 5 ed. [1973]

BOLTER, David; GRUSIN, Richard. **Remediation**: Understanding New Media. MIT Press, California: 2000.

BOURDIEU, Pierre. **A distinção**: crítica social do julgamento. São Paulo: Edusp, 2008, 5 ed. [1979].

\_\_\_\_\_. **Capital cultural, escuela y espacio social**. México: Siglo Veinteuno, 1997.

BURGESS, Jean; GREEN, Joshua. **YouTube e a Revolução Digital**: como o maior fenômeno da cultura participativa transformou a mídia e a sociedade São Paulo: Aleph, 2009.

CANCLINI, Nestor García. **Democracia e Mass Media**. São Paulo: Fundação Memorial da América Latina, 1998.

\_\_\_\_\_. Consumo, acesso e sociabilidade. In: **Comunicação, mídia e consumo**. Vol. 6. N. 16, p. 111 – 127. São Paulo, 2009.

CAYARI, Cristopher. **The YouTube effect**: How YouTube has provided new ways to consume, create, and share music. *International Journal of Education & the Arts*, 12(6), 2011. Disponível online em <<http://www.ijea.org/v12n6/>>

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. 6a. edição. São Paulo: Editora Paz e Terra, 2002.

CERTEAU, Michel. **A escrita da História**. Tradução Maria de Lourdes Menezes. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1982.

CHAU, Clement. **YouTube as a participatory culture**. *New Directions for Youth Development*, 2010: 65–74. Disponível online em <<http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1002/yd.376/citedby>>

DENORA, Tia. **Music in Everyday Life**. Cambridge: Cambridge University Press, 2000.

\_\_\_\_\_. **After Adorno: Rethinking Music Sociology**. Cambridge: Cambridge University Press, 2003.

DONATH, Judith. Identity and Deception in the Virtual Community. In: KOLLOCK Peter e MARC Smith (org.) **Communities in Cyberspace**. New York: Routledge, 1999.

ESSINGER, Silvio. **Batidão**: uma história do funk. Rio de Janeiro, Record, 2005.

FACINA, Adriana. **Eu só quero ser feliz**: Quem é a juventude funkeira no Rio de Janeiro? *Revista EPOS – Genealogia, Subjetivações e violências*, vol 1. n 2, out/2010.

FELINTO, Erick. **Videotrash**: o YouTube e a cultura do “spoof” na internet. *Revista Galáxia*, São Paulo, n. 16, p. 33-42, dez, 2008.

FILHO, João Freire; HERSCHMANN, Micael. **Funk Carioca**: entre a condenação e a aclamação na mídia. *Eco-Pós V.6 N.2*, 2003. p. 60-72.

FILHO, João Freire. **A Comunicação Passional dos Fãs**: Expressões de Amor e de Ódio nas Redes Sociais. Trabalho apresentado no GP Cibercultura do XIII Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Manaus, 2013.

FRITH, S. **Performing Rites**. On the value of Popular Music. Harvard Univ, Press, Cambridge, Mass.USA. 1998.

FISCHERMAN, Diego. **Efecto Beethoven**: Complejidad y valor em la música de tradición popular. Buenos Aires: Paidós, 2004.

FONTANELLA, Fernando Israel. **A estética do Brega**: cultura de consumo e o corpo nas periferias do Recife. Recife: O autor, 2005.

\_\_\_\_\_. **O que é um meme na Internet?** Proposta para uma problemática da memesfera. In: Anais III Simpósio Nacional ABCiber, São Paulo, 2009

GRAY, Jonathan. **New audiences, new textualities:** antifans and non-fans. In: International Journal of Cultural Studies, London, pp. 64-81, 2003.

GILDER, George. **Telecosm.** Nova York: Free Press, 2000.

GUMBRECHT, Hans Ulrich. **Modernização dos sentidos.** Tradução de Lawrence Flores Pereira, 1ª edição, São Paulo: 34, 1998

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade.** Guacira Lopes Louro. 11. ed. , 1. reimp. – Rio de Janeiro: DP&A, 1997.

\_\_\_\_\_. Pensando a Diáspora (Reflexões Sobre a Terra no Exterior). In: **Da Diáspora: Identidades e Mediações Culturais.** Liv Sovik (org); Trad. Adelaine La Guardia Resende. Belo Horizonte: Editora UFMG; Brasília: Representação da Unesco no Brasil, 2003.

HENNION, Antoine. **Pragmática do gosto.** Desigualdade & Diversidade – Revista de Ciências Sociais da PUC-Rio, nº 8, p. 253-277, jan/jul, 2011.

HERSCHMANN, Micael. **As imagens das galeras funk na imprensa.** In: C. A. M. Pereira et al. Linguagens da violência. Rio de Janeiro: Rocco, 2000.

\_\_\_\_\_. **O funk e o hip-hop invadem a cena.** Rio de Janeiro: Editora da UFRJ, 2006.

HERSCHMANN, Micael & KISCHINHEVSKY, Marcelo. **Tendências da indústria da música no início do século XXI.** In: Jeder Janotti Junior, Victor de Almeida Nobre Pires e Tatiana Rodrigues Lima (Orgs.). Dez anos a mil: mídia e música popular massiva em tempos de internet, p. 70-83. Porto Alegre: Simplíssimo, 2011.

HOGGART, Richard. **As utilizações da cultura:** aspectos da vida da classe trabalhadora, com especiais referências a publicações e divertimentos. Lisboa: Editorial Presença, 1973 [1957].

HUTCHEON, Linda. **A theory of parody:** the teachings of twentieth-century art forms. Chicago: University of illinois Press, 2000.

JANOTTI Junior, Jeder. **Dos gêneros textuais, dos discursos e das canções:** uma proposta de análise da música popular massiva a partir da noção de gênero midiático. In: XIV COMPÓS. Rio de Janeiro: UFF, 2005.

JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência.** São Paulo: Aleph, 2008.

JOSÉ, A. M. S. **Mulheres frutas**: representações do corpo na dança do créu. In: Fórum Identidades e Alteridades, Itabaiana: UFS, 2009. Disponível em: <[http://200.17.141.110/forumidentidades/IIIforum/textos/Ana\\_Maria\\_de\\_Sao\\_Jose.pdf](http://200.17.141.110/forumidentidades/IIIforum/textos/Ana_Maria_de_Sao_Jose.pdf)>. Acesso em: 21 mar. 2014.

KEEN, Andrew . **O Culto do Amador**. Rio de Janeiro: Zahar, 2009.

KELLNER, Douglas. **A cultura da Mídia – estudos culturais**: identidade e política entre o moderno e o pós-moderno; tradução de Ivone Castilho Benedetti, Bauru, s]SP: EDUSC, 2001.

LEVY, Pierre. **A inteligência coletiva**. São Paulo: Edições Loyola, 1998.

\_\_\_\_\_. **As tecnologias da inteligência**. Rio de Janeiro: 34 Letras, 2005.

LOPES, Adriana Cavalho. **Funk-se quem quiser**. No batidão negro da cidade carioca. Campinas: A autora (Tese de Doutorado), 2010.

LUDEMIR, Julio. **101 funks que você tem que ouvir antes de morrer**. Rio de Janeiro: Aeroplano, 2013.

MARCON, F. **Kuduro: estilos de vida e os usos da internet pela juventude do tempo presente**. Cadernos do Tempo Presente, n. 7, 2012. Acesso disponível em: [http://www.getempo.org/revistaget.asp?id\\_edicao=33&id\\_materia=126](http://www.getempo.org/revistaget.asp?id_edicao=33&id_materia=126)

MARTÍN-BARBERO, Jesús. **De los medios a las mediaciones**: comunicación, cultura y hegemonia. México: Gustavo Gilli, 1987.

\_\_\_\_\_. **Dos meios às mediações**: comunicação, cultura e hegemonia. Rio de Janeiro: Ed. UFRJ, 2003.

MOOR, P., HEUVELMAN A. & VERLEUR, R. **Flaming on YouTube**. *Online: Computers and Human Behavior* 26(6), 1536-1546. 2010

McCLARY, S. **Feminine Endings**. Minnesota: University of Minnesota Press, 1991.

NEGROPONTE, Nicholas. **A vida digital**. São Paulo: Cia. das Letras, 1995.

O'REILLY, Tim. **What Is Web 2.0 - Design Patterns and Business Models for the Next Generation of Software**. O'Reilly Publishing, 2005.

PEREIRA, Vinícius Andrade. **Reflexões sobre as materialidades dos meios**: Embodiment, Afetividade e Sensorialidade nas dinâmicas de comunicação das novas mídias. Fronteiras – Estudos Midiáticos, 2006.

PRIMO, Alex . **Digital trash e lixo midiático**: A cauda longa da micromídia digital. In: Vinicius Andrade Pereira.(Org.). *Cultura Digital Trash: Linguagens, Comportamentos, Entretenimento e Consumo*. Rio de Janeiro: ePapers, 2007, v. , p. 77-93.

RECUERO, Raquel. **Redes sociais na internet**. Porto Alegre: Sulina, 2009.

RHEINGOLD, Howard. **The virtual community**. Reading (MA): Addison-Wesley, 1993.

RÜDIGER, Francisco. **As teorias da Cibercultura**. Porto Alegre: Sulina, 2011.

RYAN, Dakota. **Anonymity and Cooperation**: Experimental Evidence from a Public Good Game". *Online*: Award Winning Economics Papers, 2009. Disponível em: < <http://digitalcommons.macalester.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1006&context=econaward>>. Acesso em 23 de junho de 2014.

REICHER, S. D., SPEARS, R., & POSTMES, T. A social identity model of deindividuation phenomena. In W. Strobe & M. Hewstone (org.), **European review of social psychology** (pp.161-198). Reino Unido: Wiley, 1995.

ROSA, Thaís Troncon. **Favelas, periferias**: uma reflexão sobre conceitos e dicotomias. Anais do 33.º Encontro Anual da ANPOCS. Caxambu: 2009.

STERNE, Jonathan . **The audible past**. Cultural origins of sound reproduction. Duke University Press, Durham end London, UK – 2003.

\_\_\_\_\_. **Utopias Comuns em Rede** - Discutindo a noção de comunidade virtual. In: anais do X Encontro da Compós, Brasília: 2001.

SÁ, Simone Pereira de. **Funk Carioca** – Música popular eletrônica brasileira?!. In anais do XVI Encontro da Compós, Curitiba: 2007.

\_\_\_\_\_. **Se você gosta de Madonna também vai gostar de Britney! Ou não?!** Gêneros, gosto e disputas simbólicas nos sistemas de recomendação musical. E-Compós (Brasília), v. 12, p. 1-18, 2009.

\_\_\_\_\_(org.). **Rumos da Cultura da Música**: negócios, estéticas, linguagens e audibilidades. Porto Alegre: Sulina, 2010.

\_\_\_\_\_. Apropriações **Low-Tech no Funk carioca**: a Batalha do Passinho e a Música Popular de Periferia. Trabalho apresentado no GP Comunicação, Música e Entretenimento do XII Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Fortaleza, 2012.

\_\_\_\_\_. **The Numa Numa dance e Gangnam Style**: videos musicais no YouTube em múltiplas mediações. XXIII Encontro da COMPÓS, Belém: 2014.

SÁ, Simone & OLIVEIRA, Gabriela . **Brazilian Popular Music Economy Aspects: The Baile Funk Circuit**. IASPM Journal (Journal of the International Association for the Study of Popular music), v. 3, p. 9-18, 2013.

SEMÁN, Pablo e VILA, Pablo. **Cumbia villera: una narrativa de mujeres activadas**. In: Cumbia: nación, etnia y género en Latino-América. Buenos Aires: Gorla, 2011.

SHIRKY, Clay. **Here Comes Everybody: The Power of Organizing Without Organizations**. Edition, illustrated, reprint. Publisher, Penguin, 2008.

SOUZA, Cinthia; SANTOS, Cristina. **Do Morro Para o Asfalto: Uma Análise do Funk no Jornalismo Online**. Trabalho apresentado no DT 1 – Jornalismo do XVI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste, realizado de 12 a 14 de maio de 2011.

SHUSTERMAN, Richard. **Vivendo a Arte: O pensamento pragmatista e a estética popular**. Rio de Janeiro: Editora 34, 1998. (tradução de Pragmatist Aesthetics: Living beauty, Rethinking Art. Oxford: Blackwell, 1992)

THORNTON, Sarah. Club cultures. **Music, media and subcultural capital**. Connecticut: Wesleyan University Press, 1995.

TROTTA, Felipe. **Música e mercado: a força das classificações**. Revista Contemporânea. V. 3 n. 2. Salvador: UFBA, 2005.

TSOU A., THELWALL M., MONGEON P., SUGIMOTO CR. **A Community of Curious Souls: An Analysis of Commenting Behavior on TED Talks Videos**. PLoS ONE, 2014.

Disponível em: <

<http://www.plosone.org/article/info%3Adoi%2F10.1371%2Fjournal.pone.0093609>>. Acesso em 23 de junho de 2014.

\_\_\_\_\_. **Juízos de valor e o valor dos juízos: estratégias de valoração na prática do samba**. Revista Galaxia, v.7 n. 13. São Paulo: PUC-SP, 2007.

\_\_\_\_\_. **Entre o Borrvalho e o Divino: a emergência musical da "periferia"**. Revista Galaxia v. 13 n. 26. São Paulo: PUCSP, 2013.

\_\_\_\_\_. **A música que incomoda: o funk e o rolezinho**. Anais do XXIII Encontro da COMPÓS, Belém: 2014.

TURKLE, Sherry. **La vida em la pantalla**. Barcelona: Paidós, 1997.

VLADI, Nadja. O negócio da música - como os gêneros musicais articulam estratégias de comunicação para o consumo cultural. In: **Dez anos a mil: Mídia e Música Popular Massiva em Tempos de Internet**.

VIANA, Lucina Reintebach. **O Funk no Brasil: música desintermediada na cibercultura**. UNICAMP, SONORA. Disponível em <<http://www.sonora.iar.unicamp.br/index.php/sonora1/article/viewFile/32/31>>. Acesso em 13 de abril de 2012.

VIANNA JR, Hermano Paes. **O Baile Funk Carioca: Festas e Estilos de Vida Metropolitanos**. Rio de Janeiro: UFRJ, 1987. 108 p. Tese (Pós-Graduação), Museu Nacional; Programa de Pós-Graduação em Antropologia Social, Rio de Janeiro, 1987.

WALTHER, J. B., CARR, C., CHOI, S., DeAndrea, D., Kim, J., Tong, S. T., & Van Der Heide, B. Interaction of interpersonal, peer, and media influence sources online: A research agenda for technology convergence. In Z. Papacharissi (org.), **A networked self: Identity, community and culture on social network sites** (pp. 17–38). New York: Routledge, 2010.

WILLIAMS, Raymond. **Cultura e Sociedade: de Coleridge a Orwell**. Petrópolis: Vozes, 2011.

### OUTRAS REFERÊNCIAS

ALBUQUERQUE, Carlos. **Changa tuki, o funk da Venezuela**. O Globo, Rio de Janeiro, 12 fev. 2013. Disponível em: <<http://oglobo.globo.com/cultura/changa-tuki-funk-da-venezuela-7553554>>. Acesso em 29 jul. 2013.

ALVARENGA, Darlan. **Classe média brasileira é o 18º maior 'país' do mundo em consumo**. G1, São Paulo, 18 fev. 2014. Disponível em: <<http://g1.globo.com/economia/noticia/2014/02/classe-media-brasileira-e-o-18-maior-pais-do-mundo-em-consumo.html>>. Acesso em 18 fev. 2014.

FILGUEIRAS, Mariana. **Ao som do tecnomelody, a dança do treme começa a conquistar o país**. O Globo, Rio de Janeiro, 27 maio 2012. Disponível em: <<http://oglobo.globo.com/cultura/ao-som-do-tecnomelody-danca-do-treme-comeca-conquistar-pais-5033221>>. Acesso em 25 jul. 2013.

LEMOS, Ronaldo. **Radinho de pilha 2.0**. Revista Trip, São Paulo, 11 maio 2010. Disponível em: <<http://revistatrip.uol.com.br/revista/188/colunas/radinho-de-pilha-20.html>>. Acesso em 13 jan. 2013.

MARTINS, Sérgio. **Com 10 milhões de fãs, funk é hino de identidade para jovens brasileiros da periferia**. Revista Veja, São Paulo, 25 jan. 2014. Disponível em: <<http://veja.abril.com.br/noticia/celebridades/com-10-milhoes-de-fas-funk-e-hino-de-identidade-para-jovens-brasileiros-da-periferia>>. Acesso em: 26 jan. 2014.

MOREIRA, Fabiano. **Transcultura: Avassaladores tira onda com seu funk em clipe e vira sensação na internet**. O Globo, Rio de Janeiro, 01 abr. 2011. Disponível em:

<<http://oglobo.globo.com/cultura/transcultura-avassaladores-tira-onda-com-seu-funk-em-clipe-vira-sensacao-na-internet-2802907#ixzz39OBsGVzp>>. Acesso em 21 set. 2013.

ORRICO, Alexandre, DEMETRIO, Amanda. **Sensação no YouTube, Grupo Avassaladores conversa com a Folha**. Folha de S. Paulo: São Paulo, 11 jun. 2011. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/tec/928318-sensacao-no-youtube-grupo-avassaladores-conversa-com-a-folha.shtml>>. Acesso em 21 set. 2013.

ORTEGA, Rodrigo. **MC de 'funk ostentação' de SP faz maratona de até 50 shows por mês**. G1, São Paulo, 14 maio 2013. Disponível em: <<http://g1.globo.com/musica/noticia/2013/05/mc-de-funk-ostentacao-de-sp-faz-maratona-de-ate-50-shows-por-mes.html>>. Acesso em 15 jul. 2013.

PALADINO, Leonardo. **Kondzilla, o monstro dos cliques**. Manual do Homem Moderno, Online. Disponível em: <<http://manualdohomemmoderno.com.br/comportamento/kondzilla-o-monstro-dos-clipes>>. Acesso em 12 ago. 2013.

PINO, Rafael de. **O funk da ostentação em São Paulo**. Revista Época, São Paulo, 08 set. 2012. Disponível em <<http://revistaepoca.globo.com/cultura/noticia/2012/09/o-funk-da-ostentacao-em-sao-paulo.html>>. Acesso em: 12 jan 2013.

**REIS do funk ostentação, MC Guimê e KondZilla creditam sucesso à internet**. Portal Vírgula, 28 fev. 2013. Disponível em: <<http://virgula.uol.com.br/musica/pop/reis-do-funk-ostentacao-mc-guime-e-kondzilla-creditam-sucesso-a-internet>>. Acesso em 14 out. 2013.

**SUCESSO na Internet, Os Avassaladores lançam nova música**. Confira o clipe!. O Dia, 27 jul 2011. Disponível em: <<http://odia.ig.com.br/portal/diversaoetv/sucesso-na-internet-os-avassaladores-lan%C3%A7am-nova-m%C3%BAsica-confira-o-clipe-1.41291>>. Acesso em 12 mar. 2013.

## FILMOGRAFIA

**FUNK Ostentação - o filme**. Direção: Kondzilla. Online, 2012.(36 min). Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=5V3ZK6jAuNI>>. Acesso em 11 jan. 2013.