

UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO
FACULDADE DE FILOSOFIA, LETRAS E CIÊNCIAS HUMANAS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM HISTÓRIA SOCIAL

LAÍZA SANTANA OLIVEIRA

SP 130 BPM: MATERIALIDADE E GÊNERO NA CULTURA FUNK PAULISTA
(1995 — 2014)

(VERSÃO CORRIGIDA)

São Paulo

2020

UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO
FACULDADE DE FILOSOFIA, LETRAS E CIÊNCIAS HUMANAS

LAÍZA SANTANA OLIVEIRA

SP 130 BPM: MATERIALIDADE E GÊNERO NA CULTURA FUNK PAULISTA
(1995 — 2014)

(VERSÃO CORRIGIDA)

Dissertação apresentada à Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas da Universidade de São Paulo para a obtenção do título de Mestre em Ciências. Programa de Pós-Graduação: História Social.

Orientadora: Vânia Carneiro de Carvalho.

São Paulo

2020

Autorizo a reprodução e divulgação total ou parcial deste trabalho, por qualquer meio convencional ou eletrônico, para fins de estudo e pesquisa, desde que citada a fonte.

Catálogo na Publicação

Serviço de Biblioteca e Documentação

Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas da Universidade de São Paulo

048s Oliveira, Laíza Santana
SP 130 bpm: materialidade e gênero na cultura
funk paulista (1995-2014) / Laíza Santana Oliveira ;
orientador Vânia Carneiro de Carvalho. - São Paulo,
2020.
245 f.

Dissertação (Mestrado)- Faculdade de Filosofia,
Letras e Ciências Humanas da Universidade de São
Paulo. Departamento de História. Área de concentração:
História Social.

1. funk paulista. 2. cultura material. 3. gênero
. 4. corpo. 5. história do tempo presente . I.
Carneiro de Carvalho, Vânia, orient. II. Título.

ENTREGA DO EXEMPLAR CORRIGIDO DA DISSERTAÇÃO/TESE

Termo de Ciência e Concordância do (a) orientador (a)

Nome do (a) aluno (a): Laíza Santana Oliveira

Data da defesa: 15/05/2020

Nome do Prof. (a) orientador (a): Vânia Carneiro de Carvalho

Nos termos da legislação vigente, declaro **ESTAR CIENTE** do conteúdo deste **EXEMPLAR CORRIGIDO** elaborado em atenção às sugestões dos membros da comissão Julgadora na sessão de defesa do trabalho, manifestando-me **plenamente favorável** ao seu encaminhamento e publicação no **Portal Digital de Teses da USP**.

São Paulo, 15/05/2020



Vânia Carneiro de Carvalho - Orientadora

Agradecimentos

As palavras de carinho e todo o suporte que recebi durante os três anos de pesquisa foram importantes para que eu pudesse concretizar meu trabalho nessa dissertação. Por isso, primeiramente, gostaria de agradecer aos professores e professoras que me ensinaram tanto, deixando um legado em minha vida que eu jamais seria capaz de agradecer à altura.

Agradeço imensamente à professora Vânia Carneiro de Carvalho por toda a generosidade, paciência e ensinamentos. Foi valioso ser orientada por uma professora que eu admiro não apenas pelas produções acadêmicas e o empenho com o qual trabalha dentro e fora de sala de aula, mas, principalmente, admiro pela forma respeitosa que me acolheu nessa jornada pela pós-graduação. Suas aulas, suas correções, suas opiniões foram fundamentais para guiar minha escrita e minha confiança, muito obrigada!

Agradeço à professora Stella Maris Scatena Franco e ao pesquisador Danilo Cymrot pelos apontamentos feitos no Exame de Qualificação. As contribuições foram valorosas e me auxiliaram a estruturar melhor meus argumentos. À professora Stella agradeço também pela acolhida no Grupo de Pesquisa de Gênero e História.

Agradeço ao professor Marcus Sacrini, do Departamento de Filosofia, e à professora Esmeralda Vailati Negrão, do Departamento de Linguística, pela oportunidade de ter sido monitora de cursos de práticas de leitura e escrita acadêmica por três anos. Ademais, agradeço ao professor Francisco Cabral Alambert Junior, do Departamento de História, por ter me acolhido na monitoria PAE do curso de História Contemporânea II. Estendo meus agradecimentos ao Guilherme Grané Diniz e a Paula Martins de Souza pelas conversas e conselhos sobre a academia.

Agradeço à Juliana Batista pelo encorajamento durante os anos de trabalho no Museu da Energia de São Paulo. À Erika Novais, à Beatriz de Oliveira, ao Alex Rodrigues, estendendo meus agradecimentos ao Alex Lupetti, agradeço pelas risadas e parceria.

Agradeço aos meus companheiros de grupo de estudos por todos os compartilhamentos de argumentos, de reflexões e de desabafos. Conviver com pessoas tão espirituosas e abertas ao diálogo durante estes anos de pesquisa me tranquilizou e me fez entender que eu não estava sozinha em relação aos meus temores. Muito obrigada, Raíssa Monteiro, Priscilla Nina, Deborah Caramel, Érica de Oliveira, Laura Stocco, Maria Eugênia Ferreira, Viviane Aguiar, Nathalia Lobato, Giulia Falcone e Guilherme Gonçalves.

Agradeço às minhas queridas amigas historiadoras, tão amáveis e dedicadas que, desde 2012, compartilham uma vida e uma centena de ideias comigo. Vocês me ensinam muito sobre amizade, lealdade, educação e História. Muitíssimo obrigada, Ana Beatriz Mauá Nunes, Livia Maria Orsati, Rafaela Altran, Ana Fukumaru, Ana Luiza Roque, Leticia Lucato e Maria Olivia Barrence por todas as conversas. Agradeço também à Fernanda Vidal e à sua grande família por toda a afetuosidade que sempre tiveram comigo.

Agradeço muito, de forma calorosa, às minhas amigas de infância Thaís Assumpção, Tatiana Figueiredo e Gabriela Fernandes que sempre estão ao meu lado, presencialmente ou em pensamento, nos momentos bons e ruins. Agradeço à Maiara Santana Oliveira que além de amiga e geógrafa, é também a pessoa com quem compartilho 99% de meus genes e muita das reflexões apresentadas nesse trabalho.

Agradeço também muito ao meu núcleo familiar que diariamente está ao meu lado, uma família nordestina que me ensinou sobre coragem e que em, São Paulo, iniciou uma nova história. Mamãe, Lucimeire Santana, muito obrigada por todo o estímulo e toda a criação que você me proporcionou, obrigada pelos livros lidos, os CDs escutados, as noites em claro e todo o suporte material e emocional. Sua determinação sempre foi decisiva para mim. Agradeço ao papai, Antônio Oliveira, que tem o bom-humor e a obsessão em acompanhar telejornais e notícias como características marcantes — e que muito me influenciou.

Agradeço também à titia, Lucineide Santana, que, alternando sua vida entre trabalho e estudos, auxiliou minha mãe e meu pai na tarefa de cuidar de duas crianças. Titia, você me deu o melhor presente de minha vida, o João Vitor. Jojozinho, muito obrigada por ser exatamente quem você é por todo o companheirismo.

Obrigada aos meus padrinhos, tio Léo, Leonardo Sioufi, e tia Renata, Renata Sioufi que me deram conselhos sobre as dores e delícias do mestrado e que compartilharam comigo reflexões sobre física e arquitetura. Estendo meus agradecimentos ao tio Ernesto, Ernesto Tabuchi, que sempre foi muito solícito e didático em suas explicações sobre a constituição geomorfológica e espacialidade do relevo da Baixada Santista.

Ao Bruno Pereira, meus mais sinceros agradecimentos pela amizade, pelo intercâmbio de ideias sobre História, sobre o litoral santista e pela relação que construímos juntos. Agradeço também à Gabrielle Pereira que me ajudou a pensar sobre tatuagens e à Amanda Serpe pela ajuda com questões ligadas à constituição química de alguns artefatos.

Por fim, mas não menos importante, agradeço ao Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq) pela bolsa de pesquisa concedida pelo período de 24 meses (Processo 169802/2017-5).

Obrigada a todos e todas!

“A única generalização cem por cento segura sobre a história
é aquela que diz que enquanto houver raça humana haverá História”

Eric Hobsbawm

Resumo

OLIVEIRA, Laíza Santana. SP 130 bpm: materialidade e gênero na cultura funk paulista (1995-2014). Dissertação (Mestrado). Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas da Universidade de São Paulo. 2020.

Este trabalho objetiva analisar de que forma os bens de consumo, incluindo bens de luxo, foram fundamentais para a estruturação da cultura funk paulista entre os anos de 1995 e 2014. Por meio da perspectiva da cultura material e do horizonte teórico da História do Tempo presente argumentamos que a apropriação de artefatos historicamente difundidos entre as classes sociais mais altas pelos funkeiros — de classe média baixa — não foi uma tentativa dessa classe de emular aquela, mas um processo histórico mais amplo e complexo.

Com base no conceito de *síntese corporal* operacionalizado por Jean-Pierre Warnier (1999) foi possível analisar reportagens jornalísticas, letras de músicas e videoclipes no intuito de demonstrar como a materialidade específica apropriada pelos funkeiros não era uma proposta de reprodução do *habitus* de segmentos abastados da sociedade. Muito pelo contrário, compreendemos neste trabalho que a materialidade foi a *matriz de subjetivação* dos sujeitos da cultura funk paulista, que incorporaram de forma *sui generis* a dinâmica motora dos artefatos à sua própria dinâmica corporal.

A relação com o luxo teve impacto diferente entre homens e mulheres que compartilharam a cultura funk. Tais diferenças foram aqui analisadas também a partir da dimensão material, ou seja, a partir de corpos e repertórios colocados em situações específicas de gênero.

Palavras-chave: funk paulista; cultura material; gênero; corpo; história do tempo presente.

Abstract

OLIVEIRA, Laíza Santana. SP 130 bpm: materiality and gender in São Paulo's funk culture (1995-2014). Dissertation (Master degree). Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas da Universidade de São Paulo. 2020.

This work aims to analyze how consumption goods, including luxury goods, were fundamental for the structuring of São Paulo's funk culture between 1995 and 2014. Through the perspective of the material culture and the theoretical horizon of the History of Present Time we argue that the appropriation of artifacts historically disseminated among the upper social classes by funkeiros - lower middle class - was not an attempt by this class to emulate that class, but a broader and more complex historical process.

Based on the concept of *body synthesis* operated by Jean-Pierre Warnier (1999) it was possible to analyze journalistic reports, song lyrics and video clips to demonstrate how the specific materiality appropriated by funkeiros was not a proposal to reproduce the *habitus* (BOURDIEU, 2015) of wealthy segments of society. On the contrary, we understand in this dissertation that the materiality was the matrix of subjectivization of the subjects of São Paulo's funk culture, who incorporated in a *sui generis* way the motor dynamics of the artifacts to their own body dynamics.

The relationship with luxury had a different impact between men and women shared the funk culture. Such differences were analyzed here also from the material dimension, that is, from bodies and repertoires placed in specific situations of gender.

Key-words: funk; material culture; gender; body; history of present time;

Índice de figuras

Figuras 1: Cenas do videoclipe “Megane” de MC Boy dos Charmes	pp. 24-25
Figuras 2: Fotografias dos Sapeurs, membros do grupo La Sape	pp. 44-45
Figuras 3: Fotografias de rolezinhos em shoppings	p. 51
Figuras 4: Fotografias de rolezeiros	pp. 52-53
Figura 5: Página do jornal <i>O Estado de São Paulo</i>	p. 70
Figura 6: Mapa da cidade de São Paulo, do Rio de Janeiro e da Baixada Santista	p. 75
Figura 7: Mapa dos bairros paulistanos de Cidade Tiradentes e Capão Redondo	p. 80
Figura 8: Página do jornal <i>O Estado de São Paulo</i>	p. 89
Figura 9: Página do jornal <i>Folha de São Paulo</i>	p. 90
Figura 10: Esquema sobre o processo de síntese corporal pelo sujeito	pp. 91-93
Figura 11: Infográfico publicado no jornal <i>Folha de São Paulo</i>	p. 96
Figuras 12: Fotografias de entrevistados do Portal UOL	pp. 109-112
Figuras 13: Fotografias de MC Daleste e suas camisetas	pp. 128-129
Figuras 14: Fotografias de MC Daleste e suas joias	pp. 130-131
Figura 15: Linha de bonés New Era de MC Guimê	pp. 135-136
Figuras 16: Produtos relacionados à MC Guimê	p. 137
Figuras 17: Fotografias das tatuagens de MC Guimê	p. 138
Figuras 18: Cenas do videoclipe “Na pista eu arraso” de MC Guimê	pp. 143-144
Figura 19: Imagem retirada da <i>Revista Serafina</i>	p. 152
Figuras 20: Capa e reportagem completa da <i>Revista Folha</i>	pp. 171-174
Figura 21: Reportagem do jornal <i>O Estado de São Paulo</i>	p. 178
Figuras 22: Cenas do videoclipe “São Paulo” de MC Daleste	pp. 195-196
Figuras 23: Cenas do videoclipe “Plaque de 100” de MC Guimê	pp. 198-199
Figuras 24: Cenas do videoclipe “Plaque de 100” de MC Guimê	p. 201
Figuras 25: Cenas do videoclipe “É Classe A” de MC Bio G3 e MC Backdi	p. 203
Figura 26: Fotografia de rolezeiros e rolezeiras	p. 211
Figura 27: Cena do videoclipe “Mãe de traficante” de MC Daleste	p. 213

- Figura 28: Cena do videoclipe “Dia de operação” de MC Rodolfinho p. 213
- Figuras 29: Cenas do videoclipe “Brazil we flexing” de MC Guimê
featuring Soulja Boy pp. 218-219
- Figuras 30: Capa e encarte do CD da dupla de MCs Jorginho e Daniel pp. 223-224

Sumário

Introdução	p. 13
Capítulo 1 - Entre mares e morros, entre becos e vielas: a história do funk paulista	p. 39
1. Diretrizes para a compreensão material do funk paulista	p. 41
1.1. Os Sapeurs	p. 41
1.2. Os Rolezeiros	p. 46
2. Rap, funk e sociedade: o palco de uma história	p. 54
2.1. A cultura hip-hop e a materialidade	p. 56
2.2. O rap, a periferia e a percepção da materialidade	p. 62
2.3. O funk na cidade do samba	p. 65
3. São Paulo é Ostentação: o desenvolvimento do funk na capital paulista	p. 73
Capítulo 2 - O negócio do funk paulista: MCs, produtoras e redes sociais	p. 95
1. A materialidade amalgamada pelo consumo e pela violência	p. 99
1.1. Entre a percepção, a adoção e a compreensão da violência	p. 100
1.2. O consumo entre os funkeiros paulistas	p. 105
2. A gerência e controle da materialidade	p. 120
2.1. MC Daleste na capital das notas de 100	p. 124
2.2. A picadilha de MC Guimê	p. 133
2.3. Um ‘KondZilla’ no funk paulista	p. 145
3. O funkeiro paulista: da materialidade à subjetividade	p. 150
Capítulo 3 - Mulheres para homens: gênero e materialidade no funk paulista	p. 154
1. Que sexualidade é essa?	p. 155
2. A construção do feminino pelo masculino	p. 162
2.1. A mercantilização do feminino pelo masculino	p. 182
3. Corpos que se afirmam, corpos que se contradizem	p. 185
3.1. O corpo e a materialidade	p. 190
3.2. O corpo e a materialidade entram em cena	p. 193
3.2.1. A “São Paulo” de MC Daleste	p. 194
3.2.2. Os “Plaquê de 100” de MC Guimê	p. 197
3.2.3. O padrão “É classe A” de MC Bio G3 e MC Backdi	p. 201
3.3 - Pela materialidade, novos corpos	p. 205
Considerações finais	p. 216
Bibliografia	p. 227
Fontes documentais	p. 235

Introdução

1. O funk paulista como objeto histórico

Em agosto de 2014, Jorge Grimberg, do jornal *O Estado de São Paulo*, destacou, em artigo intitulado “Até quando o brasileiro irá se fantasiar de rico?”, que o maior anseio da população brasileira era exibir um alto status social por meio de objetos de luxo e, com esta aparência demonstrar que havia ascendido na vida. O jornalista acrescentou ainda que a “ostentação [e o golpe] são intrínsecos à nossa cultura”¹. O artigo compõe uma série de textos que foram produzidos sobre os encontros realizados por jovens da periferia em shoppings centers de São Paulo, produzidos, sobretudo, por jornalistas e que foram veiculados em importantes meios de comunicação online e impresso. Organizados por meio das redes sociais e frequentados por adolescentes que, em sua maioria, vivenciavam a cultura funk da capital, os rolezinhos – designação atribuída a estes encontros – identificavam-se à vertente Ostentação desta cultura, caracterizada pelo uso exacerbado de artefatos de grife e de alto valor monetário como tênis, bonés, camisetas e demais acessórios.

A visão presente no excerto acima é exemplar das análises jornalísticas feitas sobre os acontecimentos que se tornaram alvo de debates públicos entre fins de dezembro de 2013 e o primeiro semestre de 2014. A crítica a adolescentes de segmentos sociais pobres que adquiriam e faziam uso de peças de vestuário, bebidas, carros, entre outros itens, de valores exorbitantes, consumidos costumeiramente por membros das camadas abastadas da sociedade, lastreava-se na ideia de que aqueles estratos emulavam estes, ou seja, de que pobres, movidos por cobiça social, estariam se apropriando dos mesmos símbolos de distinção dos mais ricos.

Ideias como a de Grimberg, de que “as pessoas querem mesmo é ostentar e parecer o que não são”², não constituem casos isolados nos comentários sobre o fenômeno sociocultural dos rolezinhos. Sem respaldo sociológico e eivados de prejulgamentos, muitas das afirmações difundidas na mídia não contribuíram para a reflexão acerca da pluralidade de significados e de comportamentos sociais que se relacionavam a esta conformação cultural. Um desses

¹ GRIMBERG, Jorge. Até quando o brasileiro irá se fantasiar de rico?. **O Estado de São Paulo**. Moda Ostentação. 29 ago. 2014. Disponível em <<http://emails.estadao.com.br/noticias/moda-e-beleza/moda-ostentacao,1551567>>. Acesso em: mar. 2017.

² Ibid.

significados, por exemplo, diz respeito à importância da juventude brasileira em processos de mudanças de padrões de consumo. Nos últimos dois decênios, os mais de 50 milhões de pessoas, com idade entre 15 e 29 anos, com maior acesso à plataformas online de reprodução de música, de redes sociais, com maiores níveis de escolaridade e novos padrões de sociabilidade encabeçaram mudanças em diversos âmbitos sociais³.

Na contramão da crítica jornalística, o objetivo desta pesquisa é compreender o funk paulista como uma prática social indissociável da apropriação *sui generis* de objetos, de roupas, de acessórios. Neste movimento, foram distintas as maneiras de anexação de objetos aos corpos de homens e de mulheres, sugerindo, portanto, modos diferenciados de construção do gênero. Esta interação entre sujeitos e artefatos não se deu como um plágio do modo de vida das camadas economicamente favorecidas ou de grupos ligados à prática de atos criminosos, mas, sim, ocorreu como uma antropofagia sociocultural pautada em elementos internos e externos ao *habitus* de origem dos funkeiros de São Paulo, que, a partir de uma lógica ímpar, construiu um novo estilo de vida com diferenciações, destacadamente entre os gêneros.

Foram as fontes documentais que guiaram o recorte cronológico da pesquisa, que se estabeleceu entre o ano de 1995, ano em que é produzida a primeira canção de funk e o primeiro CD de funk no estado, na região da Baixada Santista, e o ano de 2014, quando o funk, produzido agora na capital, que abordava temáticas ligadas ao consumo, à ostentação de bens, deixa de ser o foco da mídia e dos próprios agentes da cultura por razões que discutiremos ao longo do trabalho. Durante este período é possível analisar transformações na maneira como foi estruturado o funk no estado de São Paulo e a relação com as transformações na sociedade brasileira ao longo dos dezanove anos analisados na pesquisa.

Estudos realizados por Alexandre de Freitas Barbosa (2012) apontam que entre os anos de 1995 e 2009 houve redução considerável no Índice Gini do país⁴, o que, na prática,

³ Informações sobre o perfil da juventude brasileira entre fins do século XX e início do século XXI estão compiladas no trabalho intitulado 'Pesquisa Agenda Juventude Brasil', publicado em 2013 e realizado pela Secretaria Nacional da Juventude (SNJ) e Secretaria-Geral da Presidência da República. Para além do objetivo de traçar as características econômicas, sociais, religiosidade, estudo, empregabilidade, uso de redes sociais dos jovens brasileiros, o trabalho teve como foco a organização das demandas de políticas públicas por esta parcela da população em todo o território nacional. O estudo está disponível na Biblioteca Digital da Juventude: <http://bibjuventude.ibict.br/jspui/bitstream/192/91/1/SNJ_agenda_2013.pdf>. Acesso em: abr. 2018.

⁴ Índice Gini é uma medida criada pelo matemático italiano Gini para quantificar a concentração de renda em um determinado grupo social e que é calculada a partir da diferença entre os ganhos dos indivíduos mais ricos e dos indivíduos mais pobres. Exploraremos com mais ênfase esta questão no capítulo 2 da dissertação.

significou a redução dos índices de pobreza. Segundo Barbosa, esta redução foi resultado direto da elevação do emprego com carteira assinada e do salário mínimo (Ibid. p. 61). Entre os anos de 2003 e 2009, ainda segundo o autor, a maior queda da desigualdade no meio urbano se deu nas capitais dos estados de Rio Grande do Sul, Paraná, Minas Gerais e São Paulo — exatamente onde se desenvolveu a cultura funk com valorização da materialidade e consumo (Ibid. p. 86).

Se, durante o governo de Fernando Henrique Cardoso (jan. de 1995-dez. de 2002), o percentual de brasileiros vivendo abaixo da linha da pobreza absoluta⁵ praticamente se manteve estável, variando entre 35%, em 1995, e 34%, em 2002, entre os anos de 2003 e 2008, parte do período em que o ex-metalúrgico e ex-líder sindical Luiz Inácio Lula da Silva esteve à frente da presidência, este índice foi reduzido de 36% para 23% (SINGER, 2012, p. 131). Para André Singer (2012), o aumento na renda de cerca de 20 milhões de pessoas “representou, na prática, uma elevação ainda maior da possibilidade de consumo” (Ibid, p. 132). Ainda segundo Singer, a expansão da concessão de crédito de 25%, em 2003, para 45%, em 2010, permitiu o aumento do padrão do consumo “dos estratos menos favorecidos [da sociedade brasileira.” (Ibid. p. 12).

Na mesma linha, Walquiria Leão Rego e Alessandro Pinzani (2014) observam que a facilitação da concessão de crédito para que a população pudesse consumir produtos em lojas e mercados foi uma das principais tônicas do início do século XXI. Segundo os autores, o crédito foi interpretado pelas camadas mais pobres da sociedade para além do valor econômico, abrangendo sentidos de dignidade e cidadania. Nos debates sobre teoria econômica sobre o assunto assume-se que o dinheiro é um “fator de garantia, de confiança, [que] se torna um elemento sociopsicológico extremamente forte, com um caráter quase religioso, sobretudo para os deserdados e os pobres” (Ibid. p. 208). Assim, o acesso ao crédito por uma parcela da população não é analisado pelos pesquisadores somente como uma variável financeira, mas, sobretudo, como uma variável social, capaz de engendrar novos hábitos de consumo.

Surgido nos bailes da pesada do Canecão, na década de 1980, e depois exportado para

⁵ André Singer esclarece que a expressão “percentual da população vivendo abaixo da linha pobreza” diz respeito aos cidadãos com rendimento inferior ao “valor de uma cesta de alimentos com o mínimo de calorias necessárias para suprir adequadamente uma pessoa, com base em recomendações da Organização das Nações Unidas para Alimentação e Agricultura (FAO) e da Organização Mundial de Saúde (OMS)”. Cf: SINGER, 2012, p. 131.

os subúrbios e morros cariocas como adaptação das letras de música e do arranjo musical do estilo funk norte-americano (ESSINGER, 2005), o gênero musical funk foi colocado no centro do debate público, durante o verão do ano de 1992, em razão da veiculação constante de notícias sobre a ocorrência de arrastões nas praias da zona sul. Nesse processo, as “galeras”⁶, em sua maioria adolescentes negros, oriundos das favelas, foram associados à prática de crimes em uma campanha midiática que colocou o pobre, o funkeiro e o bandido como termos sinônimos.

Micael Herschmann e Hermano Vianna, referências para o estudo da cultura funk, não negam a existência da violência neste universo, mas atribuem a ela a função de moldar novas expressões e relações entre aqueles que frequentavam os bailes. Ancorado em trabalho de campo, Herschmann analisou a conformação de identidades em um período de fragmentação⁷ social frente à homogeneização cultural provocada pela globalização na década de 1990 (HERSCHMANN, 2005, p. 29). Vianna, em estudo etnográfico, demonstrou, por sua vez, que o funk não compunha um cenário de homogeneização cultural, mas de produção de uma forma autêntica de pensar a sociedade em conformação no Rio de Janeiro nas décadas de 1970 e 1980 (VIANNA JÚNIOR, 1987, p. 62).

Até então centro de produção de grupos de rap, como Racionais MCs, em São Paulo o funk adquire, após certo tempo, um novo formato, que realoca o seu eixo temático. De letras que inicialmente se constituíam como paródias de músicas estrangeiras à descrição da vida nas comunidades do Rio de Janeiro e da Baixada Santista, incluindo questões como o comércio de drogas ilícitas e de armas, em São Paulo, na zona leste, há a alteração do conteúdo das letras e das ideias ali contidas, que passam a gravitar fortemente em torno de outra realidade. Porém, esta repaginação do funk em São Paulo não é total e exclusiva ao gênero pois, a característica técnica fundamental do funk carioca, a batida eletrônica feita pelo DJ, de 130 bpm, foi mantida no funk paulista⁸ e a ideia de ostentação atingiu não apenas o

⁶ “Galeras” era o termo utilizado pela imprensa e pelos estudiosos para se referir aos grupos de jovens que frequentavam os bailes funks dos morros cariocas e que passou a ser utilizado, também, para designar os praticantes dos arrastões nas praias da zona sul, região nobre da cidade do Rio de Janeiro.

⁷ Para Herschmann, a ascensão do neoliberalismo na década de 1990 foi propulsora da diversificação das culturas, isto é, para ele, culturas foram criadas com base em questões mais locais, facilmente identificáveis e vividas pelos indivíduos de um determinado espaço. O autor, por exemplo, aborda a ascensão do rap, na periferia paulistana, e do funk, nos morros cariocas, cada um constituído à sua maneira e calcado em referências compartilhadas entre pessoas que habitavam estes locais.

⁸ *Disc-jockey* é o termo em inglês que designa o profissional que produz, reproduz ou executa sons em plataformas analógicas ou digitais. Segundo DJ Byano, em reportagem concedida à equipe do

funk, mas outros ramos musicais do país como o forró e o sertanejo universitário.

Distante de pensar a globalização como fator de padronização em escala mundial dos produtos culturais das distintas sociedades, pensamos a cultura funk como parte das mudanças ocorridas na sociedade brasileira entre o fim do século passado e o primeiro quinquênio deste novo século, o que nos levou a buscar compreender por meio das fontes como o funk acompanhou essas alterações. Entre os anos de 1995 e 2014, identificamos uma modificação nas composições de funk e nas imagens produzidas e reproduzidas por esta cultura: se no Rio de Janeiro e litoral sul de São Paulo, nas décadas de 1990, as letras versavam sobre as condições precárias da vida nas favelas, sobre criminalidade (conhecido como funk Proibidão), sensualidade e sexualidade, na cidade de São Paulo, no fim de 2008, a tônica das composições giravam em torno do consumo, da valorização do luxo e da riqueza. É fato que o funk não era novidade em São Paulo, já que, desde 1995, ano que foi gravado o primeiro CD de funk no estado, bailes funks passaram a ser realizados na Baixada Santista e bailes funks, com DJs cariocas, foram promovidos em festas de luxo na capital nos anos 2000. Porém, é nesta capital paulista, distante das baladas dos Jardins, de Moema, distante dos bailes funks da Praia Grande, do Guarujá, que ocorre uma inflexão na cultura funk que será conhecida como vertente Ostentação.

Ou seja, bem no período em que o sistema financeiro mundial passou por uma de suas piores crises, a crise dos *subprime*⁹, na periferia da periferia do capitalismo a cultura funk

produtor Konrad Dantas — proprietário da empresa Kondzilla, a maior do ramo de filmagens de videocliques de funk — durante a década de 1990 o funk era produzido com base em uma batida eletrônica de 127 bpm (ou seja, 127 batidas por minuto). Contudo, em 1999, é popularizado pelo DJ Marlboro, um dos maiores responsáveis pela difusão do funk no Rio de Janeiro, o ‘Tamborzão’ com 130 bpm (ou seja, 130 batidas por minuto). A partir do uso do equipamento metrônomo é possível medir que as produções de funk em São Paulo durante o período temporal em análise na pesquisa obedecem aos padrões técnicos outrora citados. Em razão disso, a primeira parte do título da pesquisa é “SP 130 BPM”. Disponível em: <<http://www.kondzilla.com/seria-o-funk-em-150bpm-uma-nova-direcao-funk-no-rio/>>. Acesso em: jan. 2018.

⁹Sucintamente, a “crise do subprime” teve início nos Estados Unidos, em 2007, em razão da concessão irrestrita de contratos hipotecários a pessoas físicas sem garantias concretas de liquidação das dívidas contraídas nos bancos. O auge da crise no setor imobiliário ocorreu em 2008 quando, sem a concretização dos pagamentos às instituições bancárias, o valor destas empresas no mercado financeiro despencou, levando, assim, as bolsas de valores norte-americanas, europeias e asiáticas ao colapso (ALTVATER, 2010). No Brasil, segundo a economista Laura Carvalho (2018), a crise financeira, com desdobramentos econômicos, chegou no ano de 2014, sobretudo, pela redução dos preços das *commodities* produzidas pelo mercado brasileiro e comercializadas em bolsas de valores internacionais. Em crise, países europeus, do leste asiático, entre outros, reduziram a compra das *commodities* brasileiras, reduzindo o seu valor no mercado, o que afetou diretamente a economia do país, com a queda do valor das exportações e a queda das taxas de crescimento e de consumo no

deixou de lado a temática do proibido, do ilegal, da pauperidade, e foi em direção à valorização do consumo e da materialidade de valores expressivos, sob domínio de jovens pertencentes a setores sociais historicamente afastados da opulência material e da riqueza econômica. Se até o quarto maior banco de investimentos dos Estados Unidos, fundado no século XIX, o Lehmann Brothers, declarou falência em 2008, com a crise de Wall Street, o que poderia explicar que no extremo da cidade de São Paulo um funkeiro cantasse, na mesma época, “são 5 bancos em São Paulo, nós é da vida loka, melhores perfumes, relógio, tênis e roupa”?¹⁰. É a análise das fontes que permitirá que investiguemos esta questão.

2. As fontes históricas do funk de São Paulo

O corpus documental – duzentas e cinquenta e sete reportagens dos jornais *Folha de São Paulo* e *O Estado de São Paulo*, sessenta e cinco videoclipes, setenta letras de música, cinquenta e duas dezenas de imagens, além de quatro documentários e cerca de duas dezenas de reportagens produzidas por veículos de comunicação diversos que tangenciam o tema do funk em São Paulo – será tratado a partir de um viés interdisciplinar em razão da própria constituição do campo da cultura material no Brasil, que se fortaleceu na área da Antropologia. Esta característica metodológica, então, assinala a necessidade do historiador que trabalha com os horizontes metodológicos da materialidade de ampliar seu repertório de leituras, não concentrando seu foco apenas em fontes textuais, mas estabelecendo um diálogo com diferentes áreas do conhecimento humanístico, promovendo o contato entre distintas disciplinas e seus respectivos objetos de conhecimento.

A variabilidade tipológica das fontes desta pesquisa é fruto do debate historiográfico estabelecido há algumas décadas e que foi determinante para o reconhecimento do passado recente como uma arena científica de interesse, e em adição, para a aceitação de novas tipologias de fontes, não apenas fontes textuais, para a pesquisa histórica. Dentre estas novas fontes, Maria Helena Capelato (2014) destaca a importância da análise de artigos e reportagens produzidos e difundidos pela imprensa para a análise do tempo presente, em razão de sua “amplitude de circulação e pela participação relevante em vários âmbitos da sociedade” (Ibid, p. 305). Para a autora, os jornais *Folha de São Paulo*, de propriedade da

mercado interno, além de ter gerado aumento do desemprego e das taxas de miserabilidade da população.

¹⁰ **Olha o kit (parte III)**. MC Dede. GR6. 2010.

família Frias, e *O Estado de São Paulo*, pertencente à família Mesquita, tiveram (e ainda têm) papel fundamental no processo de construção do acontecimento cotidiano e da memória social do país, envolvendo interesses privados, de caráter familiar e patrimonialista, e interesses públicos, de caráter político.

Assim, admitimos o jornalismo como uma prática social que não se desvincula dos jogos de interesses que inclui governantes, empresas, grupos sociais, políticos, econômicos, anunciantes. Portanto, cabe ao historiador questionar estas fontes e criticá-las para compreender como, na realidade, a produção jornalística opera e com quem dialoga. Eleonora de Magalhães Carvalho (2013) aponta que, por conta do desenvolvimento tardio da imprensa no Brasil, os jornais de maior circulação nacional como *Folha de São Paulo*, *O Globo*, *O Estado de São Paulo* e *Zero Hora* foram “direcionados para uma pequena elite urbana” (CARVALHO, 2013, p. 8) e foram concebidos segundo o modelo norte-americano, que pressupõe neutralidade e objetividade, o que, para a autora, já não são mais pressupostos obrigatórios para o jornalista. Carvalho entende que há um crescente processo de politização e partidarização dos jornais brasileiros (e também norte-americanos) e embasa sua tese na análise de editoriais, reportagens veiculados nos principais jornais do país e que, segundo ela, marcam uma posição específica no espectro político e no campo de ação social.

A partir da reflexão de Capelato (2014) discutiremos os posicionamentos difundidos pelos jornais sobre o funk, em sua origem, na cidade do Rio de Janeiro, e sobre o funk e também suas relações com o rap, em São Paulo. Estas visões não abordaram a multiplicidade desta cultura, muito devido ao jogo de interesses envolvidos no processo de estruturação do que deve ser noticiado e de como deve ser noticiado. Contudo, a imprensa é um meio de acesso à vida cotidiana em seus múltiplos aspectos, mesmo com todas as ressalvas feitas, ela “permite compreender como viveram nossos antepassados, não só os ‘ilustres’ mas também os sujeitos anônimos” (CAPELATO, 1988, p. 20).

Ainda segundo Capelato, a questão do conservadorismo da imprensa não se restringe somente a esse meio de comunicação. A sociedade brasileira em seu conjunto é conservadora e, assim sendo, a imprensa exerce uma dupla função ao aproximar ou afastar os leitores-cidadãos de seu conteúdo, forjando a ideia de que todos possam participar do governo. Ao mesmo tempo, o jornal garante, pelas suas relações com as instâncias políticas, que os governantes tenham acesso ao que pensam e como agem os cidadãos governados (Ibid. p. 72).

Assim, portanto, o foco do historiador ao lidar com este tipo de fonte deve-se centrar em um trabalho de crítica interna e externa ao documento, analisando o que é dito nas reportagens, qual é o contexto de escrita daquela matéria, daquela manchete e com quem o jornal está dialogando naquele momento (LUCA, 2005). Desta forma, compreendemos que a construção do funk paulista não se deu a partir da imposição hierárquica e verticalizada de argumentos de um restrito grupo que detinha (e ainda detém) o poder da comunicação, com o objetivo de inferiorizar outro grupo social silenciado e sem força. Há outros elementos neste processo para além de um jogo único de poderes/interesses econômicos e políticos de empresas da mídia hegemônica. Assumir esta ideia como a única verdadeira, além de reduzir as perspectivas de análise sobre uma cultura, polarizaria a sociedade em uma relação entre algozes e vítimas.

Ainda que as mídias jornalísticas devam ser analisadas como um dos agentes constitutivos do fenômeno que queremos analisar, ela também informa sobre diversos acontecimentos sobre os quais não teríamos outro meio de conhecer. Assim, é preciso entender e aceitar que as mídias nos serviram duplamente.

Um uso duplo desse meio de comunicação permite que compreendamos como foram cristalizadas as referências ao funk paulista no período contemplado pela pesquisa, quais foram os recursos visuais, o vocabulário, os argumentos, os dados, os agentes envolvidos na esquematização dos discursos nos jornais *Folha de São Paulo* e *O Estado de São Paulo* sobre esta temática. Ao mesmo tempo, cronologias, acontecimentos e depoimentos dos funkeiros puderam ser coletados dos jornais. Como toda fonte histórica, é preciso saber que a ausência de neutralidade não impede que por meio dela possamos ter uma visão dos acontecimentos.

Para equilibrar a coleta de dados e a parcialidade inerente às mídias jornalísticas, trabalhamos também com as fontes audiovisuais, que permitiram não apenas complementar as fontes jornalísticas, mas refinar a pesquisa, trazendo a perspectiva dos agentes sobre a cultura e, com isso, fornecendo mais recursos para compreendermos a dinâmica da materialidade com os sujeitos e seus corpos. Conforme destaca Marcos Napolitano (2005), estas fontes são novas para o trabalho do historiador e são marcadas pela “tensão entre subjetividade e objetividade, impressão e testemunha, intervenção estética e registro documental” (NAPOLITANO, 2005, 237). Segundo o autor, as fontes audiovisuais possuem sentidos que se assentam em “convenções culturais que permitem a formação de uma rede de escutas sincrônica e diacrônica” (Ibid. p. 259). Por sincrônico, o autor compreende o binômio tempo/espaço de

elaboração de uma produção musical e os locais de circulação dessa produção, o que confere a ela o estatuto de fonte histórica. Já a natureza diacrônica da produção cultural reside na sua capacidade de ser transmitida entre gerações, podendo oscilar as significações que lhes serão atribuídas em cada período histórico.

Situadas entre a objetividade da realidade e a subjetividade de roteiristas, diretores, cineastas, artistas, o desafio do historiador ao trabalhar com estas fontes é equalizar duas decodificações: sendo a primeira decodificação de natureza técnico-estética em que o pesquisador deve questionar quais são os mecanismos específicos mobilizados pela linguagem da TV, da música, do cinema; e a segunda decodificação de natureza representacional, deve analisar os eventos, os processos históricos e os personagens representados na TV, na música e no cinema (Ibid. p. 238). Além destas formas de produção audiovisual, no fim do século XX, desenvolveram-se duas outras formas de produção audiovisual: a pirataria, caracterizada pela cópia ilegal do conteúdo de CDs e DVDs que passaram a ser vendidos, por preços módicos, no comércio informal das grandes e pequenas cidades, e, em segundo lugar, a produção de vídeos caseiros, feitos de forma independente do circuito comercial tradicional, e que depois foram sendo profissionalizados e difundidos ainda de forma gratuita, embora monetizados pelos sites onde eram postados.

Isto significa dizer que, em sites como YouTube, o internauta tem acesso a vídeos de forma gratuita, porém cada visualização que ele faz é revertida em dinheiro para a produtora do vídeo e para a proprietária do canal onde foi postada a produção, processo chamado de monetização. A monetização garante o lucro, que é dividido entre produtores, cantores e empresários do cenário funk paulista. À margem desse sistema, a pirataria não garantia nenhuma margem de lucro para a cadeia produtiva do funk, a não ser para as pessoas que vendiam diretamente os produtos pirateados ao público. Na realidade, a pirataria era potencialmente benéfica como forma de divulgação do trabalho, mas financeiramente era negativa, significava um prejuízo, já que não era capaz de gerar a renda necessária para cobrir, por exemplo, os custos de produção de um álbum como aluguel de um estúdio, pagamento de engenheiro de som, pagamento de instrumentistas, DJs, entre outros. Ainda, não era certo que a divulgação do álbum pirateado garantiria a contratação futura de shows do artista.

Novamente, então, o funk paulista pode ser entendido como um dos agentes responsáveis pelo processo histórico de mudança das formas de reprodução de trabalhos artísticos. Conforme aponta Stephen Witt (2015), do final da década de 1990 até a segunda

década do século XXI, a indústria musical passou de um momento de substituição de LPs (*long plays*, ou disco de vinis que eram tocados em grandes aparelhos, as vitrolas), para a compactação de músicas em formato de CDs (*compact disc*, que poderiam ser reproduzidos em computadores, discman, eletrosystem). Contudo, estudos realizados na Alemanha, em 1997 (Ibid. p. 15), compactaram ainda mais as produções fonográficas graças à criação da música MP3, que poderia ser armazenada e consumida de forma gratuita em sites, reproduzidas em aparelhos pequenos, que cabiam em um bolso (os *MP3-players*), ou poderia ser gravada em CDs e vendida nas ruas e praças das cidades, ambas, configurando portanto, pirataria. Para superar a crise das gravadoras multinacionais por causa da queda das receitas obtidas pelo comércio de CDs, criaram-se sistemas de *streaming*, ou seja, sites que armazenam as músicas que podem ser reproduzidas centenas de vezes pelo usuário desde que ele pague uma quantia muito pequena para manter sua *playlist* atualizada e sempre disponível sem ocupar memória de seu smartphone com download de arquivos mp3 de sites que podem conter vírus e *spyware* que danificam o aparelho. Em síntese, segundo Witt,

à medida que artistas e gravadoras procuravam novas fontes de receita, a importância dos vídeos virais, dos direitos de edição, dos serviços de streaming e dos circuitos de turnês e festivais aumentava cada vez mais. Em 2011, pela primeira vez desde a invenção do fonógrafo, os americanos gastaram mais dinheiro com música ao vivo do que com música gravada. Em 2012, as vendas de músicas no formato digital na América do Norte ultrapassaram as de CDs. Em 2013, as receitas geradas pela assinatura e pela venda de anúncios dos serviços de streaming pela primeira vez ultrapassaram 1 bilhão de dólares. As indústrias criativas agora lutavam para obter acordos de licenciamento para o streaming de mídia. A Apple comprou o Beats, pagando a Dr. Dre e Jimmy Iovine mais de 500 milhões de dólares cada. O Google Play entrou em cena. Spotify, Rhapsody, Deezer, Rdio e Pandora tiveram crescimento de dois dígitos. Foi travada uma verdadeira guerra de lances pelo direito de streaming dos catálogos do Led Zeppelin e dos Beatles. Na vanguarda estava o Youtube Vevo, com cinco bilhões de visualizações por mês e crescimento de 50% por ano (WITT, 2015, p. 82).

Como afirmamos anteriormente, o funk paulista não esteve alheio a esse processo. Foi por meio da Internet que cantores puderam gravar, editar, produzir, postar e divulgar suas músicas de funk, disponibilizadas ilegalmente em sites e programas como o Emule e vendidas em bancas de comércio popular pela quantia de até R\$10. No entanto, em um segundo momento, estas músicas passaram a ser difundidas em sites como AppleMusic, Spotify,

destacando-se o YouTube que era uma plataforma audiovisual, ou seja, além de música, também poderiam ser postados e visualizados vídeos. E foi por meio da gravação e compartilhamento de videoclipes coloridos, com cortes de cena acelerados, com carros de luxo, mulheres, bebidas, que a produtora KondZilla, de propriedade do santista Konrad Dantas, se estabeleceu no mercado audiovisual e divulgou a cultura funk para todo o país.

Os artefatos, assim, constituíram-se como fatores elementares de identidade de grupo, mas não só. A canção “Megane”, de MC Boy do Charmes, é um dos exemplos de como foi em torno de elementos concretos e não de sentimentos ou abstrações que se elaborou essa cultura. O próprio título da música, que mencionava o modelo do automóvel da montadora francesa Renault avaliado em 40 mil reais, já destacava os objetos de consumo preferidos do funk em São Paulo, assim como o videoclipe (Figuras 1):

Nosso bonde assim que vai
É Euro, dolar e nota de 100
Mas se os manos são do bom
Bota um Puma Disc que hoje tem baile
To com cordão de ouro e vai no pulso um Authblaint
Cheiroso pra caralho, eu tô de Armani ou de Ferrari
Quando eu subir no camarote, lá vou encontrar os irmão da zona sul
Na nossa mesa, só Absolut e Red Bull
Tô rodeado de mulher,
Rio de Janeiro ta susu, ta susu, ta susu
Quando eu descer pra outra balada,
Chego lá meu bonde e esse, pode crer
É o bonde só dos lok, é os loucos procede
Tô descendo a 100 por hora, cheio de mulher
To de rolê, tô de rolê, só tu viver
Imagina eu de Megane ou de 1.100
Invadindo os baile, não vai ter pra ninguém¹¹

¹¹ **Megane.** MC Boy dos Charmes. Link Records. 2011.





Figuras 1 - Cenas do videoclipe “Megane”, de MC Boy do Charmes. Este foi o primeiro vídeo de funk dirigido por Konrad Dantas e o segundo de sua carreira como diretor. O primeiro videoclipe de Dantas foi a gravação e produção de sua própria música rap que não alcançou sucesso. Direção: Konrad Dantas. Produção: KondZilla. Reprodução: YouTube. 2011.

A letra e o videoclipe desta canção introduzem elementos que não constituem apenas um cenário, uma ambientação para um roteiro. Além dos carros, há a exaltação da presença de mulheres e a ostentação dos bens de luxo como o cordão de ouro; a moto de modelo Kawasaki, da fabricante japonesa Honda; o carro modelo Veloster, da fabricante sul-coreana Hyundai; as roupas das marcas norte-americanas Oakley, Tommy Hilfiger e a francesa, Lacoste; o perfume italiano Armani e Ferrari, o relógio da marca alemã Authblaint. Estes artefatos são fundamentais para a afirmação da ostentação e, com exceção, das mulheres, de quem falaremos mais detidamente no capítulo 3, operam como próteses motoras que resultam, quando em contato com os corpos de MC Boy do Charmes e dos demais personagens do clipe, em uma síntese corporal, algo único, que não imprime nenhum tipo de reprodução imatura de outras culturas, conforme a argumentação de Jean-Pierre Warnier (1999). A aquisição desses objetos no mercado de consumo, portanto, não constitui apenas um ato de fruição, uma forma irreflexiva de consumo, mas um componente social e um componente de motricidade importante de pertencimento de grupo e que vai para além disso, conforme abordaremos no decorrer da dissertação.

É a partir do procedimento de cotejamento de artigos de opinião, crítica, análises de obras que, então, poderemos perceber “como foram produzidos os sentidos sociais, culturais e

políticos a partir da circulação social da obra e de sua transmissão como patrimônio cultural coletivo.” (NAPOLITANO, 2008, pp. 259-260). Por exemplo, para que vídeos de funk paulista fossem amplamente visualizados no YouTube, foi necessário que muitas pessoas tivessem acesso à Internet em suas residências. A Internet no Brasil não é gratuita, na verdade ela é uma das mais caras do mundo. Em razão disso, não está presente em todos os lares do país. Além disso, o YouTube contabiliza apenas 1 visualização por pessoa cadastrada no site, ou seja, mesmo que uma pessoa veja o mesmo vídeo cem vezes, o sistema do site só contabiliza uma única visualização. Então, a partir destes pressupostos, como explicar, pela análise das fontes, que os vídeos de KondZilla atingiram marcas de 1 milhão, 2 milhões de visualizações em 15 dias, um mês?

Aqui, novamente, ressaltamos a necessidade de se trabalhar com as fontes jornalísticas, em parceria com as fontes audiovisuais. São elas, em conjunto e interseccionadas, que irão nos auxiliar a responder questionamentos sobre as variáveis de circulação das produções audiovisuais do funk paulista, sobre a produção dos corpos, as disparidades de gênero e os processos históricos em andamento. Há elementos presentes nas fontes audiovisuais que levantam problemáticas que só podem ser respondidas pelas fontes jornalísticas e vice-versa e estas análises só podem ser realizadas, então, por meio da crítica das fontes e de seu uso com critérios de natureza conceitual e metodológica.

3. A metodologia de análise

O primeiro conceito a ser esclarecido nesta pesquisa é o de Cultura Material. Temos que, com base em Ulpiano Toledo Bezerra de Meneses,

Por cultura material poderíamos entender aquele segmento do meio físico que é socialmente apropriado pelo homem. Por apropriação social convém pressupor que o homem intervém, modela, dá forma a elementos do meio físico, segundo propósitos e normas culturais. Essa ação, portanto, não é aleatória, casual, individual, mas se alinha conforme padrões, entre os quais se incluem os objetivos e projetos. Assim, o conceito pode tanto abranger artefatos, estruturas, modificações da paisagem, como coisas animadas (uma sebe, um animal doméstico), e, também, o próprio corpo, na medida em que ele é passível desse tipo de manipulação (deformações, mutilações, sinalizações) ou, ainda, os seus arranjos espaciais (um desfile militar, uma cerimônia litúrgica). (MENESES, 1983, p. 112).

É este o conceito de fundo que vai alinhar todos os demais conceitos operacionalizados ao longo da pesquisa como campo *habitus*, tecnologia de gênero e síntese corporal utilizados por autores como Pierre Bourdieu, Teresa de Lauretis e Jean Pierre Warnier.

Por meio dos referenciais bourdesianos o funk em São Paulo pode ser compreendido como um *campo* com um determinado *habitus*. O primeiro conceito, *campo*, designa um universo intermediário entre o macrocosmo global e o microcosmo local composto por agentes e instituições específicos que produzem, reproduzem e refratam as demandas externas e internas da sociedade (BOURDIEU, 2004, p. 22). O segundo conceito, *habitus*, diz respeito às disposições sócio históricas adquiridas pelos agentes que podem levá-los a integrar ou se opor às forças existentes no campo e são, simultaneamente, “estruturas estruturadas” e “estruturas estruturantes” à medida em que são indutoras sem deixar de possibilitar a criação de novas condutas, valores e sentidos (BOURDIEU, 1989).

Com estes conceitos, gestados em reação ao estruturalismo levi-straussiano, Bourdieu colocou em destaque a capacidade criativa dos agentes não como fruto de um inconsciente ou de um espírito universal, mas sim de um hábito, ou seja, de práticas vividas e conhecimentos apreendidos pelos sujeitos e instituições que integram o *campo* (Ibid. p. 61). Desta forma, fatores como vivência escolar e familiar, experiências do dia-a-dia, em conjunto e em interação, moldam as regras dentro do *campo* (BOURDIEU, 2015, p. 78). São estas regras, então, que são internalizadas pelos sujeitos e que conformam o *habitus*, que será o principal conceito trabalhado na dissertação.

Aplicados ao nosso objeto de estudo, o funk paulista, podemos entendê-lo como um *campo*, isto é, um espaço de sociabilidade composto por indivíduos que compartilham o apreço por esta cultura ou que são os responsáveis pela produção desta cultura. A maneira como estes indivíduos se comportam, se vestem, se comunicam, constitui um *habitus* conformado a partir da educação formal, do aprendizado com os familiares, da relação com os vizinhos, e da forma como enxergam e se apropriam de determinadas características de outros *campos*. Ou seja, a forma como os agentes do funk paulista se apropriaram de elementos externos ao seu próprio estilo de vida e com estes elementos constituíram relações que, por sua vez, conformaram seu próprio estilo de vida, portanto, seu *habitus*.

Nesta perspectiva, reiteramos nosso afastamento da ideia de que um segmento social imitou outro. Mesmo operando com dimensões materiais muito próximas ou semelhantes, o

indivíduo não perderia a sua capacidade de se diferenciar como sujeito. Preocupado com a alteridade individual, o antropólogo Jean-Pierre Warnier (2003) entende que é na diversidade de combinações de repertórios materiais (para ele “próteses corporais”) que cada sujeito (entendido como corpo no mundo) se distingue do outro. O autor dá o exemplo do consumo de um lanche comercializado por uma grande rede de *fast food*: para ele, comer um McChicken em Paris, na França, não é a mesma coisa que comer o mesmo McChicken em Jacarta, na Indonésia. Ou seja, não ocorre uma homogeneização cultural como consequência da aquisição do lanche em uma filial do McDonald’s localizada na Europa ou na Ásia. São experiências diferentes, em locais diferentes e em situações diferentes. Para Warnier, os indivíduos se apropriam dos artefatos que estão ao seu alcance a partir de seus referenciais e dos referenciais de sua comunidade.

No entanto, trazer a materialidade como elemento constitutivo das relações sociais requer cuidados. Ulpiano Bezerra de Meneses (1998) ressalta que os artefatos são dotados apenas de propriedades físico-químicas e que a atribuição de sentidos, de funções ou de forma é feita pela sociedade ao se apropriar desses artefatos ou ao discorrer sobre eles. Portanto, é sempre no contexto de interação social que a materialidade deve ser compreendida: seja em seu circuito de produção, de circulação, de consumo e/ou de descarte (MENESES, 1998, p. 91). Nessa perspectiva, acreditar que um grupo sociocultural emula outro quando aquele se apropria do repertório material deste, significaria colocar nos objetos e não nas relações sociais a capacidade de produção de sentidos.

Esta premissa é muito cara à pesquisa, sobretudo para a análise de matérias jornalísticas em que há associação entre artefatos, comportamentos e funk, funkeiros, funkeiras. Um exemplo disso é a matéria da *Revista da Folha*, de fevereiro de 2001, que atribui o uso de “tops justíssimos, calças ou microshorts apertados, (...) piercing no umbigo (...)” pelas “cachorras” e “popozudas” à vontade de atrair os olhares masculinos e à expressão da sexualidade nos bailes funks¹². Dado que a única característica dos artefatos é sua constituição físico-química, conforme apontado por Ulpiano, associações feitas entre roupas curtas e justas ao corpo a impulsos sexuais masculinos pode parecer apenas uma construção retórica, mas possui, na verdade, um embasamento em noções historicamente constituídas.

Gilda de Mello e Souza (1987), por exemplo, assinala que foi no século XIX que as roupas femininas passaram a ter um novo significado: segundo a autora, nesse período, de

¹² Funk Fake. *Revista da Folha*. 25 fev. 2001. pp. 7-8.

conformação da vida burguesa, o casamento se tornou o único meio de aquisição ou manutenção de status econômico e social para as mulheres. Para a concretização destes matrimônios era, então, necessário que esta mulher se vestisse de maneira atraente para conquistar um bom marido. É provável que deste período decorra, então, a ideia de que uma mulher se veste para atrair os olhares masculinos, mesmo em um contexto histórico distinto do século XIX, como indicaram outros estudos (MONTGOMERY, 1998; CARVALHO e LIMA, 2005; CARVALHO, 2008;). Portanto, a qualificação de roupas como “elegantes”, “chamativas”, “feias”, “bonitas” é também um processo social que depende mais dos valores de uma dada comunidade, do que de suas propriedades inerentes como sua constituição química.

Apesar da historicidade dos artefatos, que sofrem rupturas e permanências de significações conforme a conjuntura social em que estão inseridos, a Cultura Material se desenvolveu à margem da disciplina de História. Destacadamente na Antropologia, foram desenvolvidos estudos que, conforme destaca Daniel Miller, ressaltaram a importância da materialidade partindo de um olhar não fetichizante, destacando que a materialidade não se caracterizaria como uma superestrutura separada dos mundos sociais. Em seus estudos recentes, Miller tem se pautado na ideia da “diversidade de mundos materiais que se tornam contextos uns dos outros, ao invés de circunscritos a modelos sociais previamente propostos” (MILLER, 2003, p. 3). Além de Miller, os autores Alfred Gell (2007), Carolyn Sargentson (2008), Bruno Latour, (2008) Jean-Pierre Warnier (1999; 2003), Ulpiano Bezerra de Meneses (1998) e Nicole Boivin (2011) vêm demonstrando em estudos de caso, como a materialidade deve ser compreendida como agente, isto é, como elemento ativo na rede de relações sociais.

Este horizonte de reflexão fornece subsídios para se atingir o objetivo desta pesquisa que é demonstrar uma nova relação entre sujeito-objeto na cultura funk paulista. A partir disso, pensaremos como se daria esta articulação entre corpos e artefatos no processo de estruturação de novos sujeitos e quais seriam as divergências ou convergências com relação à esta articulação entre os diferentes gêneros, isto é, entre o masculino e feminino. Para Warnier (1999),

Essa síntese [corpo-objeto] é o resultado de aprendizagens que prosseguem e dialogam ao longo de toda a existência. Ela atesta uma grande variabilidade individual, cultural e social, sempre garantindo a continuidade do sujeito em sua relação com o ambiente. Ela se dilata e retrai alternadamente para integrar múltiplos objetos (automóvel, utensílios domésticos, vestuário,

esportes) nas condutas motoras do sujeito. (Ibid. pp. 16-17)¹³.

Esta integração dos objetos, a que se refere Warnier, caracteriza-se, na realidade, pela internalização da dinâmica do objeto à conduta motora do indivíduo. Tal postura nega o tratamento dissociado entre o ser humano e a sua materialidade pois, na teoria do antropólogo, o indivíduo “cria um corpo com o objeto”¹⁴. Nesse processo, a maneira como homens estabeleceram a *síntese corporal* entre seus corpos e os artefatos de seu repertório material (carros, motocicletas, bebidas, correntes de ouro) se deu distintamente da síntese corpo-objeto realizada pelas mulheres do funk paulista. Isto porque, como veremos adiante, a lógica operante que ordenava a construção dos corpos masculinos e femininos era androcêntrica. A relação, portanto, era desigual e a questão da construção material da sexualidade foi o ponto central que permitiu analisarmos essas disparidades.

Warnier demonstrou a operacionalidade de seus conceitos por meio de um estudo etnográfico realizado no atual Congo, ex-Congo Belga, com o grupo dos Sapeurs, membros da Société des Ambianceurs et des Personnes Élégantes (La SAPE, em português: Sociedade dos criadores de ambientes e pessoas elegantes). Warnier analisou de que forma homens, de classes baixas, adotaram uma nova forma de se vestir a partir da aquisição de roupas e acessórios de alto custo, na Europa, em um contexto político de fins da década de 1970, marcado pela ditadura de um líder de nome Mobutu que restringia, inclusive, as roupas os congolezes poderiam vestir. Os integrantes deste grupo, buscando resistir visualmente às ordens impostas, adotaram não apenas uma nova maneira de vestir, mas a ela associaram novas maneiras de caminhar pelas ruas, como se comportar socialmente, de realizar a própria higiene - todos estes comportamentos orientados por um novo repertório material que resultou na reconstrução corporal desses homens.

A partir da noção de técnicas do corpo e de “Homem total” de Marcel Mauss, de 1934, o antropólogo Warnier procura compreender o fenômeno dos Sapeurs para com isso demonstrar como a cultura material e nossa relação com ela torna-se um meio de se tornar sujeito na história. Os Sapeurs construíam uma *síntese corporal* com seus objetos e com isso

¹³ No original: “Cette synthèse est le résultat d'un apprentissage qui se poursuit et dialogue tout au long de la vie. Il témoigne d'une grande variabilité individuelle, culturelle et sociale, toujours empêchée d'hériter du sujet dans sa relation à l'environnement. Il se dilate et revient alternativement pour intégrer des objets (automobiles, accessoires ménagers, vêtements, équipements sportifs) dans les conduits moteurs de l'individu.”

¹⁴ A expressão original em francês é “Faire corps avec l'objet” que pode ser traduzida também como “Tornar-se um objeto”, dá título à primeira parte do livro de Jean-Pierre Warnier (1999), onde ele introduz sua concepção de cultura material, adotando uma nova perspectiva com base nos trabalhos de Marcel Mauss (1934).

conseguiram construir a si mesmos, tanto individualmente, quanto coletivamente. Sucintamente, para o antropólogo, há um processo de incorporação da dinâmica dos objetos (como ternos coloridos, bengalas, sapatos engraxados, uso de anti-histamínicos para clarear a pele) à dinâmica motora dos sujeitos, fundamental para sua própria subjetivação. Não há reprodução alienante ou simples cópia da moda europeia e sim a criação de uma forma original de se constituir novos corpos dentro de um grupo.

É importante salientar que o trabalho de Warnier sobre os Sapeurs integra um debate antropológico do mundo francófono estruturado no fim da década de 1980 envolvendo as pesquisas de Justin-Daniel Gandoulou (1989), Jonathan Friedman (1994), James Ferguson (1999), Didier Gondola (2010) e outros pesquisadores. A partir de pesquisas de campo realizadas no Congo-Brazzaville, cada um dos autores estabelece uma tese sobre o fenômeno social. Gondola, por exemplo, aponta que La SAPE é um movimento que atrai, sobretudo, jovens congolezes que desejam se integrar à sociedade moderna em meio a um contexto terceiro-mundista em que a ida a Paris era uma espécie de rito de passagem para a maturidade. Friedman, por sua vez, compreende que os sapeurs não são exemplos de um processo de americanização, nem de europeização, mas sim uma forma de canalização de antigas tradições em novas práticas, que tem como objetivo a conquista do prestígio social. Já Ferguson argumenta que não são nem as estruturas sociais e nem somente as escolhas pessoais dos sujeitos que explicam o fenômeno da *Société des ambianceurs et des personnes élégantes*. Para ele, há um hibridismo entre tradição e modernidade que conforma performances que moldam as identidades dos indivíduos do grupo.

Gandoulou, em outra direção, é um dos únicos autores a tratar o legado colonial francês do século XIX como uma variável central para a constituição da La SAPE. Segundo o autor, o ritual social dos Sapeurs é uma estratégia de ex-colonizados para superar a exclusão social e, assim, a Sociedade representa muito mais um movimento que expressa tensão entre colônia e ex-colônia do que uma excentricidade. Entretanto, o debate entre antropólogos têm sido alvo de críticas de autores africanos que sublinham que a violência do processo colonial, com rígida coerção social, fomento de conflitos entre grupos locais, espólio de recursos naturais calcado na exploração e miséria da população foi obliterado das análises acadêmicas, inclusive do trabalho de Warnier.

Compreendemos a importância das críticas para o avanço da compreensão sobre o fenômeno La SAPE com base nas argumentações estruturadas pelos sujeitos que objetivam

descolonizar o pensamento e a interpretação de suas histórias a partir de seus próprios referenciais. Porém, apesar de não tratar do processo colonial na conformação das sociedades africanas no período pós-independência, a análise feita por Jean-Pierre Warnier (1999) fornece um instrumental metodológico importante para percebermos como o funk paulista se constitui por meio de artefatos e dos corpos de homens e mulheres. A esse instrumental metodológico foi imprescindível associar uma literatura sobre gênero e interseccioná-la com os conceitos propostos por Warnier.

Nossa compreensão da categoria gênero vai em direção ao que argumenta Teresa de Lauretis (1984; 1994). Para quem o gênero é fruto de diferentes tecnologias sociais como o rádio e a televisão. Incluiremos no escopo do conceito *tecnologia de gênero*, desenvolvido por Lauretis, as reportagens dos jornais sobre o funk paulista e também os videoclipes produzidos e postados na Internet. Os videoclipes, tidos em nosso entendimento também como um artefato (MILLER, 2018), não simbolizam uma visão sobre os gêneros, eles atuam como uma ferramenta de construção do corpo da mulher e do corpo do homem por meio de códigos específicos. Partindo de uma matriz foucaultiana, Lauretis argumenta que a sexualidade é um constructo cultural, ou seja, há uma tecnologia sexual que opera de modo a produzir discursos sobre os gêneros. Estes discursos estão presentes nos videoclipes e, portanto, no repertório material que as imagens exibem e no modo como exibem. Nos videoclipes as mulheres são sempre apresentadas ao lado de homens e em meio a cenários masculinos, isto é, espaços com carros de luxo, piscinas, mansões. Isto não significa dizer que elas sejam passivas, não tenham agência, porém a possibilidade de ação dos corpos femininos em prol desses sujeitos é agenciada pelos homens para promovê-los e assegurá-los, conforme discutiremos nas páginas que se seguem.

Colunas em jornais como a de Gilberto Dimenstein, publicada em março de 2001, que relacionam os bailes funks à realização de atos sexuais grupais e à disseminação do vírus HIV entre jovens, dando destaque ao fato de que a peculiar situação da mulher no Brasil era marcada pelo “culto ao traseiro, ultrapassando o limite do mau gosto (...)”¹⁵, revelam o quanto se faz necessário transcender interpretações que associam o fenômeno funk à noção de incivilidade. Com base na análise de documentos é possível percebermos o funk de maneira mais complexa, em que a sexualidade oferece uma chave interpretativa mais produtiva do que

¹⁵ DIMENSTEIN, Gilberto. Dia Internacional da Popozuda. 11 de mar. 2001. **Folha de São Paulo**. p. C12.

o simples julgamento moral.

Historicamente, fomos erroneamente habituados a pensar de forma a concentrar nossos olhares na ação humana, no ato de agir, obliterando, desta forma, a dimensão física e a dimensão temporal que norteiam as ações sociais. Em resposta a isso, a perspectiva de agenciamento na análise da materialidade permitiu romper com os binômios ativo-homem/passivo-objeto, realocando o eixo de forças entre homem e objeto, em que se restabelece a força motriz das dinâmicas sociais no ponto de contato entre estes dois elementos, ou seja, na relação e não mais em um dos polos do binômio (REDE, 2012). Para clarificar essa compreensão, é válido citar os trabalhos de Nicole Boivin e Bruno Latour sobre agência.

Boivin (2011), em um extenso balanço bibliográfico que abrange estudos de caso desde o período neolítico até os anos 2000 em distintas regiões do globo, destaca que “ideias e entendimentos culturais não precedem, são, antes, estimulados a surgir pelo mundo material e pelo engajamento humano com ele” (BOIVIN, 2011, p. 47)¹⁶. Em um de seus estudos, realizados na região do Rajastão, na Índia, a autora concluiu que o barro utilizado na construção de casas, por conta de suas propriedades moldáveis, permitia que fossem construídas habitações em que os formatos de pisos, a extensão de paredes e as cores fossem facilmente alteradas pelas mãos dos próprios moradores. Diferente do fetichismo, que atribui aos artefatos qualidades independentes das relações sociais, a ideia de agenciamento atribui sentido aos artefatos em determinados contextos relacionais. Assim, o desenvolvimento tecnológico, resultado das relações sociais conformadas no processo de transformação da natureza, seja na fabricação de um Iphone, seja na produção de uma ânfora para armazenar azeite, deve-se a atributos da matéria que possuem poder de ação própria quando em relação com outros elementos e com os homens (Ibid. p. 178).

Na mesma perspectiva, Latour desenvolve, a partir da teoria ator-rede, a hipótese de que a sociedade é fruto da inseparável relação entre os sujeitos e os objetos, que são elementos de uma rede extensa em que todos, tanto humanos, quanto não-humanos, são atores (LATOURE, 2008, pp. 40-42). Para Latour, a autonomia dada ao que se chama “social” impediu que se compreendesse o poder de agência dos objetos. Para ele, se a ação está “limitada, a priori, ao que os humanos ‘com intenção’ e ‘sem intenção’ fazem, é difícil ver

¹⁶ No original: “ideas and cultural understandings do not precede but rather are helping by into becoming, by the material world and human engagement with it.”

como um martelo, um cesto, um parafuso, um gato, um tapete, um jarro, uma lista ou uma etiqueta podem atuar.” (Ibid. p. 106).

Na renovação dos estudos de cultura material destaca-se o esforço de estudiosos franceses em oxigenar com novas perspectivas este campo de estudos. Warnier define cultura como “uma totalidade complexa que compreende as capacidades e hábitos adquiridos pelo Homem em sua condição de membro da sociedade” (WARNIER, 2003, p. 13). O autor considera o corpo em suas análises, compreendendo que a relação que se estabelece entre o homem, o espaço e o artefato é de síntese, ou seja, uma incorporação da dinâmica dos objetos pelo corpo, resultando em algo único e total. Nesta visão, a materialidade seria uma matriz da subjetivação, ou seja, um mecanismo de conformação de sujeitos que interagem com o meio social e cultural não de forma passiva, mas de forma ativa, podendo transformá-lo pela via da cultura material, ou podendo transformar-se, também, por esta mesma via. Neste movimento seriam produzidas também as diferenciações entre homens e mulheres. A cultura material, assim, se caracteriza como a metodologia articuladora de diferentes áreas de estudo, como sociologia e filosofia, extrapolando, portanto, os limites de um estudo puramente historiográfico acerca da constituição da cultura funk em São Paulo e das disparidades de gênero.

Para além da ideia de inferiorização da figura feminina, de sua objetificação ou de seu empoderamento, é preciso entender de que maneira a materialidade possibilitou a construção de um padrão de corpo para as mulheres e homens do funk. Nas letras e videoclipes, muito se destaca a posição social dos homens, sua relação com os objetos, com o corpo adornado com tatuagens, correntes de ouro, enquanto as mulheres têm seus corpos expostos em biquínis ou vestes curtas. Tanto para o homem, quanto para a mulher, a questão da exposição do corpo é fundamental, sendo o corpo também um elemento material, foco de nossa análise. Este corpo é, então, (...) na sua aparente identidade, imobilidade e finitude, um processo, resultado de gestões sociais e culturais, fruto de representações e de imaginário, agente de movimentos, fragmento de desordens (DEL PRIORE, 1995, p. 22).

Ainda segundo Del Priore (1995), o corpo é efêmero e delineado pela História e é este corpo que, ao longo do tempo, incorporou elementos do cotidiano conforme as regras vigentes na sociedade ou em um determinado estrato social ou de grupo. Se, no século XIX, eram os vestidos com camadas, tules, laços, ternos escuros e chapéus os alvos de investimentos, no século XXI é mais intensamente o corpo de homens e mulheres que se procura aprimorar,

modificar, malhar, intervencionar cirurgicamente, tatuar.

Para Joan Scott (1995), o estudo sobre relações de gênero “fornece um meio de decodificar o significado e de compreender as complexas conexões entre várias formas de interação humana.” (Ibid.p. 89). Esta categoria relacional, que para Scott é um conceito político que versa sobre as relações de poder entre os gêneros, permite avançar na compreensão das funções da materialidade na formação das identidades feminina e masculina. As fontes mostram que a construção da figura masculina se dá com base na aquisição e posse de determinados itens, mesmo graficamente, enquanto a construção da figura feminina se dá, sobretudo, pela exibição de seu corpo como um bem, sem necessariamente vinculá-lo às roupas, sapatos, bonés e bebidas luxuosas.

Embora o destaque a objetos de luxo já estivesse presente em composições na metade dos anos 2000, no Rio de Janeiro, como na canção “Um otário pra bancar” do grupo feminino “Gaiola das Popozudas”, em que mulheres cantavam sobre conquistar benesses dos homens nos bailes por meio de seus corpos, a materialidade adquire um novo status nas composições do funk em São Paulo — o que será explorado neste trabalho. Parece-nos necessário fazer um esforço de compreensão do tipo de relação de gênero que se está constituindo no funk paulista por meio da incorporação da dinâmica de certos objetos por homens e mulheres, de maneira distinta daquela que ocorreu no funk carioca nos anos 1990 e 2000.

4. Uma teoria da História (do tempo presente)

Para o historiador, a tarefa de refletir sobre um período da História tão recente é desafiadora, sobretudo pelo fato de muitos profissionais da área ainda considerarem que a proximidade temporal com o objeto afeta negativamente a objetividade da análise. Marieta Moraes de Ferreira (2002) faz um balanço sobre esta questão. Segundo a historiadora, as restrições ao tratamento do tempo presente devem ter em vista que “a capacidade da história de produzir um conhecimento inteiramente objetivo e recuperar a totalidade do passado.” (Ibid. p. 314) já não é mais considerada como epistemologicamente válida. Acrescente-se ainda que a ruptura do passado com o presente foi parte do processo de institucionalização da disciplina no meio acadêmico ocorrida entre fins do século XIX e início do século XX em distintas localidades como França e Brasil, por exemplo. Dito de outra forma, a constituição do ofício do historiador foi fruto de disputas entre aqueles que produziam narrativas históricas

como políticos, literatos, profissionais liberais autodidatas (tais quais bacharéis em Direito) no contexto de estruturação das nações europeias. A condição de ser produzida como uma visão retrospectiva, amparada em um método de análise de documentos textuais, resultou na convicção de que a objetividade da disciplina se produzia justamente pela distância do presente — e foi esta ideia que se difundiu por departamentos de História.

O presente, definido por testemunhos vivos, seria visto, nesta perspectiva, como objeto inacabado e, portanto, os processos políticos, econômicos e sociais não estariam estabilizados e prontos para a interpretação do historiador. Foram os sucessores de Seignobos que procuraram aplicar o método histórico ao estudo de fenômenos sociais contemporâneos. A resistência ao tratamento do tempo presente enfrentou novo desafio com a *École des Annales*, que deslocou o estudo da história eventual para aquela das estruturas (FERREIRA, 2002):

O fundamental era o estudo das estruturas, em que assume a primazia não mais o que é manifesto, o que se vê, mas o que está por trás do manifesto. O que importa é identificar as relações que, independentemente das percepções e das intenções dos indivíduos, comandam os mecanismos econômicos, organizam as relações sociais, engendram as formas de discurso. Daí a afirmação de uma separação radical entre o objeto do conhecimento histórico propriamente dito e a consciência subjetiva dos atores (Ibid. p. 318).

É verdade que, ao valorizar as estruturas, valorizava-se a documentação seriada em detrimento dos testemunhos diretos. O estudo do século XX manteve-se, por isso, restrito devido a barreiras diversas como a dificuldade de avaliar um fenômeno na longa duração e o risco de, com isso, transformar o relato do historiador em relato jornalístico. A análise qualitativa seria retomada somente a partir de 1980, juntamente com a noção de memória teorizada pelo sociólogo Maurice Halbwachs e retomada por Pierre Nora que, ao analisar o processo de rememoração, demonstra que “nós não lembramos as imagens do passado como elas aconteceram, e sim de acordo com as forças sociais do presente que estão agindo sobre nós”.

A valorização de uma história das representações, do imaginário social e da compreensão dos usos políticos do passado pelo presente promoveu uma reavaliação das relações entre história e memória e permitiu aos historiadores repensar as relações entre passado e presente e definir para a história do tempo presente o estudo dos usos do passado [...] O questionamento da crença num passado fixo e determinável, a perda de confiança na quantificação, o abandono de certos objetos históricos ou o

questionamento de noções como mentalidade, de categorias como classes sociais, de classificações socioprofissionais e de modelos de interpretação (estruturalista, marxista, demográfico) fizeram a história, no dizer de Roger Chartier, perder a sua posição de disciplina confederadora das ciências sociais. [...] Todas essas mudanças criaram um espaço novo para o estudo dos períodos recentes, abalando as antigas resistências (FERREIRA, 2002, p. 321-322).

Nesse novo contexto interpretativo, as subjetividades dos testemunhos diretos são vistas não mais como distorções ou inverdades, mas como uma variável da pesquisa, que faz com que a História do tempo presente tenha uma singularidade, um estatuto diferente (Idem, p. 321-324). Diferentemente do jornalista, o ofício do historiador que trabalha com o tempo presente é definido como um trabalho criterioso, metodológico, ancorado em documentação, o que “torna objetivo seu propósito, pretende dar sentido, enquanto que o jornalista é o homem apressado que relata fatos juntados, que acredita entregar a vida em estado bruto, mas que a simplifica e desfigura imediatizando-a em jato contínuo (...)” (RIOUX, 1999. p.123).

É preciso reconhecer, ainda, que há uma maior fragilidade na estruturação das identidades, as movimentações sociais são fragmentadas, porém isso não descaracteriza estas identidades e estas movimentações enquanto objetos históricos. No que tange à presente pesquisa, articular tempo presente e materialidade é uma tarefa complicada, porém, é uma forma importante para que se possa pensar o funk paulista para além das concepções de presentismo, aceleração do tempo histórico e imediatismo, que tendem a reduzir este fenômeno social a um evento casual, datado, sem dimensionar a sua historicidade.

Portanto, esperamos que o horizonte teórico aqui traçado permita-nos pensar o funk paulista como um objeto histórico, como um fenômeno que é parte indissociável de um período particular da História, marcado, por um lado, pela ascensão do neoliberalismo e pela mercantilização de relações e produções sociais e, por outro lado, pela criação e aplicação de políticas públicas que permitiram que classes baixas pudessem adquirir artefatos, até então estranhos aos seus padrões habituais de consumo. Desta forma, com a incorporação de artefatos de luxo ao cotidiano de pessoas de segmentos sociais historicamente alijados de bens materiais, constituiu-se uma relação de motricidade entre estes artefatos e os sujeitos, em que é possível observar diferenciações na produção de corpos femininos e masculinos, como pretendemos demonstrar ao longo dos próximos capítulos.

Para explorarmos todas as problemáticas concernentes à materialidade do funk paulista entre os anos de 1995 e 2014, estruturamos a dissertação em três capítulos. O primeiro capítulo apresenta a trajetória do funk, desde princípios na década de 1970, nos Estados Unidos, e 1980, no Brasil, bem como as transformações ocorridas tanto no funk da cidade do Rio de Janeiro, quanto aquelas ocorridas a partir do momento que esta cultura chega à Baixada Santista, na década de 1990, e à cidade de São Paulo, nos anos 2000. Analisando as semelhanças e disparidades com o funk carioca e a cultura hip hop, , questionamos qual seria a inovação da cultura funk no que tange à incorporação da cultura material, tomando como referência o conceito estruturado por Jean-Pierre Warnier.

O segundo capítulo visa explorar as temáticas do funk paulista, isto é, a criminalidade e, posteriormente, o consumo. Igualmente, neste capítulo, analisamos os agentes do funk paulista, isto é, seus principais cantores, produtores, empresários e a forma de atuação. A análise mercadológica da produção funk em São Paulo permite compreender quais foram as escolhas feitas, quem fazia as escolhas, quais os critérios adotados para estas escolhas no processo de conformação desta cultura. Aproximando a análise da problemática da cultura material, analisamos no contexto dos diferentes agentes a lógica de produção de novos corpos.

O terceiro e último capítulo está centrado na análise das diferenças na constituição dos corpos feminino e masculino a partir da aceção do funk paulista como uma tecnologia de gênero (Lauretis, 1994). Nosso objetivo foi compreender de que maneira a diferenciação dos modos de incorporação de distintos artefatos às condutas motoras afetou distintamente esses corpos. Empreendemos esse esforço de compreensão por meio da análise de três vídeos.

Ao fim da dissertação, apresentamos as considerações finais da pesquisa, articulando as discussões teórico-metodológicas apresentadas ao longo dos três capítulos sobre a história do funk paulista, suas temáticas e seus agentes, a materialidade, a incorporação e a motricidade, a síntese corporal, os corpos e as distinções de gênero sob a perspectiva teórica da História do Tempo Presente. Dessa forma, endossamos a centralidade do repertório material da cultura funk paulista no processo de estruturação de novas subjetividades, novos corpos e novos sujeitos no período que se estende de 1995 a 2014.

Capítulo 1 - Entre mares e morros, entre becos e vielas: a história do funk paulista

“Sexo, briga e funk dividem Rio e São Paulo”: é com esta manchete que, em novembro de 1992, o jornal *Folha de São Paulo* diferenciou os estilos musicais em ascensão nas duas capitais. Segundo a matéria, enquanto o funk no Rio exaltava a sexualidade nas letras e ritmos de suas músicas, os bailes blacks da capital paulista davam preferência à batida agressiva e acelerada, que protestava contra o racismo, a alienação e a pobreza¹⁷. Embora a história do funk em São Paulo se inicie em 1995, com a realização dos primeiros bailes na Baixada Santista (BEZERRA; REGINATO; 2017), é necessário compreender de que maneira o funk e o rap se estruturaram no país.

Segundo a reportagem de Sérgio Torres, do jornal *Folha de São Paulo*, as dinâmicas do rap em São Paulo e do funk no Rio de Janeiro seriam o resultado de diferentes apropriações culturais ocorridas nestes núcleos urbanos: a batida estadunidense do Miami Bass impactou as letras com conotação sexual, corpos à mostra e o ritmo dançante dos bailes cariocas. Já na capital paulista, as composições musicais, inspiradas nos rappers da cidade de Nova York, eram mais extensas, com tom contestatório e de crítica social¹⁸.

Durante a década de 1990, a mídia foi responsável por associar engajamento social ao rap, enquanto o funk foi visto como alienado e violento (HERSCHMANN, 2005, p. 28) — tais associações não foram capazes de entender a complexidade destes estilos musicais e sua ligação com a própria sociedade brasileira daquele período histórico. A compreensão do embate social que o cultura funk paulista provocou, entre os anos de 1995 e 2014, passa necessariamente pela análise das relações do movimento com a sociedade de consumo e pela ascensão de poder de compra de uma classe social em específico. Deste ponto de vista, o fenômeno do funk que passou a ser produzido em São Paulo e também o rap podem ser entendidos como lados de uma mesma moeda. Ambos utilizaram-se do universo das coisas produzidas em massa pela indústria da moda para criar novas identidades, exacerbar divisões de gênero e, destacadamente, conformar novos corpos. Mas, como explicar isso?

O rap e o funk estabeleceram uma conexão que culminou no funk de São Paulo. É, por isso, necessário analisar as trajetórias dessas duas culturas no país. É certo que o funk foi

¹⁷ ANTENORE, Armando. Sexo, briga e funk dividem Rio e São Paulo. **Folha de São Paulo**. 05 nov. 1992. p.4.

¹⁸ TORRES, Sérgio. Funk do Rio prefere linha erótica ao protesto. **Folha de São Paulo**. 05 nov. 1992. p. 8.

marcado por muitas outras vertentes musicais – por exemplo, a *soul music* e o *funky*, além do rap (ESSINGER, 2005). Mas, então, por que destacar nesta investigação unicamente as relações do rap com o funk, deixando de lado as demais vertentes? A razão está na maneira estruturante que o rap e o funk paulista utilizam a materialidade na constituição de algo que vai muito além de uma manifestação musical para se tornar um estilo de vida. Tal relação visceral com as coisas do mundo do consumo é uma marca própria deste fenômeno, o que não ocorreu com os outros estilos musicais que estão nas raízes do funk.

Devido à projeção nacional obtida por meio de suas canções e discos, o grupo Racionais MCs foi o principal grupo de rap explorado nesta pesquisa. A escolha se justifica em razão da clara articulação de questões raciais e de classe em um mesmo discurso (TEPERMAN 2015) e do grupo ter sido uma matriz para os funkeiros de São Paulo. Em adição, os Racionais MCs também introduziram em suas letras referências à cultura material a partir de lógica diferente daquela do funk carioca. A referência que os Racionais MCs e, posteriormente, os funkeiros paulistas fazem ao consumo e à ostentação se estende até 2014, quando o culto ao luxo dá origem a letras e composições com novas temáticas.

Na década de 1990, Hermano Vianna (1990) assinala que os adeptos da cultura hip-hop em São Paulo incorporaram e adequaram os referenciais do hip-hop¹⁹ de Nova Iorque, como estética, música, dança e repertório comportamental, à sua realidade no espaço urbano paulista. Os funkeiros cariocas, por sua vez, criaram um estilo próprio a partir dos referenciais floridenses e praianos. A diferenciação entre as duas culturas estava, portanto, na seleção e nos modos de apropriação dos elementos materiais pelas práticas locais (VIANNA, 1990, pp. 247-248). Para além das diferenças entre o funk carioca e o paulista, pretendemos demonstrar que este último definiu-se por uma relação intrínseca com os objetos de consumo, o que o diferencia das outras culturas.

Para explorar nossa hipótese de pesquisa, levantamos aqui alguns pontos que serão tratados ao longo do capítulo. O primeiro deles diz respeito a como o funk paulista se estruturou a partir da conjunção entre o funk carioca e o rap e de que forma um tipo específico

¹⁹ A cultura hip-hop surgiu em meados da década de 1970, no bairro do Bronx, em Nova York, nos Estados Unidos, entre os latinos, afro-americanos e jamaicanos. Esta cultura urbana engloba o break (dança), o rap (composição musical) e o grafite (arte plástica) e, em São Paulo, se desenvolveu na década de 1980, em encontros realizados por jovens nas cercanias da estação de metrô São Bento. No Rio de Janeiro, o hip-hop desenvolveu-se a partir da exploração e produção de outro ritmo musical, o funk, oriundo da Flórida, localizado na costa sudeste norte-americana e que possuía uma batida eletrônica diferenciada do rap e uma dinâmica urbana distinta da dinâmica nova-iorquina. Estas diferenciações, aproximações serão abordadas ao longo do texto.

de cultura material se expressou no funk paulista. Para aprofundar a análise sobre a história do funk paulista e a cultura material, este capítulo está dividido em seções que abordam temáticas ligadas a (1) diretrizes para a compreensão material do funk paulista, com foco (2) no estudo do rap em São Paulo, do funk no Rio de Janeiro e as conexões com a sociedade brasileira do período. Desta forma, será possível compreender de que modo o funk se estruturou (3) no estado, e destacadamente, na capital paulista.

1. Diretrizes para a compreensão material do funk paulista

As premissas conceituais e metodológicas desta pesquisa partiram do estudo de caso realizado por Jean-Pierre Warnier (1999) entre os Sapeurs, membros da Société des Ambianceurs et des Personnes Élégantes (La SAPE, em português, Sociedade de Criadores de Ambientes e Pessoas Elegantes), no atual Congo, ex-Congo Francês. A partir de estudos feitos por Jean Gondolou em 1989, Georges Balandier, na década de 1950, e Jonathan Friedman, em 1990, Warnier procura compreender a relação que os Sapeurs estabelecem com o consumo do luxo, com a cidade de Paris, “metrópole do culto da elegância” e seus corpos.

1.1. Os Sapeurs

O estudo sobre os Sapeurs compõe a segunda parte do livro *Construire la culture matérielle. L’Homme qui pensait avec ses doigts* (1999), em que Warnier oferece ao leitor dois exemplos (um da sociedade capitalista contemporânea e outro de sociedade tradicional) da aplicação da teoria do grupo de pesquisa *Matière à penser*, em que se procura demonstrar os elos epistemológicos entre matéria, corpo e motricidade, refinando as perspectivas metodológicas já trabalhadas por Marcel Mauss (1934)²⁰.

Mas, quem são os Sapeurs? A pesquisa de Warnier não recua no período histórico para compreender as relações entre a instituição colonial, a sociedade pós-colonial e a estruturação da prática do dandismo no Congo. Esses três elementos se relacionam já que, a origem dos

²⁰ Em “As técnicas do corpo” (1934), Marcel Mauss trabalha a questão de o corpo humano apresentar técnicas e que estas técnicas são transmitidas entre as gerações como modos de carregar um bebê, como correr, como nadar, como se alimentar, como beber água, como consumir, como manter relações sexuais com outra pessoa. Para analisar de que modo é feita essa transmissão de conhecimentos sobre a técnica do corpo, Mauss sugere estudos interdisciplinares que associe à antropologia, também a psicologia, a biologia e a sociologia, única via para se chegar ao que ele denominou como “Homem total”.

dândis congolese remonta ao século XVIII, período em que alguns escravos do Reino do Congo se vestiam à moda dos europeus para poderem trabalhar nos ambientes frequentados pela elite branca. É importante ressaltar que desde o século XV, o Reino do Congo já estava em contato com monarquias europeias, como Portugal, por razões econômicas e religiosas e isto não significava que havia uma relação hierárquica de colonizador e colonizado e/ou de subordinação entre estes reinos. Entretanto, é a partir do último quartel do século XIX, com a Conferência de Berlim (1884) e o processo de repartição dos territórios africanos entre as potências europeias, que a relação entre os habitantes da região de Brazzaville (capital do então Congo francês) e a Europa se altera. Diante do violento processo de colonização francesa, que inferiorizava a população local, o imaginário sobre a capital parisiense se difundiu entre os congolese, sobretudo, da minoritária etnia Bakongo, como referência de elegância, moda e bom gosto.

Na tentativa de recomposição do sistema social drasticamente modificado pela sanguinária colonização (PEREIRA, 2013, p. 15), os movimentos messiânicos e religiosos tiveram papel importante no início do século XX no Congo francês. Na década de 1930, o líder religioso André Matsoua retornou ao seu país, após uma temporada na França, trajando ternos, calças e sapatos, aos moldes da costura europeia que em nada se aproximava dos trajes locais masculinos, para difundir as ideias de seu grupo – Sociétés Amicales des Originaires de l'Afrique Equatoriale Française, (Sociedade amigável de origem da África Equatorial Francesa) – que lutava para liberar o Congo do jugo colonial francês a partir de um lógica que associava enfrentamento político, mobilização social e religiosidade. O movimento fundado por Matsoua (o Matsouanismo) teve repercussão entre outros grupos, que também desejavam a independência do Congo — o que foi concretizado na década de 1960.

A forma de se vestir, de se comportar, de se expressar de Matsoua difundiu-se entre os congolese, muitos dos quais estavam familiarizados com os trajes, os produtos e os alimentos dos franceses, inclusive os de origem parisiense, por terem lutado nas duas guerras mundiais. Entretanto, após a independência do país, o ditador Mobutu assumiu o controle do Congo-Brazzaville, restringindo o uso de peças de vestuário produzidas ou inspiradas na Europa. Papa Wemba, uma figura que já possuía proeminência social em sua vizinhança, por conta de suas constantes viagens à França e suas roupas compradas e confeccionadas na capital francesa, criou um pequeno núcleo, no bairro de Bakongo, em Brazzaville, para resistir às ordens de Mobutu. Este núcleo, que recebeu o nome de La SAPE estruturou-se a partir de

duras regras relativas ao modo de vestir de seus membros, bem como à maneira de praticar a própria higiene. Mesmo diante da situação econômica instável e da condição de miserabilidade difundida entre a população, os Sapeurs empreendem desde então, até os dias de hoje, grandes esforços para se vestir conforme as regras de seu grupo: muitos trabalham por meses para juntar dinheiro para viajar para a Europa, outros deixam de contribuir com o orçamento doméstico para consumir sapatos de grifes famosas e ternos feitos sob medida, que modulam uma composição visual que objetiva a elegância, a harmonia entre as cores e a suavidade na postura.

Ademais, comum a todos os Sapeurs está a forma como estes modificaram (e modificam) não apenas o modo de se vestir, mas a forma de andar e o comportamento em sociedade. Os Sapeurs constroem novos corpos por meio de artefatos como camisas, gravatas, ternos, sapatos de renomadas marcas internacionais como Yves Saint-Laurent, Balenciaga, Gianni-Versace, J. M. Weston, entre outras. Fazendo uso de remédios como Hidroquinona para clarear o tom da pele e para parecerem levemente mais pançudos, os Sapeurs constituíram uma nova síntese corporal²¹ a partir da introjeção da dinâmica dos objetos que utilizavam. Suas vidas passaram a girar em torno da aquisição, manutenção e exibição das peças de luxo que adquiriam. Além do dinheiro investido nas compras, poupado por meio de temporadas de trabalho duro na Europa ou em vilarejos, ou por meio de empréstimos bancários, os Sapeurs dedicam um tempo enorme à limpeza e à organização das roupas, sapatos e acessórios, que são utilizados com complexos critérios de combinação das cores.

Extremamente limpos e deslocando-se com trejeitos que indicam leveza e altivez, os Sapeurs caminham na cidade de Brazzaville por ruas de terra e com esgoto a céu aberto, como se pode observar no conjunto de imagens a seguir, de autoria da fotógrafa Daniele Tamagni (2009). Neste cenário, manter as roupas sem resquícios de pó, lama e terra exige cuidados com a maneira de lavar e secar as peças em quintais de residências sem água encanada, em meio a cozinhas e banheiros improvisados. Depois de secas e passadas, resta armazená-las em invólucros plásticos, em cômodos de moradias de madeira ou alvenaria em condições de miserabilidade, sem acabamento, sem móveis, sem sofás, sem camas.

²¹ Por síntese corporal Jean-Pierre Warnier (1999) compreende a relação entre sujeito e artefato, de modo que os artefatos modelam os sujeitos, de forma inconsciente, por meio da incorporação da dinâmica do artefato à motricidade do sujeito. Abordaremos melhor este conceito teoricamente ao longo deste capítulo e sua operacionalização, no decorrer de nossas análises.

Em encontros que simulam desfiles e disputas pelo reconhecimento do melhor traje, os Sapeurs apresentam-se com coreografias que permitem a exibição das etiquetas de grifes. Aspirantes têm aulas de estilo e comportamento. As cores fortes das roupas contrastam com o cenário da cidade, de tons acinzentados e escuros, em um país em que mais de 40% da população vive abaixo da linha da pobreza²². O uso de charutos, chapéus, óculos de sol, óculos de grau com design diferenciado, bengalas e guarda-chuvas adornadas não são apenas itens triviais da composição visual dos Sapeurs mas, acima de tudo, conformam uma maneira própria de se portar socialmente.



²² Segundo dados do Banco Mundial, do ano de 2011, 46,5% da população da República do Congo, também chamada de Congo-Brazzaville, vive abaixo da linha da pobreza. Disponível em: <<https://data.worldbank.org/country/congo-rep>>. Acesso em: jul./2019.



Figuras 2 - Os Sapeurs, membros de La Sape, em Brazzaville, capital do Congo. Fotografias de Daniele Tamagni que integram o livro *Gentlemen Of Bakongo Book: The Dandies Of Sub-Saharan Africa*, de 2009. Acesso em: ago. 2019.

A partir do estudo dessa sociedade, Warnier (1999) argumenta que o corpo interage com a dinâmica dos objetos, fazendo com eles uma síntese, isto é, não se trata de uma simples instrumentalização do corpo, mas do resultado da interação surge um corpo diferente. Para o antropólogo, as diferenças entre os indivíduos se devem em muito às diferentes próteses materiais que cada um aciona. Se fizéssemos inventários das próteses corporais que cada um constitui ao longo da vida, constataríamos que mesmo aquelas pessoas que poderiam ser muito parecidas não teriam inventários idênticos. É nesse âmbito que os seres humanos se diferenciam ou se assemelham. Como grupo, diríamos que as próteses corporais dos Sapeurs fazem deles um grupo único e com identidade própria. Essa identidade não se resume a um conjunto de ideias sobre si, mas à construção de corpos diferentes a partir de “técnicas de si”, ou seja, do uso de próteses de vestimentas e seus acessórios, medicamentos e performances corporais:

A SAPE é uma técnica de si mesmo, um trabalho de subjetivação que faz com que a pessoa se modifique e que não seja mais a mesma. Torna-se verdadeiramente grande²³, pois não se trata de produzir a imagem ou a ilusão de ser grande, mas de sê-lo (tradução livre) (WARNIER, 1999, p. 109).

1.2. Os Rolezeiros

O instrumental metodológico fornecido por Warnier no estudo dos Sapeurs muito nos ajuda a compreender o grupo dos rolezeiros que estão conectados diretamente à cultura funk paulista. Ao se apropriarem dos bens de luxo, como camisas pólo Lacoste, tênis e bonés Nike e Adidas, óculos de sol de lentes espelhadas Oakley e Juliet, ao valorizarem o corpo franzino tatuado, dançarem de modo peculiar e se deslocarem de suas regiões de origem, nas periferias, para os parques e shoppings das zonas de classe média da cidade, os funkeiros não estão imitando as classes altas e médias que frequentam estes espaços ou consomem marcas de grife, eles estão constituindo novas identidades. Na contramão da crítica tradicional aos bens de consumo de massa, que são vistos como alienantes e homogeneizadores, Miller (2013)

²³ No original: “La SAPE est une technique de soi, une ceuvre de subjectivation, qui fait que l'on change, 'qu'on n'est plus le même'. On devient véellement un grand, car il ne s'agit pas de produire l'image ou l'illusion du grand, mais de l'être.”. Warnier afirma que a produção do eu como ‘grande’, ou seja, como poderoso, reside exatamente no fato dos Sapeurs não terem a intenção de iludirem ou fantasiarem serem quem são, mas sim, de se construírem enquanto indivíduos próprios, a partir de sua subjetivação por meio da incorporação da materialidade. Ou seja, o que faz os Sapeurs “grandes” é a capacidade de conformar algo original, sem imitações.

afirma que as vestes de um sujeito são elementos essenciais porque permitem que estes descubram quem de fato são. Portanto, “faz o maior sentido passar muito mais tempo preocupado com a aparência se é esta que define a pessoa, não um reflexo, mas quem ela é na verdade.” (MILLER, 2013, p. 34).

Mas quem seriam os rolezeiros? Qual a relação que eles possuem com a cultura funk paulista? Antes de definir quem são estes sujeitos e quais relações estabelecem com a materialidade, é importante compreender o que são os rolezinhos. Agendados pela Internet desde fins da primeira década do século XXI, os rolezinhos eram encontros realizados por jovens internautas com seus ídolos virtuais para que artistas e fãs pudessem se conhecer pessoalmente. Em sua imensa maioria, esses ídolos eram jovens que haviam ganhado certa notoriedade na Internet postando vídeos de danças, fotos de festas, roupas e músicas de que gostavam, como o funk. Em dezembro de 2013, porém, em sintonia com as manifestações públicas iniciadas em junho daquele ano e em meio às férias escolares de verão, estes jovens, moradores de periferia, intensificaram a realização dos rolezinhos nas áreas comuns de shoppings centers da capital paulista, espaço de diversão e de consumo²⁴. O que aparentemente era uma atividade trivial, comum em uma cidade que não possui grandes espaços públicos de sociabilidade, tornou-se manchete de jornais e de páginas policiais nas quais se explorava a figura do rolezeiro. Quem eram estes adolescentes? De onde vinham? Por que foram, à revelia de provas concretas, interpretados como ladrões e arruaceiros?

Analisando o adensamento de postagens de fotos em redes sociais nas últimas décadas, Daniel Miller (2018) argumenta que a fotografia é, neste contexto, uma nova linguagem, que teria “um poderoso papel constitutivo na autoprodução da humanidade contemporânea” (Ibid. p. 127). Afastando-se de interpretações que vêem como manifestações egoístas e individualistas a publicação, circulação e consumo de fotos em sites como Snapchat, Facebook, Instagram, Miller defende que as fotografias das redes sociais são parte da comunicação, sobretudo, da juventude. Partindo dessa interpretação, podemos

²⁴ Partimos aqui da ideia de Rosana Pinheiro-Machado e Lucia Mury Scalco (2014). Os protestos de junho de 2013 tomaram as ruas do país com reivindicações sociais e políticas. Este momento da história do país se liga à eclosão dos rolezinhos em que jovens saíram aos shoppings não para protestar, mas para serem vistos e se verem. Nas palavras das autoras, “no âmbito nacional, ao mesmo tempo em que os rolezinhos representam uma continuidade de um processo histórico da exclusão dos grupos populares dos centros urbanos de camadas médias, eles também são fruto de fenômenos recentes, tais como as políticas públicas de expansão do consumo por parte dos grupos populares, bem como a insatisfação dos protestos de junho de 2013 sobre os rumos do desenvolvimento do Brasil.” (Ibid. p. 3).

compreender o universo online, frequentado pelos jovens rolezeiros, como o início, o meio e o fim dos rolezinhos, que saem do mundo virtual e estabelecem ou fortificam relações sociais entre os indivíduos. O poder deste tipo de imagem, então, reside em sua trivialidade, em sua capacidade de retratar o cotidiano e de permitir a criação de vínculos entre pessoas, até então, desconhecidas.

No capítulo 2 trataremos com mais ênfase questões relacionadas ao papel da Internet e do mercado na difusão da cultura funk paulista. Por agora, no entanto, cabe apontar que a pesquisa realizada pelo Instituto Data Popular, em 2013, destacou que jovens até 17 anos de idade correspondiam a 80% dos acessos à rede mundial de computadores e constituíam, assim, a primeira geração online da história do país. A mesma pesquisa também destacou que 54% dos jovens brasileiros costumavam ir ao shopping, ao menos, uma vez ao mês e entre a classe C, este percentual indicava que 8,9 milhões de adolescentes frequentavam recorrentemente estes grandes centros comerciais, não apenas a passeio, mas também para consumir. O aumento do consumo somente do setor de vestuário, para se ter uma ideia mais clara, entre os anos de 2002 e 2013, foi de 68%. Ainda com relação ao vestuário, cerca de 72% dos consumidores da classe C ressaltaram na pesquisa que a marca era um fator importante para comprar ou não um produto²⁵.

Como se vê, diferentemente do que se acreditava, os artigos consumidos pelos rolezeiros e pelos funkeiros não eram, em sua maioria, artigos falsificados ou réplicas de marcas famosas. Em reportagem publicada em janeiro de 2014, no jornal *El país*, a jornalista Mariana Rossi ressaltou que, enquanto 70% das mulheres das classes A e B entrevistadas pela pesquisa do Instituto Data Popular declararam já ter consumido algum produto falsificado, entre a classe C este índice não ultrapassava 50%. A razão para isso, segundo Rossi, estava ligada ao fato de que os sujeitos da classe C acreditavam na “apresentação como forma de diminuir o preconceito”²⁶. Como já argumentado anteriormente, desenvolveremos com mais detalhes estas e outras questões nos próximos capítulos. Porém, neste momento da

²⁵ Em 2002, a classe C consumiu R\$ 51,6 bi em roupas e sapatos. Já em 2013, este valor subiu para R\$ 87, 2 bi. A pesquisa, realizada no ano de 2013 pelo Instituto Data Popular, intitulada ‘O Novo Consumidor Brasileiro’, foi feita a pedido do Banco Credit Suisse, instituição suíça que desejava compreender o perfil de seus novos correntistas brasileiros das classes A e B, e a relação com a classe C e o processo de mobilidade social do país. Os dados podem ser consultados esquematizados online. Disponível em: <<https://pt.slideshare.net/RonyMeisler/9am-datapopular-cs-04022014>>. Acesso em: jan. 2020.

²⁶ ROSSI, Mariana. Os jovens de classe C são os maiores consumidores do país. *El País*. 26 jan. 2014. Disponível em: <https://brasil.elpais.com/brasil/2014/01/26/politica/1390771527_418106.html>. Acesso em: jan. 2020.

argumentação, é necessário que se mencione que os produtos consumidos pelos jovens funkeiros paulistas eram, majoritariamente, originais. Isto era possível, em parte, devido a fatores econômicos, que permitiram que a classe C tivesse acesso a bens de consumo que, até então, não compunham seu *habitus*. A construção da subjetividade, por este grupo, requeria o uso e apropriação de determinados tipos específicos de produtos que poderiam ser comprados exatamente nos locais onde eram realizados os rolezinhos, isto é, os shoppings centers.

Portanto, a realização de encontros entre os ‘famosinhos’ da Internet nos shoppings não eram apenas atos de fruição, mas a prática do consumo de itens de marcas de luxo que eram expostos em vitrines e comercializados nestes locais. Esta hipótese ganha mais consistência se levarmos em consideração que os jovens da classe C, em 2013, concentravam um poder de consumo de R\$ 129 bilhões, ao passo que os jovens das classes A e B, no mesmo período, o poder de consumo era de R\$ 80 bilhões²⁷. Ou seja, estamos tratando de um grupo social pertencente a uma classe média recém-ascendida a este patamar e que detinha poder de compra mais que o suficiente para possuir os produtos que desejava e que, assim, não necessitava recorrer a vias alternativas como a compra de peças falsificadas ou de peças de segunda mão ou reutilizadas, para consumir artefatos de luxo que custavam 200, 300, 400 reais.

Em reportagem do jornal *Folha de São Paulo*, em janeiro de 2014, a jornalista Ana Krepp fez um histórico dos encontros de jovens funkeiros nos shoppings, sublinhando que esta era uma atividade comum entre aqueles que tinham predileção pelo funk e pelo estilo de roupas de marcas, tênis importados, correntes de ouro no pescoço, e que um desses encontros chegou a reunir três mil pessoas em um único shopping da zona leste da capital²⁸. Esta reportagem é importante para nossa análise pois, Krepp altera o tom do discurso com relação aos rolezinhos. Se, até então, as reportagens associavam o funk à prática de furtos e confusões nos corredores dos shoppings, Krepp se desvia desse caminho e lança luzes sobre os jovens dos rolezinhos a partir de uma outra ótica, que destaca as redes sociais, como o Facebook, e coloca os adolescentes como consumidores que “gastam todo o dinheiro que ganham em roupas de marca, parceladas no cartão”²⁹. Krepp não aprofundou questões mercadológicas e econômicas ligadas aos rolezinhos como o uso do crédito. Mas, seu texto foi exemplar por ter sido um dos primeiros a desassociar os rolezinhos de manchetes policiais, expandindo, assim,

²⁷ Ibid.

²⁸ KREPP, Ana. DNA do rolê. *Folha de São Paulo*. 15 jan. 2014. p. C3.

²⁹ Ibid.

as possibilidades de investigação sobre este fenômeno.

O editorial publicado pelo jornal *Folha de São Paulo*, dois dias após a publicação da matéria de Ana Krepp, avançou na interpretação dos rolezinhos e analisou que estes encontros entre jovens eram despreziosos e desinteressados. Expressando a opinião do grupo editorial frente à questão, o texto ‘São só rolezinhos’ destacou que a sucessão de eventos em shoppings revelavam as transformações pelas quais o Brasil estava passando e que as tentativas de punição ou proibição dos rolezinhos poderiam transformar as demandas por divertimento e descontração em manifestações por respeito aos jovens da periferia que frequentavam os shoppings³⁰. Este posicionamento do Jornal visava desvencilhar as associações político-partidárias que poderiam ser feitas com os rolezinhos. Pretendiam também evitar que os rolezinhos, atacados pelas forças de segurança pública e privada, que, por sua vez, contradiziam as leis como o Estatuto da Criança e do Adolescente (ECA), dessem início a protestos em resposta à repressão sofrida pelos jovens.

Com base em Pinheiro e Scalco (2014), não se pode esquecer que, no início do ano de 2014, o país ainda vivia sob a tensão das manifestações que tomaram conta de diversas capitais em junho de 2013 que, condensaram e desestabilizaram forças políticas e avançaram criticamente em direção a empresas do setor de comunicação como o grupo *Folha* e o *Estadão*. Acusadas nos protestos de distorcer notícias e adotar postura parcial diante da descrição dos fatos do cotidiano, os jornais *Folha de São Paulo* e *O Estado de São Paulo* adotaram medidas distintas frente ao questionamento de sua credibilidade na produção de conteúdos com base nas evidências documentais e análise dos acontecimentos. E isso se refletiu na forma como cada um desses jornais abordou os rolezinhos em suas reportagens, editoriais e entrevistas.

No esforço de afastar interpretações político-partidárias dos rolezinhos, inicialmente tratados como casos de polícia, a *Folha de São Paulo* passou a discutir o assunto como uma busca por entretenimento, ou seja, os encontros entre jovens em shoppings eram uma forma de diversão para uma parcela considerável da juventude que residia nas periferias de São Paulo. Em menos de 10 dias, passa-se da denúncia de casos de furtos realizado por rolezeiros em um shopping da zona norte, que cantavam “estrofes de funk pelos corredores” (o que teria resultado na detenção de 23 pessoas)³¹, para reportagens como a realizada por Ana Krepp, que

³⁰ São só rolezinhos. Editorial. *Folha de São Paulo*. 17 jan. 2014. p. A2.

³¹ BUNDUKY, Ricardo. Rolezinho faz shopping fechar mais cedo. *Folha de São Paulo*. 06 jan. 2014. p. C4.

enfativavam a motivação recreativa dos rolezinhos, minando interpretações do fenômeno como uma expressão política ou unicamente ligada à bandidagem. Para isso, a descrição das vestimentas, das marcas, dos gostos dos jovens frequentadores dos rolezinhos era fundamental: além de roupas, bonés, tênis dispendiosos, os rolezeiros gostavam de um estilo musical específico, o funk paulista, especificamente a vertente ostentação. Segundo MC Bio G3, em entrevista concedida aos repórteres Giba Bergamim Jr. e Giuliana Vallone, o funk ostentação, criado em São Paulo, era o ritmo dos rolezinhos porque “fala sobre o potencial do jovem de periferia, que hoje tem acesso a coisas que antes não tinha.”³².



Figuras 3 - Em um primeiro momento, os jovens rolezeiros foram acusados de participação em atos criminosos como roubos, furtos e danos ao patrimônio em estabelecimentos de shoppings centers. Nas imagens acima, jovens que participavam de um rolezinho, em um shopping na região metropolitana de São Paulo, são revistados por seguranças do local. Fotos: Robson Ventura/FolhaPress. jan. 2014. Acesso em: fev. 2017.

O que seria este potencial do jovem de periferia a que se refere o MC Bio G3? E quais seriam as “coisas”, às quais o jovem de periferia teria agora acesso? Como consumo de

³² BERGAMIM, Giba. VALLONE, Giuliana. Ídolos de rolezeiros criticam correria dentro de shoppings. *Folha de São Paulo*. 26 jan. 2014. p. C6.

marcas, funk paulista e rolezeiros se tornam elementos de uma mesma cultura? São estas questões que nos permitem pensar que a banalidade do rolezinho, em São Paulo, é, na realidade, uma visão restrita das potencialidades que esta forma de expressão cultural apresenta, sobretudo, no que tange à relação intrínseca entre indivíduo e materialidade. O rolezeiro e o funkeiro paulista são o que são por conta de sua conexão com o tênis Nike Shox, os óculos Juliet, o boné Quiksilver, a camiseta pólo Lacoste ou Hollister e a corrente de ouro. Se adotarmos aqui a perspectiva de Warnier (1999), podemos analisar como a construção do sujeito funkeiro paulista se deu por meio da incorporação da dinâmica destes artefatos de marca à própria dinâmica destes jovens de periferia, rolezeiros e funkeiros. Por dinâmica se compreende aqui toda a dinâmica motora do indivíduo, isto é, a sua forma de caminhar, de dançar, de posar para as fotos (que eram compartilhadas, postadas e curtidas em redes sociais), de se relacionar com outros indivíduos e que é modulada pelo modo como a materialidade (e sua dimensão simbólica da qual é indissociável) destes objetos se oferece ao uso, como podemos observar no conjunto de imagens





Figuras 4 - Em um segundo momento das reportagens sobre os rolezinhos, os jornais já concebem os rolezeiros como frequentadores de um determinado espaço social e atêm-se a caracterizar quem são estes jovens, do que gostam de vestir, de calçar, o que ouvem e como se definem. Fotos: Vagner Campos/G1, jan. 2014. A última imagem é de autoria de João Castellano/Agência IstoÉ, jan. 2014.

O referencial conceitual estruturado por Warnier permite que interpretemos os funkeiros paulistas sem separar o sujeito de sua aparência. O consumo “não é uma questão de mordomia (...) é uma técnica de auto estilo que funde o sujeito à sua aparência”, não havendo clivagens entre exterioridade e interioridade do indivíduo (WARNIER, 1999. p. 111). Assim, não há uma distinção entre sujeito e objeto, tão pouco uma subjetificação do objeto, mas sim uma “objetificação do sujeito ativo” (Ibid, p. 9), em que não há um ‘eu imaginário’, ou um ‘eu irreal’ pois, as aparências não são falseadas. E é a partir desses pressupostos, que repensaram

o lugar da cultura material, que a pesquisa deve avançar pelas próximas páginas, buscando compreender como se desenvolveu a cultura funk na cidade de São Paulo e como esta cultura estabeleceu vínculos indissociáveis e específicos com a materialidade e os corpos.

2. Rap, funk e sociedade: o palco de uma história

Para avançarmos na investigação sobre o funk paulista e sua materialidade, longe de traçar uma linha evolutiva ou narrar uma história, é necessário compreender a constituição dessa cultura, que remonta ao período da redemocratização do país. Após a queda das ditaduras militares na década de 1990, nos países da América Latina, houve a ascensão do neoliberalismo, que provocou transformações em todos os âmbitos da sociedade. No Brasil, especificamente, o fim do governo autoritário, no poder por vinte e um anos, a eleição indireta de um novo presidente e a adoção de práticas econômicas objetivando estancar a sangria provocada pela dívida externa adquirida entre as décadas de 1970 e 1980 elevaram a inflação nacional. Na prática, este processo culminou no alargamento do fosso entre as camadas sociais “(...) visto que os mais pobres não contavam com proteção contra os efeitos corrosivos da inflação (nem salários indexados, nem acesso a aplicações financeiras indexadas).” (FAUSTO, 2012, p. 472).

As mudanças no modo de inserção do Brasil e de outros Estados considerados subdesenvolvidos no mercado capitalista geraram dificuldades que agravaram problemas já latentes nas décadas anteriores como o aumento da miserabilidade urbana e a intensificação da concentração de renda nas mãos de uma parcela pequena da população. As dificuldades, porém, não passaram despercebidas aos olhos de membros de segmentos sociais sem as condições mínimas de sobrevivência, sobretudo, no campo da produção cultural, como o rap, por exemplo. Dentre um dos mais importantes grupos deste gênero estão os Racionais MCs que por meio de versos como

equilibrado num barranco,
um cômodo mal acabado e sujo,
porém, seu único lar, seu bem e seu refúgio(...) ³³, ou

não adianta querer,
tem que ser tem que pá,

³³ **O Homem na estrada.** Racionais MCs. Zimbabwe Records. 1993.

o mundo é diferente da ponte pra cá (...) ³⁴

descreveram a realidade de centenas de milhares de brasileiros que, por meio da música, puderam expressar seu cotidiano em barracos, locais insalubres e distantes do centro, onde o ritmo de vida é marcado pela pobreza. Análises de outras letras de música do mesmo grupo permitem endossar a hipótese de que a cultura funk em São Paulo guardava (e até hoje, guarda) semelhanças com o rap e com o funk carioca, especialmente no que diz respeito à questão material.

Trechos como

Sofredor, tente esconder sua dor, por favor, pelo amor
 Alguém salve essa flor, responde alguém que pode ver além
 Sofro menos quando finjo pá não tá nem
 Princípios são valores, valores servem para
 Comprar tênis Nike e camisas Che Guevara
 Armas e motos, celular que bate foto é fantástico
 Favela digital, (viva as flores de plástico) ³⁵ e

Cê disse que era bom e a favela te ouviu
 lá também tem Whisky, Red Bull, Tênis Nike e fuzil
 Admito seus carro é bonito, eu não sei fazer
 Internet, video cassete, uns carro louco ³⁶

apresentam, igualmente, objetos de alto custo (Whisky Red Bull, Nike, armas, motos, mansões) a serem conquistados, comprados e que não são abordados como frivolidades que negam a descrição da vida nas áreas pobres da cidade, como nos dois trechos de música citados na página anterior. O anseio em possuir, ou a já efetiva posse destes elementos, compõe a dinâmica social do indivíduo periférico e integra o espaço em que ele vive. A partir disso, então, onde residiria a inovação do funk paulista com relação à cultura material se o rap dos Racionais MCs, gestado na capital, já apresentava referências explícitas à materialidade? É o que tentaremos responder nesta seção.

Vale salientar que não se deseja adotar aqui uma perspectiva que submeta a produção cultural somente à estrutura política e econômica ou hierarquizar as produções culturais como mais ou menos engajadas, mais ou menos comprometidas com o objetivo de pensar os

³⁴ **Da ponte pra cá.** Racionais MCs. Cosa Nostra. 2002.

³⁵ **Inimigo é de graça.** Racionais MCs. Cosa Nostra. 2009.

³⁶ **Negro drama.** Racionais MCs. Cosa Nostra. 2002.

problemas do país. Reconhecemos, nesta pesquisa, que os grupos comprometidos com a denúncia das atrocidades ocorridas na periferia e com a tarefa de produção artística e cultural acabaram por formular uma linguagem e uma imagem próprias, que funcionaram como resistência social e contribuíram para o enriquecimento e a valorização da cultura. Assim, tanto o rap em São Paulo, quanto o funk no Rio de Janeiro, o funk em São Paulo, o Axé pagodão ou o Axé do Olodum, em Salvador, ou o Manguebeat no Recife, foram expressões artísticas gestadas em uma década marcada pela ampliação das desigualdades sociais, sofridas por sujeitos marginalizados, isto é, por sujeitos pertencentes às camadas subalternas, que viram na música e na arte um canal para se manifestarem e se constituírem enquanto grupo, em suas localidades, cada um a seu modo, com suas identidades próprias.

Assim, reiteramos a ênfase dada ao funk paulista neste trabalho. Ainda em termos amplos, nossa hipótese é a de que a cultura material foi fundamental para a estruturação e solidificação da cultura funk em São Paulo pois, a partir da análise das fontes, parece possível afirmar que a constituição desta cultura se deu pela convergência de um universo social já pré-existente na capital, isto é, pelo rap, que, juntamente com o funk carioca, que adentrou a cidade pelo litoral santista, conformou o funk paulista.

Adotamos desta forma, uma perspectiva distinta daquela abraçada, principalmente, por jornalistas, que veem o funk carioca e o rap como culturas díspares para além de suas origens coincidentes no hip-hop. Visões construídas pela imprensa, como a apresentada na reportagem citada no primeiro parágrafo deste capítulo, amenizaram a aproximação entre o rap e o funk apontando que o funk se relacionaria a uma prática social de fruição, e o rap, por sua vez, estaria associado a uma prática de reflexão acerca da sociedade. Com estas colocações, a crítica jornalística contrapôs as temáticas sociais expostas nessas culturas, inviabilizando que fossem aprofundados entendimentos acerca dos mecanismos de construção de ambas, como a formação das identidades, a juventude urbana e a sexualidade.

2.1. A cultura hip-hop e a materialidade

A cultura hip-hop, segundo Camila Marques (2013) é uma cultura juvenil com atores sociais que “se reconhecem como sujeitos de direitos (artísticos, de consumo, de produção, de identidade), reconhecem o sujeito de direitos existentes no outro, formam um ator coletivo e buscam a resolução de seus conflitos. (...)” (MARQUES, 2013, p. 49). A partir de Fochi

(2007), a autora analisa o hip-hop como um movimento social que objetiva não exclusivamente o entretenimento, mas também a conscientização e a reivindicação social, inclusive pelo consumo. Na mesma direção de Marques, Roberto Camargos (2015) identifica o engajamento social resultante da prática cultural do rap em que

[Os rappers] construíram uma prática cultural que verbalizou as dissonâncias, assinalou a contestação do social no espaço da cidade e alimentou um novo ambiente de reflexão e denúncia. O rap operou com uma dupla função no cotidiano de seus produtores e fruidores: a um só tempo foi discurso de revolta e denúncia da deplorável condição a que um sem-número de brasileiros é relegado e também veículo de catarse perante situações de opressão e controle social. (Ibid. p. 51).

Esta prática cultural, jovem e urbana, contudo, não se circunscreveu somente às composições musicais. Os elementos materiais, o vestuário, as marcas também foram uma característica da cultura hip-hop, que engloba o rap, o funk e seus repertórios de ação do corpo, tanto no que se canta, quanto em como se canta e como se dança. Acima já apresentamos como o destaque à materialidade era um elemento presente no rap produzido em São Paulo pelos Racionais MCs e argumentamos que esta menção não era uma crítica ou uma desvalorização de elementos materiais. O desejo de possuir estes artefatos era parte das dinâmicas e das relações sociais estabelecidas na periferia da capital. Cabe agora analisar a trajetória de alguns dos artefatos incorporados aos corpos e à motricidade dos jovens, que constituíram sujeitos organicamente ligados a esta materialidade específica, de bens de consumo de luxo.

Surgidos nos subúrbios de Nova York, nos Estados Unidos, os b-boys³⁷ se vestiam com roupas largas, o que, segundo Dennis W. Pierce (2013), foi uma prática originada dentro das cadeias, onde cintos eram proibidos e as calças eram, muitas vezes, mais largas que os corpos que as vestiam³⁸. Como muitos dos jovens dos subúrbios nova-iorquinos tinham alguma experiência com o sistema carcerário norte-americano, por conta de detenção, prisão temporária ou condenação, ao serem soltos, estes rapazes traziam consigo, para a vida em liberdade, alguns dos costumes das prisões. Estas escolhas de vestuário, ademais, relacionavam-se ao preço das peças: os casacos com toucas, as calças de moletom, os tênis

³⁷ Designação dada aos dançarinos de break, sendo break o estilo de dança do hip-hop.

³⁸ Segundo Pierce (2013), a moda dos rappers, atrelada à ideia de liberdade da juventude, da adolescência, curiosamente se influenciou por um contexto de ausência de liberdade.

Adidas ou Nike, além de facilitarem a movimentação do corpo durante as danças nas batalhas de hip-hop, eram acessíveis à população negra e latina que habitava os subúrbios. Na década de 1980, o uso destes artefatos era “extremamente impactante” e “se limitava exclusivamente a sujeitos que viviam nas periferias e guetos urbanos” dos Estados Unidos (MARQUES, 2013, p. 80).

A década de 1980 foi o período de conformação do que, posteriormente, viria a ser difundido, sobretudo pela indústria da moda, como *streetwear* — roupas urbanas, como moletons, toucas e tênis, destacadamente, de marcas esportivas. Na primeira metade desta década, a empresa alemã Adidas entrou em crise após a morte do herdeiro e administrador da marca. Com o ocorrido, a empresa norte-americana Nike abocanhou mais da metade do mercado nacional de consumo de artigos esportivos. Porém, a ascensão da britânica Reebok fez com que as empresas Adidas e Nike entrassem em um embate pela hegemonia no mercado, o que se refletiu no barateamento do valor final dos produtos (SMIT, 2007).

Em um estudo sobre a relação entre o uso dessas e outras marcas e a construção cultural da juventude estadunidense na década de 1980, Yuya Kiuchi (2013) notou que os tênis, especialmente da Nike, passaram a ser o sonho de consumo dos jovens negros e daqueles que habitavam as zonas periféricas das principais cidades dos EUA. Em meados de 1983, a empresa contratou o jogador de basquete Michael Jordan e, posteriormente, o ator Spike Lee para serem garotos-propaganda da marca, o que reverberou positivamente entre os consumidores:

Essas mensagens ressoaram especialmente entre os jovens afro-americanos. Coleman conclui que cerca de 10% dos tênis eram vendidos para os afro-americanos no fim dos anos 1980. Em outras palavras, usando um par de Air Jordan muito afro-americanos praticaram, participaram, configuraram e viveram sua identidade autêntica afro-americana, conforme o relatado por Michael Jordan e Spike Lee. (Ibid. p. 51)³⁹.

Kiuchi (2013) discorre sobre a popularidade dos tênis, o seu papel na formação de uma contracultura e na maneira de vestir do hip-hop. De tão importante, conflitos de grandes proporções, como roubos e até assassinatos foram travados entre jovens por conta do desejo

³⁹ Na citação original: “These messages resonated especially with many African American youths. Coleman concludes about 10 percent of sneakers were sold to young African Americans in the late 1980s. (...) In other words, by wearing a pair of Air Jordans, many African Americans practiced, participated in, configured, and live their ‘authentic’ African American identity as recounted by Michael Jordan and Spike Lee.” (KIUCHI, 2013, p. 51).

de possuir pares de tênis que custavam entre 100 e 150 dólares (Ibid. p. 52). Os episódios de assalto citados ao longo do artigo — cunhados com o termo de *sneakers war* — servem de base para que o autor conclua que esses objetos seriam uma extensão do corpo desses grupos sociais, uma parte da própria existência do indivíduo, não havendo uma linha que separasse o homem do calçado. Além disso, a disputa pelos calçados reforçou a ideia, entre a sociedade norte-americana, que a cultura hip-hop estava ligada à violência, por envolver membros de gangues em brigas ou assaltos.

A partir da tese central apresentada pela ‘Teoria da Anomia’, criada por Émile Durkheim e Robert Merton e que é retomada por Pinto (2017), podemos pensar a entrada no mundo do crime, pelos jovens, como uma tentativa de inserção na sociedade de consumo. Isto significa, na prática, deslocar o olhar que interpreta a criminalidade como uma anomalia de caráter individual para compreendê-la como um processo mais amplo, que envolve um desencontro entre as expectativas do sujeito para sua própria vida e os recursos materiais disponíveis à sua volta. Os fundamentos da ‘Teoria da Anomia’ permitem, portanto, conceber que as condutas desviantes da sociedade derivam da maneira como os sujeitos se relacionam

com uma estrutura sociocultural desajustada, que, por um lado, encoraja a busca desenfreada pela ascensão social e êxito financeiro, mas, por outro, restringe a poucos indivíduos ‘privilegiados’ as oportunidades legítimas e eficazes para concretizar tais desideratos (PINTO, 2017, p. 49).

Deste modo, a associação entre a cultura hip-hop e a criminalidade diz muito mais respeito às condições sociais de conformação e consolidação desta cultura, do que ao comportamento de um sujeito ou outro, ou de todo um grupo. A percepção que relaciona violência, funk e rap, porém, foi marcante também no Brasil. Em nosso país, os produtos de marcas internacionais como Adidas e Nike entraram no mercado nacional no período pós-redemocratização, com taxas alfandegárias que foram gradualmente reduzidas ano a ano (MORETTI, 2011, p. 31). Contudo, o baixo valor dos salários, as altas taxas de desemprego, as flutuações da inflação e os trabalhos de baixa remuneração não acompanharam o valor das mercadorias e por esta razão, estes produtos não se popularizaram da mesma forma, em todas as camadas sociais.⁴⁰ Assim, os produtos de *streetwear* de renomadas marcas esportivas

⁴⁰ Segundo Moretti (2011), a implantação do cronograma de redução de tarifas alfandegárias passou a ser feito em fins da década de 1980, e “a tarifa média foi reduzida gradualmente de 33,2%, para 25,3% em 1991, 20,8% em 1992, 16,5% em 1993 e 14% em 1994.” (MORETTI, 2011, p. 31). Ou seja,

mundiais foram associados às classes abastadas, que possuíam condições financeiras para adquiri-los, do que às classes mais baixas, que tinham de trabalhar muito mais para concretizar comprar um produto dessas marcas. Porém, como veremos adiante, a violência foi denunciada pela mídia como um meio de jovens subtraírem tais objetos de desejo de outras classes sociais.

Para tratarmos da disseminação da cultura hip-hop no Brasil e, a partir daí, estruturarmos análises sobre a materialidade, dois trabalhos são fundamentais. Primeiramente, a dissertação de mestrado do antropólogo carioca Hermano Paes de Vianna Júnior, defendida em 1987, e que foi pioneira sobre a temática. Por meio de pesquisa etnográfica, Vianna procurou entender de que maneira foram criados os bailes funks e como eles serviram para conformar espaços de sociabilidade para a população negra e pobre da cidade. Destaca-se, também, o trabalho de historiador Micael Herschmann, que analisou o modo como o rap e o funk denunciaram a incapacidade das políticas públicas de fornecer respostas aos problemas sociais. Fugindo da visão que associa caos e desordem a estas manifestações culturais, o autor repensa e redimensiona as relações entre Estado, sociedade e mercado (HERSCHMANN, 2005, p. 17).

Embora não tratem exatamente do funk no estado de São Paulo, a confluência das interpretações de Vianna (1987), em uma perspectiva mais local, dos bailes cariocas, e de Herschmann (2005), em uma perspectiva mais global, tratando de um processo socioeconômico mais amplo, o neoliberalismo, permite que relacionemos o funk carioca e o rap paulista com manifestações culturais gestadas na periferia da sociedade norte-americana. No Bronx da década de 1970⁴¹, as festas ganharam novos contornos com a introdução da aparelhagem de som, oriunda da Jamaica, que permitia mixagens a partir de músicas já gravadas nos discos. Tendo como base uma batida sonora já existente, cantores criavam novas rimas, conformando assim o rap (ritmo e poesia, em português)⁴². Desta forma, estruturou-se

todos os produtos internacionais que entravam no mercado nacional durante o processo de abertura comercial foram taxados como parte da política alfandegária brasileira, porém, mesmo com a redução na alíquota, os valores ainda eram altos demais para que todo o conjunto da população, incluindo a mais pobre, que era a mais atingida pelo desemprego e trabalhos informais, com baixa remuneração, pudesse consumir estes artefatos.

⁴¹ Como já citado anteriormente, Bronx era o bairro mais pobre de Nova York, localizado fora da ilha de Manhattan e onde reside, majoritariamente, a população negra e latina. Na década de 1970, não somente este bairro mas toda a cidade de Nova York eram marcados pela degradação e violência, resultado dos conflitos entre as gangues que traficavam principalmente drogas.

⁴² Neste processo, duas figuras foram notáveis: o DJ Jamaicano Kool Herc, que trouxe de Kingston o "sound-systems", ou grandes paredões de caixas de som, e um de seus discípulos, Grandmaster

o hip-hop, que era não só a música, mas também, como já comentamos acima, associava-se a outros elementos:

Nas festas de rua no Bronx, também estão surgindo a dança break, o grafite nos muros e trens do metrô nova-iorquinos e uma maneira de se vestir, conhecida como estilo b-boy (a adoração e uso exclusivo de marcas esportivas como Adidas, Nike, Fila). Todas essas manifestações culturais passaram a ser chamadas por um único nome: hip hop. O rap é a música hip hop, o break é a dança hip hop e assim por diante. (VIANNA, 1987, p. 47).

O estilo se difundiu para outras cidades norte-americanas, sofrendo, assim, alterações em sua estrutura conforme a dinâmica de cada localidade. Se Nova York, neste período, era marcada pelo conflito entre diferentes gangues e pela segregação sócio espacial e cultural entre brancos e negros, em Miami, a situação era outra. No estado da Flórida, a atmosfera de efervescência dos *clubs*, dos DJs, originou outra vertente, a do *Miami Bass*, feita a partir das batidas nova-iorquinas, porém com mixagens mais aceleradas, que permitiam a realização de danças mais sincronizadas. Além da mudança na estrutura musical entre o hip-hop e o Miami Bass, houve alteração no conteúdo das letras. As composições sobre a realidade nas áreas marginalizadas da cidade de Nova York foram substituídas, em Miami, por composições com viés mais festivo e sexualizado (VIANNA, 1987).

O hip-hop desembarcou em terras brasileiras em fins da mesma década, porém seu desenvolvimento entre as cidades do Rio de Janeiro e São Paulo, de certo modo, seguiu o que já havia ocorrido em território norte-americano. Em São Paulo, desenvolveu-se com mais intensidade o rap, com canções críticas, rimas mais duras, afirmando o discurso político dentro do movimento negro. No Rio de Janeiro, por outro lado, seguindo a linhagem dos bailes blacks, os bailes charme, que já eram realizados desde a década de 1970, teve desenvolvimento a batida do Miami Bass, mais dançante e com letras homófonas, isto é, com letras que satirizavam canções estrangeiras, como, por exemplo, a canção “I’ll be all ever you ever needed” que se transformou, nos bailes do Rio, na canção “Toca tomate” (HERSCHMANN, 2005, p. 26).

A tendência de atribuir a violência ao funk carioca e a criticidade ao rap paulista se manifesta nos principais artigos publicados na imprensa na primeira metade da década de 1990. Fernando Molica e Rodrigo Barbosa, em reportagem publicada em outubro de 1992,

Flash, que criou a técnica “scratch”, em que a agulha do aparelho de reprodução sonora era utilizada para arranhar o disco. Ver: PEREIRA, 1987, p. 46.

descrevem como brigas entre jovens, consumo de drogas e apresentações de adolescentes desnudas são marcas dos bailes funks cariocas⁴³. Segundo a matéria de Sérgio Torres, no jornal *Folha*, mencionada na primeira página deste capítulo, na mesma linha, o autor assinalou que os funkeiros cariocas seriam alienados por não se interessarem por livros, teatros, filmes. Segundo ele, “o funk carioca prefere o sexo. A contestação [...] não tem entrada nos bailes do Grande Rio. O funkeiro carioca optou pela linha erótica de Miami. [...]”

⁴⁴

Na mesma edição do jornal, é publicada uma entrevista com o grupo Racionais MCs. Descritos como “pretos com colegial completo”, o grupo é apontado como o maior fenômeno do rap: moradores da periferia e com 50 mil cópias vendidas de um único disco. No texto da entrevista destaca-se que, em seu último trabalho, os rappers “aparecem com armas, cocaína e bebida. Na contracapa, folheiam livros”. Quando questionado sobre o significado daquelas imagens no CD, DJ KL Jay afirmou que os negros “possuem dois caminhos: ou o estudo, ou a malandragem”⁴⁵. Não há menção, ao longo da reportagem, a conflitos entre rappers, descrição de cenas de violência nos shows como nas matérias sobre o funk carioca, em que sempre se frisavam as brigas entre galeras rivais e a confusão nos bailes.

Contudo, se posicionados de forma tão distinta pela imprensa brasileira, como é possível afirmar que o funk paulista e, sobretudo, sua relação com a materialidade, origina-se da intersecção do funk carioca com o rap?

2.2. O rap, a periferia e a percepção da materialidade

Para responder ao questionamento anterior é necessário compreender a trajetória do grupo Racionais MCs. Surgido em 1988, na periferia da zona sul paulista, o grupo de rap Racionais MC's, composto por Mano Brown, Eddy Rock, Ice Blue e KL Jay, angariou reconhecimento tanto no meio artístico, quanto no meio acadêmico, sendo um dos principais grupos de rap do país até os dias de hoje. Suas produções musicais – discutidas a partir de diferentes abordagens por pesquisadores como o antropólogo Walter Garcia (2004), a

⁴³ BARBOSA, Rodrigo; MOLICA, Fernando. Noite funk tem tapas, drogas e striptease. **Folha de São Paulo**. 25 out. 1992. p. 4.

⁴⁴ TORRES, Sérgio. Funk do Rio prefere linha erótica ao protesto. **Folha de São Paulo**. 05 nov. 1992. p. 8.

⁴⁵ Reportagem local. Grupo ataca ‘racistas otários’. **Folha de São Paulo**. 05 nov. 1992. p. 4.

geógrafa Julia Andrade (2007) e a psicóloga Mônica Guimarães Teixeira do Amaral (2009) – possuem letras com conteúdo crítico marcado pela ascensão neoliberal e a agudização das mazelas sociais, terreno em que germinou a cultura hip-hop no Brasil.

Se no funk carioca as letras versavam, em sua maioria⁴⁶, sobre temas de caráter festivo de fruição e de prazer, Walter Garcia (2004) aponta que uma das principais linhas de argumentação do rap e, destacadamente, dos Racionais MCs era a violência social: relações conflituosas entre familiares, entre homem e mulher, entre amigos, entre o tráfico na periferia e o poder público, a (in)justiça, o abuso policial, o degradante sistema penitenciário (Ibid. p. 173). Julia Andrade (2007) complementa a análise demonstrando que a poesia dos Racionais MCs se integra à continuidade crítica da música brasileira, que consegue se conectar e narrar o processo social de seu tempo sem se resumir a ele, colocando em debate uma reflexão para toda a sociedade⁴⁷.

O contexto de produção dos Racionais MCs, que é retomado por Andrade (2007), tem a violência como uma das facetas melhor delineadas. Violência esta que é perpetrada, principalmente, contra a população mais pobre. Reportagem do dia 27 de fevereiro de 1996, do jornal *Folha de São Paulo*, noticiou o aumento de 62% de chacinas na região metropolitana da capital foi atribuído às autoridades policiais⁴⁸. Contudo, a imprensa não se aprofunda na análise de quem seriam estes policiais, de que modo a instituição estava lidando com este fato e quais eram as medidas que estavam sendo tomadas para impedir que a violência policial vitimasse mais pessoas. São as canções de grupos de rap, com destaque para os Racionais MCs, que realizam a denúncia dos abusos de autoridades e que abordam o cotidiano periférico⁴⁹.

Entretanto, o tom de denúncia dos Racionais MCs não é um empecilho para o

⁴⁶ É importante ressaltar que nem todas as letras de funk carioca faziam referência ao ato sexual. Uma das canções de maior consagração desta cultura é de autoria de Julinho Rasta e Katia, cantada pelos MCs Cidinho e Doca, e possui o título de “Rap da felicidade”. A música denuncia a negligência da administração pública com os moradores da favela.

⁴⁷ ANDRADE, Julia Pinheiro. **Cidade Cantada: Educação e experiência estética**. Faculdade de educação. Universidade de São Paulo. 2007. Dissertação de mestrado

⁴⁸ Reportagem local, Rio de Janeiro. Dois morrem em baile funk de traficante. **Folha de São Paulo**. 11 dez. 1995. p. 3.

⁴⁹ Aqui, novamente, se justifica a importância do cruzamento das fontes. Enquanto os principais leitores dos jornais *Folha de São Paulo* e *Estado de São Paulo* eram homens, de meia idade, de renda alta e escolaridade universitária, os principais ouvintes de canções dos Racionais MCs eram homens, de periferia, de classe baixa. As visões expressas em cada um destes veículos, assim, não são excludentes mas, sim, complementares, pois permitem que se dimensione e se amplie a percepção das problemáticas do período e do objeto em análise.

vislumbre de um futuro diferente, não somente ligado à explicitação da violência. Na elaboração de outra realidade, a aquisição de tênis, de carros, de roupas — e também de mulheres — é colocada como um meio de se projetar uma vida em que os artefatos são ferramentas do sujeito para se inserir e agir na sociedade. Isto é, se adotarmos aqui a perspectiva de Jean-Pierre Warnier (1999), argumentamos que não há um processo de alienação do indivíduo pelo consumo ou, tão pouco, um deslumbramento com o que o dinheiro pode comprar. Assim, não há simbolizações ou representações falseadas da matéria, pois os elementos materiais constituem o repertório de ação do sujeito. Observemos a letra da canção “Da ponte pra cá”:

E quem não quer chegar de Honda preto e banco de couro,
 E ter a caminhada escrita em letras de ouro
 A mulher mais linda, sensual e atraente,
 Da pele cor da noite, lisa e reluzente (...)
 Ouro e diamante, relógio e corrente
 Ver minha coroa onde eu sempre quis por,
 De turbante, chofer, uma madame nagô.
 Sofrer, pra quê?
 Mas se o mundo jaz do maligno,
 Morrer como homem e ter um velório digno,
 Eu nunca tive bicicleta ou vídeo-game,
 Agora eu quero o mundo igual cidadão Kane”⁵⁰

Para o grupo, a posse desses artefatos “não é questão de luxo, não é questão de cor, é questão que fartura alegra o sofredor”⁵¹. Essa ideia se aproxima muito da concepção de Nestor Garcia Canclini (1999) sobre a relação entre consumo e cidadania, que será abordada mais adiante. Neste momento, é válido, porém, reter a ideia de que o consumo de bens materiais tem fornecido, segundo estudos mais recentes, recursos de inclusão social muito mais ativos do que a participação em espaços de decisões democráticas e coletivas. Mônica Machado (2011) lembra que este processo não se restringe ao Brasil. Desde o fim da Segunda Guerra Mundial, o exercício da cidadania tem-se dado no interior da sociedade de mercado e assim, todos os sistemas de apropriação, significação e ressignificação de ideias, bens culturais são “negociações essenciais para a construção de sua subjetividade [subjetividade dos jovens]” por meio do consumo (MACHADO, 2011, p. 89). Isto não indica necessariamente um processo de despolitização, mas sim a emergência de novas lógicas de concepção de

⁵⁰ **Da ponte pra cá.** Racionais MCs. Cosa Nostra. 2002.

⁵¹ **Vida Loka (parte II).** Racionais MCs. Cosa Nostra. 2002.

pertencimento social e de representação política. Segundo a autora, a dimensão do consumo é, assim, uma via de afirmação da identidade do jovem no mundo contemporâneo em decorrência da pulverização de narrativas sobre os variados agentes sociais.

Sob a lógica da cultura material podemos pensar que ao invés de levar à homogeneização dos modos de ação social, compreendemos que o consumo de itens de luxo abre espaço para uma infinidade de maneiras particulares de construção de si, de constituição de identidade. Este argumento se torna claro quando notamos, na canção acima citada, o sentido da frase “eu nunca tive bicicleta ou videogame, agora eu quero o mundo igual cidadão Kane”. A partir da referência à história de um homem pobre que se tornou um magnata (cidadão Kane), então, são arrolados elementos materiais ligados à identidade que ele reivindica na letra. Desta forma, distante de significar a padronização das singularidades pela apropriação de itens de luxo, o consumo destes itens, ao contrário, permite

[...] multiplicar e diversificar infinitamente os bens, aumentando, desta forma, o léxico do cenário dos objetos e as suas possibilidades de diferenciação, estruturação e incorporação nas condutas motoras, isto é, em resumo, o processo da invenção da diferença e da subjetivação. [tradução livre]. (WARNIER, 1999, pp. 140-141)⁵².

Porém, será que esta análise da materialidade também é compatível com a lógica do funk carioca? Em que medida esta cultura também manifesta ligação com a materialidade de modo a fornecer subsídios para a conformação do funk paulista?

2.3. O funk na cidade do samba

Hermano Vianna (1990), pioneiro nos estudos sobre o funk carioca, critica o meio acadêmico por excluir esta cultura das pesquisas e por realizar uma interpretação equivocada acerca da relação entre cultura popular e indústria cultural. Segundo ele, a postura que via o funk carioca como uma produção musical pasteurizada acabou por privilegiar o rap paulista como tema de estudos acadêmicos. Enquanto o rap produzido em São Paulo tocava em temáticas consideradas mais complexas como “crise econômica, relações raciais e elogios de quem canta para quem canta” e, por isso, conseguia transpor as barreiras da academia, o

⁵² No original: “Vont permettre de multiplier et de diversifier les marchandises à l’infini, augmentant ainsi le lexique de la mise en objets et les possibilités de différenciation, de structuration et d’incorporation dans les conduites motrices, bref d’invention de la différence et de subjectivation”.

mesmo não ocorria com o funk carioca (VIANNA, 1990, p. 248). Vianna segue na contramão de análises como as de Antônio Augusto Arantes e Francisco Weffort, que concebiam a cultura popular como um produto imposto por veículos de comunicação de massa e argumenta que, com relação ao funk, “parece até haver um complô (para usar, sem pretensão de seriedade, um termo maquiavélico) dessas mídias com o objetivo de ignorar o fenômeno.” (Ibid. p. 246). O autor ressalta que o interesse pela cultura funk carioca era algo interno a certos grupos da própria cidade e que não havia, assim, qualquer espécie de determinação da indústria cultural para difundir esta cultura para a população.

Um dos argumentos do autor para demonstrar sua tese se ancora no fato de que o funk carioca não havia contagiado as classes médias e as classes altas urbanas, pelo menos até aquele momento, por conta da própria conformação sócio espacial da cidade do Rio de Janeiro. O antropólogo aponta que o funk foi “contaminado pelo estigma suburbano (zona norte da cidade) e por isso (sic) era evitado por lugares que pretendiam atrair uma clientela de zona-sulistas” (Ibidem) e estes lugares incluíam emissoras de rádio, televisão, entre outros meios de comunicação. Citando Lévi-Strauss (1976), Vianna sintetiza seu argumento acerca da riqueza cultural do inexplorado funk carioca destacando que é

a hora de deixar de lado os preconceitos e a procura da pureza perdida. Para isso, basta seguir o velho e bom conselho de Lévi-Strauss: “é preciso também estar pronto para considerar sem surpresa, sem repugnância e sem revolta o que essas novas formas sociais de expressão não poderão deixar de oferecer de inusitado”. (VIANNA, 1990, p. 252).

Quando da realização das pesquisas de campo de Vianna (1987), o funk carioca não havia sido sistematizado tal qual é conhecido nos dias de hoje, com a batida eletrônica em 130 bpm. Foi somente na década posterior, com a criação do Tamborzão, isto é, com a alteração da batida da música de 127 bpm para 130 bpm, que o funk adquiriu a sonoridade atual. Neste período, a indumentária utilizada pelos frequentadores dos bailes também era diferenciada: o vestuário masculino era inspirado no *surf wear*, com cores tropicais, tecidos leves, colares de prata (ou imitação) e valores “mais populares e baratos do que as [roupas, jóias, tênis] que podem ser encontrados numa praia freqüentada pelos surfistas da Zona Sul” (VIANNA, 1987, p. 90). Quanto ao vestuário das meninas, o autor não observa uma padronagem específica, senão apenas o uso constante de roupas justas ao corpo, calças jeans compridas e tops em cores vibrantes. Estes itens seriam, segundo Vianna,

considerados de mau gosto ou “cafonas” pelo surfista da Zona Sul. O excesso de cores, a camisa agressiva aberta, os colares de prata e a maneira como são combinados esses elementos podem ser considerados dados “suburbanos”, característicos da “tribo” que frequenta os bailes de funk. (Ibid. p. 91).

A bibliografia acerca da temática funk destaca o verão de 1992 como um divisor de águas para esta cultura. Segundo Herschmann (2005), da série de arrastões ocorridos nas praias cariocas emergiu o debate público sobre o lugar do pobre na sociedade, estigmatizando a imagem dos funkeiros e relacionando-os à violência urbana. Foram as sequências de reportagens sobre a prática dos arrastões que projetaram nacionalmente o funk e os funkeiros como “pivetes”, “favelados”, “maloqueiros” e, principalmente, criminosos. Para Arruda *et al* (2010), os funkeiros foram utilizados como bodes expiatórios de uma situação que se configurava desde a década de 1980, que era o aumento abrupto da população brasileira residente em favelas nas capitais dos estados:

O cenário político-econômico nacional turbulento, por sua vez, repercutia no Rio de Janeiro, onde a população residente em favelas cresceu 40,48% entre 1980 e 1991, contra 11,15% na década anterior, conforme Censo de 2000, do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – IBGE (*apud* Fernandes, 2005). A circulação dessa massa de ‘favelados’ que se tornava cada vez mais expressiva e visível, gerava conflitos na cidade. (ARRUDA *et al*; 2010; pp. 411-412).

Essa camada da população, marginalizada até dos espaços públicos da cidade, era especialmente identificada pelas roupas que usava. Manchetes como “Polícia do Rio liga bailes funks a arrastões”, divulgada no jornal *O Estado de São Paulo*, em 26 de abril de 1992, ligava os funkeiros ao aumento da criminalidade na cidade e até à perpetuação do grupo Comando Vermelho⁵³. Segundo a reportagem, este era o perfil dos funkeiros/criminosos:

[...] adolescentes pobres, geralmente negros, quase sempre desempregados e com nível escolar baixo. Esses jovens passam a semana juntando dinheiro para se divertir nos bailes, onde a entrada está em torno de Cr\$ 3 mil para homens e Cr\$ 1,5 mil para mulheres. Com os cabelos cacheados, bonés, camisetas estampadas sobre as bermudas coloridas das grifes mais famosas, eles podem ser confundidos com garotões do subúrbio. Mas fazem questão de ser diferentes [...].⁵⁴

⁵³ CARVALHO, Happy. Polícia do Rio liga bailes funks a arrastões. *O Estado de São Paulo*. 26 abr. 1992. p. 1.

⁵⁴ Ibid.

Já em outra manchete, publicada em 26 de outubro de 1992, no mesmo jornal, de autoria do jornalista Silvio Barsetti, “Funk carioca mistura música e violência”, a associação entre criminalidade e funkeiros é explícita. Em um dos trechos, o autor destaca que “na favela ou no asfalto, o funk quer liberdade, poder e diversão misturando violência com muita disposição para dançar” e aponta que para os funkeiros cariocas o que importava era “andar descalço, refazer as trancinhas no cabelo e se divertir com as brigas entre as galeras no último baile”. Tanto os conflitos nos bailes, quanto os arrastões nas praias, são colocados por Barsetti como forma de entretenimento para os jovens, o que é demonstrado pela exposição da letra de uma música intitulada “Melô do farofeiro” que em um dos trechos diz:

(...) Eu moro para lá de Nova Iguaçu
 Se você não gostou sai da Zona Sul (...)
 Quando tô na praia deito e rolo na areia
 Não tô nem aí se me olhar de cara feia
 Levo rádio, levo bola, frango assado para comer
 Levo farofinha que mamãe sabe fazer.
 Antes de ir embora eu sempre dou um rolê,
 Piso na areia, jogo areia na mulher
 Vou do Leme ao Pontal para ver fio dental
 Depois pego o busu e dou calote no central

Na mesma matéria há também a publicação de uma imagem de jovens com a legenda “Galera funk: ritmo dos negros de Miami, briga nos bailes e confusões nas praias da zona sul”, em uma clara alusão à origem do funk e às consequências produzidas pelos funkeiros descritos como jovens negros, com trancinhas no cabelo, oriundos das favelas que saem das brigas dos bailes para se divertir gerando pânico entre os moradores da região mais cara da cidade, que compreende as orlas das praias de Leblon, Ipanema e Copacabana⁵⁵.

Ainda na página onde foi publicada a reportagem, em 26 de outubro de 1992 (Figura 4), há outros textos que fazem uma conexão entre a disseminação de assaltos no Rio de Janeiro, a situação de vulnerabilidade no setor de segurança pública do município e os membros das galeras, ou seja, dos grupos de jovens, negros, das favelas, apreciadores de funk. Nos pequenos artigos que preenchem a página, os argumentos elencados relacionam os

⁵⁵ BARSETTI, Silvio. Funk carioca mistura funk e violência. **O Estado de São Paulo**. 24 out. 1992. p. 2.

arrastões aos funkeiros e a uma situação de calamidade social, marcada pela extremada violência perpetrada por bandidos nos arrastões. A questão se torna tema principal, inclusive, dos debates políticos das eleições para a prefeitura do ano de 1992. No centro da página há entrevistas concedidas por dois candidatos ao cargo de prefeito da cidade: Cesar Maia, do Partido do Movimento Democrático Brasileiro (PMDB), e Benedita da Silva, do Partido dos Trabalhadores (PT), que possuem visões distintas para a motivação dos arrastões. Enquanto a candidata Benedita da Silva analisa que a violência na cidade é provocada por uma ineficiência do poder público em fornecer condições, sobretudo sociais e culturais, para a população pobre, por sua vez, o candidato César Maia argumenta que a violência na cidade é fruto de uma aliança entre o governo do estado e o crime organizado e, segundo ele, a solução para o problema seria a presença do exército federal nas comunidades carentes da cidade.

A mesma linha de raciocínio de Maia é seguida no texto de autoria do jornalista e deputado federal Amaral Netto, que também era candidato à prefeitura da cidade pelo Partido Progressista Brasileiro (embora isto não estivesse destacado no artigo ou na página do jornal). No texto intitulado “O arrastão e o brizolismo”, Netto relaciona a defesa de direitos humanos de jovens bandidos, segundo ele, encabeçada pelo governador Leonel Brizola, do Partido Democrático Trabalhista (PDT), aos arrastões:

Direitos humanos?! Aqueles direitos que os assaltados, torturados, sequestrados, estuprados e mortos não tem? Direitos que o pretenso governador Leonel Brizola exige para os bandidos e nunca para as vítimas? Somos reféns da bandidagem. Acabaram com o nosso direito de ir e vir, e até com o de ficar. De qualquer maneira nossa vida está em risco. Matam-nos nas ruas, no quarto onde dormimos e, com os arrastões, ninguém sabe até onde irão as ameaças⁵⁶.

A compreensão que se tem assim, a partir da leitura de toda a página do jornal aqui abordada, é a de que o funk estava no centro da problemática da criminalidade no Rio de Janeiro. Os artigos e as reportagens elencados pelo *O Estado de São Paulo* destacam a violência urbana como uma questão urgente que deveria ser solucionada por iniciativas políticas que garantissem que a população pudesse desfrutar de seu direito de ir à praia, sem ser perturbada por jovens negros e pobres que promoviam brigas e arrastões, embalados pela música funk.

⁵⁶ NETTO, Amaral. O arrastão e o brizolismo. **O Estado de São Paulo**. 24 out. 1992. p. 2.

O documentário *Os pobres vão à praia* (1992), produzido e exibido pela Rede Manchete, escancara essa percepção. Por meio de falas de moradores e frequentadores das praias do Leblon e Ipanema, fica claro o sentimento de repulsa aos moradores dos morros e subúrbios cariocas no ambiente das praias. O desconforto dos entrevistados, residentes da zona sul, por conta da presença de caixas de isopor com frango e farofa, de ônibus lotados, alcançava também a presença de corpos estranhos àquele espaço. Em um dos trechos do documentário, uma jovem moradora da região, ao discorrer sobre a instauração de uma linha de ônibus que ligava bairros da zona norte à zona sul, afirmou que

[...] não pode tirar o pessoal do Méier, do Mangue e levar à praia em Copacabana. Tenho horror de olhar para estas pessoas e pensar que elas são do mesmo país que eu. Não são brasileiros não, são uma sub-raça⁵⁷.

Os corpos dos jovens suburbanos e das favelas, são, assim, marcadores não somente de raça, mas também de segmentos sociais e de uma determinada tipologia de comportamentos que é rechaçada pelas camadas abastadas da sociedade carioca. Segundo a perspectiva de Warnier (1999), o sujeito não possui um corpo, ele é um corpo e é a partir da materialidade destes corpos, andando pela cidade, que são conformadas visões na mídia e na sociedade sobre os funkeiros, sobre o funk e sobre a cultura gestada nos morros.

Mas a materialidade não se circunscrevia somente aos corpos dos jovens funkeiros cariocas. Alguns anos após o precursor trabalho de Vianna (1987), Herschmann (2005) observa, em sua etnografia, que os tênis mais utilizados nos bailes funk do Rio de Janeiro, já na década de 1990, eram de marcas como Nike, Reebok, Mizuno e eram tidos como artigos de status entre os funkeiros cariocas. Ainda acerca do tipo de vestuário utilizado por funkeiros neste período, o documentário *Funk Rio*, de 1994, do diretor Sérgio Goldenberg, apresenta uma cena em que mãe e filhas discutem sobre a ida das meninas a um baile funk e, em um dado momento, a progenitora da família afirma que “agora a gente não pode mais ajudar os filhos, não pode, porque a gente dá uma coisa que não é de marca, eles não querem. Dá uma blusinha e elas não quer”⁵⁸. O uso de roupas de marcas torna-se também pivô de conflitos entre galeras rivais no Rio de Janeiro. Em matéria publicada em 2 de novembro de 1992 pelo

⁵⁷ Documentário **Os pobres vão à praia**. 1992. Produção: Documento especial. Rio de Janeiro.

⁵⁸ Documentário **Funk Rio**. 1994. Direção: Sérgio Goldenberg. Rio de Janeiro. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=349OLOsMbAc>>. Acesso: mar. 2017.

jornal *Folha de São Paulo* há a descrição de conflitos envolvendo grupos oponentes por conta do uso das roupas e acessórios. Se uma das galeras em um baile julgasse se vestir melhor que a outra, só isso já era justificativa para a troca de agressões entre os grupos⁵⁹.

As fontes indicam que o uso de artefatos de valor elevado por indivíduos em situação de pobreza não foi um elemento exclusivo da cultura funk paulista. A percepção destes objetos como um valor positivo almejado esteve presente em composições de funk carioca como “Calça da gang”, que mencionava o desejo das mulheres por consumirem uma calça que custava duzentos reais⁶⁰. Porém, há uma diferença na forma como esses objetos foram incorporados pelos funkeiros do Rio de Janeiro em comparação com os funkeiros de São Paulo.

Conforme buscaremos demonstrar nesta pesquisa, a particularidade da cultura funk paulista reside no modo antropofágico como os jovens se relacionaram com os objetos de grife. Em nosso estudo de caso, buscamos demonstrar que os artefatos de luxo foram incorporados ao cotidiano e à produção artística dos funkeiros produzindo sínteses corporais em que os sujeitos incorporaram as dinâmicas dos objetos à sua própria conduta motora. Essa síntese corporal não ficou restrita aos circuitos culturais do funk de São Paulo, só aos bailes ou só aos shows de MCs, mas foi estendida a outras plataformas como aos videoclipes, às letras das músicas e aos rolezinhos nos shoppings.

Não queremos com isso afirmar que o fenômeno da síntese motora seria prerrogativa exclusiva do funk em São Paulo. O fenômeno é próprio de todos os seres humanos, já que somos seres concretos. No entanto, o fenômeno escolhido aqui para análise permite observar com mais clareza o papel fundamental da materialidade na formação das identidades desses sujeitos sociais, muito por conta do período histórico em que se desenvolve a cultura do funk paulista. Fabio Luis Barbosa dos Santos (2018) afirma que sobretudo as políticas neodesenvolvimentistas aplicadas pelo governo brasileiro a partir do segundo mandato do ex-presidente Luiz Inácio Lula da Silva, juntamente com o *boom* das *commodities* e a expansão comercial chinesa, permitiram, entre outras coisas, “a expansão do consumo que acompanhou a abundância de crédito [no mercado]” (Ibid. p. 89). Em números brutos, André Singer (2012) aponta, com base na pesquisa realizada pela empresa Ipsos, em 2009, que 16% da população estaria alocada nas classes A e B; 49% estaria na classe C e 35% nas classes D e

⁵⁹ LEMOS, Antonina. Galera do arrepio. **Folha de São Paulo**. 02 nov. 1992. p. 6.

⁶⁰ **Calça da Gang**. DJ Paulinho Cabeção. Link Records. 2000.

E (Ibid. p. 136).

Na prática, a garantia de mais empregos para as classes populares e o aumento do consumo tiveram impacto não apenas no mercado interno do país, que foi dinamizado, mas também no cotidiano da população que pode ter acesso a produtos de primeira necessidade como feijão, arroz, cosméticos, bens duráveis e, principalmente, conforme destacado nesta pesquisa, artefatos como calças, tênis, bonés e camisetas de valor elevado. Da perspectiva de cultura material adotada neste trabalho, este processo histórico possibilitou uma forma distinta de relação dos sujeitos com os bens de consumo.

Um breve histórico sobre a conformação da cultura funk no Rio de Janeiro e a cultura rap em São Paulo, o esboço de algumas conexões com a materialidade⁶¹ e a análise da política econômica da primeira década do século XXI permitem levantar questões sobre o comportamento dos funkeiros frente aos bens de consumo. Em primeiro lugar, se no Rio de Janeiro, na década de 1990, já se fazia uso de itens de vestuários de marcas caras e internacionais, por que São Paulo foi o polo gerador de uma produção cultural ligada à esfera do consumo de bens de luxo? Em segundo lugar, se o rap de São Paulo já fazia menção a itens de alto custo, por que o funk paulista adota esse mesmo discurso? Seria uma simples continuidade? E, finalmente, por que o funk adentra a cidade de São Paulo e toma o lugar do rap na preferência musical dos jovens paulistas?

3. São Paulo é Ostentação: o desenvolvimento do funk na capital paulista

Para fornecer respostas aos questionamentos levantados anteriormente é preciso elucidar como se deu o desenvolvimento do funk na capital paulista. Thomaz Pedro (2015) aponta que o funk surgiu no estado de São Paulo em bailes realizados nas comunidades da Baixada Santista. No ano de 1995, o proprietário de uma marca de roupas de nome Footloose criou outra empresa de produção de eventos, que divulga este gênero musical na região, estimulando a produção de músicas neste estilo. No mesmo ano é composta a primeira canção de funk paulista, de título “Fubanga Macumbeira”, cantada pelos MCs Jorginho e Daniel e produzida pelo DJ santista Baphafinha. A canção aborda a religiosidade e os estereótipos de feminilidade em tom jocoso com versos como

⁶¹ Relações mais delineadas e delimitadas entre o funk paulista, a cultura material e a constituição dos corpos feminino e masculino serão desenvolvidas nos capítulos 2 e 3.

É a fubanga macumbeira
Hoje é 13, sexta-feira
Ela vai ter que trabalhar ⁶².

A região metropolitana da Baixada Santista, localizada no litoral sul do estado, é formada por nove municípios: Praia Grande, São Vicente, Cubatão, Santos, Guarujá, Itanhaém, Mongaguá, Peruíbe e Bertioga. Apesar de ser uma das zonas economicamente mais ativas do estado graças ao polo industrial de Cubatão e ao Porto de Santos, a Baixada Santista concentra um dos maiores índices nacionais de pessoas vivendo em habitações irregulares, sem água encanada, sem tratamento de esgoto e sem coleta do lixo. Segundo dados de 2010 do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), divulgados pelo jornal *O Estado de São Paulo*, 17,9% da população da região vivia em favelas, praticamente um em cada cinco habitantes. Essa proporção se aproxima da proporção de 22,2% de pessoas vivendo em comunidades carentes na cidade do Rio de Janeiro ⁶³.

⁶² A letra desta canção será analisada de maneira mais profunda no capítulo 3 da dissertação que se debruça sobre questões de gênero no funk paulista.

⁶³ BURGARELLI, Rodrigo. Na favelas, 17% da Baixada Santista. **O Estado de São Paulo**. 22 dez. 2011. Disponível em: <https://sao-paulo.estadao.com.br/noticias/geral,nas-favelas-17-da-baixada-santista-imp-,814134>. Acesso em: jul. 2018.

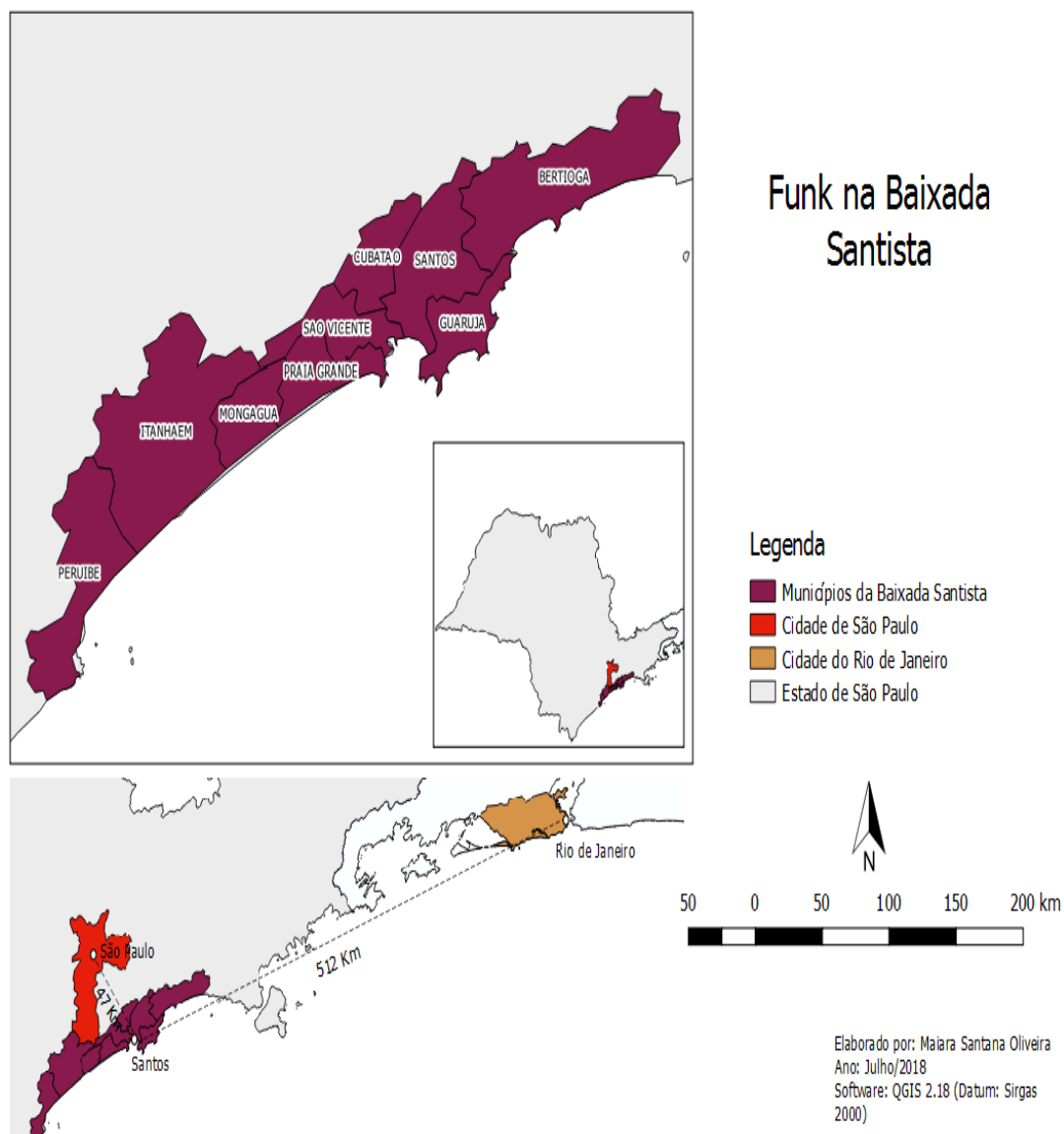


Figura 6 - No mapa estão destacados os municípios da Baixada Santista (em roxo), a cidade de São Paulo (em vermelho) e a cidade do Rio de Janeiro (em ocre). Autoria: Maiara Santana Oliveira. Ago. 2018

Além de terem em comum uma grande população pobre, a configuração geográfica da cidade do Rio de Janeiro e da Baixada Santista fornece elementos para uma interpretação do porquê o funk paulista deu seus primeiros passos na Baixada Santista. Espremidas entre a serra e o mar, como é possível observar na figura 5, tanto as cidades da Baixada, quanto a capital carioca, de modo geral, sofreram, ao longo do século XX, com a expulsão da população negra, migrante e miserável para fora das planícies urbanas. Estes terrenos foram valorizados e transformados em locais de moradia daqueles com mais recursos financeiros, que adquiriram moradias em edifícios e condomínios fechados. Limitadas geograficamente,

restou à população pobre da Baixada e da cidade do Rio de Janeiro ocupar os morros destas localidades, em áreas centrais, da zona sul e da zona oeste, dando origem a moradias irregulares, sem infraestrutura.

A conceituação metodológica de ocupação sócio espacial elaborada por Milton Santos (1977), embora não seja mobilizada nominalmente neste trabalho, permite pensar relações entre a geografia e as movimentações sócio históricas destas cidades⁶⁴. A partir da análise das fontes jornalísticas, que mostrou que ambas as cidades apresentam similaridades espaciais, apesar dos 512 km de distância, é factível a hipótese de que a conformação espacial de Rio de Janeiro e da Baixada Santista, com morros favelizados e pobres, foi elemento importante para o desenvolvimento da cultura funk na Baixada. Isto porque, os discursos expressos nas letras de funk carioca em fins do século XX, bem como o contexto de produção desses conteúdos musicais, eram mais próximos do cotidiano do litoral santista do que do cotidiano paulistano, da capital, que possuía outra dinâmica⁶⁵.

Reportagem de Adriana Ferreira Silva, publicada no jornal *Folha de São Paulo* em abril de 2007, destaca que a Baixada Santista era o segundo lugar que mais produzia funk no país, perdendo somente para o Rio de Janeiro, que já estava até mesmo importando canções produzidas por MCs da Baixada como MC Primo, Duda do Marapé (assassinados em condições até hoje não esclarecidas pela polícia). Em entrevista à jornalista, MC Dinho da VP, um dos principais nomes do cenário funk da Baixada, afirmou que a realidade cantada nos funks cariocas foi rapidamente identificada como semelhante à realidade dos jovens dos morros e subúrbios da região. Porém, o cantor acredita que nunca houve a intenção de copiar os trabalhos criados no Rio de Janeiro, como o funk proibidão e a temática sexual, mas sim de criar novos. Uma das inovações salientadas por ele foi a criação da vertente do “funk consciente”, que o MC identifica como inspirada em grupos de rap, como os Racionais MCs⁶⁶.

⁶⁴ O conceito de ocupação sócio espacial compreende o espaço enquanto local de disseminação de interesses e necessidades de grupos em específico, ou seja, é a dinâmica de profusão, retenção, disseminação do capital que determina como o espaço é ocupado. Nesta pesquisa, este horizonte conceitual permite analisar como morros são locais com altas taxas de pobreza e centrais para o fornecimento de mão-de-obra barata em cidades com economia ativa e comércio pulsante, como é o caso do Rio de Janeiro e dos municípios da Baixada Santista.

⁶⁵ Camila Saraiva e Eduardo Marques (2005) apontam que as favelas da Região Metropolitana de São Paulo eram caracterizadas pela sua distribuição nas áreas periféricas da cidade, inclusive com a exportação das favelas da cidade de São Paulo para as cidades vizinhas (MARQUES; SARAIVA. 2005. p. 163).

⁶⁶ SILVA, Adriana Ferreira. Pancadão da baixada. **Folha de São Paulo**. 01 abr. 2007. p. E1.

, o que teria amenizado os discursos difundidos pelos proibidos⁶⁷.

Não foi só uma nova forma de cantar funk que foi criada no litoral. Ainda segundo a reportagem, uma nova forma de difundir as canções dos funkeiros da Baixada ganhou impulso com a pirataria, que não era uma prática inédita, mas que ocorreu em maior escala neste caso. Operacionalizando a lógica de Warnier, que vê as próteses materiais como fundamentais para a construção de si, pode-se pensar que as novas ferramentas de produção cultural como a gravação digital, as transmissões feitas por cabos, satélites, fibras óticas, microcomputadores e a cópia ilegal de CDs permitiram que a informação rodasse o mundo em poucos segundos⁶⁸. Essa tecnologia foi usada pelos funkeiros, que viram na pirataria um mercado capaz de difundir na capital o funk da baixada. Porém, as expectativas foram superadas e os CDs atingiram, além da cidade de São Paulo, os estados de Minas Gerais e Rio Grande do Sul. Nestes estados, não foram consumidos apenas pela periferia, como também pelas camadas mais altas⁶⁹.

Em entrevista para a reportagem do jornal *Folha de São Paulo*, MC Primo apontou que a junção de dois fatores – a informatização na produção somada às novas formas de difusão – alterou a maneira como os funkeiros de São Paulo viam-se como músicos e como queriam ser entendidos pela sociedade. De “moças de roupas coladas e curtas rebolam na pista, rapazes de bermuda, boné e sem camisa, que fazem rebuliço iluminando o lugar com sinalizadores”, MC Primo declara que “os funkeiros não querem ficar por baixo da playbozada que vai de tênis novo, roupa nova e acaba pegando a mulherada. A molecada da periferia também quer se vestir bem para passar uma boa imagem”⁷⁰.

O documentário *Funk Ostentação – O filme*, de 2013, produzido por Konrad Dantas,

⁶⁷ Os funks proibidos são letras de música funk que exaltam grupos criminosos que detém o poder de determinados porções do territórios das favelas e que, muitas vezes, eram responsáveis por patrocinar a realização de bailes funks nos morros.

⁶⁸ Warnier (2003) assinala que no início do século XXI o processo de difusão da música foi propiciado pela produção de CDs e sons em MP3 que passaram a ser consumidos em equipamentos como microsystems, computadores, pequenos aparelhos de reprodução MP3, celulares. Estes tipos de suportes físicos facilitaram a propagação das produções de CDs e músicas funks para outras regiões do estado e do país via pirataria. Ou seja, apenas uma música poderia ser copiada para plataformas distintas e vendidas ou disponibilizadas gratuitamente via Internet, via barracas de rua especializadas em comercializar produtos piratas como CDs e DVDs e reproduzidas centenas de vezes. Aqui, novamente, temos a importância da materialidade para a cultura funk paulista: as produções musicais de funk só se disseminaram pelas cidades da Baixada, pela capital e pelo interior do estado em razão da pluralidade dos suportes materiais que tornavam acessíveis o processo de produção, consumo e circulação das músicas, em equipamentos que cabiam nos bolsos e na palma da mão.

⁶⁹ Reportagem local. Pirataria espalha o funk da Baixada. **Folha de São Paulo**. 01 abr. 2007. p. E3.

⁷⁰ Ibid.

dono da produtora Kondzilla, apresentou ao público todos os MCs que tiveram participação na conformação e fortalecimento do funk paulista. Um dos principais nomes foi o de MC Bio G3 que, misturando rap ao funk da baixada, sintetizou as referências e consolidou, em 2008, a primeira letra de funk paulista da vertente Ostentação, a canção “Bonde da Juju”:

Tá de Juliet, Romeo 2 e Double Shox
 18 K no pescoço, de Ecko e Nike Shox
 Tá de Juliet, Romeo 2 e Double Shox
 Vale mais de um barão, esse é o bonde da Oakley (...)
 É o bonde da juju
 É o bonde da juju
 Porque água de bandido
 É whisky e Red Bull⁷¹

Não foi apenas a composição que deu destaque ao ex-rapper e funkeiro, MC Bio G3. Ele também chamou a atenção no cenário musical por negociar junto ao poder público a realização de festivais de funk no bairro de Cidade Tiradentes, extremo da zona leste. O objetivo inicial dos festivais era reduzir a influência que a quadrilha Primeiro Comando da Capital (PCC)⁷² exercia sobre os jovens do bairro. Segundo artigo de Gilberto Dimenstein, publicado na *Folha de São Paulo*, em 2 de agosto de 2009, a quadrilha patrocinava pré-adolescentes e adolescentes para compor e cantar sobre o crime e a venda de drogas em funks proibidos e a situação se modificou quando o Estado, juntamente com a comunidade local, desenvolveu um projeto cultural e educativo, batizado como o ‘funk da paz’, por buscar desvencilhar funk de criminalidade e violência e destacá-lo como uma cultura legítima⁷³.

⁷¹ A letra faz referência a diversos produtos de marcas caras: os óculos de sol Juliet (apelidada de ‘Juju’ na canção), Romeo 2 e Double Shox, de lente espelhada, por exemplo, ultrapassa o valor de mil reais. A corrente de ouro de pescoço de 18 quilates custa entre R\$ 600 e R\$ 2000, dependendo do tamanho da joia e do pingente escolhido para adornar o colar. O tênis Nike Shox e as peças de vestuário da marca nova-iorquina Ecko custam mais de R\$ 700. As roupas e acessórios Oakley, como citado “vale mais de um barão”, chegam a valer mais de mil reais. O whisky e a bebida energética Red Bull que também são apontadas na letra, são consumidas de forma conjunta, e uma dose de 120 ml custa em torno de R\$ 25. Fonte: **Bonde da Juju**. MC Backdi e MC Bio G3. s/ind. 2008.

⁷² O Primeiro Comando da Capital (PCC) é considerado a maior organização criminosa brasileira. A organização, criada nos presídios paulistas, mantém-se a partir da venda de cocaína, maconha e da realização de assaltos de grande porte, sequestros e assassinatos. Nos últimos anos, a quadrilha expandiu-se pelo território brasileiro e, atualmente, atua em 22 dos 26 estados da Federação, mais o Distrito Federal.

⁷³ O artigo de Gilberto Dimenstein foi uma crítica, em realidade, à implementação do vale-cultura. Na época, estava em discussão no cenário político qual deveria ser o valor financiado pelo governo para que o trabalhador pudesse ter direito a ingressos de shows, teatro e cinema. Para Dimenstein era necessário fomentar a cultura por meio de um projeto educativo, assim como estava sendo feito com os festivais de funk no bairro de Cidade Tiradentes. Cf: DIMENSTEIN, Gilberto. Funk também é cultura. **Folha de São Paulo**. 02. ago. 2009. p. C10.

Além de Dimenstein, outros jornalistas também destacaram a importância da ação pública da subprefeitura da Cidade Tiradentes, implementada em parceria com o MC Bio G3, para arrefecer a capacidade da facção criminosa em mobilizar novos membros na região. Porém, não somente isso. O financiamento de festivais de música funk na Cidade Tiradentes intensificou o deslocamento do eixo de produção cultural periférica da zona sul para a zona leste, região até então carente de formas mais estruturadas de lazer e cultura para os jovens⁷⁴.

No entanto, o funk de São Paulo só se tornou alvo de políticas públicas no momento de sua dissociação da criminalidade. Antes disso, suas menções à realidade periférica, isto é, à violência policial, ao tráfico de drogas, à carestia, eram rechaçadas por autoridades, pelo Estado. A legitimação do funk paulista como manifestação cultural se deu a partir do momento em que se positiva o discurso da periferia sobre si própria e não quando se escancara seus problemas para o restante da sociedade. A tarefa de denúncia das mazelas sociais estava circunscrita ao rap, que foi exaltado por intelectuais, líderes políticos. O funk, por outro lado, durante anos foi ignorado pelas análises de acadêmicos, restando aos jornalistas e, em alguns casos, aos próprios funkeiros realizarem o debate público sobre o funk — para o bem e para o mal.

⁷⁴ É importante salientar que o funk carioca já havia tido uma entrada no estado de São Paulo, entre as camadas mais altas, por um curto período de tempo. No ano de 2000, reportagens destacavam que casas noturnas de classe média alta e de classe A tinham noites de festas focadas só em promover bailes funks com cantores e DJs do Rio de Janeiro, sobretudo, para atrair o público feminino. Exploraremos mais esta questão no capítulo 3, dedicado ao estudo de gênero. Porém, no que tange ao funk produzido por cantores paulistas, destaca-se a zona leste da capital como o segundo pólo mais importante de produção de funk no estado. Foi nessa região que bailes funks começaram a ser realizados na periferia da cidade. Em reportagem de outubro de 2007, Dolores Orosco destaca que os bailes da zona leste, realizados em bairros como Aricanduva, Itaquera e Cidade Tiradentes (que eram também chamados de “Bailes da zolé”, uma referência ao termo zona leste) estavam se expandindo, atraindo cada vez mais jovens para esta região. Assiste-se, assim, ao crescimento de uma outra forma de entretenimento para a juventude periférica paulistana para além dos festivais e shows de rap que tinham como ponto o extremo da zona sul da capital, em bairros como Capão Redondo. Para mais informações ver: OROSCO, Dolores. Baile funk domina a balada da zona leste paulistana. **G1**. 31 out. 2007. Disponível em: <<http://g1.globo.com/Noticias/Musica/0,,MUL161743-7085,00-BAILE+FUNK+DOMINA+A+BALADA+D+A+ZONA+LESTE+PAULISTANA.html>>. Acesso em: 19 fev. 2018.

O espaço do Rap e do Funk na cidade de São Paulo

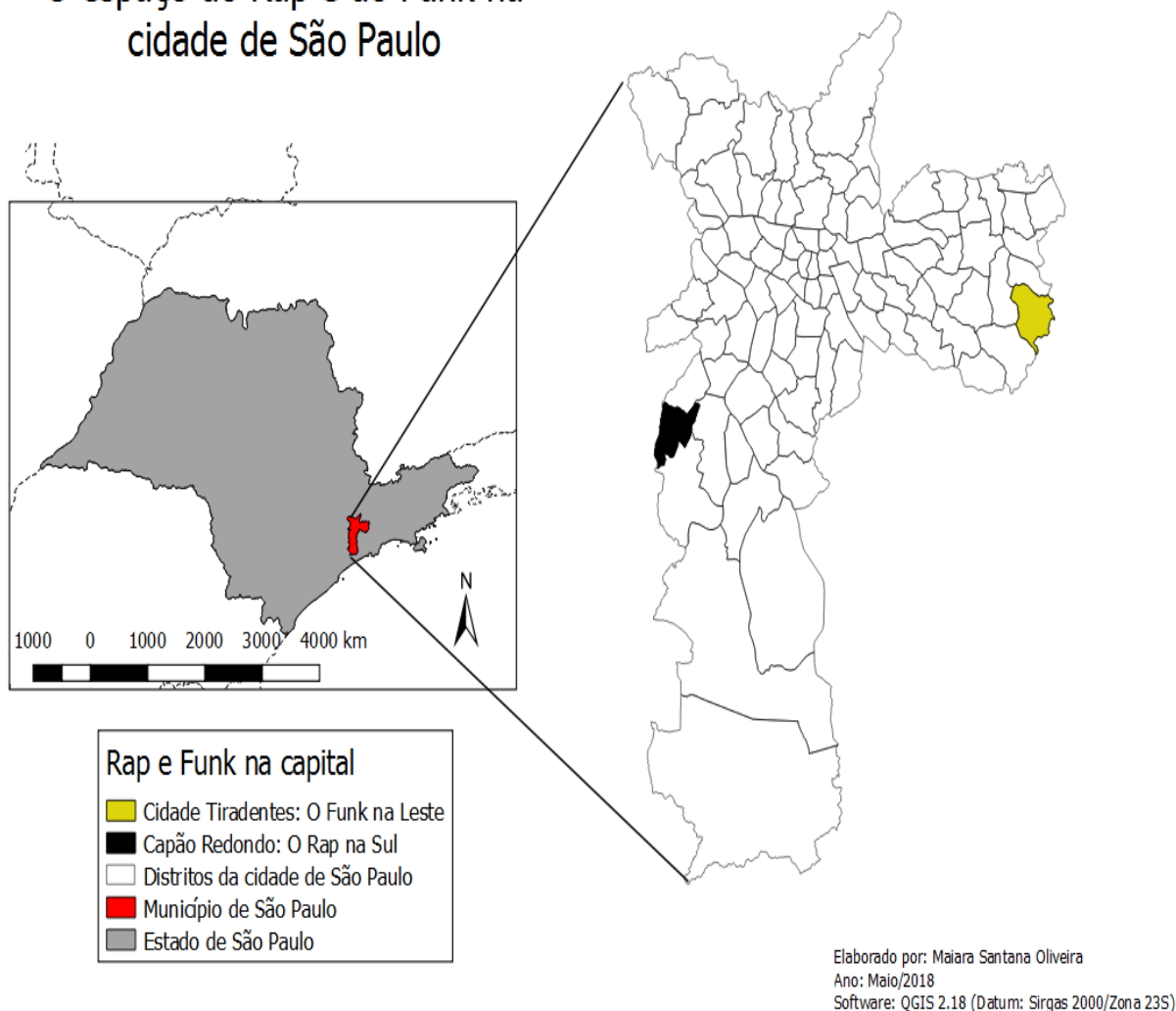


Figura 7 - No mapa estão destacados os bairros de Cidade Tiradentes (em amarelo) e Capão Redondo (em preto) e a cidade de São Paulo (em vermelho). Autoria: Maiara Santana Oliveira. Ago. 2018.

Na Figura 7 estão referenciadas duas das principais regiões da periferia de São Paulo: em preto, o bairro de Capão Redondo e, em amarelo, o bairro de Cidade Tiradentes. A zona sul foi celeiro de importantes cantores de rap do país, como o grupo 509-E, Sabotage e Thaíde. Da zona leste, por sua vez, saíram os MCs de funk Daleste, MC Dede, MC Nego Blue, que construíram uma identidade própria, a do funkeiro da zona leste, o estilo ‘chavosinho’, pela valorização de objetos de luxo, e disseminaram a vertente ‘Ostentação’ pela cidade, pelo estado e pelo país. Porém, nem todos viveram o suficiente para ver seus trabalhos reconhecidos.

O ano de 2013 foi crucial para a cultura funk paulista: em julho é assassinado MC

Daleste, durante um show, em Campinas. O caso foi amplamente divulgado pelas rádios, pela televisão e pela Internet. Porém, a execução de Daleste não era um caso isolado: Adriana Facina, Mariana Gomes e Carlos Palombini (2016) apontaram que, em pouco menos de dez anos, vinte pessoas ligadas à cultura funk, entre dançarinos e cantores, foram assassinadas. Desse total, somente no estado de São Paulo, entre 2010 e 2013, cinco MCs foram mortos em circunstâncias até hoje não elucidadas (FACINA *et al.* 2016, pp. 74-75).

O assassinato de MC Daleste levantou uma série de teorias sobre as causas de sua morte, desde a ligação com o tráfico de drogas e intrigas com policiais militares até traição conjugal. Porém nada foi provado e o caso foi arquivado pela Polícia Civil. Analisando o ocorrido, Bruno Paes Manso, em artigo publicado pelo jornal *O Estado de São Paulo*, em 14 de julho de 2013, vê uma conexão entre a realidade material que cerca os funkeiros, os assassinatos dos MCs e o desprezo no seu tratamento pelo poder público e pela imprensa. Para Manso:

[...] são os funkeiros as estrelas que mais incomodam e chocam, celebrando os excessos, a vida desregrada, o gozo e a felicidade instantânea, mesmo que garantida à base de substâncias químicas, assumindo o papel que cabia aos roqueiros. Mulheres popozudas, que dançam imitando poses sexuais, letras de apologia ao crime, culto a marcas caras e carros de luxo. As provocações parecem ao mesmo tempo estéticas e conceituais. Não por acaso, nesse cenário desfavorável, quatro MCs de sucesso morreram assassinados, sem provocar nenhuma comoção dos públicos formadores de opinião ou das autoridades⁷⁵.

Ainda na esteira da retomada dos debates sobre a criminalização do funk, a eclosão dos rolezinhos em shoppings da capital e da região metropolitana de São Paulo suscitaram novas discussões sobre violência, funk e, um novo ingrediente, o consumo. Os encontros entre ídolos da Internet e seus fãs em grandes centros de compra incomodaram lojistas, assustaram clientes tradicionais e provocaram a presença da polícia. Estes

[...] encontros agendados por ‘famosinhos’ das redes sociais, isto é, jovens que gozavam de relativo prestígio na internet por postarem fotos, vídeos em plataformas digitais que agradavam uma parcela dos adolescentes e que então, por conta da relativa fama, passaram a criar eventos para se aproximar de seus seguidores e que consistiam basicamente em andar, atravessar os corredores e andares de shoppings centers, muitas vezes, cantando funk. Entretanto, o que aparentemente era uma prática banal e juvenil tornou-se

⁷⁵ MANSO, Bruno Paes. Profissão perigo. *O Estado de São Paulo*. 14 jul. 2012. p. E10.

caso de Justiça, envolvendo violência policial, acusações de realização de arrastões e um acalorado debate midiático (e Jurídico). (OLIVEIRA, 2017, p. 2).

Retomamos aqui o editorial publicado em janeiro de 2014 de Ana Krepp, que destacou que os rolezeiros consumiam nos estabelecimentos do shopping, adquirindo peças que custavam mais de 200, 300, reais. Portanto, temos, então, que os rolezeiros não iam a esses espaços apenas para passear pelos corredores ou provocar estardalhaços⁷⁶. Eles eram, antes de tudo, consumidores interessados em se divertir mas, destacadamente, em consumir. Porém, os rolezinhos em shoppings, assim como os arrastões de 1992, mais uma vez, tornaram pública a faceta conservadora da sociedade brasileira. As primeiras reportagens sobre os rolezinhos muito se assemelhavam às manchetes de 1992, como “Gangues repetem na praia rivalidades do morro”⁷⁷ e outras viam o fenômeno como uma prática hedonista, de reprodução de uma lógica consumista e individualista difundida entre a juventude.

Em entrevista concedida ao repórter Ivan Marsiglia, do jornal *O Estado de São Paulo*, o sociólogo Jessé de Souza destacou que a questão dos rolezinhos girava em torno de rivalidades classistas, do embate entre a classe média europeizada e as classes populares “bárbaras” que entraram em choque ao serem colocadas frente a frente no mesmo espaço⁷⁸. Nesta perspectiva, o antropólogo norte-americano James Holston, professor da Universidade da Califórnia, argumentou que a reação negativa aos rolezinhos vinha, sobretudo, das elites, que não queriam ver seus espaços ocupados pelas classes mais baixas. Para ele, os rolezinhos eram também uma nova maneira de exaltar um consumismo de caráter personalista, a chancela do triunfo do e no capitalismo⁷⁹. No entanto, essas concepções sobre consumo são opostas à interpretação que adotamos neste trabalho. Conforme exploraremos no capítulo 2, estas visões são reducionistas, problemáticas e não fornecem subsídios para a compreensão do consumo enquanto prática vinculada à cultura e à sociedade de consumo e que vai além da ideia de reprodução de lógicas fetichizantes sobre a materialidade.

As visões apresentadas nas duas reportagens citadas acima expressam uma parte das vertentes adotadas nos trabalhos acadêmicos que se debruçaram sobre a cultura funk paulista: a primeira linha foi marcada pela interpretação de viés mais político-econômico, atribuindo o

⁷⁶ KREPP, Ana. DNA do rolê. **Folha de São Paulo**. 15 jan. 2014. p. C3.

⁷⁷ AUGUSTO, Sérgio. Rio discute a violência na mídia. **Folha de São Paulo**. 27 jun. 1993. p. 13.

⁷⁸ MARSIGLIA, Ivan. O rolê da ralé. **O Estado de São Paulo**. 19 jan. 2014. p. E2.

⁷⁹ DE LUCENA, Eleonora. ‘Rolezinhos’ têm raízes na luta pelo espaço urbano. **Folha de São Paulo**. 19 jan. 2014. p. C8.

fenômeno dos rolezinhos à ascensão de uma nova classe média (também chamada de classe C), que ganhou importância no cenário social brasileiro durante os governos progressistas da primeira década do século XXI. Essa maior importância pode ser lida, também, como maior poder de compra. Para Pinheiro-Machado e Scalco (2014), a aquisição de bens de luxo não seria um fato isolado do Brasil, já que, em outros países, como Congo e Inglaterra, grupos periféricos fazem ou já fizeram uso de indumentárias de custo elevado, seguindo a ritualística da exibição. Porém, o movimento no Brasil é, para elas, mais específico, resultado da entrada de 24 milhões de pessoas na classe C, constituindo uma nova sociedade em que “o consumo desempenha um papel central e legitimador de inclusão e ascensão social” (PINHEIRO-MACHADO; SCALCO, 2014, p. 13). O fortalecimento econômico, em adição aos movimentos de reivindicação de junho de 2013, teria impulsionado a reorganização entre as classes, sobretudo no que tange ao consumo no país.

Elaine Oliveira (2016) também credita o sucesso do funk paulista às “políticas de redistribuição de renda e pelos postos de trabalho gerados, assim como da popularização dos vídeos postados na internet” (Ibid. p. 107). Buscando respostas para a alteração do estilo musical na periferia de São Paulo, Oliveira aponta que as melhorias advindas com a implementação de novas políticas econômicas foram experimentadas pelos sujeitos periféricos a partir da possibilidade de consumo de artigos antes adquiridos somente pelas elites. Esta abertura ao consumo, enquanto um ato não mais de exceção, mas de participação social, alterou o discurso na periferia: da ideia de contestação, do rap, ganhou terreno a ideia da celebração, do funk Ostentação, da ascensão social como resultado do esforço pessoal.

Já, em outra perspectiva analítica, estão trabalhos como os de Jessé de Souza e James Holston, que relacionam a conformação da cultura funk paulista a uma prática hedonista dentro de uma sociedade de consumo. Para João Augusto Neves (2016) não houve o surgimento de uma nova classe média da maneira como muitos autores acreditam, mas o aperfeiçoamento de aparatos da sociedade de consumo. Esse aperfeiçoamento permitiu a constituição de novas subjetividades, porém demarcadas pela despolitização e individualismo em sua inserção na sociabilidade capitalista (POCHMANN *apud* NEVER, 2016. p. 96). Ele observa ainda que as identidades criadas pelos MCs eram múltiplas e completamente mutantes, conforme o interesse do momento: os cenários das produções dos caríssimos videoclipes, segundo ele, eram simulações, assim como as identidades assumidas pelos MCs em suas entrevistas eram performances musicais. Neves conclui, assim, que a incitação ao

consumo pelos funkeiros foi, na verdade, estimulada por empresas que construíram experiências juvenis vazias em razão do apelo a um consumo “desmedido e irracional” (Ibid. p. 156).

Em artigo publicado em 2013, Andrea Antonacci e Rosilene Marcelino destacam que durante o processo de construção da identidade, o consumo é acionado recorrentemente, caracterizando-se, assim, como um elemento fundamental da cultura não apenas desse grupo, mas do conjunto total da sociedade ocidental. E é a partir dele que se desfazem antigas identidades, elaboram-se novas e compartilham-se experiências sobre as vivências desses indivíduos, postadas e amplamente divulgadas pelas redes sociais. Na mesma linha, assumindo a identidade como um mecanismo relacional, que se altera conforme os locais por onde circula o sujeito, Marcos Resende (2017) postula que o consumo é condicionado pela identidade, muito mais do que por fatores regulatórios como a lei da oferta e da procura. A partir da análise da canção “Plaquê de 100”, de MC Guimê, Resende reconstrói o cenário do videoclipe e relaciona os elementos apresentados na videografia com a letra da canção, concluindo que o choque existente entre a exaltação do luxo nas imagens e a exaltação da humildade na composição revela uma sobreposição não só de realidades, mas de identidades (Ibid., p. 22). Segundo o autor,

[...] ainda que esbanjando dinheiro “com o brilho das joias do corpo” e usufruindo de bens de luxo, o MC Guimê traz consigo o linguajar e o estilo característico do seu grupo identitário. A ascensão social deve ser posta, portanto, em paralelo com a persistência de elementos característicos da identidade sócio-política originária. **Apesar de abandonar e negar seu background econômico, MC Guimê não abandona por completo a sua identidade sociológica.** (grifo nosso) (Ibid. p. 21)

Segundo nosso entendimento, porém, o funkeiro paulista não nega ou abandona a sua origem econômica. Por mais que ele esteja alocado em um novo ambiente e usufruindo de outros bens materiais, o MC não apresenta ou sobrepõe duas identidades distintas (a de sua origem humilde e a de sua vida agora em meio ao dinheiro), pois sua identidade é conformada a partir destes dois referenciais, não existindo uma fronteira entre sua essência e sua aparência ou entre o seu interior e o seu exterior, o mundo à sua volta.

Teresa Caldeira (2014) sintetiza essas vias de interpretação do funk Ostentação e dos rolezinhos afirmando que, novas concepções de ascensão social foram projetadas enquanto

mecanismos de construção de si, por meio do consumo. Para a autora, apesar da tensão gerada entre as elites diante da circulação de moradores das periferias em shoppings centers, os rolezinhos tinham como pontos principais os shoppings localizados nas periferias e não em áreas nobres da cidade. O alarmismo das elites paulistas, segundo a autora, teria se dado pela desestabilização dos mecanismos de distinção social que, historicamente, foram construídos por meio do julgamento social das aparências físicas e, acrescente-se, pelo domínio de territórios da cidade. Neste último caso, a ideia de que havia uma concentração dos rolezinhos em áreas dominadas pelas elites deveu-se a uma distorção produzida pela atuação de veículos de comunicação como mídia impressa, mídia *online* e televisiva.

Se, para Caldeira (2014), a questão primordial dos rolezinhos era o enfrentamento de classe, textos como o divulgado pelo então vereador da região central de São Paulo, Andrea Matarazzo, indicam que o fenômeno de classe tinha vários cromatismos. Divulgado em 18 de janeiro de 2014, na coluna “Tendência/debates”, do caderno de opinião do jornal *Folha de São Paulo*, o texto respondia ‘SIM’ para o questionamento: “Rolezinhos em shoppings devem ser coibidos?”. Para Matarazzo, o que estava em jogo, naquele momento, era a integridade física dos frequentadores de shoppings centers, que foram surpreendidos pelos rolezinhos. Para ele, em síntese, os rolezinhos invadiram o espaço alheio e não seguiam regras básicas de convívio e respeitabilidade. Contrária à posição de Matarazzo, a jornalista Tatiana Ivanovic defendia na mesma coluna que os rolezinhos ‘NÃO’ deveriam ser proibidos, pois estes encontros eram uma oportunidade de negócio por reunir jovens em férias escolares ávidos por consumir, o que poderia alavancar as vendas das principais marcas⁸⁰.

No dia seguinte à divulgação da coluna, no Caderno Cotidiano de Domingo, o jornal entrevistou o professor James Holston, da Universidade da Califórnia, estudioso da periferia paulista há mais de vinte anos. Na matéria, Holston explicitou uma percepção negativa acerca da importância do consumo no funk paulista pois, para ele, o funk Ostentação seria uma releitura paulista de um consumismo desenfreado e individualista. Ademais, para Holston, os rolezinhos seriam uma faceta da disputa pela apropriação do espaço público, mas que não objetivava a politização, já que, o objetivo dos jovens era somente a diversão⁸¹. Este tipo de análise contudo, não é a compartilhada por nós nesta pesquisa. Ao associar os rolezinhos e o

⁸⁰ MATARAZZO, Andrea; IVANOVIC, Tatiana. ‘Rolezinhos’ em shoppings devem ser coibidos? **Folha de São Paulo**. 18 jan. 2014. p. A3.

⁸¹ LUCENA, Eleonora de. ‘Rolezinhos têm raízes na disputa pelo espaço público’. **Folha de São Paulo**. 19 jan. 2014. p. C8.

funk Ostentação somente a um ato de fruição, minam-se, de certa forma, outros horizontes de interpretação deste fenômeno, como a sua capacidade de articular elementos sociais, econômicos e também políticos que estiveram no cerne do processo de consolidação do funk em São Paulo. Contudo, a publicação da análise de um acadêmico em um grande veículo de comunicação, permitiu que a legitimidade dos rolezinhos fosse discutida publicamente com base em estudos e não somente em suposições abstratas e desencarnadas derivadas de dados empíricos.

A postura de debate adotada pelo jornal *Folha de São Paulo* não foi acompanhada pelo jornal *O Estado de São Paulo*. Este jornal atribuiu conotação político-ideológica aos encontros entre os jovens, destacando que, por conta da eclosão desse movimento em ano eleitoral e ano de Copa do Mundo FIFA (cujas sedes, no ano de 2014, foi o Brasil), os rolezinhos foram transformados em táticas de protesto de grupos políticos. Em reportagem divulgada em janeiro de 2014, os jornalistas Artur Rodrigues e Laura de Castro Maia destacaram a realização de um evento, marcado pelo Facebook, intitulado “Rolezin Black Bloc na zona sul”, programado para acontecer na praia do Leblon, no Rio de Janeiro. No texto da matéria, os jornalistas afirmaram que o rolezinho poderia sair da praia e adentrar alguns dos shoppings mais frequentados da cidade, o que geraria confusão. Esta afirmativa, porém, é feita sem argumentação plausível que pudesse justificar por qual razão um rolezinho na praia poderia se transformar em um possível arrastão em shoppings⁸².

Em outra edição, o jornal já havia repetido o mesmo sistema de associação dos rolezinhos a movimentos sociais e partidos políticos, como se pode observar na manchete “Dilma usa ‘rolezinho’ contra oposição” (Figura 8), em que há a descrição sobre como estavam atuando os profissionais responsáveis por gerenciar as redes sociais da então presidente para aproximá-la da população jovem e periférica em um ano de eleições. Nota-se que na parte superior do caderno há imagens de ‘rolezinhos’ realizados por movimentos sociais como o Movimento dos Trabalhadores Sem-Teto (MTST), com homens vestidos de camisetas vermelhas, bandeiras e palavras de ordem⁸³.

Pela análise das fontes, notamos *O Estado de São Paulo* inclinado a associar os rolezinhos a uma gama de outros interesses de viés político e até de mercado. Jornal mais

⁸² CASTRO, Laura Maio de; RODRIGUES, Artur. Movimento social apoia ‘rolezinhos’ e shoppings já bloqueiam página na web”. **O Estado de São Paulo**. 18 jan. 2014.

⁸³ CASTRO, Laura Maio de; REOLOM, Mônica. Shoppings fecham portas para barrar atos. **O Estado de São Paulo**. 17 jan. 2014.

antigo em circulação na cidade, desde 1875, *O Estado de São Paulo* ganhou impulso no fim do século XIX defendendo a República em um Império escravista e, assim como a *Folha de São Paulo*, ambos os grupos jornalísticos reformularam-se. Fabiane Barbosa Moreira (2006) argumenta que, ligado ao setor liberal da cafeicultura paulista, *O Estado de São Paulo* foi concebido sob bases elitistas e conservadoras (CAPELATO *apud* MOREIRA, 2006, p. 78). Já o jornal *Folha de São Paulo*, criado na década de 1920 por setores empresariais ligados à cafeicultura, transitava por todos os espectros políticos da sociedade a fim de garantir sua posição no mercado editorial, que foi consolidada na década de 1980, quando o jornal se apresentou sob nova base moderna, apartidária, pluralista e caracterizada pela excelência do produto para o mercado (MOREIRA, 2006, p. 89).

Ainda que sucinta, a trajetória dos dois jornais aqui apresentadas fornece elementos para se analisar de que forma ambos construíram visões sobre a cultura funk paulista e a sua relação com a materialidade. Moreira (2006) discerne que, por mais que ambos os jornais estejam inseridos no mercado editorial, em busca de investidores, certos traços se mantêm como: a identidade da *Folha de São Paulo* alinhada a debates que rondam o momento atual e o jornal *O Estado de São Paulo* alinhado à propriedade familiar e à tradição (Ibid. p. 91). Estas características ainda se mantêm, como podemos verificar na página do jornal *O Estado de São Paulo* de 18 de janeiro de 2014, em que se argumenta que os rolezinhos foram esvaziados de sua carga cultural e partidarizados apenas como protestos de determinados grupos para centros comerciais, sem discussão sobre a efetiva carga cultural deste fenômeno. Por sua vez, a coluna “Tendências/Debates”⁸⁴ da *Folha de São Paulo*, publicada também no dia 18 de janeiro de 2014, ao exibir opiniões divergentes, amplia o debate público sobre o caráter social dos rolezinhos e, conseqüentemente, sobre a ação dos jovens no ambiente público (Figura 9).

Isto não significa afirmar que a *Folha de São Paulo* era apoiadora dos rolezinhos na capital paulista ou que *O Estado de São Paulo* era deliberadamente contrário, mas de compreendermos como se deu a construção dos argumentos das reportagens. A oposição do jornal *O Estado de São Paulo* aos governos presidenciais de Luiz Inácio ‘Lula’ da Silva

⁸⁴ Fabiane Moreira (2006) aponta que a criação dessa coluna foi uma das novidades inauguradas pelo grupo *Folha de São Paulo*, na década de 1970, especificamente no ano de 1976. Segundo ela, a partir dos dados informados pelo próprio site do grupo de comunicação, a publicação de artigos de distintas matrizes ideológicas desempenhou papel fundamental durante o processo de redemocratização do país, por garantir que posições distintas fossem expostas pelo jornal. (MOREIRA, 2006, p. 87).

(2003-2010) e Dilma Rousseff (2011-2016), enunciada abertamente desde o ano de 2010 (CARVALHO, 2013), mostra-se atuante mesmo quando a temática abordada são os rolezinhos, estigmatizados pelo jornal como um problema social. O jornal *Folha de São Paulo* adota uma postura que prioriza a discussão sobre o fenômeno, embora essa discussão não seja apolítica, pois, mesmo que não declaradamente, o grupo *Folha* também integrava o bloco de oposição ao então governo. O que se percebe, portanto, é como um fenômeno social dos rolezinhos serviu, em diferentes graus, de alimento aos interesses partidários dos jornais.

Distante de conceber este tipo de fonte como simulacro da verdade ou como caderno de informação, é importante olhar para o contexto em que as notícias foram produzidas, por quem, para quem, qual o ideário que é propagado pelas manchetes até mesmo para se compreender melhor os mecanismos que regulam a sociedade. Se o jornal *O Estado de São Paulo* está voltado a um público com perfil mais elitista, proprietários de empresas, terras (CAPELATO, 1988, p. 15), isto explica, em boa parte, porque as matérias deste veículo tendem a adotar postura tradicional e conservadora quanto às temáticas que aborda. Por outro lado, o jornal *Folha de São Paulo*, que tem como público alvo a classe média urbana, com formação superior (MOREIRA, 2006, p. 64), não fixa um único ponto de vista, mas promove e possibilita a discussão pública.

PASSEATA E BLOQUEIO



'Rolezão' na rua. Marcha organizada pelo MTST na entrada do Shopping Campo Limpo, na zona sul de São Paulo



1. Manifestantes foram impedidos de entrar no Jardim Sul, no Morumbi
2. Funcionários e clientes ficaram vendo a manifestação de dentro do shopping
3. Entrada principal do Jardim Sul ficou lotada de manifestantes

Dilma já usa 'rolezinho' contra a oposição

Estratégia também prevê a aproximação de jovens das periferias e nas redes sociais

Tânia Monteiro
Fábio Outub
ESPECIAL PARA O ESTADO
Vera Rosa
BRASÍLIA

Em mais uma tentativa de se contrapor ao PSDB, o governo Dilma saiu em defesa dos jovens que promovem "rolezinhos" nos shoppings e tentou acusar os adversários de fazer discriminação social. Na avaliação do Palácio do Planalto, o apoio à manifestação não apenas serve de antídoto a possíveis atos de vandalismo como ajuda a aproximar a presidente Dilma Rousseff de jovens da periferia, nas redes sociais, neste ano de eleições.

Responsável pelo diálogo com os movimentos sociais, o ministro-chefe da Secretaria-Geral da Presidência, Gilberto Carvalho, critica a repressão policial aos "rolezinhos" em São Paulo e a concessão de medidas liminares, por parte da Justiça, a lojistas de shoppings, recoscos com o movimento dos jovens da periferia.

Gasolina no fogo. "Mais uma vez, a ação inadequada da polícia acabou botando gasolina no fogo", afirmou Carvalho, que esteve ontem no Recife, onde participou de dois encontros com jovens de movimentos. "Ela nos alertou a ter cuidado ao tratar do assunto", contou o secretário-geral da Presidência. "Não dá para embarcar nessa história de repressão".
A ordem do Planalto é para tratar assunto com naturalidade e, sempre que possível, criticar a posição de parlamentares do PSDB e do governador Geraldo Alckmin, candidato ao segundo mandato. É em São Paulo, maior colégio eleitoral do País, que o PT vai disputar com Alckmin a agenda da segurança. Dilma, porém, não quer que o ministro da Justiça, José Eduardo Cardozo - em férias a partir de hoje - entre nesse tema. Motivo: o Planalto fará de tudo para não passar a impressão de que o presidente está preocupado com depredações e com mais uma crise de segurança, em uma reedição dos protestos de junho.

ger os shoppings contra os rolezinhos também é um erro. Para mim é, no mínimo, inconstitucional." O ministro disse que "os conservadores deste País" devem se conformar que os direitos vieram para todos. "Qual o critério que você vai selecionar uma pessoa da outra? É a cor, é o tipo de roupa que veste? Tudo isso implica preconceito, no julgamento de uma pessoa e fere a Constituição", insistiu Carvalho.

Para o chefe da Secretaria da Igualdade Racial, Luiza Bairros, declarações como as do senador Aloysio Nunes Ferreira (PSDB-SP), que chamou os manifestantes de "cavalões", podem acirrar os ânimos. Para ela, a intenção dos jovens da periferia é totalmente pacífica, mas a reação "preconceituosa" das pessoas brancas tende a causar problemas.

No terça-feira, Dilma chamou ao Palácio do Alvorada os ministros Carvalho, Luiza Bairros, José Eduardo Cardozo (Justiça) e Maria Suplicy (Cultura). "Ela nos alertou a ter cuidado ao tratar do assunto", contou o secretário-geral da Presidência. "Não dá para embarcar nessa história de repressão".

A ordem do Planalto é para tratar assunto com naturalidade e, sempre que possível, criticar a posição de parlamentares do PSDB e do governador Geraldo Alckmin, candidato ao segundo mandato. É em São Paulo, maior colégio eleitoral do País, que o PT vai disputar com Alckmin a agenda da segurança.

Dilma, porém, não quer que o ministro da Justiça, José Eduardo Cardozo - em férias a partir de hoje - entre nesse tema. Motivo: o Planalto fará de tudo para não passar a impressão de que o presidente está preocupado com depredações e com mais uma crise de segurança, em uma reedição dos protestos de junho.

Monitoramento. Na prática, a orientação do Planalto é apenas para que ministros monito-

REPERCUSSÃO POLÍTICA

"Os meus secretários (Netinho de Paula, da Igualdade Racial, e Rogério Sottili, da Secretaria Municipal de Direitos Humanos e Participação Social) estão sempre em contato com a juventude (em relação a análise de 'rolezinhos')".
Fernando Haddad
PREFEITO DE SP



"O role, o passeio, a volta é uma atividade cultural. É problema de polícia se há depredação, se há roubo".
Geraldo Alckmin
GOVERNADOR



rem atentamente os "rolezinhos", principalmente na internet, com o objetivo de evitar que as manifestações sejam apropriadas por vândalos e black blocs. "A gente tem de ter a humildade de observar primeiro, de acompanhar e procurar entender mais profundamente do que se trata", disse Carvalho. "Todos nós precisamos ter cuidado para não querer dar uma de sábios".

NA WEB
Lista. Veja os outros "rolezinhos" já marcados
www.estado.com.br/maiores

Shoppings fecham portas para barrar atos

Laura Maia de Castro
Mônica Resolin

Cerca de mil manifestantes ligados ao Movimento dos Trabalhadores Sem-Teto (MTST) participaram ontem à tarde dos dois "rolezinhos" na frente dos Shoppings Jardim Sul e Campo Limpo, na zona sul paulista na. Os centros de compras fecharam portas, temendo tumulto. Mesmo assim o movimento, separado em dois grupos, realizou atos simbólicos nas portas principais. Notas de real e de dólar foram bilatadas no ar pelos jovens, com o intuito de mostrar que eram trabalhadores e consumidores. Um lanche coletivo de pão com mortadela ou queijo foi distribuído aos manifestantes em caixas de papelão. "Estamos fazendo esse ato em solidariedade aos jovens que foram reprimidos no último fim de semana. Quando classes média faz 'rolezinho' virá flash mob, quando é a periferia tem truculência", afirma Ana Paula Ribeiro, uma das coordenadoras do MTST.

Apesar de a coordenação do movimento afirmar que a pauta do ato era o combate ao preconceito, muitos manifestantes não sabiam nem o que era "rolezinho". Dona Maria Gomes dos Santos, uma das mais animadas, não tinha a palavra em seu vocabulário. "Eu não sei o que é isso, mas vim aqui reivindicar moradia", disse enquanto dançava ao som da bateria que acompanhou o ato.

Ocupações. Grande parte dos manifestantes eram da ocupação Vila Nova Palestina, em Morumbi, também na zona sul. Outros vinham da região da Faixa de Gaza, em Paraisópolis. Os atos foram pacíficos e organizados, entretanto um manifestante tentou passar à força por um segurança do Jardim Sul e, impedido, deu um soco no agente. Houve público de tumulto, logo controlado. Os atos terminaram em clima festivo, com as pessoas dançando e jogando tinta preta nas calçadas dos shoppings.

Aécio diz que governo deixou de responder aos atos de rua

Para principal opositor, gestão federal só reage, não planeja e não percebe aquilo que vem acontecendo no Brasil

A oposição classificou os encontros realizados por jovens na periferia de São Paulo em shopping como "fenômenos naturais". Para parlamentares do DEM e do PSDB, os chamados "rolezinhos" têm sido motivos pela ausência de respostas do governo aos movimentos que tomaram as ruas do País em junho do ano passado.

"Eu acredito que essa ainda não é uma questão de segurança, é uma questão que tem de ser tratada como fenômeno natural, como nós temos outros ao longo do tempo", avaliou o presidente do PSDB, senador Aécio Neves (MG), após participar de um almoço com o governador Geraldo Alckmin, no Palácio dos Bandeirantes.

O provável adversário da presidente Dilma Rousseff nas eleições deste ano aproveitou para criticar a postura reativa do governo aos problemas do País. "Nós temos no Brasil historicamente um governo federal que reage, que não planeja e não percebe aquilo que vem acontecendo no Brasil", afirmou Aécio, contudo, não discordou da postura que o governo tem adotado em relação aos "rolezinhos" e disse achar "saúdavel que pelo menos eles percebam aquilo que está acontecendo no País".

Segunda época. Para o líder do DEM no Senado, José Agripino

(RN), essas manifestações são um "filhote" dos movimentos de junho passado. "Essão acontecendo porque não houve respostas à altura. É uma segunda época das manifestações do ano passado", disse Agripino.

O democrata acredita em uma expansão dessas manifestações até junho, na época da Copa do Mundo. "A tendência é encorpar, porque a situação econômica do País se esgotou e o governo não está tomando providências". / **CARLA ARAÚJO e DÉBORA ALVARES.**

Juventude petista estará sábado no JK

Com aval do cúpula partidária, a Juventude do PT decidiu enviar um grupo ao evento marcado no sábado no Shopping JK Iguaçu. Os objetivos, segundo o secretário nacional de Juventude, Jefferson Lima, são denunciar o suposto preconceito racial e evitar que adversários políticos se inflamentem. **RICARDO GALHARDO**

fecharam a porta. Hoje, os segurados olham para as pessoas e decidem se é rico ou pobre. A questão é que, se os trabalhadores param de ir aos shoppings, eles vão à falência. Hoje quem dá lucro aos shoppings são os trabalhadores. Nós não vamos questionar nem julgar os "rolezinhos", até porque há pessoas sérias que os organizam e ou-

DEPOIMENTOS

Juan Carlos Silveira, de 17 anos, cofundador no Facebook e organizador de "rolezinhos"

"Tudo começou quando eu fiz um vídeo dançando funk e pus no YouTube. De repente, surgiram garotas dizendo que eram minhas fãs, querendo me conhecer. Marcamos um roleê em julho de 2013 no Shopping Ibirapuera e foram 30 meninas. A

coisa foi crescendo e virou isso aí que é o "rolezinho". Vai gente para beijar, tirar foto, conhecer gente, roubar... Eu vou para ver as fãs, até me comparan ao Justin Bieber.

Até onde eu vejo, não tem nada de política, é só diversão mesmo. Mas com os arrastões, minha mãe pediu para eu parar de ir, para não ser assaltado. Gosto muito do funk ostentada

ção, quero virar MC. Já tenho cinco músicas e vários produtores me procuraram. Ganho entre R\$ 900 e R\$ 1 mil trabalhando na loja dos meus pais, e gasto quase tudo com roupas, tênis e correntes de marca. Melhor assim do que andar encaixado que nem os black blocs. Não tenho nada contra eles, mas capuz? Tá louco, né? / **BRUNO CAPELAS**

Vanessa Souza, uma das coordenadoras do Movimento de Trabalhadores Sem Teto (MTST)

"Muitos jovens nesse têm ido para o 'rolezinho', mas têm sofrido violência por parte dos shoppings e da Polícia Militar. A ideia hoje (ontem) era ir ao Shopping Campo Limpo e ocupar todos os espaços. Mas, infelizmente, eles

fecharam a porta. Hoje, os segurados olham para as pessoas e decidem se é rico ou pobre. A questão é que, se os trabalhadores param de ir aos shoppings, eles vão à falência. Hoje quem dá lucro aos shoppings são os trabalhadores. Nós não vamos questionar nem julgar os "rolezinhos", até porque há pessoas sérias que os organizam e ou-

tros que não. Mas o MTST apóia os "rolezinhos" e a periferia no shopping, desde que os encontros sejam pacíficos e com responsabilidade. Faltam espaços públicos e culturais de lazer na cidade de São Paulo. Muitos destes jovens gostam a passagem de ida e de volta só para passearem nesse centro comercial do Campo Limpo."

Figura 8 - Página do jornal O Estado de São Paulo, de 17 de janeiro de 2014, aproximando os rolezinhos da prática política de movimentos sociais e partidos políticos em ano de eleição presidencial.

TENDÊNCIAS / DEBATES

Os artigos publicados neste suplemento são de responsabilidade do autor. Sua publicação não implica o compromisso da Folha de S. Paulo com as opiniões dos autores. O debate dos problemas brasileiros e mundiais e de refletir as diversas tendências do pensamento contemporâneo. debates@uol.com.br www.folha.com/tendencias

PAINEL DO LEITOR

Aqui você pode manifestar seu ponto de vista (E-mail: pl@folha.com.br, fax: (011) 31222-1044) e enviar (à: Rua Limeira, 425, São Paulo, CEP 01202-900). A Folha se reserva o direito de publicar trechos.

“Rolezinhos” em shoppings devem ser coibidos?

SIM

O seu, o meu, o nosso “rolezinho”

ANDREA MATARAZZO

Os “rolezinhos” tomaram-se o assunto deste verão. Os encontros de um número expressivo de jovens em shoppings de São Paulo são considerados por muitos como uma espécie de continuação das manifestações de descontentamento e indignação de junho passado. Há, de fato, aspectos em comum. Como as passeatas a céu aberto contra a péssima gestão do Estado brasileiro, os “rolezinhos” reúnem participantes que marcam o encontro previamente pelas redes sociais.

Em ambos, grupos oportunistas de vários matizes ideológicos procuram pegar carona na notoriedade desses movimentos. No caso dos “rolezinhos”, comerciantes e frequentadores dos shoppings e, depois, a sociedade foram pegos de surpresa. Pois, assim como as manifestações de inverno, a moda do verão surgiu inesperadamente e se tornou o tema predominante das últimas semanas. Mas há diferenças que não podem ser desprezadas. O rastilho de pólvora das manifestações foi o aumento do preço do transporte urbano e, depois, o movimento ganhou corpo com outras reclamações difusas. Não há, no caso atual, um discurso unificado de reivindicações. Não há sequer uma reivindicação expressamente declarada. Recentemente, jovens marcaram

um “rolê” em Itaquera a pretexto de diversos. Houve reação dos proprietários de shoppings e das autoridades. Isso acendeu o debate com visões políticas e ideológicas. Muitos a favor, muitos contra. A sensação que fica é que apoiar os “rolezinhos” é de esquerda e condená-los é de direita. Isso é ridículo, pois interdita o debate, não traz solução. Aliás, é o que vem ocorrendo em diversas frentes: o debate morre, reduzido a ideologia de almanaque ou a meras disputas entre quem é o “bonzinho” e quem é o “mauzinho”. Não faz sentido ideológico ou politizar os “rolezinhos”. Ser ou não ser politicamente correto não é nem deve ser a questão. O que temos de defender é a integridade física das pessoas que frequentam locais públicos ou privados de uso coletivo.

Também não se pode deixar de lado evidências como o fato de que grupos de mil jovens ou mais (independentemente da classe social, credo ou bairro) em espaços inadequados podem provocar se não depreciações e agressões, se já ocorreu, sustos, correrias e atropelos. A sociedade demanda códigos e padrões de comportamento para que os direitos de todos sejam assegurados. Da mesma forma que não se deve andar de skate em hospitais nem conversar durante um espetáculo, não é aceitável superlotar casas de

eventos para não se repetirem tragédias como a da boate Kiss. Em recintos fechados, não é razoável dar margem a tumultos que ponham em risco a segurança das pessoas. A liberdade de marcar encontros pela internet é uma novidade que demanda cuidados. Uma chamada pode reunir 20 ou 20 mil pessoas. Como controlar uma multidão sem um mínimo de planejamento e organização? Em São Paulo, qualquer evento que reúna determinada quantidade de pessoas, por lei, exige a contratação de uma empresa de segurança. O CET (Companhia de Engenharia de Tráfego), do Corpo de Bombeiros, do Samu (Serviço Atendimento Médico de Urgência) e da Polícia Militar. Eventos sem as medidas de cautela necessárias podem provocar desastres. Como esvaziar um shopping lotado em caso de incêndio? Em caso de tumulto, como evitar acidentes com pessoas mais velhas ou com alguma deficiência? Como proteger as crianças? Como prevenção, é preciso, com bom senso, coibir aglomerações e correrias em qualquer local sem a estrutura necessária. Ou seja: seu “rolezinho” termina onde começa o do outro, pois a liberdade de cada cidadão é delimitada pela dos demais.

ANDREA MATARAZZO é jornalista (PSSB-SP). Foi secretária municipal de Serviços e de Subprefeituras (gestão José Serra/Gilberto Kassab) e secretária estadual de Cultura (gestão Gerardo Avelino) de SP.

Máfia do ISS

Até as pedras que rolam na estrada sabem da relação umbilical que Gilberto Kassab possui com Rodrigo Garcia, evidenciando que a testemunha que acusa o ex-prefeito o faz com bases sólidas e conhecimento de causa. É uma pena porque Kassab, como administrador, realizou projetos benéficos à cidade, como Cidade Limpa, ciclovias etc. Porém nada justifica a corrupção, que tira recursos da saúde, educação e outras áreas, e o prefeito atual busca compensar o dano com aumentos exorbitantes de tributos.

OSVALDO CESAR TAVARES (São Paulo, SP)

Chacina

O secretário de Segurança Pública do Estado de São Paulo, Fernando Grela, ao comentar a morte de 12 pessoas em Campinas depois do assassinato de um policial militar, mostrou irritação (“cotidiano”, 15/1) e disse que acompanhará pessoalmente a apuração e a entrega dos acusados, que podem ser policiais. Mas esse filme não já assistimos e depois dessa chacina haverá outras. É preciso que a PM exija curso superior daqueles que querem adentrar em seus quadros, como faz a Polícia Federal. Agentes públicos amados devem aprender que quem age com a intenção são os bandidos, o Estado deve agir com a razão.

FEDRO VALENTIM (Itaboraí, RJ)

Mensalão

Diferentemente do que afirma “Justiça libera Delúbio para assessorar direção da CUT” (“Poder”, 17/1), o pedido de José Dirceu para trabalhar como gerente de hotel em Brasília não foi negado. Por decisão própria, o ex-ministro desistiu da oferta de emprego. Sua defesa apresentou novo pedido, ainda em análise pelas autoridades, de liberação para trabalhar no escritório do advogado José Gerardo Grossi, cujo trabalho é a popularidade eleitoral e a popularidade eleitoral, entregando ao consumo público fatos de que ainda não tenham certeza.

EDILSON MACEDO, assessor de imprensa de José Dirceu (São Paulo, SP)

NOTA DA REDAÇÃO - Leia abaixo a seção “Erramos”.

Site da Folha

Não aprecio a forma como a Folha faz autopropaganda. É o que percebo quando, ao divulgar seu novo site, o espaço do Painel do Leitor toma uma coluna inteira de elogios. Isso nos dias 16 e 17. No dia 16, uma página toda (“O novo site da Folha”, “Poder”) e mais um trecho de outra página de propaganda do jornal (“Folha foi meio de comunicação mais premiado em 2013, aponta boletim”, “Poder”). Será que amanhã teremos novamente isso? As opiniões sobre outros temas e as de outros leitores não são importantes?

WANDYR J. NASCIMENTO (Rio Claro, SP)

NOTA DA REDAÇÃO - O Painel do Leitor recebeu 358 manifestações sobre a mudança do site da Folha, escritas e enviadas por leitores espontaneamente. Foi o tema mais comentado nos dias 15 e 16. Dois terços das cartas elogiavam a reformulação, proporção que foi respeitada nas edições do Painel do Leitor de 16 e 17/1. A opinião de todos os leitores que escrevem para a Folha é importante.

Ficou maravilhoso o novo site da Folha! Parabéns pela bela iniciativa. Dá mais gosto ainda em saber das notícias.

AMARI TOMAZ, servidor público (São Paulo, SP)

Acabei as mudanças do site muito interessantes. Agora, com as facilidades de acesso aos vídeos e a possibilidade de personalizar algumas notícias, é possível otimizar meu tempo.

CLEBER REATTE, enfermeiro (São Paulo, SP)

Tornou-se hábito na política a produção de ruídos escandalosos, na maioria das vezes, têm motivação eleitoral. As acusações param obras, ameaçam serviços públicos, frustram carreiras políticas e penalizam servidores e correligionários dos adversários de quem faz a denúncia. Para evitar o nefasto e o revarchismo dos pretéritos, as autoridades responsáveis pela apuração deveriam ter o compromisso ético de só divulgar as denúncias depois de receber provas robustas. Jamais ceder aos holofotes e a popularidade efêmera, entregando ao consumo público fatos de que ainda não tenham certeza.

DIRECU CARDOSO GONÇALVES, tenente da PM (São Paulo, SP)

O ex-prefeito de São Paulo Gilberto Kassab foi acusado por uma importante testemunha da máfia dos fiscais de grossa corrupção e de “feito fortuna” com o contrato com a Controlar para a inspeção de veículos. Onde há fumaça há fogo. Num país sério e civilizado, Kassab certamente seria condenado e preso.

RENATO KHAR (São Paulo, SP)

“Rolezinho”

Às vezes, um “rolezinho” é apenas um “rolezinho”, como diria Freud. O que quer, afinal, a meninada do “rolezinho”? Divertem-se, encontram-se com amigos e conhecem outros, olham vitrines, paqueram, beijam muito, fazem algarazara, como todas as gerações já fizeram. Fora a língua portuguesa, a turma do “rolezinho” não quer destruir nada, muito menos os shoppings.

ANTONIO CARLOS AUGUSTO GAMA (Ribeirão Preto, SP)

“Rolezinhos” são manifestações anárquicas que acontecem em várias partes do mundo, só que punidas com base nas leis. Como no Brasil temos medo ou receio de utilizá-las, fica esse debate pseudomoralista e inocuo. Por que esses jovens não fazem “rolezinhos” em bibliotecas, hemocentros ou asilos? Sou da época em que, se eu quisesse gazer aula para ir ao bar ou ao cinema, recebia bronca na certa. Mas nem por isso fiquei traumatizado.

LUIZ TRAUDE NUNES E SILVA (São Luís, MA)

» LEIA MAIS CARTAS EM www.folha.com.br/paineldoleitor

» SERVIÇOS DE ATENDIMENTO AO ASSINANTE: saag@grupofolha.com.br

0800-705-8080 Grande São Paulo: 011-3122-3090

» OMBUDSMAN: ombudsman@uol.com.br 0800-015-9000

ERRAMOS

erramos@uol.com.br

PODER (17 DEZ, PÁG. A4)

Ao contrário do informado na reportagem “Justiça libera Delúbio para assessorar direção da CUT”, não foi negado pela Justiça o pedido de José Dirceu para trabalhar em hotel de Brasília por R\$ 20 mil mensais.

COTIDIANO (14 JAN, PÁG. C7)

Diferentemente do informado na reportagem “Lixo toma conta das praças em Guarujá”, a cidade de Guarujá não fica no litoral norte de São Paulo, mas, sim, na Baixada Santista.

ESPORTE (17 JAN, PÁG. D2)

Diferentemente do que é informado na tabela da Copa São Paulo, o adversário do São Paulo nas quartas de final é o Atlético-MG, e o Santos enfrenta o Taboão.

ILUSTRADA (DOIS, PÁG. E2)

A data do casamento do senador Aécio Neves com Leticia Weber é 4 de outubro, não 4 de novembro, como foi publicado na nota “Papai Aécio”.



Fernando Real

NÃO

Um bom negócio

TATIANA IVANOVICI

No país da ascensão econômica, o “rolezinho” é a oportunidade de negócios mal aproveitada.

Enquanto se gasta dinheiro com mídia para atingir consumidores, o “rolezinho”, se transformado em um evento cultural, economizaria esforços. Seus organizadores nada mais são que formadores de opinião. O público-alvo, os participantes, já estão reunidos e, não à toa, durante as férias escolares. O que não impede de criar ações para ensinar esses jovens a produzir um evento, a montar um projeto e apresentar aos donos dos shoppings?

Se as classes populares são formadas sobretudo por negros, como se quantos negros trabalham na moda e na estética dessas pessoas? O nosso povo consome, e já faz tempo, a sua própria cultura, criada de dentro para fora das periferias — os saraus, o futebol de várzea, o samba, o rap, o funk, etc.

Os jovens vão ao shopping porque aprenderam que lazer é consumo. Mas um país não sobrevive só de consumo. É preciso educação e preparo para lidar com o dinheiro. As quebras já entenderam isso e estão buscando o estudo, os cursinhos. Mas a educação formal não acompanha essas mudanças, não dialoga com o universo dos jovens da periferia, não ensina como é gostoso o sentimento de vitória.

No Brasil da economia emergen-

te, falar de dinheiro é mais tabu do que falar de sexo. Uma marca associada ao “rolezinho” conquistaria milhares de pessoas simplesmente por visar o crescimento humano, o bem coletivo. Isso é o negócio social, o bem coletivo compartilhado. Todos ganham: povo, empresas, poder público.

A massa prefere o que exalta a gente renegada. Gosta dos estilos musicais que possuem características negras. O funk, por exemplo, estourou no Brasil com o tamborzão: batida eletrônica criada com percussão de candomblé e capoeira.

Mes, infelizmente, o Brasil é o país do racismo velado. Pergunte-se quantos negros trabalham na moda e na estética dessas pessoas? Todos os movimentos culturais negros foram reprimidos. Até 70 anos atrás, um negro que andasse na rua com um pandeiro debaixo do braço era preso.

Existem muitos eventos que podem ser potencializados nas periferias. Atualmente, muitos jovens das classes A e B querem ir para a quebrada curtir um samba. A periferia é “type”, lança tendências e giras que chegam aos jardins. O “rolezinho” não está ligado apenas à falta de lazer, mas também à falta de mobilidade entre a periferia e o centro expandido de São Paulo.

Só quem vem do sofrimento sabe o que significa não ter opção. Vive-

se num limbo. É um esforço quase solitário humano que começa a vida dez anos atrás de quem teve educação. Quem vem da quebrada não ganhou mesada, não foi treinado para se comportar no mundo. A invisibilidade é o motor propulsor do “rolezinho”, que é um pedido de socorro: estamos aqui e queremos oportunidades.

A proibição do “rolezinho” só marginaliza nossa juventude. Aliás, quais são os critérios para enquadrar seus participantes? A aparência e a cor da pele? E mais, quem será o responsável por definir quem deveria e quem não deveria ser barrado nas entradas dos shoppings? E se os encontros fossem marcados por jovens brancos das classes A e B? Quais seriam os critérios? A cor da pele?

A minha atitude tem reflexo na sua vida, caro leitor, e vice-versa, pois nós compartilhamos a cidade, as ruas, os shoppings. Precisamos de autoanálise, urgentemente.

Ser honesto é pressuposto, não é mérito. Precisamos encarar os problemas com tolerância para acharmos soluções em conjunto. Essa juventude é, no limite, uma imensa força de trabalho que, se direcionada, vai mudar o Brasil.

TATIANA IVANOVICI, 35, empreendedora e jornalista, é diretora da Rede DoLadoC (www.doladoc.com.br), plataforma de comunicação popular.

Figura 9 - Página do jornal Folha de São Paulo, coluna de “Tendências/debate” que apresenta visões divergentes sobre a temática dos ‘rolezinhos’. 18 jan. 2014.

Para além da forma como a imprensa moldou ideias ou opiniões, o traço mais relevante dos rolezinhos – de interesse para a presente pesquisa – está no papel ativo da materialidade na constituição de novas sociabilidades entre os jovens e na conformação de novos corpos. As matérias jornalísticas criaram representações dos rolezinhos a partir da observação de determinadas “técnicas corporais” de seus integrantes, como o modo de andar, falar, gesticular, bem como de se vestir ou portar objetos, características que se tornaram marcadores sociais e do grupo. E aqui reside o diferencial da cultura funk paulista no que tange à materialidade: a sua proeminência se dava em toda a rede da produção do funk em São Paulo: empresários do ramo, MCs, videoclipes, letras da música, espaços de socialização entre fãs. Em todos estes pontos da rede os acessórios não eram apenas acessórios, não eram meros detalhes de composição de uma moda, mas parte constitutiva do indivíduo.

Um exemplo para clarificar esta afirmação: a aquisição de uma moto modelo *Kawazaki* por um jovem de 18 anos, frequentador de rolezinhos, funkeiro paulista. A moto da marca *Kawasaki* é uma das mais referenciadas nas composições de funk e uma das marcas mais dispendiosas do mercado automotivo. Diante disso, temos:



Artefato: uma moto da marca japonesa *Kawasaki* ninja, de 1043 cilindradas, motor em quatro tempos, de cor verde, preta e prateada, capacidade de 19 litros de combustível no tanque, potência de 142 cavalos e avaliada em aproximadamente R\$ 56.000,00.

Conduta motora e materialidade

A moto Kawasaki é um objeto que permite a locomoção; ela é, assim, na perspectiva de Warnier, uma prótese do indivíduo, pois é ela (objeto: moto) que leva o rapaz até seu trabalho, seus encontros, sua casa, seus rolezinhos.

Dinâmica do objeto

Para conseguir se locomover, o jovem tem de se equilibrar sobre duas rodas, movimentando seu corpo para os lados para desviar dos carros e se manter com os pés apoiados no pedal e em posição ereta para movimentar a moto para frente. Qualquer alteração nessa lógica provocará sua queda, então, para evitá-la, o jovem tem que manter-se sentado, com o olhar projetado para frente e as duas mãos fixas no guidão da moto.

Internalização da dinâmica do objeto

Quanto mais ele anda de moto, mais ele adquire prática e, então, deixa de pensar passo-a-passo em como deve ligar a moto, subir na moto, endireitar a coluna, colocar o capacete, etc. Com o passar do tempo, ele internaliza a dinâmica da moto à sua própria dinâmica, como se a moto fosse uma parte estendida de seu corpo e esse processo se torna automático para ele. Ele não precisa mais raciocinar conscientemente sobre os procedimentos que precisa seguir para andar com a moto. Seu corpo e a moto funcionam de maneira sincronizada e de modo inconsciente.

Matriz de subjetivação

A moto, ao se configurar enquanto uma parte de seu corpo, torna-se também uma de suas matrizes de subjetivação, ou seja, da construção de si próprio enquanto sujeito. Isto é, ele torna-se um corpo expandido ao relacionar-se com a moto. Ademais, ele também compreende a si mesmo de um modo diferente, com a velocidade alterada pela moto, que lhe propicia uma movimentação diferente daquela realizada a pé, de carro, bicicleta, ônibus etc. A identidade deste sujeito não é apenas aquilo que ele pensa ser, a sua compreensão sobre si mesmo, mas as transformações corporais (sensoriais) que a relação com os objetos proporciona.

Figura 10 - Esquema para exemplificar o processo de síntese corporal pelo sujeito, seguindo a proposta de Jean-Pierre Warnier (1999). Autoria: Laíza Santana Oliveira. Jan. 2019.

Este processo, contudo, não é tão determinista assim. A cultura material não resulta diretamente em matrizes de subjetivação, pois há outros fatores envolvidos além da materialidade, como os costumes da família, o nível de instrução escolar, o pertencimento a um grupo religioso, entre outros. Esses vetores se relacionam entre si e produzem visões sobre o mundo que abrem possibilidades de ação do sujeito no presente. Para Pierre Bourdieu (2015), então, a maneira como se anda, a maneira como se fala, o que se come, o que se bebe, o que se compra, o que se critica, o que se agride são disposições derivadas de construções sociais e incorporadas pelos indivíduos, conforme a sua posição no espaço social. Porém, de que modo essas disposições se expressam? De que maneira elas podem auxiliar a compreensão dos lugares da materialidade no fenômeno social do funk paulista?

Capítulo 2 - O negócio do funk paulista: MCs, produtoras e redes sociais

O funk paulista ganhou reconhecimento nacional com a intensificação dos rolezinhos realizados em shoppings da cidade de São Paulo e de cidades da região metropolitana no verão de 2014. O encontro entre jovens, de zonas periféricas, que trajavam roupas de marcas e que dançavam e cantavam funk em meio a corredores de lojas atraiu a atenção da mídia sobre questões inerentes ao próprio funk: quem eram os cantores paulistas de funk, por que se vestiam de uma forma específica e adotada por outros adolescentes, quem bancava os gastos desses jovens em passeios aos shoppings, como estes jovens se conheceram pela Internet. Ademais, foram levantadas questões sobre o panorama econômico que vivia o Brasil naquele período, relacionado ao movimento o poderio de compra das classes médias baixas e classes pobres, o perfil de consumo destas classes e os índices de empregabilidade e de educação destes segmentos sociais.

Segundo reportagem do jornal *Folha de São Paulo*, somente a classe C correspondia a 29% de todo o mercado consumidor do país no ano de 2008. Em comparação com anos anteriores, o índice representou um salto. Em 2003, 48% dos consumidores brasileiros pertenciam às classes C, D e E. Em entrevista ao jornal, o diretor do Data Popular, Haroldo Torres, que realizou a pesquisa, apontou que entre os anos de 2002 e 2007, a classe C teve um acréscimo de renda de 79,5 bilhões de reais, enquanto as classes D e E somaram um aumento de 38,7 bilhões⁸⁵.

Criado em 2002, o Instituto Data Popular realiza pesquisas sobre consumo e comportamento da classe C brasileira para empresas que desejam expandir seus negócios ganhando um novo nicho de mercado. O Instituto utiliza as mesmas métricas do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) para analisar apenas as classes médias e baixas do país. Segundo definição do Data Popular, os cidadãos da classe C tinham, à época, uma renda per capita entre R\$ 291,00 e R\$ 1.019,00, escolaridade completa, incluindo inserção no ensino superior e faziam uso do sistema de crédito e das isenções de taxas do governo para comprar carros e/ou motos, reformar e/ou comprar imóvel, comprar eletrodomésticos; a classe D era uma classe vulnerável, sem escolaridade completa, e assistida por programas sociais como o Bolsa Família; já a classe E, a mais pobre, é formada por cidadãos vivendo abaixo da linha da pobreza e assistida pelos programas Fome Zero e Brasil Sem Miséria.

⁸⁵ WIZIACK, Julio. Consumo da baixa renda pressiona grandes empresas. **Folha de São Paulo**. 24 mar. 2008. p. B1.

Na reportagem do jornal *Folha*, foi destacado que as empresas teriam de se adaptar ao novo público consumidor e realinhar seu marketing, seus preços e suas estratégias de venda para esta classe C que possuía recursos para consumir. O jornalista Wiziack apresenta na matéria o exemplo de uma rede de lojas de sapatos populares que, para se adequar ao mercado, contratou uma empreiteira responsável pela construção de restaurantes no bairro dos Jardins, em São Paulo, para reformar as unidades das lojas de sapato localizadas na periferia da capital. Em uma entrevista que integra a reportagem, o diretor da multinacional Nestlé afirmou que a marca também havia sido remodelada para atender aos padrões das classes C, D e E, que representavam 72% do consumo de alimentos no país. Segundo Zurita, diretor da empresa no Brasil, toda a estratégia de distribuição das mercadorias foi alterada a partir de uma logística que englobava vendedoras nas ruas das periferias com equipamentos refrigerados, centrais mais pulverizadas de estoque de produtos e revenda para comércios locais, de bairro.

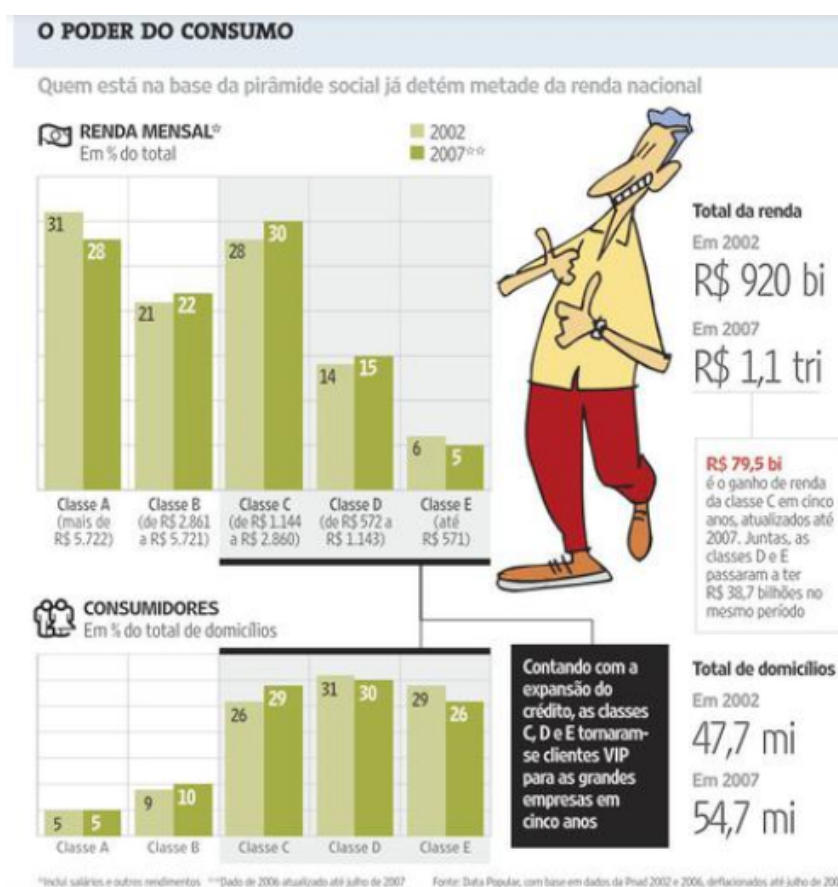


Figura 11 - Infográfico sobre o poder de consumo das classes sociais brasileiras em 2002 e 2007 que ilustra a reportagem de Julio Wiziack, publicada no jornal *Folha* de São Paulo, em março de 2008.

Os dados apresentados na reportagem permitem que se tenha a dimensão da importância que a classe C possuía para a economia naquele período e para os jornais que produziam matérias focadas em explorar o potencial mercadológico dessa classe. Somente em 2007, o total da renda de toda a classe C foi o equivalente à R\$ 1,1 trilhão⁸⁶. Em 2012, um outro estudo também realizado pelo Data Popular, indicou que a classe C era responsável por 56% dos acessos na rede social Facebook e ainda que 48% dos 75 milhões de usuários da Internet pertenciam a esta classe⁸⁷. Portanto, era este segmento social que movimentava o mercado interno e redirecionava as estratégias de venda de empresas nacionais e até internacionais. Era este, então, o cenário, a temática e o foco de difusão do funk paulista. Segundo Laura Carvalho (2018),

o processo de redução das desigualdades no Brasil durante este período explica-se, essencialmente, por mudanças na base da pirâmide, resultado em boa parte das políticas de transferência de renda e de valorização do salário mínimo. Essas transformações, por sua vez, repercutiram no padrão de consumo das famílias brasileiras: produtos e serviços antes consumidos apenas pelo mais ricos passaram a ser consumidos também pela população de baixa renda. (Ibid. p. 23)

Em entrevista à repórter Giuliana de Toledo, do jornal *Folha de São Paulo*, em dezembro de 2013, o DJ Marlboro, um dos nomes mais importantes do funk carioca, destacou que o funk de São Paulo, diferentemente do funk carioca, havia superado a temática do Proibidão e, por meio da temática do consumo e da ostentação, o movimento estava se profissionalizando, imprimindo o estilo de artistas do hip-hop internacional e do rap nacional a novas composições e arranjos. Na mesma matéria, o escritor Julio Ludemir analisou o funk paulista como a representação dos anseios da classe C de poder consumir e usufruir de suas aquisições, e ademais, para ele, esta era uma forma de desestigmatizar o funk, pois “qual o mal de um muleque ter um Rolex ou um carro importado e beber Red Bull?”⁸⁸. Os rolezinhos

⁸⁶Analizando os dados apresentados na reportagem é possível calcular que, em 2007, se o total da renda da classe C foi equivalente a R\$ 1,1 trilhão de reais e o total de renda da classe A foi o equivalente a 28% da renda total de todas as classes, então, a renda da classe A foi de R\$ 1 trilhão. Ou seja, isso indica que o total da renda da classe C foi 100 milhões de reais maior que o total da renda acumulada pela classe A no mesmo ano.

⁸⁷ RIBEIRO, Stênio. Redes sociais da internet são mais usadas pela classe média. **Portal EBC**. 11 nov. 2012. Disponível em: <<http://www.ebc.com.br/2012/11/redes-sociais-da-internet-sao-mais-usadas-pela-classe-media>>.

Acesso em: jan. 2020. Retornaremos à esta temática na segunda parte do capítulo.

⁸⁸ DE TOLEDO, Giuliana. O Baile todo. **Folha de São Paulo**. 11 dez. 2013. p. E6.

mostraram, pouco tempo depois, que a estigmatização do funk ainda comandava o modo da sociedade compreendê-lo.

Entretanto, a partir do ano de 2014, a economia nacional entra em movimento de desaceleração e a temática do funk paulista se altera. Segundo dados levantados pela economista Laura Carvalho, em 2013, o país havia crescido 3% e, em 2014, cresceu apenas 0,5%, o menor índice desde a crise financeira mundial de 2008. Destacadamente, o consumo das famílias reduziu de 3,5%, em 2013, para 2,3%, em 2014, e a inflação atingiu 6,75% em 2014, 1% a mais que a inflação do ano de 2013 (Ibid. p. 95). Indissociável da recessão econômica do Brasil, o funk paulista modificou-se: de exaltações ao consumo, a carros conversíveis, às roupas de marca, em 2015, o funk de São Paulo passou a falar sobre os bailes de favelas como o baile da DZ7, em Paraisópolis, o baile do Helipa, em Heliópolis, na zona sul, o baile do Elisa Maria, na Freguesia do Ó, na zona norte, e os mais de cinquenta fluxos de rua da zona leste.

Por isso, então, o ano de 2014 é o marco final de nossa análise voltada à compreensão do papel exacerbado da materialidade no funk paulista. É nesse ano que imagens e discursos sobre dinheiro deixam de fazer sentido para a lógica do movimento, quando novos elementos entram em cena e, assim, o funk Ostentação flexiona sua temática para outras questões que não mais o luxo. Com a retração do potencial de consumo da classe C não havia mais sentido tratar de uma temática que estava em crise entre o substrato do funk de São Paulo.

Assim, ao longo do capítulo anterior sobre a cultura funk paulista, desde sua trajetória a partir do Rio de Janeiro, chegando à Baixada Santista, em 1995, passando pela sua conexão com o rap da capital até o início do caos econômico, a materialidade foi trabalhada como elemento central na conformação desta cultura. Não apenas elemento de adorno ou artifício estético, a percepção aguçada da materialidade norteou a constituição da identidade dos funkeiros paulistas. Contudo, cabe agora compreender como esta cultura se relacionava mais detidamente com as dinâmicas sociais de consumo, de criminalidade e quais eram os seus principais agentes para além dos rolezeiros, ou seja, os MCs, as produtoras, as empresas, responsáveis pela estruturação dessa cultura.

Para compreender tais dinâmicas e responder aos questionamentos sobre como era a lógica do consumo, a lógica que antes comandava as produções do funk Proibidão, quem eram seus principais cantores e empresários, dividiremos o capítulo em três partes: (1) primeiramente, analisaremos as principais temáticas abordadas na cultura funk, e, (2)

posteriormente, analisaremos quem eram os agentes desta cultura e de que forma se relacionavam a estas temáticas. Por último, então, (3) analisaremos a conformação deste sujeito portador de “próteses materiais”, retomando os conceitos trabalhados nas duas primeiras partes da pesquisa.

1. A materialidade amalgamada pelo consumo e pela violência

A imensa quantidade de visualizações na Internet dos videoclipes de funk paulista da vertente Ostentação chamou a atenção do jornal *Folha de São Paulo*, que destacou o profissionalismo desta cultura em comparação ao funk carioca. Segundo o jornalista Yuri de Castro, com o funk Ostentação, o funk de São Paulo “acompanha uma amenização crítica nas letras que emanam dos centros periféricos. Sai o tom de denúncia social [do rap e funks Proibidões], entram as novas aspirações de uma classe que não para de ascender financeiramente.”⁸⁹

Aproveitando-se da difusão do acesso à Internet, sobretudo entre a população de classe média e classe média baixa, as agências que gerenciavam a carreira dos artistas transformaram o site de compartilhamento de vídeos YouTube na principal plataforma de divulgação das produções, dispensando a necessidade de selos, gravadoras e discos físicos. De uma cultura antes estigmatizada, associada à criminalidade e à pirataria, o funk paulista se informatizou, difundiu-se e, por meio da temática do consumo, atraiu os olhares dos jovens e da mídia. Neste processo, a forma de manejar a materialidade foi fundamental para conformar novos corpos, novas imagens e novas concepções sobre o funk.

Na capítulo anterior discutimos as problemáticas concernentes ao processo de estruturação da cultura funk paulista, em que levantamos, nas fontes, as percepções sobre a temática do consumo e da violência associadas ao movimento. Em geral, observamos que a interpretação dos mecanismos sociais de violência e consumo como atos irreflexivos, frívolos ou criminosos, além de impedir a compreensão do fenômeno social em toda sua complexidade, acabou também por deslegitimar a carga cultural do funk paulista. Distante de afirmar o consumo como simples mecanismo de reprodução do capital e distante de denunciar a suposta veia criminal do funk, discutiremos o modo como estas duas práticas –

⁸⁹ DE CASTRO, Yuri. Funk paulista vira fenômeno no Youtube. **Folha de São Paulo**. 02 jan. 2013. p. C7.

consumo e violência – foram a face material do funk paulista.

1.1. Entre a percepção, a adoção e a compreensão da violência

Reportagens como a divulgada no jornal *O Estado de São Paulo*, em 06 de agosto de 2006, destacam que, dentre os artigos mais vendidos na região da Rua 25 de Março, estavam os CDs de rap e funk que exaltavam o funcionamento do crime organizado. No artigo intitulado “Sucesso no camelô: Cds da Facção”, os autores Chico Siqueira e Fernando Cassaro apontam que as músicas “ameaçam policiais e delatores, exaltam a conexão entre o Comando Vermelho, do Rio, e o PCC, e incentivam o uso de drogas”. Apesar de haver uma pequena citação no corpo do texto de um jovem que afirma considerar os Proibidões como arte, estrategicamente, ao lado do texto, está outro artigo de título “No arsenal do PCC, rifles e fuzis”, que descreve os resultados parciais de uma Comissão Parlamentar de Inquérito (CPI), realizada na capital federal para esmiuçar o poderio organizativo e bélico da organização⁹⁰.

Cabe aqui a menção ao fato de que o Primeiro Comando da Capital (PCC), maior facção armada de São Paulo e do país, em maio de 2006, iniciou uma ofensiva contra o governo do estado em represália à transferência do líder da facção Marcos William Herbas Camacho, o Marcola, e de outros 700 integrantes, para a penitenciária de Presidente Venceslau, localizada a mais de 600 km da capital paulista. Em apenas uma semana, cerca de 300 pessoas foram assassinadas, em sua maioria policiais militares, centenas de ônibus foram incendiados e pessoas foram feridas nas regiões metropolitanas de São Paulo, Baixada e em outros estados, como Minas Gerais e Bahia. Diante desse cenário, produções artísticas que envolvessem ou relacionassem o PCC ou qualquer outra facção criminosa em suas letras e videografia foram vistas como uma ameaça à segurança da população.

Contudo, a citação à violência em composições musicais não é uma invenção dos funkeiros ou dos rappers nacionais, pois outras produções musicais das décadas de 1960 em seguites criadas pela população negra dos Estados Unidos, em meio à eclosão de movimentos de contestação política e de luta pela implementação de medidas de ações afirmativas, também receberam o mesmo tipo de acusação – envolvimento com a criminalidade. Conforme esclarece Libny Freire (2011), a associação dos bailes funks ou

⁹⁰ CASSARO, Fernando. SIQUEIRA, Chico. Sucesso no camelô: CDs da facção. **O Estado de São Paulo**. 06 ago. 2006. p. C5.

pancadões com o tráfico de drogas teve início em meados da década de 1990 com o intuito de inibir brigas entre galeras de favelas rivais. Assim, de acordo com esta nova organização, cada comunidade teria seu próprio baile, frequentado pelos moradores daquela região, pressupondo-se que assim não ocorreriam conflitos entre grupos oponentes. Contudo,

após essa medida, um problema se originou: os traficantes passaram a financiar os bailes nas comunidades, como uma forma de autopromoção, dando início à associação do funk ao tráfico. [...] O baile continuou sem brigas, obviamente, ninguém tentaria provocar embates em um baile promovido por um traficante. Dentro desse cenário, nasceu a categoria mencionada anteriormente, funk proibidão com saudações e exaltação aos traficantes. (Ibid. p. 7).

Reportagem de Marici Capitelli, intitulada “Tráfico mantém baile funk em Heliópolis”, do jornal *O Estado de São Paulo*, de novembro de 2011, apontou que o lucro do tráfico atingia R\$ 8 mil em dias de pancadão. A reportagem destaca que os bailes, nesta região da capital paulista, eram frequentados por jovens da comunidade e de bairros de classe média vizinhos, que consumiam cocaína, maconha, ecstasy e lança-perfume⁹¹. Esta matéria integra uma série de reportagens que passaram a ser veiculadas na mídia após a promulgação da lei 11.705, em 2008, popularmente chamada de *Lei Seca*, por estabelecer que o nível aceitável de álcool no sangue do motorista passava a ser de apenas 0,05mg/l. Com a lei, prefeituras de cidades da região metropolitana e de São Paulo iniciaram ofensivas contra bares, restaurantes e bailes funks que funcionassem depois da 1h da manhã.

O bairro de Cidade Tiradentes, onde eram realizados festivais de funk e onde o funk ostentação ganhou contorno e propulsão, foi o primeiro local a proibir que estabelecimentos e festas nas ruas atravessassem a madrugada⁹². Sob a alegação de que os pancadões eram um incômodo para a população e para os comerciantes, três, então, vereadores da Câmara Municipal de São Paulo, estruturaram projeto legislativo para combater os bailes nos bairros da periferia. Segundo os proponentes da lei, Paulo Telhada, Conte Lopes e Álvaro Batista Camilo que, além de vereadores, eram ex-oficiais da Polícia Militar do estado, os pancadões perturbavam o sono dos trabalhadores e, por isso, deveriam ser combatidos com o uso de

⁹¹ CAPITELLI, Marici. Tráfico mantém baile funk em Heliópolis. **O Estado de São Paulo**. 30 nov. 2011. p. C5.

⁹² ZANCHETTA, Diego. Cidade Tiradentes proíbe baile funk na rua. **O Estado de São Paulo**. 28 jun. 2009. p. C3.

força policial⁹³.

Segundo Eduardo Backer (2013), as reportagens da primeira década do século XXI serviram de meio para legitimar a ação repressiva contra uma parcela significativa da população brasileira. Backer destaca que a polícia, a mídia e os promotores estavam em sintonia, buscando a punição de jovens negros e negras por conta do discurso do funk. A notícia do jornal *Folha de São Paulo*, em 05 de outubro de 2005, intitulada “Funkeiro indiciado diz cantar a realidade”⁹⁴ destaca que, somente no ano de publicação da notícia, 13 MCs foram indiciados criminalmente por apologia ao crime. Para a promotoria, as canções faziam referências explícitas ao consumo e venda de drogas, armas de fogo e à criminalidade no Brasil. Por outro lado, a defesa dos cantores alegou que os MCs compunham e cantavam músicas sobre a realidade do tráfico e das favelas. No entanto, não há informações mais precisas no texto do jornal sobre quais foram as composições, vídeos, músicas que justificaram o indiciamento e como se daria a continuidade Jurídica do processo.

Contudo, a análise das fontes jornalísticas permite compreender como este processo é mais complexo, pois não era somente o poder público que criminalizava ou associava o funk à criminalidade. O mesmo jornal, disposto a expor vozes dissonantes sobre o tema, publicou em 26 de março de 2012 uma reportagem intitulada “PM faz blitz para acabar com pancadão”. Na matéria, assinada pelo jornalista Giba Bergamim Jr., destaca-se principalmente o incômodo dos vizinhos com o barulho das músicas tocadas em sistemas automotivos durante os finais de semana. Incomodados, os moradores acionavam a polícia militar, o que levava a desentendimentos entre os vizinhos da região⁹⁵.

Tanto no Rio de Janeiro, como em São Paulo, o funk e seus espaços de difusão foram alvos de políticas públicas e olhares repressores da própria sociedade. Assim como o ocorrido na capital carioca durante os anos 1990, os bailes funk na capital paulista foram também tratados como problema de segurança pública. Segundo as fontes jornalísticas privilegiadas, foi em 2012 que os bailes na periferia da cidade começaram a sofrer maior repressão da polícia militar e atenção por parte da mídia. Reportagens como a publicada em 31 de dezembro de 2012, pelo jornal *Folha de São Paulo*, reforçaram que a crítica aos pancadões

⁹³ ZANCHETTA, Diego. ‘Bancada da bala’ quer proibir baile funk. **O Estado de São Paulo**. 03 nov. 2012. p. C4.

⁹⁴ Reportagem local, Rio de Janeiro. Funkeiro indiciado diz ‘cantar a realidade’. **Folha de São Paulo**. 05 out. 2005.

⁹⁵ BERGAMIM JR. Giba. PM faz blitz para acabar com pancadão. **Folha de São Paulo**. 26 de mar. de 2012.

paulistas residia em dois pilares. Na reportagem do dia 31 de dezembro, o subprefeito da região de M'Boi Mirim, Beto Mendes, em entrevista ao repórter Giba Bergamim Jr, destacou que além do consumo de álcool e drogas, denunciado por moradores, os bailes restringiam as horas de sons dos trabalhadores das casas próximas e que, em razão disso, deveriam ser suspensos⁹⁶. Esta é a tônica fundamental das críticas: os bailes perturbavam o sono da população do bairro e atraíam jovens interessados em usar drogas e ingerir bebidas alcóolicas.

O que se analisa a partir dessas reportagens é a existência de um debate público sobre a realização dos pancadões em São Paulo e sobre como a criminalidade era colocada como elemento intrínseco a esta cultura. Poucos foram os esforços da imprensa em argumentar por que letras como “porta giratória, detectores de metal, arma com fibra de carbono se não toca o sinal”⁹⁷ agradavam uma parcela significativa dos jovens. A matéria de Bruno Paes Manso, de novembro de 2008, por outro lado, mostra-se como exceção ao que foi dito anteriormente. No texto, Manso aponta como a marginalização que o funk sofreu por conta da associação com os arrastões, a partir da década de 1990, se relaciona à conformação do proibidão. Segundo o autor, ações como a realização de festivais de funk com o apoio da subprefeitura, no bairro de Cidade Tiradentes, eram uma alternativa para garantir que os artistas funks não se vinculassem a traficantes⁹⁸.

No Brasil, para Danilo Cymrot (2013), o emergir do funk como nova forma de expressão cultural esteve conectado ao contexto social a que estes indivíduos estavam submetidos:

[...] em um contexto neoliberal, o indivíduo perde suas referências públicas, como a de direitos de cidadania. Os indivíduos são empurrados para a lógica do mercado competitivo e desigual, do cada um por si, e as garantias de viabilização de sua existência são limitadas às possíveis de serem alcançadas por energias e sagacidades próprias ou por solidariedades pessoais e lealdades privadas. (Ibid.. p. 81)

Na mesma linha, Adriana Facina (2013) destaca que, com o advento do

⁹⁶ BERGAMIM JR, Giba. Pancadão é trocado por brincadeira infantil nos domingos da periferia. **Folha de São Paulo**. 12 mar. 2012. p. C9.

⁹⁷ **Espada no dragão**. MC Primo. Link Records. 2011.

⁹⁸ MANSO, Bruno Paes. No pancadão, letras fazem apologia ao PCC. **O Estado de São Paulo**. 22 de novembro de 2008. Disponível em: <<https://brasil.estadao.com.br/noticias/geral,no-proibidao-letras-fazem-apologia-ao-pcc,282148>>. Acesso em: ago. 2019.

neoliberalismo, a concepção que norteia as ações das autoridades jurídicas, policiais e da mídia passaram a ser calcadas na transformação da sociedade brasileira em um Estado Penal e não mais na tentativa de construção de um Estado de bem-estar social⁹⁹. No modelo de Estado penal, os pobres, agora transformados em sobras de uma sociedade de mercado e “incapaz[es] de [serem incorporados] via emprego, tornam-se ameaça à ordem e, por isso, devem ser controlados por medidas punitivas cada vez mais rígidas” (Ibid. p. 61).

Para a autora, é este o cenário que levou o funk a ser tratado como caso de segurança pública na década de 1990, sobretudo após os arrastões nas praias cariocas, ocorridos no ano de 1992, em que a imprensa fundiu o jovem, negro e favelado, ao traficante e bandido. Tal construção simbólica do inimigo, que lastreia a aplicação de punições contrárias ao Estado de direito e aos direitos humanos, pauta-se em atributos materiais pois:

[...] o estereótipo do bandido vai-se consumando na figura de um jovem negro, funkeiro, morador de favela, próximo do tráfico de drogas, vestido com tênis, boné, cordões, portador de algum sinal de orgulho ou de poder e de nenhum sinal de resignação ao desolador cenário de miséria e fome que o circunda (ZACCONE apud. FACINA, 2013, p. 64).

A análise de jornais e de composições musicais permitiu refletir sobre a perspectiva do consumo como parte da cultura e sobre a expressão da violência no funk também como uma via de manifestação cultural. Composições como

Encapuçou, virou bandido e não deixa barato
se atacou/e foi pra rua buscar
confere se não ta abrindo o seu frigobar
/na sala de estar
assistindo a um dvd
com sua esposa de refém esperando você (...)
[ele] quer jantar com cristal e talheres de prata
comprar vinte pares de sapato e gravata
possuir igual você, ter um foker 100
ter também na garagem dois mercedes-benz¹⁰⁰

e

⁹⁹ O argumento de Adriana Facina deriva da tese de Loic Wacquant acerca do declínio do Estado de bem-estar social e a estruturação de um Estado penal que pune os mais pobres ao invés de garantir a eles condições mínimas de sobrevivência.

¹⁰⁰ Fokker 100 é o modelo de uma aeronave de médio porte produzida pela empresa holandesa Fokker e Mercedes-Benz é a marca alemã mais antiga do ramo de automóveis, pertencente ao grupo Daimler AG. Canção: **Otus 500**. Racionais MCS. Cosa Nostra. 2002.

Já senti na arrancada que não ia pegar
 sacou da pistola que iniciou o ataque de bala
 os menor é treinado em desviar
 fazendo curva tipo zigue-zague
 junta os malote, monta na Hornet
 juju no rosto e Glock na cintura
 vira na esquina e entra nos becos
 que é estreito, não tem espaço pra viatura¹⁰¹

antes de se definirem como apologias são, previamente, segundo Andrea Paulon (2011), discursos que se voltam à realidade social e aos seus conflitos, relações de poder, hierarquias, entre outros Ibid. p. 24). A diversidade da materialidade apresentada como aeronave modelo Fokker 100, talheres de prata, moto modelo Hornet, carro Mercedes-Benz, óculos de sol modelo Juliet, pistola Glock são objetos que orientam e caracterizam a cultura funk paulista. Assim, na esteira de Miller (2013), podemos afirmar que a obviedade dos objetos é tão clara que cega, isto é, não conseguimos dimensionar a sua importância para uma forma de conformação cultural e/ou social:

Coisas, veja bem, não coisas individuais, mas todo o sistema de coisas, com sua ordem interna, fazem de nós as pessoas que somos. (...) [Contudo] objetos não gritam para você como os professores, nem jogam um pedaço de giz em você, como o meu jogou, mas eles lhe ajudam docilmente a aprender como agir da forma apropriada. Essa teoria também dá contorno e forma à ideia de que os objetos fazem as pessoas. Antes de realizarmos coisas, nós mesmos crescemos e amadurecemos à luz de coisas que nos foram transmitidas pelas gerações anteriores. Percorremos terraços de arroz ou sistemas rodoviários, a moradia e os jardins ancestrais. Eles dirigem inconscientemente nossos passos, assim como o ambiente cultural ao qual nos adaptamos. (Ibid, p. 83).

1.2. O consumo entre os funkeiros paulistas

Após as primeiras reportagens que associavam os rolezinhos a atos ilícitos, os textos seguintes produzidos pela imprensa, já a partir da metade do mês de janeiro de 2014, seguiram no esforço de definir quem era o rolezeiro-funkeiro paulista, por onde circulava, o que vestia, o que consumia e de quem consumia. Da ideia de violência, passou-se a explorar a

¹⁰¹ Hornet é o modelo de motocicleta produzida pela empresa japonesa Honda que passou a ser vendida no Brasil em 2004 e Glock é o modelo de pistola fabricada pela empresa austríaca Glock Ges.m.b.H. Canção: **Especialista em Fuga**. MC Guimê. Maximo produtora. 2011.

potencialidade econômica destes sujeitos. Em uma reportagem publicada pelo portal *Virgula*, em janeiro de 2014, assim foi caracterizado um rolezeiro:

É importante ostentar o “kit”, expressão que define os acessórios do vestuário deles. (...) Garotos: visual padrão

- 1) Camiseta de marca: a camiseta funciona como cartão de apresentação no rolezinho. Quer chegar chegando? Basta escolher uma peça colorida com o nome ou logo de marcas como Rip Curl, Ed Hardy, Quicksilver, Hollister, Polo Play, Abercrombie & Fitch.
- 2) Tênis de marca: a partir de R\$ 300 e de marcas como Adidas, Mizuno, Reebok, Puma e Nike Shox;
- 3) Bermuda: em jeans com lavagem mais clara na parte da frente ou de náilon com modelo surfista. De marcas como Cyclone;
- 4) Colares: de corrente com pingentes em forma de cifrão ou metralhadora ou ainda um terço branco usado como colar;
- 5) Óculos espelhado: óculos no modelo surfista com lentes espelhada e coloridas como azul, laranja e amarelo de marcas como Oakley;
- 6) Sorriso colorido: quem usa aparelho dental faz questão de dar um charme usando as borrachinhas coloridas: amarelo e azul são as mais pedidas.
- 7) Boné de marca: não dá para sair de casa sem cabeça e, muito menos, sem boné de marca como Quicksilver e Jhon Jhon. Para as peças da Lacoste, um detalhe especial de amarração em forma de laço;
- 8) Cabelo: com as laterais raspadas e o topo arrepiado com gel. Eles também descolorem totalmente ou com vários fios com luzes. As mina pira;
- 9) Anéis: anéis grossos, de preferência dourados, em vários dedos da mesma mão;
- 10) Meia no meio da canela: segundo Rodrigo Micael [jovem rolezeiro entrevistado na matéria], “dá o charme”¹⁰².

As meninas também têm seu repertório de objetos descrito detalhadamente na mesma reportagem:

- 1) Sapato de plástico e tênis de academia: quanto mais coloridos e com detalhes forem os calçados, melhor! Por isso, sapato de plástico é indispensável e tem que ser da Melissa. E, para um estilo mais despojado, mas não menos chamativo, o esquema é tênis de mola com cores fortes como rosa pink, laranja e roxo.

¹⁰² O portal *Virgula* integrava, até outubro de 2017, o portal UOL que, por sua vez, desde 2005, possui participação minoritária, indireta e em ações do grupo Folha. O grupo Folha tem o jornal Folha de São Paulo como o principal produto do conglomerado midiático do país. REDAÇÃO. “Moda rolezinho: saiba o que não pode faltar no visual das garotas e garotos dos rolês”. *Virgula*. 16 jan. 2014. Disponível em: <http://www.virgula.com.br/modaebelleza/moda-rolezinho-saiba-o-que-nao-pode-faltar-no-visual-das-garotas-e-garotos-dos-roles/>. Acesso em: ago. 2019.

- 2) Calça de legging: peça coringa no guarda-roupa das meninas. Elas optam tanto pelos modelos estampados, coloridos ou pela pretinha básica mesmo, assim o destaque fica por conta da blusinha.
- 3) Shortinho curto: super faz parte do look e não pode faltar no rolezinho. Os shorts que agradam são jeans, coloridos e justos ao corpo.
- 4) Calça jeans: de cintura mega baixa e justinha para exibir as curvas.
- 5) Blusinhas: geralmente são mais curtas, que mostram bem a barriga, dando um ar sexy ao modelito. Outro detalhe é o decote bem generoso.
- 6) Piercing no umbigo: não basta deixar a barriguinha de fora sem o item principal. O piercing no umbigo é a cereja do bolo e deve ser enfeitado com pedrinhas brilhantes, tipo strass.
- 7) Cabelo alisado com chapinha: cachinhos não têm vez no rolezinho! Cabelo extremamente liso com chapinha é a preferência das jovens.
- 8) Maquiagem: nos olhos, sombras são usadas na pálpebra inteira em cores como prata, rosa e azul bebê. Na boca, um gloss e batom com tom rosa claro.
- 9) Camisetas: só se for com logos de marca famosas ou com a bandeira dos Estados Unidos estampada.
- 10) Óculos espelhados: assim como os meninos gostam, mas no caso delas nada de uma pegada surf, o estilo é Ray-Ban¹⁰³.

Na descrição dos vestuários e dos acessórios de rolezeiros — e a reportagem inclui as rolezeiras — destacamos a forma como as marcas utilizadas pelos jovens são atributos distintivos deste grupo social. Contudo, aqui notamos uma diferenciação clara de gênero e que, embora não seja o foco específico deste capítulo, não podemos deixar de levantar uma pequena reflexão sobre este tema. A menção às roupas de marcas é mais recorrente no vestuário masculino, com frases como “basta escolher uma peça colorida com o nome ou logo de marcas como Rip Curl, Ed Hardy, Quiksilver, Hollister, Polo Play, Abercrombie & Fitch.”; “não dá para sair de casa sem cabeça e, muito menos, sem boné de marca como Quiksilver e Jhon Jhon”, e “bermuda: em jeans com lavagem mais clara na parte da frente ou de náilon com modelo surfista. De marcas como Cyclone”. Mas com relação ao universo feminino são feitas descrições que destacam o corpo das jovens como o principal atrativo. A reportagem descreve que as meninas nos rolezinhos vestem “[calças jeans] de cintura mega baixa e justinha para exibir as curvas”; “blusinhas: geralmente são mais curtas, que mostram bem a barriga, dando um ar sexy ao modelito”; “shortinho curto: super faz parte do look e não pode faltar no rolezinho. Os shorts que agradam são jeans, coloridos e justos ao corpo”.

Apenas duas das citações sobre o vestuário feminino trazem a descrição da marca da roupa, ao passo que nas citações sobre o vestuário masculino sempre há referências a marcas

¹⁰³ Ibid.

como Quiksilver, Hollister, Lacoste, Abercrombie, entre outras. Isso nos permite inferir que há marcação de gênero na forma como estes corpos são construídos por meio da incorporação de bens de consumo. Por ora, voltemos ao destaque dado pela reportagem do portal *Vírgula* aos tênis, óculos espelhados, camisetas e bermudas — todos esses artefatos de marcas caras e que são indissociáveis do funkeiro. Tal desejo por esses objetos estimulou que os rolezeiros adentrassem espaços que, originalmente, não eram destinados a eles, como os shoppings e pudessem incorporar tais experiências na constituição de suas identidades.

Contudo, em uma entrevista concedida ao *Portal UOL*, Renato Meirelles, então diretor do Instituto Data Popular, em 2014, observou que “boa parte das marcas [de roupas, de bebidas, de carros] tem vergonha de seus clientes mais pobres”. Segundo ele, estas marcas “historicamente foram posicionadas para a elite e o consumidor que compra exclusividade pode não estar feliz com essa democratização do consumo”. Deste trecho destacamos dois elementos: (1) os objetos de consumo como mecanismo de distinção social de determinadas classes em contraposição a outras e (2) a reação que o consumo destes objetos por uma determinada fração de classe provocou em outra. Nos dois casos, a maneira como esta materialidade foi apropriada por diferentes sujeitos permitiu que visões distintas sobre estes artefatos fossem produzidas e expostas em matérias jornalísticas¹⁰⁴.

Na seção “Rolezeiros e consumidores falam sobre o uso de grifes nos rolezinhos” da reportagem acima citada são apresentados oito entrevistados que exprimem percepções distintas acerca do vestuário dos funkeiros-rolezeiros, revelando, aquilo que Bourdieu (2015) classifica como “intolerância estética” (Ibid. p. 57).

¹⁰⁴ NEUMAN, Camila. Marcas de grife têm vergonha de seus clientes mais pobres. **Portal UOL**. 03 fev. 2014. Disponível em: <<https://economia.uol.com.br/noticias/redacao/2014/02/03/marcas-de-grife-tem-vergonha-de-clientes-mais-pobres-diz-data-popular.htm#fotoNav=1>>>. Acesso em: fev. 2017.



(A)



(B)




(C)



(D)

Rolezeiros e consumidores falam sobre uso de grifes nos rolezinhos



"Não acho que é de hoje que o público C e D se inspira no A. A Televisão mostra isso, vendem isso para eles sempre", diz Eduardo Kissajikian, 27, fotógrafo

Imagem: Camila Neumann/UOL

4 / 10

(E)

Rolezeiros e consumidores falam sobre uso de grifes nos rolezinhos



"Sendo uma roupa que eu goste, baseada nas influências que eu busco, não deixaria de usar, mas como eu não gosto dos rolezinhos, porque automaticamente as pessoas têm preconceito, eu não usaria nada ligado a eles", diz Vitor Correa, 20, auxiliar de Logística

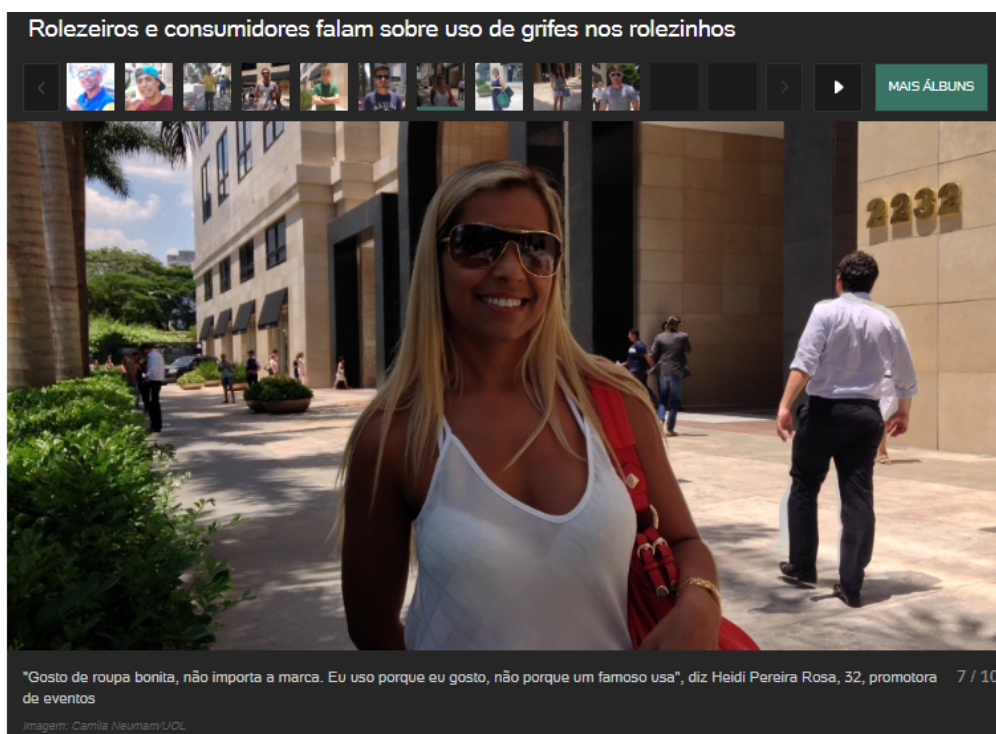
Imagem: Camila Neumann/UOL

6 / 10

(F)



(G)



(H)

Figuras 12 - Rolezeiro e consumidores: fotografias que integram a reportagem divulgada em janeiro de 2014. A fotografia de cima (fotografia A) faz parte do acervo pessoal dos estudantes Deivid Santana e Vínicius Andrade que foram cedidos à reportagem e as imagens da parte inferior (fotografias B, C, D, E, F, G, H) são de autoria da jornalista Camila Neuman que assina a matéria. Fonte: Portal UOL.

As falas dos entrevistados associam violência, popularização das marcas e rolezinhos como faces de uma mesma moeda. Em uma das colocações, uma entrevistada afirma que “se a marca se deixar levar por um consumo mais fácil, mais barato, eu vou deixar de comprar”. Já outro entrevistado declara que “nossa economia está forte e essas marcas de primeira-classe estão com preços competitivos com linhas nacionais. Mas imagina uma pessoa ser fichada, levada para a polícia, usando a marca? Isso denigre a imagem”. Outra entrevistada afirma que “quanto mais cair na boca do povo”, ou seja, quanto mais popular ficar a marca, “é a marca que eu mais fujo”. Na mesma linha, outro entrevistado declara que “(sic) mas como eu não gosto dos rolezinhos, porque automaticamente as pessoas tem preconceito, eu não usaria nada ligado a eles”.

Os estudos de Pierre Bourdieu (2015) sobre a posição dos agentes sociais na estrutura social, a partir da lógica da distinção, fornece reflexões que nos ajudam a compreender a expressão da materialidade no funk paulista pelo consumo. Para o autor, o processo de sedimentação dos gostos e dos valores estéticos é relacional, sendo que o conjunto de valores e percepções de cada indivíduo se consolida no que o sociólogo denominou como *habitus*. Para ele, os posicionamentos públicos sobre temas como a cosmética corporal, o vestuário ou a decoração de um lar, constituem mecanismos de experimentação ou de afirmação da posição que um determinado sujeito ocupa no espaço social, seja para assegurar este lugar, seja para se distanciar dele (BOURDIEU, 2015, p. 57). Quando um entrevistado afirma que “era uma marca [sobre a Abercrombie] que todo mundo adorava, mas depois que o povo baixa renda começou a usar, não vejo mais o pessoal usar (sic).” temos aqui, conforme a ótica de Bourdieu, a explicitação da intolerância estética, demarcada pela aversão burguesa ao diferente e pelo rechaço ao contato entre diferentes formas de composição estética e de estilos de vida. Para ele, a intolerância estética produz, principalmente, uma das mais fortes barreiras de classe na sociedade. Relacionando esta perspectiva ao *habitus*, Bourdieu destaca que

[...] se é verdade que, como tentamos estabelecer, a classe dominante constitui um espaço relativamente autônomo cuja estrutura é definida pela distribuição entre seus membros de diferentes espécies de capital, cada fração sendo caracterizada propriamente por uma certa configuração desta distribuição à qual corresponde, por intermédio do *habitus*, um certo estilo de vida, que a distribuição do capital econômico e a distribuição do capital cultural entre as frações apresenta estruturas simétricas e inversas e que as diferentes estruturas patrimoniais estão, com a trajetória escolar, na base do *habitus* e das escolhas sistemáticas que ele produz em todos os domínios da

prática e cujas **escolhas comumente reconhecidas como estéticas são uma dimensão**, devemos reencontrar essas estruturas no espaço dos estilos de vida, ou seja, nos diferentes sistemas de propriedades onde se exprimem os diferentes sistemas de disposições. (grifo nosso, p. 241)

Em outras palavras, as estruturas patrimoniais, entendidas como parte das condições materiais necessárias para a manutenção da posição social, estão ligadas aos *habitus*, isto é, ao sistema de disposições a) que organiza as práticas dos indivíduos que estão dispostos em campos sociais e b) a capacidade dos sujeitos de incorporar a estrutura social em suas reflexões, sentimentos e ações. O *habitus* também está relacionado às maneiras de expressão do posicionamento do sujeito na sociedade e que pode se dar também pelo consumo. Para Bourdieu (2015), o consumo está ligado aos constructos sociais pelos quais os seres humanos têm contato ao longo de sua vida por meio da família, da escola e do contato com os demais cidadãos. Isto significa dizer que o gosto dos indivíduos por determinados artefatos é socialmente construído, fruto das diversas interações de classe de que ele participa desde o momento de seu nascimento. Ou seja, o *habitus* reside no gosto particular de cada indivíduo, porém, na realidade, ele define os estilos de vida das classes sociais. A partir dessa concepção, então, Bourdieu tipifica o gosto em dois tipos: gosto de necessidade e gosto de luxo. O gosto de luxo se distancia do gosto de necessidade à medida que pressupõe a posse de capital e de condições materiais que permitem que indivíduos consumam determinadas tipos de objetos que se aproximam dos ideais burgueses de estetização das práticas e das formas.

Não nos debruçaremos em pormenores sobre tais distinções do conceito de gosto. Porém, cabe destacar uma breve análise que o autor faz acerca da percepção do que é o consumo para duas classes sociais. A partir desta citação, então, poderemos compreender melhor de que forma o *habitus* se relaciona ao consumo:

[...] o operário que, na vitrine, vê um relógio de dois milhões, ou que ouve falar de um cirurgião que teria gasto três milhões com a festa de noivado do filho, tem inveja não desse relógio, nem dessa festa, mas dos dois milhões que ele teria aplicado de um modo completamente diferente, por ser incapaz de conceber o sistema de necessidades em que a melhor coisa a comprar com dois milhões seria um relógio desse valor. Quando ‘existem tantas coisas que são prioritárias’, como se costuma dizer, ‘é preciso que alguém seja maluco’, efetivamente, para pensar em um relógio que custa dois milhões; no entanto, nunca se sentirá verdadeiramente ‘no lugar’ daqueles que estão situados no outro extremo do mundo social. A loucura de uns é a necessidade primordial dos outros. E não somente porque o valor marginal desses dois milhões varia segundo a número de milhões possuídos: um grande número de despesas que, segundo se diz, são ostensivas, nada tem a ver com um desperdício e,

além de serem elementos indispensáveis de certo estilo de vida, são quase sempre - como a festa de noivado - uma excelente aplicação que permite acumular capital social (Ibid. p. 351).

A citação acima permite que clarifiquemos a compreensão bourdesiana do que é *habitus*, isto é, o sistema de disposições e princípios que gera e estrutura práticas e representações sem que o indivíduo tenha consciência sobre este processo. Ou seja, as estruturas sociais moldam as formas de classificação, as ideias, os referenciais com que homens e mulheres, de distintos segmentos sociais, observam e analisam o mundo ao seu redor sem que, necessariamente, eles tenham noção de que pensam desta forma por estarem inseridos em um determinado contexto social. Como já destacamos anteriormente, a estruturação do *habitus* e do gosto, assim, tem um forte componente de classe: enquanto os grupos sociais com menor poder aquisitivo consomem com o objetivo de garantir sua própria existência e se impressionam com um relógio que custa dois milhões, as classes mais altas, por outro lado, buscam por meio do consumo satisfazer suas prioridades, como a obtenção do prestígio social, por meio de uma festa de noivado, por exemplo.

Contudo, não podemos encarar estas conceituações de Bourdieu de forma engessada, até mesmo porque o nosso próprio objeto de estudo – o funk paulista e sua relação com a materialidade – é fruto da conjunção de um determinado *habitus*, de um dado grupo, a outro *habitus*, de um outro segmento social. Assim, a ideia de Bourdieu de que

a submissão à necessidade que, conforme já vimos, leva as classes populares a uma "estética" pragmática e funcionalista, recusando a gratuidade e a futilidade dos exercícios formais e de toda a espécie de arte pela arte, encontra-se, também, na origem de todas as escolhas da existência cotidiana e de uma arte de viver que impõe a exclusão, como se tratasse de "loucuras", das intenções propriamente estéticas. (Ibid. p. 353).

não é capaz de explicar, por exemplo, por qual razão, na cidade de São Paulo, uma cultura originada na periferia da capital projetou-se nacionalmente a partir de referências alheias à sua própria realidade, com a exaltação de um repertório material de alto valor. Assim se tomarmos como base os estudos de Warnier (1999), sobre os Sapeurs, é válido argumentar como não há uma distinção entre a essência e aparência do sujeito e, sobretudo, não há uma distinção entre o consumo do supérfluo e o consumo do necessário. O supérfluo é o necessário para a

composição material dos funkeiros paulistas e está intrinsecamente ligado ao consumo de artefatos.

Partindo da perspectiva de Néstor Canclini (1999), podemos destacar que o consumo é parte do universo da cidadania. Para Canclini, o ato de consumir se relaciona à participação dos sujeitos na sociedade, caracterizando-se, portanto, enquanto um componente ativo na conformação das identidades de homens e mulheres e não somente como uma simples ação de aquisição de produtos. Na mesma linha, Daniel Miller (2012) aponta que é preciso romper com a interpretação do consumo como uma falha moral e, até mesmo, sua associação com desvios de ordem social e psicológica. O autor sustenta o argumento de que o consumo é um elemento que compõe as relações sociais, as relações familiares e, portanto, o consumo também é cultura, dado que, por meio dele, nos transformamos e entendemos quem somos.

Contrapondo-se às concepções sobre a passividade dos indivíduos frente ao consumo no capitalismo, a maneira como Miller posiciona o sujeito em seus estudos é fulcral para este trabalho. Para ele, “o consumo é a negação da ideia de alienação associada ao mercado, ao estado, a ciência e ao trabalho e, em razão disso, como ninguém deseja se sentir como um manequim passivo, é que surgem nossas críticas e afrontas às grandes corporações”. (MILLER, 2012, p. 57)¹⁰⁵. Assim, nós, seres humanos, não nos condicionamos a sermos somente mecanismos de reprodução do capital (Ibid., p. 55). A argumentação de Miller nega, portanto, que o consumo de artefatos traria “uma ilusão de felicidade” e, acrescentamos, que o funk ostentação seria a “vitória ideológica do capitalismo”, conforme apontado por André Singer, em coluna publicada no jornal *Folha de São Paulo*¹⁰⁶. Esta visão não considera o impacto que os objetos têm no processo de conformação dos sujeitos e na estruturação de relações sociais.

Os artefatos, não representam sentimentos, sensações, elas são coisas que formam pessoas e estas, por sua vez, formam as coisas, em um processo bidirecional em que não há oposição entre sujeito e objeto, ser animado e ser inanimado. A partir do conceito de ‘objetificação’, Miller define que “os objetos nos fazem como parte do processo pelo qual os fazemos” (p. 91). Assim, as motocicletas, por exemplo, permitiram a criação de uma nova

¹⁰⁵ No original: “So this is what I meant earlier when I stated that consumption can become the negation of alienability associated with the market, the state, science and indeed labour. So, Baudrillard could not have been so wrong. No one wants to feel like a passive mannequin, hence all our invective and diatribes against corporations.”

¹⁰⁶ SINGER, André. Ostentação. **Folha de São Paulo**. 13 fev. 2013. p. A2.

forma de vivência, de experiência histórica a partir do momento que passaram a ser produzidas. A sociedade que existia antes da criação das motos e da construção de ruas e rodovias é distinta da sociedade que foi estruturada após o consumo maciço destes artefatos.

As reflexões de Miller sobre a materialidade estão na contramão da análise semiótica feita por autores como o filósofo Jean Baudrillard (1991). Baudrillard argumenta que, em razão da automação da produção e do avanço do consumo pelo globo, as relações entre os sujeitos foram padronizadas e alteradas, amalgamando-se em artefatos que trazem em si uma rede de signos compartilhados pela sociedade capitalista e que são o alvo do consumo. Adotando tom pessimista, o antropólogo francês trata a sociedade de consumo como coercitiva, em que os artefatos produzem significados mais densos do que sua própria funcionalidade para o contexto social: “vivemos o tempo dos objetos: quero dizer que existimos segundo seu ritmo e em conformidade com a sua sucessão permanente” (Ibid. p. 15). Nesta lógica, então, são as coisas mais que os seres humanos que determinam o *devir* histórico, e que, agora, enquanto signos, impulsionam as relações entre os sujeitos e legitimam ou deslegitimam a estratificação, o prestígio ou o desprestígio social.

Contudo, apesar de enriquecedoras, muitas das reflexões de Baudrillard partem do pressuposto da homogeneização das realidades, destacando o efêmero, o individualismo e a ausência de reflexão acerca dos mecanismos de produção e consumo de artefatos no capitalismo como características do tempo contemporâneo, sobretudo da sociedade ocidental do pós-II Guerra mundial. Opondo-se a esta visão, Miller afirma que “o problema não é que as pessoas são hedonistas, individualistas e materialistas, mas exatamente o contrário. É por serem parcimoniosas e moralistas que elas falham em ser éticas.” (MILLER, 2012, p. 89)¹⁰⁷. Esta argumentação se baseia na diferenciação que o autor faz entre consumo moral e consumo ético para dar corpo a uma de suas teorias sobre o porquê a sociedade capitalista consome e, ademais, por qual razão isso não se caracteriza como uma anomalia, mas, sim, como um mecanismo de sociabilidade e que não é exclusivamente efeito de relações mercantilistas.

Miller (2012) distingue o consumo ético do consumo moral da seguinte forma: o consumo moral é aquele de efeito imediato, como uma compra de supermercado mensal para a família, por exemplo. Já o consumo ético seria um consumo com objetivos distantes, como, o consumo de alimentos orgânicos visando contribuir para a redução de danos ao meio

¹⁰⁷ Na citação original, Miller afirma: “The problem is not that people are hedonistic, individualistic and materialistic, but precisely the opposite. It is because they are thrifty and moral that they fail to be ethical.”

ambiente. Miller observa que, apesar de ser apresentado como uma preocupação com os outros e com o futuro do planeta, o consumo ético é movido por um impulso individualista, pois a escolha pela compra de produtos saudáveis assenta-se em uma preocupação do indivíduo consigo mesmo e com a sua família. Esta diferenciação é fundamental para que Miller construa sua teoria do sacrifício que versa sobre consumo e que vai na contramão da concepção de Baudrillard sobre esta prática¹⁰⁸.

Para o autor inglês, o consumo é uma das vias para tornar palpável um sentimento, como o amor, por meio do gasto do salário de um mês de trabalho em compras de supermercado para o preparo de um jantar, um café da manhã para a família. Este ato é

¹⁰⁸ Miller realizou uma pesquisa etnográfica entre 1994-95, em que tratou de 76 domicílios da rua Jay Road, no norte de Londres. A maioria dos agentes observados em suas compras e entrevistados eram donas-de-casa e as compras que eram sem glamour, cotidianas, para o abastecimento como comida e vestimentas. Assim, esse tipo de compra, que é o mais comum, não é dirigido à pessoa que compra, mas a outros. Portanto, não é uma compra com objetivos hedonistas. Para Miller, o ato de comprar cotidianamente para terceiros possui motivação cosmológica (p. 24-5). A devoção religiosa à qual o ritual do sacrifício esteve ligado foi substituído por devoção secular, a compra (p.23). A compra cotidiana expressa duas relações: primeiro, uma relação entre o comprador e outros – filhos, marido, pais. Segundo, “[...] um objetivo mais geral que transcende qualquer utilidade imediata e é mais bem compreendida como cosmológica à medida que assume forma não de sujeito ou de objeto, mas dos valores aos quais as pessoas desejariam se dedicar.” (p.27). Ao comprar Miller percebeu que a pessoa que compra, geralmente a dona de casa, pretende com as compras influenciar e mudar o marido e os filhos de diversas maneiras. Ela quer influenciar seus hábitos alimentares, acreditando que eles podem melhorar, ser mais saudáveis com a sua intervenção do que com o que eles escolheram fazer. Quer que eles vistam roupas melhores em qualidade, que sejam mais formais. Seleciona mercadorias que acredita serem educativas, edificantes, moralmente superiores (p.32). A realização dessa transcendência, do comprar imediato para o sacrifício se dá por meio da ideia de poupança, de que se está poupando, quando, na verdade, se está doando parte do dinheiro para um ente abstrato, que promove a transcendência necessária para a realização da compra como um ato de amor, ou seja, atualização dos laços duradouro entre pessoas. “O exercício de fazer economia é sempre mencionado pelas pessoas, a maioria não sabe o preço sequer dos produtos mais básicos (poucas comparam preços em diferentes lugares e tomam suas decisões baseadas nisso), mas todas as pessoas se preocupam em seguir alguma forma de poupar, as etiquetas de promoção, a linha econômica produzida pelo próprio supermercado, etiquetas e cores que marcam o que está com preço mais baixo, pegar uma cesta em vez do carrinho, ir um lugar menor acreditando que os produtos são mais baratos, ou o contrário, ir a um lugar maior com a mesma crença etc.” (p.63) “Também se descobrirá que a economia enquanto experiência não equivale a de fato gastar menos dinheiro [...]” (p.63) Por um preço mais baixo, maiores quantidades do mesmo item podem ser compradas. Às vezes não havia intenção de comprar certo produto, mas como ele está mais barato, ele é comprado, acaba-se gastando mais. Poupar não é um meio para algum fim, mas um fim em si mesmo. “A maioria dos sacrifícios, como a maioria dos atos de comprar, era de certa forma uma maneira de consumir algo para poder ganhar outras coisas. Mas nem o ato de comprar, nem o sacrifício são simplesmente atos pragmáticos de dispêndio em busca do lucro. O crucial para sua definição é notar que esses atos adquirem sua lógica prática apenas ao passar por ritos sagrados que asseguram que, antes de se poder atingir as metas práticas, eles são utilizados primeiramente para santificar e sustentar os objetos de devoção.” (p. 112) Como no sacrifício em que a fumaça deve ser separada dos elementos mundanos, o ato de comprar deve produzir a sua “fumaça” que no caso é a possibilidade de poupança, a economia. A visão do dinheiro economizado é a comunicação que o comprador faz com o transcendental, seu conjunto de crenças, seu futuro idealizado, enfim tudo que equivaleria ao divino, ao mundo do mágico, só que secularizado. (p. 116).

análogo, segundo Miller, ao ato realizado por populações indígenas ao doarem sua primeira colheita de uma estação aos deuses. Ambas, assim, se caracterizam como um sacrifício pontual em prol de algo maior, como a família ou a comunidade. Em outra perspectiva, contudo, Baudrillard destaca que o consumo é realizado de maneira involuntária pelos indivíduos, que são impelidos pela estrutura social a comprarem, sem raciocinar a respeito deste processo em que estão envolvidos. Esta concepção, porém, não considera o consumo de insumos básicos como os destacados por Miller (2012), como as compras de supermercado que representam a maioria do consumo que é realizado no planeta.

Ainda segundo Miller, dando prosseguimento ao seu raciocínio, diante do fato de que as compras mais realizadas pelas sociedades contemporâneas e destacadamente, urbanas, são as compras de alimentos, ele argumenta que, portanto, a maior parte do consumo praticado no mundo está ligada, então, ao aumento ou decréscimo da renda dos consumidores e não ligado substancialmente ao desejo das pessoas de ter mais coisas porque o sistema quer que assim seja. Os consumidores não são passivos, para Miller, são sujeitos que por meio do consumo constroem sua subjetividade e analogamente a um sacrifício, dependem da intermediação da materialidade: ou seja, quem consome, consome um artefato, assim como quem faz um sacrifício a um Deus, que sacrifica um objeto, um corpo. As relações sociais envoltas no processo de consumo são tão complexas que seria reducionista categorizá-las somente como reflexos do domínio capitalista sobre a sociedade e a ação dos sujeitos.

Por outro lado, ao destacar a centralidade que os objetos têm em relação a eles próprios e não mais na conexão entre pessoas, Jean Baudrillard reduz as possibilidades de sentido que o artefato pode ter no contexto social: “é o objeto de consumo, sempre [em] relação social abolida, reificada, significada num código” (Ibid, p. 61). Para ele, o artefato é um signo que opera apenas dentro de um esquema fechado integrado pelo significado (representação mental) e pelo significante (porção material) que, mediante interação, produzem significação (isto é, dão significado ao significante). Dito de outra forma, a interpretação de Baudrillard do objeto enquanto signo, de certa forma, reduz as relevâncias funcionais e físicas dos artefatos adquiridos, pois parte do pressuposto de que a aquisição de determinados artefatos se dá apenas pela sua carga, destacadamente, ideológica. Embora não se negue aqui que objetos sejam, em determinados contextos sociais, recursos de distinção social, não se pode negar que este processo ocorre entre sujeitos que coexistem em um mesmo espaço, ou seja, a categorização de objetos em função de seu status se dá em ambiente social e

desta forma, então, este processo é submetido a diversos vetores dessa sociedade e não se encerra em si mesmo.

Assim que se Miller nos ajuda a entender que o consumo é parte da cultura e por meio dele cada um constrói sua identidade. Bourdieu coloca a afirmação antropológica de Miller em uma perspectiva sociológica. O indivíduo não é uma página em branco, logo a prática do consumo se dá na conjunção de vários condicionantes sociais e culturais que colocam funkeiros e elites brancas em campos opostos e tensionados por eventuais disputas de territórios urbanos, ícones de distinção social e cultural, noções de civilidade, de beleza, de elegância e de decência.

Warnier, por sua vez, ajuda-nos a dar outro passo. O conceito de *síntese corporal* permite dar concretude ao que Miller entende por construção identitária por meio do consumo. Para os funkeiros paulistas, a economia da ostentação é uma economia política, isto é, é uma rede de relações sociais de produção e circulação de bens materiais.

Esta economia política, contudo, não se restringia somente aos rolezeiros. Os jovens funkeiros de São Paulo se espelhavam nos cantores, os MCs, homens em sua maioria, que, por sua vez, tinham as carreiras artísticas administradas por empresas e seus videoclipes feitos por produtoras que se especializaram na realização de vídeos para a Internet, envolvendo uma rede de pessoas e uma estrutura organizativa. Assim, muito mais que apenas uma vertente do funk carioca, a cultura funk paulista trabalhava como um sistema, mobilizando distintos setores da sociedade para garantir sua operacionalização e é sobre este ponto que iremos nos debruçar na segunda parte do capítulo.

2. A gerência e controle da materialidade

É com o adensamento populacional nas cidades e a organização das cortes, durante o período moderno, que o vestuário, o mobiliário e seus acessórios se tornam elementos de desejo e deslumbramento. Porém, os mecanismos relacionados à moda, que é um fenômeno social recente na História, não se restringem a razões metafísicas ou psicológicas, nem a demandas sociais ou de mercado. Dito de outra forma, não é um anseio de imitação de classe que é capaz de explicar, por exemplo, por quais motivos jovens da periferia de São Paulo, apreciadores de funk, utilizavam-se de correntes de ouro, shorts, camisetas, tênis, óculos de marcas consagradas e não ostentavam produtos de lojas de fast fashion, por exemplo. As

razões para tais comportamentos podem ser compreendidas se retomarmos a noção de síntese corporal aliada às funções dos agentes do funk paulista.

Dentre as interpretações que buscam analisar os mecanismos da moda e das tendências, destaca-se a tese de Herbert Blumer, aprimorada por Fred Davis (1992) que, não ignorando a relação entre as classes, aponta que a moda não tem como função primordial legitimar as diferenciações entre os estratos da sociedade. Em sua teoria nomeada de “seleção coletiva”, não são mais as elites que ditam os vestuários, os carros, as motocicletas que devem ser comprados e utilizados¹⁰⁹, isto é, a diferenciação de estilos entre os indivíduos não mais determina estritamente a diferenciação entre as classes. Sucintamente, segundo esta teoria, as tendências de consumo de artefatos não se pautam na distinção social, mas sim na substituição de velhos modelos por novos, que estão mais de acordo com os gostos e as mudanças de determinado período e que partem de diferentes agentes dispersos e, por vezes, fora das elites (BLUMER *Apud* DAVIS, 1992, pp. 24-25)¹¹⁰.

Estudos apontados por Grant McCracken (2003) mostram que a moda tem seguido a influência de agentes denominados ‘líderes da moda’, que variam conforme o contexto social e que, por isso, não há como prever ou antever quem serão e o que promoverão (Ibid. p. 125). Os líderes da moda são consumidores que compram e utilizam objetos que ainda não estão disseminados socialmente e, ao fazer uso destes elementos, influenciam outras pessoas ao seu redor a também consumirem aqueles produtos. O líder não é necessariamente abastado, porém, é necessariamente alguém que é reconhecido por um público, seja ele um público restrito de um condomínio, um bairro, ou um público mais amplo, como celebridades que estão na mídia. A este público o líder expõe seus gostos e suas compras e, assim, induz sua audiência a consumir seus objetos preferidos. Contudo, a cessão do público aos apelos dos

¹⁰⁹ Em sua dissertação de mestrado, Beatriz Velho realiza um estudo acerca da influência das telenovelas da Rede Globo na produção de peças de vestuário, a partir de estudo etnográfico realizado em um shopping popular na cidade do Rio de Janeiro. Para a autora, com base na obra de Davis, duas análises são centrais para o estudo da moda: a tese da “teoria da diferenciação de classe” e a tese de “seleção coletiva”. In: VELHO, Beatriz Alvez. **A moda brasileira e a telenovela: um estudo exploratório**. Rio de Janeiro. COPPEAD-UFRJ. 2000. pp.11-12. dissertação de mestrado.

¹¹⁰ Grant McCracken (2003) aponta que segundo Blumer, a moda opera com base em um processo de seleção coletiva em que a elite não determina mais quais objetos serão tendência em um determinado período. No entanto, apesar de avançar na ideia sobre difusão da moda, rompendo com a percepção de que há uma elite que ordena o que deve ou não ser descartado, a teoria de Blumer não consegue apontar com clareza quais seriam os agentes específicos envolvidos (fora da elite e que operam a partir de lógica própria) ou qual seria a força que impulsionaria este fenômeno. Por conta desta lacuna com relação à causalidade e ao modo de funcionamento desse processo de seleção coletiva é que McCracken trabalha com a ideia de ‘líderes da moda’.

líderes de moda não se dá de forma automática já que cada pessoa seleciona um ou outro item que mais se adapta à sua rotina, à sua própria personalidade e à sua condição financeira.

No século XXI, com o advento das redes sociais como Orkut, MSN, Snapchat, Facebook e Fotolog, houve a criação de perfis pessoais *online* em que indivíduos puderam compartilhar desde sua refeição até suas preferências de filmes, músicas, jogos, carros, roupas, entre outros. Por meio do compartilhamento dessas e de outras informações, foram criadas redes de contato entre pessoas que possuem os mesmos interesses e, assim, o líder da moda pode atingir públicos maiores e ditar tendências para pessoas que estão a quilômetros de distância. Essas pessoas, por sua vez, estabeleceram redes de sociabilidade a partir da materialidade. Este foi o caso, por exemplo, dos ‘famosinhos’ que deram início aos rolezinhos em São Paulo: populares nas redes sociais, perfis carregados de fotografias ostentando bonés, camisetas, óculos de marca, repletos de seguidores, esses jovens passaram a organizar encontros com seus contatos virtuais em shoppings da região metropolitana. Um desses jovens era Lucas Limas, um estudante do ensino médio de 18 anos, morador do bairro AE Carvalho, na zona leste, que possuía mais de 56 mil seguidores no Facebook e que organizou um rolezinho, pelo site, em janeiro de 2014 com mais de 11 mil pessoas¹¹¹.

Daniel Miller (2018) trabalha com a tese de que o compartilhamento, sobretudo de fotografias, nas redes sociais tem sido um elemento constitutivo importante “na autoprodução da humanidade contemporânea” (Ibid. p. 127). Por meio da aplicação da recente metodologia de etnografia digital em pesquisa realizada com um grupo de adolescentes ingleses de um povoado ao norte de Londres e a relação entre eles e as fotos postadas nos sites Facebook, Instagram e Snapchat, Miller conclui que, mesmo imateriais, as imagens digitais são, na realidade, concretas, pois operam como vetores de interação social e de comunicação por meio de curtidas, comentários e marcações feitas nas fotografias postadas. O Facebook, segundo o antropólogo, destaca-se dentre as redes sociais pela possibilidade de o usuário postar fotos em álbuns separados por temas, o que facilitaria também o seu acesso e armazenamento. A ferramenta permite que as relações se tornem mais visuais, já que as conexões sociais se tornaram visíveis pela experiência do uso do Facebook e seus

¹¹¹ Lucas Lima foi assassinado poucos meses depois da realização de seu rolezinho, em abril de 2014, durante um baile funk na zona leste. O rolezinho por ele realizado foi um dos mais violentos e terminou com bombas de gás lacrimogêneo e balas de borracha disparados pela Polícia Militar. Cf. CASTRO, Laura Maia. Líder de ‘rolezinho’ é morto em briga. **O Estado de São Paulo**. 08 abr. 2014. p. A14.

compartilhamentos.

A chave interpretativa de Miller se afasta de “afirmações levianas, principalmente de jornalistas, de que o Facebook e outras mídias sociais devem ser uma nova forma de autoexpressão narcísica” (Ibid. p. 132). Para Miller, “essas condenações levianas não buscam o entendimento, nem uma preocupação em analisar e diferenciar, o que, numa inspeção mais acurada, revela um fenômeno muito mais diferente e complexo.” (Ibid. p. 140). A complexidade do fenômeno reside no fato de que as fotos compartilhadas pelos jovens são banais, têm presença ubíqua, estão no Facebook, mas podem ser encaminhadas ao Twitter, ao Whatsapp, e reforçar seu caráter comunicativo entre amigos, família e desconhecidos. Esta cultura digital, portanto, na visão de Miller, é um sistema material revelador das experiências sociais dos locais onde está inserido. Sobre isso, Mônica Machado (2008) aponta que a ascensão do universo digital seria uma nova fase da abstração humana, produzindo, paradoxalmente, a comoditização¹¹², um efeito negativo, e a pluralidade de culturas e diferenças, um efeito positivo (Ibid. p. 50).

Em estudo de caso sobre o engajamento digital de adolescentes na favela do Cantagalo, Pavão e Pavãozinho, no Rio de Janeiro, Machado destacou que a lógica da sociabilidade foi estendida para as mídias sociais, ou seja, segundo a pesquisa da antropóloga, a principal motivação para os jovens manterem perfis ativos nesses sites é o interesse em compartilhar ideias, estabelecer ou estreitar vínculos com amigos e parentes (MACHADO, 2008, p. 54). Dentre os compartilhamentos, os mais recorrentes são imagens de momentos de lazer em festas, bares e com amigos. Interessante ressaltar que a pesquisa de Machado vai de encontro à pesquisa de Miller no que diz respeito às imagens postadas pelos jovens: os dois pesquisadores concluem que a maioria das fotos compartilhadas no Facebook são de grupos e que, assim, mostram mais uma noção de coletividade do que de individualidade e egocentrismo.

Foi no meio digital que ganharam destaque os cantores de funk, os MCs Daleste, MC Guimê, MC Rodolfinho e MC Boy dos Charmes. Esses funkeiros, por meio de seus perfis pessoais, vídeos, músicas, compartilhadas e curtidas por uma gama imensa de

¹¹² Comoditização aqui é entendido como o processo em que o produto ou serviço é transformado em *commodity*, ou seja, em um bem de baixo valor agregado, em estado bruto ou com pouca transformação industrial e por isso, o preço é regulado pelas demandas globais, independentemente da procedência ou qualidade desta mercadoria. Quanto mais demanda houver por essa *commodity*, menor será o preço, já se a demanda for pequena, maior será o preço.

internautas, tornaram-se personagens centrais na profusão de imagens que relacionaram o funk paulista a marcas caras. Em comum, eles têm não somente a relação exacerbada com os objetos de luxo e a conectividade com a Internet, mas também a origem pobre: vindos da periferia e de favelas da cidade de São Paulo, da região metropolitana e da baixada santista, eles começaram suas carreiras no funk cantando temas da criminalidade, como assaltos e roubos e, depois, passaram a cantar sobre uma vida de luxo, com requintes e privilégios e, nos vídeos, sempre cercados de mulheres e em cenários de festas, mansões e carros importados.

Não importa se esta vida de ostentação e luxo era real ou fictícia, se era mais um tema do que a representação de uma experiência. Se os carros e mansões eram alugados pelos empresários dos MCs ou se, de fato, pertenciam a eles. Distanciamo-nos da ideia de que os funkeiros paulistas, pela via do consumo, mimetizavam o modo de vida das elites ou se vestiam exatamente iguais, copiando uns aos outros, sem diferenças entre eles. Nosso empenho é, a partir da dimensão material da cultura funk, compreender como se deu a formação singular de sujeitos pela incorporação de objetos aos seus corpos.

Para aprofundarmos a compreensão desse processo, prosseguiremos o estudo atendo-nos aos dois principais MCs, o MC Guimê e o MC Daleste. Em seguida, seguiremos com o estudo da maior produtora de videoclipes de funk do país, a KondZilla e sua relação com a materialidade específica da cultura funk paulista.

2.1. MC Daleste na capital das notas de 100

No dia 7 de julho de 2013, durante um show na cidade de Campinas, interior de São Paulo, MC Daleste foi assassinado no palco com um tiro a queima roupa. Nascido no bairro da Penha, na periferia da zona leste de São Paulo, no ano de 1992, Daniel Pellegrine teve sua ascendente carreira artística findada com um crime não esclarecido. Em sua homenagem, foi sancionado, em 2016, o projeto de lei 1395/14, que estabeleceu 7 de julho como o ‘Dia estadual do funk de São Paulo’. Compositor e intérprete de canções funk sobre sua infância em um casebre de madeira na favela do Jaú, sem água encanada e saneamento, MC Daleste ganhou destaque nas plataformas digitais com suas músicas de funk Proibidão, em que falava sobre armas, tráfico de drogas e perseguição policial. Porém, o reconhecimento público veio com suas canções e videoclipes de Ostentação, estilo que cresceu exponencialmente após sua morte.

Bruno Paes Manso, em reportagem para *O Estado de São Paulo*, acompanhou uma noite de shows de MC Daleste. O jornalista destacou que à época, março de 2013, mais de 300 casas noturnas da capital paulista tocavam somente funk paulista, cantado por funkeiros paulistanos e não por funkeiros cariocas ou da baixada santista. Somente em uma noite, MC Daleste fez cinco shows, garantindo um ganho de R\$ 20 mil para sua equipe e 250 quilômetros percorridos em um período de menos de doze horas. A rotina de shows era tão intensa que, mesmo após a realização de uma série de apresentações por São Paulo, o cantor não teria tempo para descanso pois, logo pela manhã, iria para outro estado, Santa Catarina, participar de um evento para jovens universitários¹¹³.

Com o assassinato de MC Daleste muitos MCs buscaram se proteger, recusando realizar shows em áreas de risco, exigindo seguranças no palco e entornos dos shows e tentando, inclusive, negociar autorização junto à Secretaria de Segurança Pública do estado para adquirirem coletes à prova de bala. Em reportagem de julho de 2013, Giba Bergamim Jr. entrevistou o MC Bio G3, dono da empresa Legenda Funk, responsável por agenciar a carreira de MCs, incluindo de MC Daleste. O MC relacionou essa morte ao assassinato de outros seis funkeiros no estado de São Paulo (cinco mortes na Baixada Santista e duas mortes na capital). Segundo o MC e empresário “estamos diante do inimigo invisível. Não sabemos quem está atentando contra os MCs. Estamos com medo sim.”¹¹⁴ Ao associar a morte de Daleste a uma série de outros assassinatos de MCs, MC Bio G3 desassociou a ideia de que a materialidade usada pelo cantor como anéis de ouro, corrente de ouro, bonés e tênis de marca fosse a provável causa do crime.

Esta colocação de MC Bio G3, apesar de banal, revela o trabalho do cantor, falando na condição de empresário, de afastar qualquer ideia negativa que se pudesse ter sobre a posse e o uso de artefatos de alto valor, como, por exemplo, a ideia de que estes artefatos atraíam a violência ou que eram adquiridos por meio de violência. Assim, a cultura funk paulista, operada com base na ostentação de marcas, de mulheres, de carros, não foi caracterizada de forma depreciativa na imprensa e as produtoras e agências de MCs puderam dar continuidade aos seus trabalhos. Porém, a mídia ateu-se à relação dos MCs mortos com as letras e músicas de funk Proibidão, sobretudo as de MC Daleste, destacando que sua morte teria sido resultado

¹¹³ MANSO, Bruno Paes. Febre funk troca o pancadão pelo luxo e ganha SP. **O Estado de São Paulo**. 24 mar. 2013. p. C1.

¹¹⁴ BERGAMIM Jr, Giba. Após morte de MC, funkeiros querem colete à prova de bala. **Folha de São Paulo**. 21. jul. 2013.

da ação de policiais militares ou de traficantes incomodados com seu sucesso nas redes sociais.

De fato, Mc Daleste compôs e cantou músicas sobre tráfico de drogas, armas, assaltos e furtos entre os anos de 2008 e 2011 e, a partir de 2012, o cantor redirecionou sua carreira. Contratado pelo escritório de Bio G3, adotou em suas letras e em seu visual um arcabouço material dispendioso: correntes de ouro, roupas de marcas, tênis caros, abandonando a temática da criminalidade e referências à materialidade relacionadas à transgressão. De letras como

Aula de criminologia,
 Primeiro engatilha,
 Depois você mira,
 Se tiver no alvo,
 Você extermina,
 Quando meu chefe deixar,
 Vou colecionar cabeça de polícia,
 Nosso armamento é pesado,
 Tem AK, G3 vazando
 Tem sub-uzi, 762
 (...)
 Assassinaram o Osama
 Toma cuidado Barack Obama
 Por que o bonde da Al-Qaeda
 Não tá querendo fama,
 Queremos guerra de origem,
 E atentados,
 Quem é soldado do Osama joga o fuzil pro alto.¹¹⁵

com destaque a armamentos de guerra e de uso, teoricamente, exclusivo de Exércitos e Forças Armadas como fuzil AK-47, G3, sub-UZI, 762¹¹⁶, com construção de uma narrativa baseada em conflito com as autoridades policiais, MC Daleste passa a compor e escrever músicas sobre uma vida de luxo, regada a festas, mulheres, carros e joias:

Eu sou Daleste, cheguei, mas ‘tô’ saindo fora
 Vim chamar as tops, vem, mas só se for agora
 Angra dos reis, 40 graus, eu quero baile funk
 De 1100, rolê vai adiante

¹¹⁵ **Medley do Terror.** MC Daleste. Detona Funk. 2011.

¹¹⁶ AK-47 é um fuzil, de origem soviética, que dispara 600 tiros por minuto. G3 é uma espingarda automática, de fabricação alemã. Sub-Uzi é uma submetralhadora criada pelo exército israelense na década de 1940. E, 762 é como popularmente é conhecido o fuzil de fabricação belga ParaFAL, que possui calibre de 7,62 mm. Nenhuma dessas armas pode ser comercializada para pessoas físicas no Brasil e são de uso restrito das instituições militares do país.

Não vem me dizendo que dinheiro é problema
 Faz por merecer, que eu faço valer a pena
 Muleque bom à vera, que faz investimento
 Financia ousadia e lucra com festa no apartamento
 Sem caôzadinha, eu quero paz e money
 Se eles tiram onda, eu tiro tsunami
 (...)

Tô sem juízo, pois é, de Rolex europeu
 Depois que eu gastei 10 mil, perguntaram quem sou eu ¹¹⁷

Na letra da canção “Angra dos Reis”, a primeira composta pelo MC Daleste com a temática da Ostentação, o MC destaca uma moto Suzuki 1100, um relógio Rolex de ouro, investimentos financeiros, financiamentos de festas e, especialmente, declara que ‘dinheiro não é problema’. Nessa composição, Daleste marca uma diferença com relação à canção anterior: se antes ele queria guerra, agora ele queria paz, e dinheiro. Realizando cerca de doze shows por fim de semana, com um cachê entre R\$ 5 mil e R\$ 8 mil, em apenas um mês de trabalho, segundo a equipe, MC Daleste chegou a faturar R\$ 200 mil reais. O dinheiro era investido em sua própria carreira e na aquisição de seus objetos de predileção: anéis grandes de ouro, correntes, óculos de lentes espelhadas douradas e camisetas da Lacoste ¹¹⁸. MC Daleste era reconhecido consumidor das camisetas polo da marca francesa, fabricadas no Peru, em algodão, e vendidas no Brasil entre R\$ 199 e R\$ 299 (ver Figuras 13).

Segundo Ricardo Palmari, presidente da Lacoste brasileira, em pouco menos de 10 anos, o país se tornou o terceiro maior consumidor mundial da marca, permitindo à empresa crescer mais de cinco vezes em um curto período de tempo. Para Palmari, os brasileiros tinham envolvimento emocional com as marcas e, por conta disso, consumiam mais que países como os Estados Unidos, por exemplo. Apostando no mercado consumidor nacional em ascensão, em 2007 a empresa passou a operar diretamente no Brasil e “a principal razão para essa manobra já era o papel que o Brasil podia representar no contexto global, não só da marca, mas da moda e do comportamento.” ¹¹⁹.

¹¹⁷ **Angra dos Reis.** MC Daleste. Detona Funk. 2012.

¹¹⁸ BATISTA Jr., João. DEODORO, Juliana. MC Daleste: da ostentação à tragédia. **Veja São Paulo.** 12 jul. 2013. Disponível em: <<https://vejasp.abril.com.br/cidades/mc-daleste-crime/>>. Acesso em: dez. 2019.

¹¹⁹ O diretor da empresa destaca que esse vínculo emocional se explicaria pela fidelidade à marca característica do consumidor brasileiro. Segundo Palmari, o brasileiro ao invés de comprar uma única camiseta da marca Lacoste por ano, comprava uma camiseta da mesma marca todo mês ou comprava mais de uma camiseta, ao mesmo tempo, de cor diferente, de estampa diferente. PAULUSSI, Erik. “O consumidor brasileiro tem envolvimento emocional com as marcas”, afirma CEO



da Lacoste". **O Globo.** 13 abr 2014. Disponível em: <http://gq.globo.com/Estilo/Moda-masculina/noticia/2014/10/o-consumidor-brasileiro-tem-envolviment-o-emocional-com-marcas-afirma-ceo-da-lacoste.html>. Acesso em: jun. 2016.



Figuras 13: MC Daleste em momentos distintos, vestindo camisetas polo da marca Lacoste (identificadas pelo desenho de um jacaré com a boca aberta costurado do lado esquerdo, na altura do peitoral) e relógios de ouro . Fonte: Google Imagens (sem direitos autorais).

Em trecho de uma de suas músicas, Mc Daleste dizia que “animal de estimação é Lacoste, Armani, Ralph Lauren, Brooks, Brookfield (...)”¹²⁰, fazendo uma referência aos logotipos de animais destas marcas. Com a interrupção prematura da vida e da carreira de MC Daleste, o artista deixou inconclusivos projetos como um novo videoclipe, que seria gravado com a produtora KondZilla, bem como projetos profissionais e comerciais com as empresas sobre as quais cantava e escrevia. Porém, isso não desqualificou ou tornou irrelevante o peso de seu trabalho. Em artigo publicado após sua morte, o jornalista Bruno Manso assim definiu o cantor: “se Daniel Pellegrine era um jovem simples e até ingênuo no dia a dia, em cima dos palcos Daleste incorporava tudo que o funk passou a representar nos dias de hoje na cidade. Atualmente, não existe fenômeno cultural mais provocador que o ritmo.”¹²¹ .

Além das camisetas Lacoste, outro elemento é recorrente em MC Daleste: os relógios de ouro. No Brasil, a legislação admite apenas que sejam comercializados como ouro artefatos de, no mínimo, 14 quilates. Ou seja, estas peças devem ter em sua composição 14 partes de ouro puro e 10 partes de outros metais, o que tem ligação direta com o peso dos artefatos que podem atingir mais de meio quilo. Além de seu caráter simbólico de demonstração de luxo, o ouro é um investimento econômico estável e com tendência de valorização constante no mercado por não corroer ou sofrer oxidação com o passar do tempo e, por isso, não sofrer

¹²⁰ **Gosto mais do que lasanha.** MC Daleste. Detona Funk. 2011.

¹²¹ MANSO, Bruno Paes. Profissão perigo. **O Estado de São Paulo**. 14 jul. 2012. p. E10.

abalos com variações inflacionárias. Por isso, os relógios de pulso, aperfeiçoados por Louis Cartier, a pedido do aviador Santos-Dumont, em 1904, são uma peça icônica na cultura ocidental, e no funk paulista. Socialmente criados a partir de lógica androcêntrica, para que homens pudessem controlar o tempo do trabalho com uma peça presa ao corpo, os relógios desenvolveram-se como investimentos e até objetos de coleção, ligados à figura masculina.

Para termos uma ideia mais clara da rentabilidade deste tipo de investimento, caso a cotação da grama do ouro seja de R\$ 150 reais, uma joia de 18 quilates (isto é, composta por 75% de ouro) custa em torno de R\$ 112 reais. Nessa linha de raciocínio, um relógio de 18k, cujo peso é de 350 gramas, vale, no mínimo, R\$ 39.200,00. Já, a mesma peça, de 350g, se constituída de ouro maciço 24k, custa a partir de R\$ 52.000,00. A este valor, ainda, são agregados outros valores como o nome da marca, o design da peça e também a porcentagem de lucro do revendedor, entre outros¹²².



¹²² Há uma distinção entre a métrica quilate e quilate: quilate (abreviado como ct.) se refere ao peso de pedras, como o diamante, já quilate, grafado com K, se refere a pureza do ouro. O ouro como é encontrado puro na natureza, ou seja, sem a presença de nenhuma ligação metálica, é medido pela sua pureza e não pelo seu peso. O ouro mais puro possui 24k e portanto, se há uma jóia que pesa 18k, isso significa que a joia tem 18 quilates de ouro e outros 6k de metais.



Figuras 14 - MC Daleste mostrando para a câmera suas jóias de ouro. Fonte: Google Imagens (sem direitos autorais).

Em comparação com outros metais como a prata, a cotação do ouro no mercado internacional chega a ser até cinco vezes maior e este valor não se relaciona somente à aparência vistosa e reluzente do metal. Além de sua raridade na crosta terrestre¹²³, enquanto

¹²³ Calcula-se que, de cada um bilhão de átomos existentes na camada mais superficial do planeta, apenas 5 átomos sejam de ouro.

elemento químico, o ouro não reage com qualquer outro elemento disponível na natureza, com exceção apenas do cloro e do bromo. Diferentemente de outros metais, a densidade do ouro é de 19,3 kg/cm³, quase vinte vezes maior que a densidade da água, o que significa que quando derretido, o ouro ocupa um volume menor do que um pedaço de prata de mesmo peso, ao mesmo tempo, que lhe garante maior facilidade para ser deformado, pois sua taxa de dureza é baixa, de 2,5 a 3,0 (numa escala que vai até 10).

Todas estas propriedades físico-químicas do ouro forjaram um estatuto importante deste artefato para a sociedade. A incorporação desse material por MC Daleste teve conexão direta com a forma como seu corpo foi constituído e com a forma como ele se posicionava em fotografias, vídeos e em shows. Nas figuras apresentadas acima podemos analisar MC Daleste em retratos feitos por terceiros, selfies e trechos de videoclipes. O MC é sempre retratado do peitoral para cima, onde é possível visualizar a marca de sua roupa, os braços e as joias, em dinâmica. Portanto, os objetos de ouro não eram recursos secundários da composição corporal do cantor e, sim, impulsionavam determinados tipos de gestualidade específica. Os punhos cerrados com os braços estendidos, os dedos em formato de V, as mãos em símbolo de *hang loose* expunham os anéis e relógios posicionados ao lado esquerdo do corpo, o que não impedia movimentações com o braço direito, já que MC Daleste era destro e, em conjunto, anéis e relógio podem pesar quase meio quilo e dificultar a mobilidade.

Contudo, em algumas imagens, notamos que o relógio e os anéis estão do lado direito do cantor, local onde ele possuía uma flor de cor vermelha tatuada no dorso da mão e as expressões “+amor” e “- recalque” tatuado no dedo indicador e no dedo médio. Embora o artista também tivesse uma tatuagem no antebraço direito, com o desenho de uma nota de cem dólares e outro desenho de um dólar, era a tatuagem em sua mão direita que se destacava pela coloração e pelo tamanho. Para ressaltar esta tatuagem, sobrepujando a dimensão da epiderme, MC Daleste alocava os anéis em seus dedos, criando uma impressão de tridimensionalidade pela integração entre as representações gráficas sobre a pele e os artefatos de ouro. De outra forma, as correntes por cima das camisetas não eram compridas ou com pingentes volumosos e, assim, não encobriam o logo das marcas destas peças. Assim, correntes e camisetas não conflitavam visualmente, eram complementares.

A potencialidade da cultura funk paulista não se encerrou com MC Daleste, muito pelo contrário. A atenção outorgada pela mídia impressa, televisiva e digital às circunstâncias de sua morte e sobre suas produções jogou luzes sobre esta cultura e projetou outros nomes,

dentre os quais se destaca o MC Guimê, que foi além e rompeu as fronteiras da indústria fonográfica.

2.2. A *picadilha*¹²⁴ de MC Guimê

Nascido na periferia da cidade de Osasco, na região metropolitana de São Paulo, Guilherme Aparecido Dantas ganhou projeção nacional sob a alcunha MC Guimê. Nascido em 1992, no mesmo ano que o funk carioca tomou as manchetes dos jornais do país por conta dos arrastões nas praias da zona sul, Guimê consolidou sua carreira como um dos principais nomes do funk paulista. Da discussão sobre a realidade, passando pelo Proibidão, chegando à Ostentação, o cantor se destacou, para além de suas rimas e composições, pela sua personalidade, vestimenta, carros de luxo e suas inúmeras tatuagens. Rapidamente ele se tornou um dos cantores de funk mais requisitados, chegando a faturar 600 mil por mês com shows, campanhas publicitárias e direitos autorais.

Reportagem da *Folha de São Paulo*, de Reinaldo Lemos, de junho de 2014, destacou que àquela época, o funk paulista era o centro do palco no país e Mc Guimê era uma celebridade, com uma de suas músicas integrando a trilha sonora de uma novela global. Porém, o jornalista destaca que o mais interessante era “ver as agências disputando fazer ‘*product placement*’ junto à cena, [pois] era a ambição de vários diretores de marketing ver seus produtos usados pelos funkeiros ou, quem sabe, celebrados nas letras-ostentação. Um sonho hoje caro de se realizar.”¹²⁵. Ao falar em *product placement*, Lemos se referia ao ‘marketing indireto’, uma estratégia de publicidade baseada na introdução de marcas em produções de entretenimento, como novelas, programas de TV, séries e, principalmente, videoclipes para reposicionar empresas no mercado ou conquistar novos nichos de consumo.

O apelo mercadológico de MC Guimê lhe garantiu o vínculo com duas empresas, ambas do setor de vestuário, a americana New Era e a brasileira bandUP!. Em 2014, o cantor assinou uma linha de roupas, especialmente de bonés, para a empresa New Era. Com o nome “nem maior, nem melhor”, grafado como “nm²” ou “#nmnm”, uma de suas tatuagens localizada nos dedos da mão esquerda, a linha foi lançada com a proposta de produção mais luxuosa, com preço médio de R\$ 299, valor superior aos comumente estipulados para outros

¹²⁴ ‘Picadilha’ é uma expressão utilizada por jovens funkeiros que significa ‘o estilo’, ‘o visual’.

¹²⁵ LEMOS, Ronaldo. Ostentação é cobijado como marketing. **Folha de São Paulo**. 29 jun. 2014.

produtos da marca. Os bonés eram de aba plana, e não aba curvada, confeccionados com poliéster, e não com algodão, e por isso possuíam acabamento brilhante com as siglas em alto relevo dourado ou prateado, seguindo o modelo 9fifty strapback, isto é, modelagem quadrada com a regulagem feita com fecho de couro, mais maleável e confortável.

Os bonés da marca New Era são importantes para entendermos a relação entre o MC Guimê e o mercado. A marca se liga diretamente à difusão do boné na cultura norte-americana e à história do hip-hop e da cultura material do funk paulista. No século XIX, os bonés passaram a ser utilizados por jogadores de baseball, durante as partidas, para proteger a visão dos atletas dos raios solares em campo. Conforme o esporte foi se popularizando no país, o uso de bonés se difundiu entre os demais times de baseball e a marca New Era, fundada por alemães, passou a ser a responsável por confeccionar os bonés da Liga de Baseball (*Major League Baseball*, ou MLB). Nos anos 1980, a New Era expandiu a comercialização de seus bonés para fãs das ligas e abriu novas frentes de operação no esporte, atuando no basquete e no futebol americano e em suas respectivas ligas, a *National Basketball Association* (NBA) e a *National Football League* (NFL).

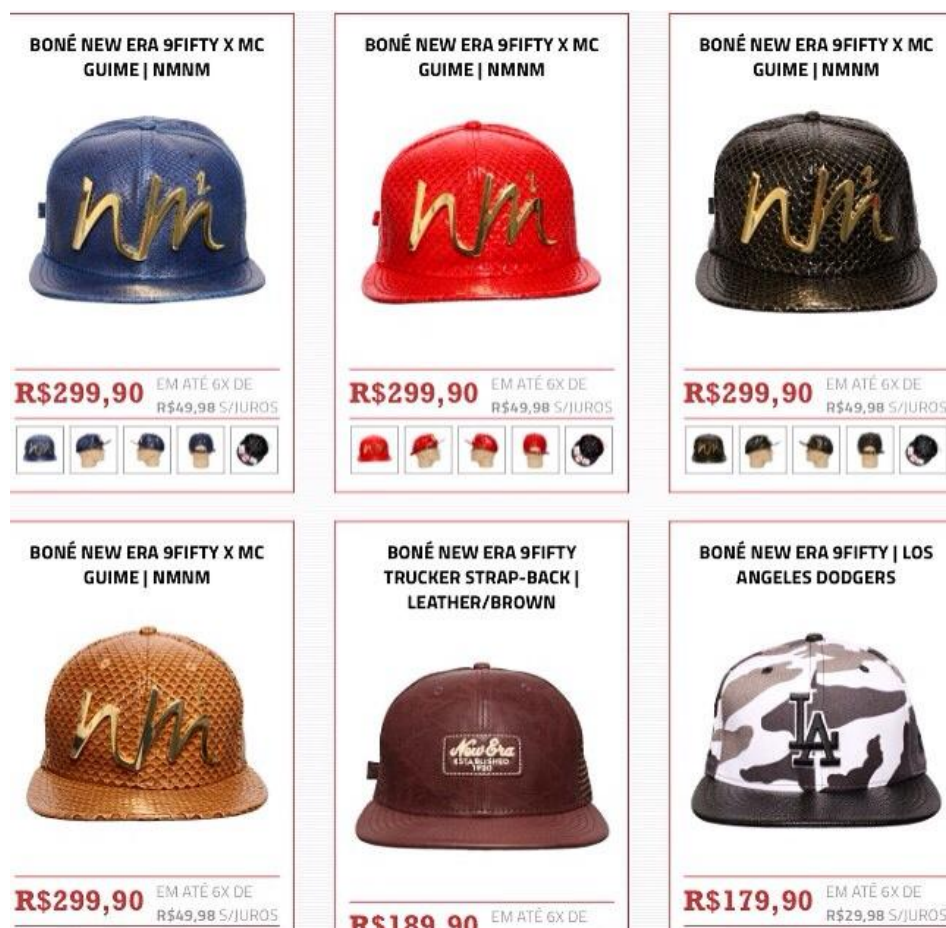
Na década seguinte, dado os níveis elevados de consumo dos produtos da marca, a empresa consolidou sua hegemonia na produção e venda de bonés pelo mundo. Isto porque a empresa assumiu por definitivo a produção de bonés do time de baseball ‘New York Yankees’, sediado no bairro do Bronx, local onde a cultura hip-hop, que posteriormente, chegou ao Brasil, se desenvolveu em meio à comunidade de moradores pobres, negros e latinos da cidade¹²⁶. Estampado em bonés e demais produtos da empresa New Era, com as iniciais NY sobrepostas, o time de baseball é o mais valioso de todo mundo, à frente dos times de futebol inglês Manchester United e dos espanhóis Real Madrid e Barcelona.

Assim, o desenvolvimento de uma linha de bonés partindo de um título concebido por MC Guimê (figuras 15), desenhado nos Estados Unidos, produzido na China e revendido para o mercado brasileiro mostra a complexidade do processo de consolidação e fortalecimento da marca no Brasil, que atuou também por meio da parceria com o cantor que possuía apelo entre

¹²⁶ Fundado no início no século XX, é interessante destacar que até o ano de 1947, jogadores negros eram proibidos de disputar a *Major League Baseball* e até a década de 1950, os Yankees não contratavam atletas negros para compor o elenco. Alguns dos, inclusive, dirigentes são acusados de ligações com movimentos de supremacia branca e declaradamente mantém relações comerciais e políticas com o presidente Donald Trump (que também é torcedor). Ironicamente, um dos maiores jogadores da história do time foi o negro e latino Mariano Rivera que por cinco vezes venceu a MLB.

os jovens, público alvo da empresa. Ao mesmo tempo, este processo revela a projeção tomada por MC Guimê para o mercado de consumo de bens no país.











Figuras 15 - Linha de MC Guimê para a marca norte-americana New Era, a empresa mais importante na produção e venda de bonés no mundo. A linha de MC Guimê tinha como nome o título de uma de suas músicas “Nem maior nem melhor”. Fonte: divulgação/New Era. 2014.

No ano seguinte, em 2015, o cantor assinou uma linha de acessórios, agasalhos de moletom, camisetas masculinas e femininas, almofadas, copo plástico, mousepad, garrafa de água e cases de celular na campanha de inverno da marca de estilo urbano BandUP!, como podemos ver na figura 16. A linha, com preços entre R\$ 19,90 e R\$ 79,90, contava com elementos que remetiam ao artista como estampas feitas com trechos de suas músicas, como “no flow por onde a gente passa é show”, “sou filho da lua” e “corrente, pulseira, dedeira, mó chave!”. O que se destacava, no entanto, eram as estampas com os desenhos de suas tatuagens: o ano de 1992 que está tatuado nos dedos da mão direita, o diamante que o MC tem tatuado próximo ao olho direito e sob o Pomo de Adão, e o desenho de cifrão, tatuado no braço direito.



 <p>Copo Acrílico com Canudo MC Guimê Diamante</p> <p>Por: R\$ 19,90 ou 1x de R\$ 19,90 Sem juros</p>	 <p>Caneca MC Guimê Vai se Envolvendo</p> <p>Por: R\$ 34,80 ou 3x de R\$ 11,60 Sem juros</p>	 <p>Caneca MC Guimê Plaqué de 100</p> <p>Por: R\$ 34,80 ou 3x de R\$ 11,60 Sem juros</p>
 <p>Caneca MC Guimê Nem Maior Nem Melhor</p> <p>Por: R\$ 34,80 ou 3x de R\$ 11,60 Sem juros</p>	 <p>Almofada MC Guimê Plaqué de 100</p> <p>Por: R\$ 54,80 ou 3x de R\$ 18,27 Sem juros</p>	 <p>Almofada MC Guimê Mó Chave</p> <p>Por: R\$ 54,80 ou 3x de R\$ 18,27 Sem juros</p> <p>Quer ajuda? Chama a gente!</p>

Figuras 16: Produtos da marca bandUP! da linha de MC Guimê com estampas de suas tatuagens. Fonte: divulgação/ bandUP! e Just Pop.



Figuras 17 - Tatuagens de MC Guimê que serviram de base para as estampas de sua linha de roupas e acessórios da marca bandUp!: os diamantes, o cifrão, o ano de 1992 e a sigla NMNM ('nem maior nem melhor' que originou o nome de sua linha com a marca New Era. Fonte: portal R7/divulgação. 2017.

Com 55% do próprio corpo tatuado, MC Guimê integra aquilo que Pascal Ory (2009) nomeou como revolução epidérmica. Segundo o historiador, o final do século XX marcou a retomada de uma antiga prática de pigmentação dos corpos, anteriormente difundida entre os marinheiros norte-americanos. A partir da década de 1970, assiste-se à retomada dessa moda lúdica, que desembocou em uma prática “de excelência aspirando obter reconhecimento como arte plástica de pleno direito” (Ibid. p. 176). No Brasil, a tatuagem, segundo Silvana Jeha (2019), passou a ser fichada e documentada pela imprensa e pelo Estado a partir no século XIX, nos portos do Império quando marinheiros e escravos entraram na mira das autoridades policiais. No período republicano são os presidiários, as prostitutas, os sambistas, os pedreiros e os marceneiros que passam a ter os desenhos dos corpos catalogados em manuais.

Warnier (1999) aponta que a subjetivação, mediada pela cultura material e que inclui a tatuagem, integra o processo que Michel Foucault nomeou como ‘governamentalidade’ e que, segundo ele, seria “o reencontro entre técnicas do eu e técnicas de dominação exercida sobre outros.” (Ibid, p. 161)¹²⁷. Além de recurso de sociabilidade, a materialidade corporal é também um mediador das relações de poder inscritas na dimensão de governo. Na mesma linha foucaultiana sobre intersecção entre corpos e poder, Jeha (2019) defende que o registro fotográfico das tatuagens dos marginalizados sociais era um mecanismo de vigilância e controle estatal dessas populações. Essas duas interpretações, sucintamente aqui apresentadas, permitem que compreendamos a tatuagem não somente como um recurso estético, mas sobretudo como elemento de domínio sócio-político, mecanismo de subjetivação e de intervenção do Estado.

A prática da tatuagem se espalhou comercialmente pelo Brasil com o dinamarquês Knud Gegersen, conhecido como Mr. Tattoo, que aportou em Santos, no litoral paulista, na década de 1950, e manteve seu estúdio aberto na cidade por mais de vinte anos. Entretanto, a popularização da tatuagem no país ganhou impulso na década de 1970, fortalecendo-se na primeira década do século XXI, sobretudo após o advento das mídias sociais e a profusão das fotografias em perfis pessoais em sites como Facebook e Orkut. Esse processo marca a transição da tatuagem de uso popular, como foi nas décadas finais do século XX e meados dos anos 1930, para se tornar um elemento da cultura e do mercado pop, já no fim do século XX.

Segundo pesquisa inédita realizada com 80 mil pessoas no Brasil, pela revista *Super*

¹²⁷ No capítulo 3 exploraremos o conceito de ‘técnicas’ de Michel Foucault.

Interessante, do grupo abril, em 2013¹²⁸, 73,9% das pessoas tatuadas no país são brancas (contra somente 3,7% de negros que possuem tatuagens), 59,9% são mulheres com idade entre 19 e 25 anos, com ensino superior completo e sem religião definida. A pesquisa também revelou que, diferentemente das décadas anteriores, em que se privilegiavam os desenhos tribais, a primeira década do século XXI mostrou que os desenhos mais reproduzidos na pele são símbolos, seguido por desenhos de animais e escrita de frases no corpo. A provável causa para a existência de mais mulheres do que homens tatuados se deve ao fato da difusão e aceitação social da prática de intervenções realizadas pelo público feminino em seus próprios corpos, conforme exploraremos no capítulo 3. Enquanto o corpo da mulher é modificado para ser exibido e admirado, o corpo do homem opera sob a lógica de incorporação de artefatos que o qualificam, ou como se diz na cultura funk paulista, o homem “porta o kit”, isto é, engloba o máximo possível de peças e acessórios de marcas ao seu repertório material (ABDALLA, 2014) sem ser, necessariamente, modificado cirurgicamente.

No videoclipe da canção *Na pista eu arraso*, em 2013, MC Guimê expôs seu corpo tatuado, descamisado, com calça estilo *saggy* (calça larga com o cós abaixo da linha da cintura) e adornado por joias de ouro, acompanhado por mulheres de biquíni e salto alto, pintadas de tinta dourada. Em uma das cenas, o cantor aparece tatuando seu braço esquerdo com o tatuador Adão Rosa, posicionado à frente de um carro modelo Mustang, de cor vermelha¹²⁹. Esta pele revestida por tatuagens grandes, com detalhes pequenos e tingidos com pigmentos escuros e avermelhados, como observamos nas imagens anteriores, pode ser percebida como um recurso visual que desloca o foco do corpo magro do cantor para o grafismo. Portanto, o corpo esguio, magro, ganha volume e novo valor com as gravuras e as frases marcadas sobre a pele.

Diferentemente da constituição muscular do corpo que para ser alterada precisa de algum tipo de intervenção externa, que opera resultados de médio a longo prazo como, por

¹²⁸ Mais informações, infográficos e depoimentos sobre tatuagens podem ser encontrados no site da Revista Super Interessante. Disponível em: <<https://super.abril.com.br/comportamento/1o-censo-de-tatuagem-do-brasil-resultados/>>. Acesso em: jan. 2020.

¹²⁹ Adão Rosa, proprietário do estúdio de tatuagem ‘Nautica Tattoo’, iniciou sua carreira na cidade de Praia Grande, na baixada santista, em um shopping de classe média baixa localizado às margens da rodovia Ayrton Senna. Ao se tornar tatuador de MC Guimê e de jogadores de futebol como Neymar Júnior, o tatuador expandiu sua empresa e atualmente possui dois estúdios no litoral sul paulista, dois estúdios na capital paulista e um estúdio em Paris, na França. Para se ter uma ideia mais clara sobre os valores cobrados por Adão Rosa, para a realização de tatuagens em apenas um braço é cobrado cerca de R\$ 100 mil.

exemplo, exercícios físicos aliados a uma rotina dietética restrita e que não tem duração eterna, as tatuagens são imediatamente impressas no corpo, sem necessidade de meses ou anos para mostrarem seu efeito. Além do mais, o processo de hipertrofia (ganho de massa muscular) ou hipotrofia (perda de massa muscular) se relaciona a predisposições genéticas e a características do ambiente, tais quais rotinas de trabalho, estudo, alimentação. Estas variáveis, no entanto, não são determinantes para a realização de tatuagens, pois desde que o sujeito não possua restrições aos componentes da tinta utilizada e seja maior de 18 anos de idade, qualquer pessoa no país pode tatuar seu corpo e visualizar o resultado deste tipo de intervenção em minutos.

O corpo coberto por tatuagens excluía, assim, a perspectiva de um tipo de investimento corporal que evidenciasse a definição muscular. Retomamos neste momento a ideia de que a materialidade específica da cultura funk paulista, que era composta por carros, mansões, bonés e roupas de marcas constitui, segundo nossa análise, uma extensão do corpo humano. Então, juntando estes dois fatores temos que: enquanto uma prática que resulta em transformações imediatas e permanentes na pele, a tatuagem foi um recurso de construção de subjetividade potencializado pela síntese desempenhada pela relação entre o corpo dos agentes, no caso, MC Guimê e artefatos de luxo.

Diferentemente das joias de MC Daleste, que eram compradas em lojas do ramo, os artefatos de ouro de MC Guimê eram personalizados. Os pingentes de suas correntes e seus anéis eram desenhados e confeccionados por Luiz Fernando Ferreira da Silva, conhecido como Ita, ourives nascido no bairro de Artur Alvim, na zona leste de São Paulo, e com endereço comercial no centro da cidade, na região da Sé. Em entrevista à *Veja São Paulo*, em junho de 2017, Ita afirmou que o primeiro contato que estabeleceu com funkeiros de São Paulo foi em 2011, quando os produtores da equipe de MC Guimê encomendaram uma placa de ouro com o desenho do rosto do cantor para ser utilizado em um videoclipe. A partir de então, conforme aponta o jornalista Marcus Oliveira — que assina a matéria — “a receita [do ourives] acompanhou o ritmo [do funk paulista] e, dos 1 000 reais que faturava em um mês, passou a embolsar 6 000 reais, em média”¹³⁰.

De acordo com Ita, suas peças se diferenciavam das demais existentes no mercado por

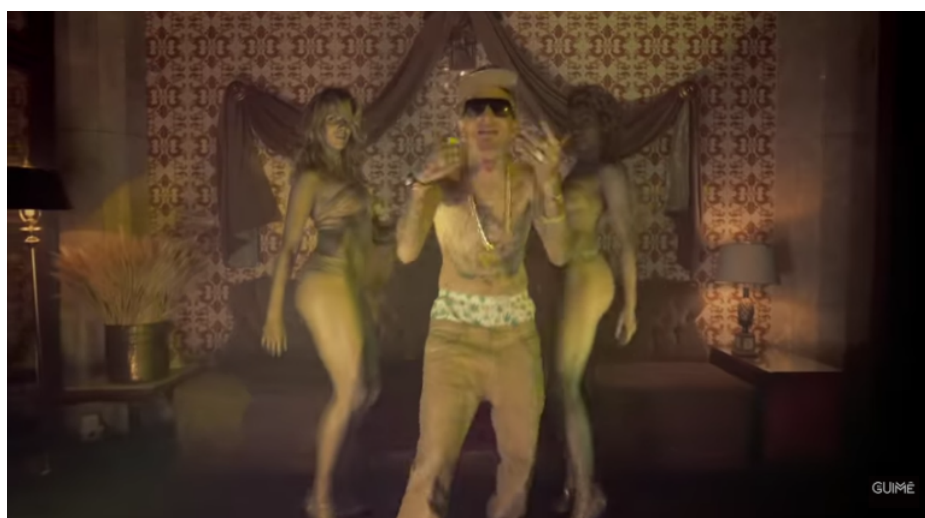
¹³⁰ OLIVEIRA, Marcus. Conheça o ourives que fabrica as joias do funk ostentação. **Veja São Paulo**. 01. jun. 2017. Disponível em: <https://vejasp.abril.com.br/cultura-lazer/ourives-funk-ostentacao/?utm_source=redesabril_vejasp&utm_medium=facebook&utm_campaign=vejasp>. Acesso em: jan. 2020.

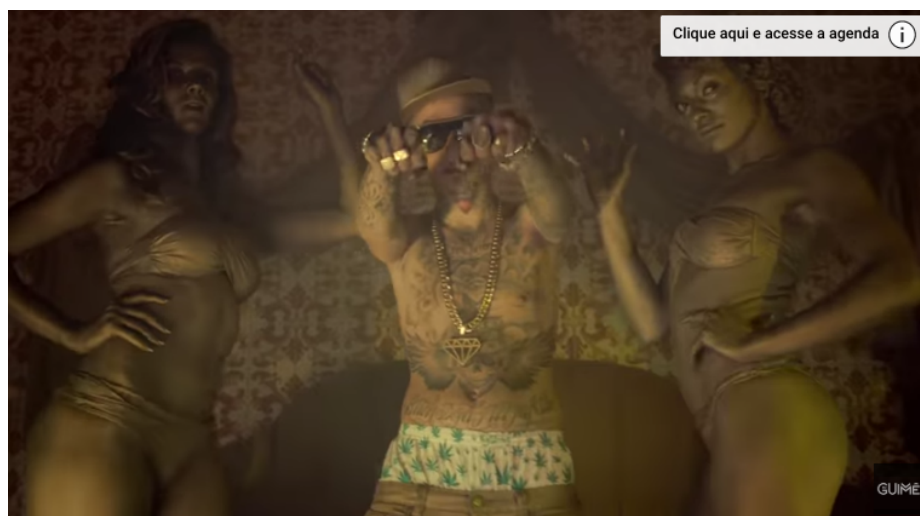
serem confeccionadas com base nos pedidos dos funkeiros. Os pingentes, ainda segundo o ourives, eram em formato de iniciais de nomes, símbolos de cifrão e coroa e com o fundo das peças polido com aspecto fosco e as laterais e o centro das joias abrihantadas. Marcus Oliveira destaca que, em razão desse estilo, “o trabalho é elogiado pelos famosos. ‘Sua perfeição é o diferencial’, diz Guimê. Mas não são apenas os artistas que o procuram. ‘Fãs encomendam réplicas’, conta o ourives. Esses artigos, mais simples, geralmente apenas banhados a ouro, costumam custar a metade do valor”¹³¹.

A centralidade da cultura material de luxo foi expressa não somente em seu corpo físico, mas também em seu corpo expandido, o que inclui as mulheres pintadas de dourado, em um cenário em tons terrosos, dançando ao seu redor. No capítulo a seguir, analisaremos com mais profundidade esta questão, porém, por ora, é melhor nos atermos à relação entre a materialidade e o mercado corporificados em MC Guimê. Em pouco mais de dois minutos no vídeo de *Na pista eu arraso*, que atingiu a marca de um milhão de visualizações em uma semana, o cantor faz gestos para a câmera a fim de que o espectador possa observar suas joias e suas tatuagens: em seis cenas ele mostra seus oito anéis de ouro, seu relógio de ouro no braço esquerdo, uma pulseira de ouro no braço direito e, em quatro cenas, ele mostra sua corrente de ouro com pingente de diamante. E, em mais de um minuto do videoclipe, suas tatuagens são completamente expostas. Conforme destacado anteriormente, em uma das cenas há um tatuador, desenhando no braço do cantor, o que fortalece a ideia de construção gráfica deste corpo.

Em resumo, toda a movimentação feita por MC Guimê neste videoclipe, mas não apenas nesse, é voltada para a exibição de seu corpo atrelado a objetos de luxo. Não há cenas que mostrem detalhadamente seu rosto, por exemplo, pois o objetivo é demarcar este corpo em conjunto com os artefatos com os quais ele estabelece uma conectividade, inclusive a câmera. Embora não possamos notá-la, a câmera é um elemento importante nas imagens, pois ao serem filmados, ou seja, ao estarem sob observação, os sujeitos tendem a adaptar suas ações de modo a reforçar ou amenizar determinadas movimentações corporais e atos. Por este motivo, em mais de uma cena, MC Guimê olha para a câmera e interage, movendo mãos, braços e a cabeça ora inclinada para baixo para mostrar os óculos e os anéis, ora inclinada para cima para mostrar a tatuagem e a corrente no pescoço.

¹³¹ Ibid.





Figuras 18 - Cenas do videoclipe “Na pista eu arraso” de MC Guimê. Produção: Maximo produtora/Trator filmes. Direção: Fred Ouro Preto. Reprodução: Youtube. 2013.

MC Guimê transformou seu corpo com base em uma via de mão dupla, pois ao mesmo tempo em que se modificou por meio da tatuagem, integrando um mercado em franca expansão no Brasil, Guimê também fez do seu corpo um mercado, exportando os desenhos expostos em sua pele para produtos de natureza variada. De um recurso de construção de subjetivação, Guimê expandiu suas receitas para além do mundo da música por meio da exploração mercadológica dos objetos mobilizados em suas condutas motoras. Em 2014, o ‘MC Tatuado de Osasco’¹³², como foi apelidado, foi contratado como garoto-propaganda de uma empresa de calçados, a marca Empório Alex. Em 2015, atuou divulgando uma marca de produtos eletrônicos, a Positivo Informática. E licenciou uma linha própria de produtos. Em 2016, assinou contrato com uma gravadora internacional, a Warner Music, e no ano seguinte com a empresa KondZilla Records¹³³. Ele, ainda, foi convidado para assistir, na primeira fileira da plateia, ao desfile do estilista Alexandre Herchcovitch, na 37ª edição do São Paulo Fashion Week (SPFW), e conhecer os bastidores do maior evento de moda do Brasil.

Com formações distintas, as trajetórias de MC Daleste e MC Guimê analisadas a partir da lente da cultura material evidenciaram o modo como se estabeleceu a conexão entre os cantores e o universo material do consumo, ao mesmo tempo, como esse universo material foi

¹³² Disponível em: <http://warnermusic.com.br/noticia/144/mc_guime_%7C_bem_vindo_a_warner/>. 19 jan. 2016. Acesso em: jan. 2020.

¹³³ MC Guimê rompeu contrato com a empresa Kondzilla Records em junho de 2019, alegando estar em busca de novas inspirações e projetos profissionais, como a administração da carreira artística de outros MCs de funk.

um recurso de subjetivação, ou seja, essencial no tornar-se sujeito, em que o corpo tatuado do MC Guimê e o corpo enriquecido com objetos de ouro e luxo de MC Daleste efetivaram as transformações. Mesmo atuando na mesma cultura, tendo nascido sob condições análogas, desenvolvido carreiras profissionais em espaços semelhantes, os cantores trilharam trajetórias e estabeleceram conexões distintas com a materialidade e seus corpos, o que endossa a concepção de que a matéria singulariza o corpo e permite a construção do sujeito como único. Para aprimorar nossa análise, avançaremos agora para o estudo sobre um outro agente de extrema relevância para a constituição do funk paulista, a produtora KondZilla.

2.3. *Um 'KondZilla' no funk paulista*

Em março de 2013, Bruno Paes Manso destacou que “funkeiros quase não aparecem na TV e são pouco conhecidos pelos formadores de opinião, condição que não os impede de fazer sucesso. O funk paulistano explodiu com vídeos no YouTube, inicialmente caseiros, que foram ficando sofisticados para serem vistos por milhões.”¹³⁴. A profissionalização da produção dos videoclipes atraía cada vez mais público e, conseqüentemente, valorizava os cachês dos artistas. Entrevistado, MC Bio G3 afirmou que, com as milhares de visualizações dos vídeos na Internet, os artistas conseguiam trabalhar entre seis e sete meses em cada canção, com a realização de shows, que era a principal fonte de renda dos cantores.

MC Bio G3 foi um dos mais importantes nomes da cultura funk paulista, isto porque, conforme já esboçamos anteriormente, além de cantor, ele foi empresário e um dos idealizadores dos festivais de funk na Cidade Tiradentes, bairro onde nasceu, em 1985, e se criou. Cléber Passos Alves, mais conhecido como MC Bio G3, é proprietário da empresa de agenciamento Legenda Funk, do canal de divulgação Detona Funk, da produtora Nois por Nois e de uma casa de shows na zona leste. Os investimentos garantiram uma vida confortável ao MC, que comprou um carro BMW, um Camaro e um Sonata, avaliados em 700 mil reais. Os videoclipes da empresa de MC Bio G3 eram dirigidos, segundo a matéria, por Renato Barreiros, que esteve à frente da administração da subprefeitura da região de Cidade Tiradentes e havia produzido um documentário sobre a história do funk em São Paulo que, em menos de um ano, já havia sido assistido por 675 mil pessoas.

¹³⁴ MANSO, Bruno Paes. Vistos por milhões, hits bombam no YouTube. **O Estado de São Paulo**. 24 mar. 2013. p. C3.

O documentário *Funk Ostentação - O filme*, referenciado na reportagem, foi dirigido e roteirizado por Renato Barreiros e Konrad Dantas e produzido pelas empresas 3K Produtora e pela KondZilla. O documentário conta a história do funk no estado, desde sua chegada na baixada santista, destacando os cantores, suas letras sem ofensas, seus artefatos, cordões de ouro, carros, bonés, que eram o que o MC Boy dos Charmes classificou como “sonhos de consumo”. Para o MC Bio G3, estes sonhos eram frutos “da ascensão econômica, e São Paulo é essa metrópole do luxo, e a periferia quis mostrar, que pode, ter um tênis de mil reais, uma camiseta de trezentos, um relógio maneiro, nem que, de repente, seja um esforço para ter, a periferia pegou este ritmo geral [...] conseguiu *dropar* na onda que tava vindo”. Na mesma linha, Renato Meirelles, na época diretor do Data Popular, e que também foi entrevistado no documentário, apontou que o discurso da denúncia havia perdido espaço para o discurso da celebração no funk paulista, porque “o sentimento de melhora de qualidade de vida é muito maior do que era há dez anos atrás e, portanto, o protestar por protestar perde força na nova classe média brasileira”. Ademais, para ele, o acesso a bens de consumo foi cantado na produção cultural do funk, que para ele significava um “momento de celebração dessa melhora que o nosso país teve nos últimos anos, e o brasileiro gosta de comemorar cantando e dançando”¹³⁵.

As falas dos produtores, dos MCs vão ao encontro dos dados coletados por pesquisas do Instituto Data Popular e às análises de Laura Carvalho sobre a economia brasileira nos anos 2000 e 2010. Para a autora, “o Brasil conseguiu obter, junto com as taxas mais altas de crescimento, uma redução das desigualdades sociais e regionais, o aumento sustentado dos salários, a elevação do nível de emprego formal” (CARVALHO, 2018, p. 10). Como consequência, “o investimento cresceu em média 6,7% (...) superando até mesmo o crescimento do consumo que foi de 4,5% anuais” (Ibidem.). Entre 2006 e 2010, para se ter uma ideia, o consumo das famílias cresceu, em termos reais, 5,8% ao ano, e no período entre 2011 e 2014, o crescimento do mesmo índice foi de 3,5% ao ano. Estes valores representam mais que o dobro da taxa de crescimento obtida entre os anos de 1999 e 2002, quando o consumo cresceu 1,6% (Ibid. p. 12).

Todos esses dados impactaram o cenário do funk paulista. A temática do consumo e da ostentação do luxo, presente em vídeos na Internet, impulsionou muitos cantores que tinham

¹³⁵ O documentário está disponível no site Vimeo. Disponível em: <<https://vimeo.com/53679071>>. 2013. Acesso em: nov. 2016.

suas carreiras administradas por empresas como a KL produtora, criada por Emerson Martins; a GR6 Explode produtora, criada por Roberto Oliveira; a RW Produtora, de Rogério Alves e a Máximo produtora, de Gustavo Carvalho. Porém, a empresa mais importante do funk de São Paulo é a empresa de Konrad Dantas, a KondZilla, responsável pela produção cinematográfica dos videoclipes. O nome da produtora veio da junção de seu apelido Kond e Godzilla (um personagem monstruoso do cinema japonês) e, atualmente, é a única empresa do ramo de audiovisual do país que possui mais de 50 milhões de inscritos no YouTube e mais de 23 bilhões de visualizações em seus vídeos, o que lhe rendeu o título de “o monstro dos clipes”.

Criado na comunidade da Vila Santo Antônio, no Guarujá, na Baixada Santista, Konrad Dantas estudou Marketing na Universidade Metropolitana de Santos (UNIMES), fez cursos de Cinema e Técnicas 3D em São Paulo e, a partir de 2011, passou a investir na gravação de videoclipes de funk. Segundo Dantas, todos os vídeos de música funk postados na Internet eram editados de forma precária, em programas gratuitos e amadores. Ao identificar a falta de profissionalismo das produções, Konrad “propôs mudar a linguagem, toda esta estética, porque todas as pessoas que tinham capacidade técnica para o trabalho, tinham preconceito com o funk”¹³⁶. Foi com esta proposta que Konrad produziu seu primeiro videoclipe da Kondzilla, em 2011, o vídeo de “Megane”, do MC Boy dos Charmes, no litoral. Poucos meses depois, ele produziu outro videoclipe, também de funk, o vídeo “Tá Patrão”, do MC Guimê. Em poucas semanas, os seus três primeiros vídeos foram visualizados mais de um milhão de vezes, uma inovação para o cenário audiovisual do país naquele momento.

Para Silvio Essinger, em matéria produzida para a edição online da revista *Época*, “boa parte do sucesso da KondZilla se deve à estética que Dantas criou para os vídeos, de cores contrastadas (que ele estudou nas aulas de cinema), muito brilho, corpos torneados, dança e todo tipo de ostentação material”¹³⁷. Ainda segundo Essinger,

[...] em vez de favelas, áreas alagadiças e traficantes com armas, KondZilla começou a filmar em condomínios de praia, abusa dos closes em cordões de ouro e desdenha de críticas sexistas, caracterizando-se por clipes apimentados em que reforça o papel da mulher como objeto submisso. Descobriu o filão de gêneros musicais marginalizados, como o funk. Apostou no público da periferia para construir negócio agora milionário.”¹³⁸

¹³⁶ Ibid.

¹³⁷ ESSINGER, Silvio. KondZilla, um império em construção. 07 mar. 2019. *Época*. Disponível em: <<https://epoca.globo.com/konzilla-um-imperio-em-construcao-23504485>>. Acesso em: jan. 2020.

¹³⁸ Ibid.

Com um público formado majoritariamente por jovens que residem em capitais e vivem com seus celulares nas mãos, o empreendimento de Konrad Dantas é reflexo de uma mudança no padrão de consumo de audiovisual da população brasileira. Pesquisa publicada no ano de 2017 realizada pelo Comitê Gestor de Internet (CGI.br) apontou que 68% dos brasileiros têm acesso à Internet e, entre a população de 10 a 34 anos, o índice é de 80%¹³⁹. Bruno Capelas, do jornal *O Estado de São Paulo*, salientou que a imensa maioria de todas estas conexões são feitas por meio de smartphones pois “mais barata, a conexão móvel deu acesso a muita gente: desde que Kondzilla criou seu canal, a presença *online* das classes D e E dobrou. Em 2011, apenas 19% dessas pessoas tinha usado a web; em 2017, eram 45%.”¹⁴⁰.

Em outra reportagem, publicada no mesmo jornal, Capelas destacou que uma pesquisa realizada pela agência Provokers, a pedido do Google, em 2018, com cerca de 3 mil amostras de pessoas entre 15 e 55 anos, das classes A, B e C, nas regiões sul, sudeste e nordeste revelou uma nova forma de consumo de produções videográficas, mais virtualizada e digital. De acordo com o estudo, 44% dos brasileiros tinham preferência por assistir vídeos no site YouTube, 22% preferiam assistir vídeos, filmes e séries na plataforma de streaming norte-americana Netflix e 12% preferiam assistir vídeos pelo aplicativo de mensagens Whatsapp e menos de 10% assistiam vídeos pela televisão. Entretanto, mesmo assim, a televisão ainda segue na liderança de visualização do brasileiro que passa 24 horas semanais em frente ao aparelho. Contudo, a programação *online* já atinge 19 horas da semana do brasileiro, tendência que só tende a aumentar nos próximos anos¹⁴¹.

Em uma de suas poucas entrevistas concedidas a Essinger, Konrad endossou a ideia que associava o contexto sócio-político do país à criação de uma visualidade calcada na exibição da materialidade no funk paulista:

Comecei em 2012, na era Lula, de ascensão da classe C e de inclusão digital, o público de periferia passou a ter acesso à informação também. Então a gente colocou saturação de cores nos videoclipes, para trazer alegria, porque

¹³⁹ CAPELAS, Bruno. A vitória de KondZilla é reflexo da expansão da internet no país. **O Estado de São Paulo**. 18 mar. 2018. Disponível em: <<https://link.estadao.com.br/noticias/cultura-digital,cenario-a-vitoria-de-kondzilla-e-reflexo-da-expansao-da-internet-no-pais,70002231755>>. Acesso em: jan. 2020.

¹⁴⁰ Ibid.

¹⁴¹ CAPELAS, Bruno. Consumo de vídeo online sobe 135% no país, em quatro anos, diz Pesquisa. **O Estado de São Paulo**. 19 set. 2018. Disponível em: <<https://link.estadao.com.br/noticias/cultura-digital,consumo-de-video-online-sobe-135-no-pais-em-quatro-anos-diz-pesquisa,70002510053>>. Acesso em: jan. 2020.

a gente estava vivendo um momento muito alegre¹⁴².

E complementa, sublinhando que:

A gente está falando de antropologia aí, essas pessoas que nunca foram vistas se sentem honradas quando têm a arte delas difundida. É isso que a gente procura trazer para esses artistas, através da fotografia, do figurino, das cores. E isso não é só no Brasil, é global¹⁴³.

Embora o movimento de produção de videoclipes com foco na Internet estivesse em expansão mundial em outros países, com outras culturas, como o reggaeton latino-americano e o k-pop sul-coreano, por exemplo, Dantas conseguiu se estabilizar no mercado audiovisual por meio de seus clipes com inspirações em filmes de Hollywood como ‘Transformers’ e ‘Velozes e furiosos’ que apresentavam carros estilizados, em alta velocidade, em corridas¹⁴⁴. Dantas assim explica seu método de análise da estética desses filmes norte-americanos, que o levaram a pensar em como deveriam ser os vídeos do funk paulista:

Para construir essa estética [do funk de São Paulo], eu assisti milhares de videoclipes. Analisando tudo isso, eu assistia os videoclipes que eu gostava e anotava todos os planos que eu gostava e assistia os que eu não gostava, e também anotava o que eu não gostava. Pra eu nunca fazer aquilo. Foi assim que a gente construiu essa estética¹⁴⁵.

Portanto, em KondZilla encontramos a construção de uma estética, como ele mesmo define sua criação no funk paulista, que não está condicionada nem às condições do subjetivismo e nem às condições objetivas do indivíduo (NAPOLITANO, 2005). Ou seja, não foi só a estrutura social em que os agentes estavam inseridos e nem somente os interesses particulares dos sujeitos que ordenaram as características da estética dessa cultura. Compreendemos, assim, que a operacionalidade do *habitus* nesta cultura se deu de forma

¹⁴² ESSINGER, Silvio. KondZilla, um império em construção. 07 mar. 2019. *Època*. Disponível em: <<https://epoca.globo.com/konzilla-um-imperio-em-construcao-23504485>>. Acesso em: jan. 2020.

¹⁴³ Ibid.

¹⁴⁴ SOARES, Ana Carolina. KondZilla fatura mais de R\$ 1 milhão de reais por mês. *VEJA São Paulo*. 3 abr. 2017. Disponível em: <<https://vejasp.abril.com.br/cultura-lazer/konzilla-perfil-astro-funk/>>. Acesso em: dez. 2018.

¹⁴⁵ Redação. KondZilla participa da CCXP17 Unlock. *Konzilla.com*. 12 dez. 2017. Disponível em: <<https://konzilla.com/m/konzilla-participa-da-ccxp17-unlock/#materia>>. Acesso em: jan. 2020.

relacional, entre indivíduo e sociedade, e sobretudo entre indivíduo e artefato. Os agentes desta cultura, como Konrad Dantas e o empresário e MC Bio G3, são, conforme nossa análise, possuidores de capitais simbólicos que foram determinantes para que estes agentes pudessem acumular capital social e capital econômico.

O capital econômico é expresso, neste caso, pelos bens materiais adquiridos pelos funkeiros, seus empresários e as produtoras, entretanto, o capital social diz respeito à legitimidade e aos contatos estabelecidos por estes sujeitos no mercado fonográfico, audiovisual e de produtos comercializados em empresas e-commerce. MC Guimê assinou linhas de acessórios e roupas, ampliando sua atuação para além da música, e a empresa KondZilla, na mesma linha, também expandiu sua atuação para além da gravação de videoclipes, atualmente, Konrad Dantas é proprietário da empresas KondZilla Filmes, da gravadora KondZilla Records, do canal de YouTube KondZilla, o portal de notícias sobre periferia e funk KondZilla.com, a linha de acessórios e roupas KondZilla Wear (que operou entre 2016 e 2019). Além do mais, em 2019, produziu e dirigiu em parceria com a produtora Los Bragas a série brasileira ‘Sintonia’ para o canal de streaming pago Netflix, que obteve a segunda maior estreia para uma série brasileira na plataforma *online*.

3. O funkeiro paulista: da materialidade à subjetividade

As fontes jornalísticas apontam que, juntas, as empresas de Konrad Dantas geram um lucro superior a 1 milhão de reais mensais. Contudo, Dantas não confirma, nem desmente as hipóteses levantadas pela mídia sobre seus ganhos. Por conta de seus gigantescos números e sua visibilidade nas redes sociais outras empresas têm interesse em trabalhar com o diretor. A construção da visibilidade da cultura funk a partir da exacerbação da materialidade, encabeçada pela KondZilla, pelos MCs e demais produtoras, produziu não somente capital econômico, gerando lucro ou dinheiro, mas acima de tudo, garantiu que estes agentes pudessem estabelecer conexões com instituições, com pessoas, com marcas exteriores ao cenário funk de São Paulo.

A virtualidade da difusão das imagens da cultura funk não reduz, nem descaracteriza a peculiaridade da sua relação com a cultura material que tem sua faceta material tanto no digital (MILLER, 2018), quanto na realidade física, com os rolezeiros, com os funkeiros, com os empresários, com os produtores. Do mercado de bens e produtos ao corpos,

entrelaçando-se em uma relação de simbiose, a materialidade desta cultura foi fundamental para dimensionarmos a acepção de Bourdieu (1989) de que o *habitus* é uma subjetividade socializada (p. 101). Com isso queremos dizer que a construção da individualidade e, sobretudo, da subjetividade, é uma operação social.

Os artefatos envoltos nesse processo eram, em primeiro momento, alheios aos setores mais pobres da sociedade, em razão do valor comercial cobrado pelas peças. Entretanto, condições históricas específicas, ocorridas no Brasil, no início do século XXI, garantiram a difusão e a legitimação desta cultura, pelo consumo de produtos de marcas, diminuindo e até obliterando a associação da materialidade funkeira à criminalidade e bandidagem. De associação à violência, o funk paulista foi destacado pela imprensa como uma cultura de exibição, de valorização de corpos, de casas, de carros, de bebidas — porém, alteração na forma de expressar concepções sobre o funk não foram modificadas de forma imediata, como pudemos analisar na reportagem de Camila Neumann, do *Portal UOL*.

O homem incorpora à sua motricidade, ao seu corpo, a capacidade dinamizadora dos artefatos, incluindo as tatuagens. Na representação imagética da matéria intitulada “Funkeiro Ostentação”, termo utilizado para se referir não apenas ao gênero, mas aos MCs paulistas, é feita a representação de um homem trajado de boné, óculos escuros de lente espelhada, corrente de ouro, camiseta polo de marca, calça jeans, tênis, bebida, perfume, carro, dinheiro, fone de ouvido, ou seja, o repertório material do funk paulista¹⁴⁶.

¹⁴⁶ A ilustração foi feita pelo desenhista Faleiros e integra a reportagem ‘Na pista, eu arraso’ de Adriana Kuchler, publicada em 29 jun. 2014, pela revista *Serafina*, do grupo *Folha de São Paulo*, entre as páginas 31 e 35 da edição impressa.



Figura 19 - Ilustração de Gustavo Faleiros de um funkeiro paulista publicada junto à uma reportagem da revista *Serafina*, do jornal *Folha de São Paulo* em 29 de junho de 2014. Ao lado, estão representados elementos que também estão ligados ao funk paulista como as tatuagens, o site YouTube, onde são divulgados os videoclipes e uma figura masculina, que é Konrad Dantas, dono da produtora KondZilla. Fonte: Revista Serafina.

Para além da ilustração de produtos de marcas como Nike, Abercrombie, Hollister, Red Bull, Big Apple, Absolut, Calvin Klein, outro elemento se destaca na imagem, a

representação do corpo adornado por roupas, acessórios, relacionado a dinheiro, a carro, a bebida alcoólica é a representação de um corpo masculino. Esta forma de representação é advinda das próprias imagens produzidas pelos agentes do cenário funk e que expressam uma visão dos próprios sujeitos sobre si próprios. Diferentemente da visão construída pela imprensa sobre o funk carioca, que tomou como referência os arrastões nas praias da zona sul do Rio de Janeiro associando-o a pivetes, bandidos, a cultura funk paulista, ao deixar de lado as produções de funk Proibidão e adotar uma temática sobre consumo e ostentação, passou a ser caracterizada como um movimento, um estilo de vida compartilhado por funkeiros e jovens da periferia da capital paulista a partir dos referenciais que eles próprios construíram e difundiram pela Internet.

Entretanto, há de se fazer uma observação com relação a estas imagens produzidas e consumidas. Tanto nas fotografias dos rolezinhos, apresentadas no capítulo 1, quanto os agentes aqui analisados, nota-se que a imensa maioria, senão, todos os sujeitos apresentados são homens. Esta observação levanta o questionamento quanto ao papel das mulheres no funk paulista, pois embora destacadas nas letras de músicas e nas produções audiovisuais, elas não são agentes ou estão inseridas numa lógica mercadológica tal qual os artefatos utilizados pelos funkeiros homens. Portanto, qual será a relação das mulheres no funk paulista com a materialidade? Sob qual lógica elas são acionadas ou se fazem presentes nesta cultura? Como elas são descritas, caracterizadas pelas fontes? São estas questões que nortearão o terceiro e último capítulo desta dissertação.

Capítulo 3 - Mulheres para homens: gênero e materialidade no funk paulista

O ano de 1995 foi crucial para a história do funk paulista. É quando ocorrem os primeiros bailes funks da Baixada Santista, sob iniciativa de Lorival Fagundes e seu sócio, proprietários da marca de roupas *Foot Loose*, que passaram a promover festas e batalhas de composições musicais para impulsionar a empresa e acabaram por lançar, assim, as bases do funk em São Paulo. Ao longo de sua trajetória, a sexualidade foi a tônica deste tipo de cultura funk. Foi ela, como dispositivo social, que esteve na base da produção das diferenças de gênero. Corpos masculinos e femininos se constituíram a partir do uso diferenciado dos bens culturais a seu dispor. Os homens estenderam seus corpos incorporando a eles objetos de luxo e de conforto. Já as mulheres modificaram seus corpos por meio de roupas, exercícios e cirurgias.

Durante todo o período do recorte temporal da pesquisa, que se inicia em 1995 e se encerra no ano de 2014, quando ocorre a rarefação das produções que ostentavam o luxo, assiste-se a mudanças e ao refinamento do modo como a sexualidade mobilizou os corpos, os objetos e as paisagens cenográficas, por meio dos quais foram construídas noções sobre o feminino e o masculino no/para o funk paulista. Da primeira canção funk produzida no estado de São Paulo, em 1995, intitulada “Fubanga macumbeira”, até 2014, foram produzidas canções e videoclipes inter cruzando sexualidade e materialidade de luxo na exacerbação de questões de gênero na cultura funk paulista.

Nos capítulos anteriores exploramos os modos como o consumo e a criminalidade se conectaram à estruturação e à consolidação do funk paulista pela via da cultura material e à conformação de sujeitos caracterizados pela relação motora entre seus corpos e seus artefatos. Neste capítulo, para compreender como se deu a construção do gênero nesta cultura, faz-se necessário analisar de que forma a materialidade conformou modelos de padrões corporais e comportamentais diferentes para homens e mulheres. No processo de conformação do feminino e do masculino — conformação feita a partir do ponto de vista masculino, conforme abordaremos adiante — os elementos materiais identificados aos corpos são fundamentais e indissociáveis deste movimento que constrói distinções de gênero por meio da sexualidade.

Para dar seguimento a estas ideias apresentaremos três eixos de análise: (1) as discussões teóricas sobre sexualidade que nortearão nossa análise. Em segundo lugar, (2) analisaremos as representações de gênero e de sexualidade do funk paulista que se ligam à

materialidade e, finalmente, (3) abordaremos os modos como a materialidade constitui uma dada sexualidade e produz distintos corpos de homens e mulheres na cultura funk de São Paulo.

1. *Que sexualidade é essa?*

Segundo a antropóloga Adriana Lopes (2011), a ascensão do neoliberalismo em fins do século passado representou não somente uma mudança na economia e na política mas também uma alteração na forma como os corpos, a sexualidade e as relações entre os gêneros passaram a ser desenvolvidas na sociedade. Para Lopes, a sexualidade foi transformada em uma propriedade do sujeito, um produto que pode ser negociado, gerenciado, ocultado, reverberado, e que integra um mercado mais amplo, como a indústria cultural, sendo consumido de distintas formas. Segundo Lopes,

[...] a sexualidade passou a ser encarada como um “projeto” ou uma “propriedade do indivíduo” e não mais como um fenômeno da natureza. (...) Por essa via, Michelsen (2001) argumenta que os últimos anos foram acompanhados por um enorme crescimento da indústria do sexo, ou seja, pela globalização da pornografia que afetou a indústria cultural de um modo geral (Ibid. pp. 159-160).

Este novo formato de sexualidade é produto de um novo espírito do tempo, conforme assinala a filósofa Nancy Fraser (2013) — tempo este marcado por uma mudança na cultura política em que as lutas e discussões passaram a se concentrar em reivindicações por reconhecimento de identidades e demarcação de diferenças, inclusive sexuais, conectadas ao mercado¹⁴⁷. Na cultura funk, este movimento se efetivou como um processo de construção do

¹⁴⁷ Iremos trabalhar esta articulação ao longo do capítulo. Contudo, por agora, cabe sucintamente compreender algumas das reflexões de Fraser que foram geradas a partir de sua análise sobre o neoliberalismo, sociedade e política. Em 2017, Nancy Fraser nomeou o processo de articulação entre mercado e neoliberalismo como lutas emancipatórias de “neoliberalismo progressista” a partir da análise do processo eleitoral dos Estados Unidos do ano anterior. A autora identificou o fortalecimento de feminismo *mainstream*, de senso comum (*lean-in*), que difere do feminismo da década de 1960 e 1970, que ao invés de lutar pela abolição das hierarquias e das estratificações sociais acaba por reificá-las e tratá-las como um fim a ser alcançado, visão que não rompe com o sistema. As eleições de 2016, nos EUA, com a disputa entre Donald Trump e Hillary Clinton foram, para a filósofa, uma das demonstrações da propagação do discurso feminista *lean-in*, já que, o que estava em disputa, de fato, para Fraser, eram dois projetos de política: o projeto populista reacionário de Trump e o neoliberalismo progressista de Clinton, ambos danosos não somente para a sociedade norte-americana, como para o Ocidente. Porém, por muitas vezes, o projeto político de Clinton foi coberto pelo véu de debates (rasos) sobre misoginia e machismo, desviando assim o foco das pautas defendidas pela candidata democrata e que estavam ligadas à perpetuação desses elementos

corpo feminino sob a ótica masculina, por meio da afirmação e exploração da sexualidade, tendo a cultura material atrelada ao gênero como vetor indispensável.

Mais adiante retornaremos ao estudo de Lopes (2011) sobre as relações de gênero nos bastidores do funk e ao trabalho de Fraser sobre gênero e feminismo na História do tempo presente. Por agora, cabe delimitar sob quais referenciais se assentam a investigação da sexualidade como articuladora entre a materialidade e as convenções sobre o que é ser homem e o que é ser mulher na cultura funk de São Paulo. Para Michel Foucault (2017), o corpo humano é mobilizado para a produção de discursos sobre a sexualidade. Contrapondo-se à tese de repressão da sexualidade, Foucault argumenta que o século XVIII foi o período de profusão de discursos sobre a sexualidade que gestaram um dispositivo histórico capaz de produzir saberes e gerar poder. Dito de outra forma, este dispositivo é, para Foucault, um mecanismo de controle dos corpos pelo Estado, que permitiu, a partir de então, organizar o poder na sociedade. Para ele, a partir do setecentos,

passa-se das lamentações rituais sobre libertinagem estéril dos ricos, dos celibatários e dos libertinos para um discurso em que a conduta sexual da população é tomada, ao mesmo tempo, como objeto e alvo de intervenção. [...] Surge a análise das condutas sexuais, de suas determinações e efeitos, nos limites entre o biológico e o econômico. (Ibid. p. 29)

A disciplinarização dos corpos, a regulação da população, a tabulação das riquezas, a demografia, as relações matrimoniais, ou seja, a vida, adentra o campo da política. Para Foucault, a confissão religiosa é o canal central de produção de discursos sobre o sexo, com a tarefa não mais de punir, culpar, mas de reconstituir imagens, desejos, modulações sexuais que levaram à construção de um arquivo dos prazeres. Para o autor, a sociedade ocidental construiu uma ciência do sexo (*scientia sexualis*) ao produzir conhecimentos e procedimentos voltados para a exploração da sexualidade, sua compreensão e controle. Esta *scientia sexualis*

(e outros, como racismo, homofobia) na sociedade. Ainda segundo Fraser, na lógica do neoliberalismo progressista e da aliança entre movimentos sociais e mercado, ideais como 'diversidade' e 'empoderamento', que poderiam em princípio servir a diferentes fins, "hoje dão brilho a políticas que destruíram a indústria e tudo aquilo que antes fazia parte da vida da classe média.". Não iremos operacionalizar os conceitos de neoliberalismo progressista e feminismo *lean-in* neste trabalho, pois estas conceituações foram assim nomeadas pela autora no período posterior à 2016. Neste capítulo, trabalhamos a obra de Fraser lançada em 2013 que já trazia à baila reflexões sobre neoliberalismo, sociedade e política. Cf: FRASER, Nancy, "A eleição de Donald Trump e o fim do neoliberalismo progressista". **Opera Mundi**. 12 jan. 2017. Disponível em: <<https://operamundi.uol.com.br/opiniao/46163/a-eleicao-de-donald-trump-e-o-fim-do-neoliberalismo-progressista>>. Acesso em: dez. 2017.

se opôs às sociedades antigas, como a sociedade japonesa e a sociedade indiana, no que diz respeito à relação com o sexo: enquanto a sociedade ocidental racionalizou e operacionalizou a sexualidade, algumas das principais sociedades antigas orientais forjaram o sexo como experiência, a *ars erotica*, em que havia um mestre responsável pela iniciação sexual, no auxílio na busca pelo gozo excepcional, e ativação de todas as áreas de prazer do corpo.

Do incentivo e profusão de discursos sobre o sexo, construiu-se um sistema em que a produção do saber modulou a sexualidade enquanto um dispositivo. Por dispositivo Foucault compreende uma rede de elementos como discursos, leis, medidas de segurança, enunciados científicos que se relacionam e que tem função estratégica na relação de poder. Dito de outra forma, segundo a lógica foucaultiana, não há um ou outro sistema de segurança preponderante, um ou outro discurso majoritário, um discurso científico independente, há, na verdade, uma rede que se estabelece entre estes elementos, entre estes sistemas de segurança, entre estes discursos e esta rede objetiva administrar, governar, orientar, em resumo, exercer o poder sobre a sexualidade (FOUCAULT, 2017, p. 117).

Para Foucault, assim, o poder na sociedade moderna, estabelecido enquanto uma tecnologia¹⁴⁸, necessita do dispositivo da sexualidade, pois é este dispositivo que passa a regular a sociedade como parte do processo de construção de uma ciência sexual em que se busca gerenciar e controlar corpos, e não reprimi-los. Nesse processo, a pedagogia, pensando na sexualidade da criança; a medicina, pesquisando sobre a fisiologia sexual das mulheres e a hereditariedade de enfermidades, a ligação entre histeria e sexo; e a economia, buscando equilibrar a regulação dos nascimentos com a mão-de-obra, estruturam as relações sociais e suas diversas searas, como o trabalho, a justiça, a economia e, principalmente, a política. Ao coordenar estratégias de controle da população por meio do dispositivo de sexualidade se tem o que Foucault denomina de biopoder – poder sobre a vida:

As duas direções em que se desenvolve [o biopoder] ainda aparecem nitidamente separadas no século XVIII. Do lado da disciplina, as instituições como o Exército ou a escola; as reflexões sobre a tática, a aprendizagem, a educação e sobre a ordem da sociedade. [...] Do outro lado das regulações de populações, a demografia, a estimativa da relação entre recursos e habitante,

¹⁴⁸ Michel Foucault utiliza a expressão “tecnologia de poder” pois, segundo sua análise, os métodos e procedimentos de exercício de poder operam socialmente com base em um padrão normativo que objetiva o controle dos corpos. Para o autor, o termo “tecnologia” é utilizado de forma pragmática, objetivando compreender de que forma os avanços científicos agem sobre o homem, a vida e o contexto político-social.

a tabulação das riquezas e sua circulação, das vidas com sua duração provável. (Ibid. p. 151)

Desta maneira, por meio da interpretação da sexualidade na sociedade ocidental, Foucault identificou uma “ ‘tecnologia’ [de poder] do sexo muito mais complexa e, sobretudo, mais positiva do que o efeito excludente de uma ‘proibição’ ” (Ibid. p. 100). Assim, para o filósofo, as novas tecnologias de poder formuladas pela medicina, pedagogia e economia, a partir do mote do dispositivo da sexualidade,

[...] fizeram passar nossas sociedades de uma simbólica do sangue para uma analítica da sexualidade. Não é difícil ver que, se há algo que se encontra do lado da lei, da morte, da transgressão, do simbólico e da soberania é o sangue. A sexualidade, quanto à ela, encontra-se do lado da norma, do saber, da vida, do sentido, das disciplinas e das regulamentações. (Ibid. p. 160).

O dispositivo de sexualidade age, portanto, como um ponto de intersecção entre o poder disciplinar, que opera sobre os corpos, e o poder normativo sobre a população, apresentando contornos de um mecanismo de classe. O corpo burguês, ou seja, o corpo da classe dominante necessitava ser protegido, afinal era esta classe que estava tomando o poder a partir do século XVIII, garantindo sua hegemonia e deveria, assim, cuidar de sua vitalidade para assumir seu papel. A consciência da burguesia enquanto classe social e elite dirigente se dava então, segundo Foucault, pela afirmação de seu corpo, com um organismo sadio e uma sexualidade sã. Aos mais pobres, no entanto, foram confeccionadas políticas a fim de normalizar os indivíduos em escolas, prisões e instituições administrativas. Portanto, em Foucault temos uma sexualidade que, além de ser o eixo de organização política, econômica e social, é uma sexualidade que é de classe, burguesa, e que, em razão disso, produziu efeitos específicos nos demais segmentos da sociedade (FOUCAULT, 2017, p. 139).

Anthony Giddens (1993) parte da concepção foucaultiana acerca desta relação saber-poder-dispositivo de sexualidade para argumentar que o desenvolvimento de novas técnicas reprodutivas, ao longo do século passado, dissociaram a sexualidade apenas do seu papel reprodutivo e permitiram, entre outras coisas, que a sexualidade fosse tornada uma qualidade dos indivíduos. Porém, antes de se explorar de que forma a teoria de Giddens pode ajudar a compreender a conformação dos corpos masculino e feminino e as relações entre os

gêneros no funk paulista a partir da expressão da materialidade, é necessário compreender sobre quais bases assentam-se estas colocações.

Foucault estrutura sua obra sob uma lógica linear, concentrando sua análise no papel do discurso, do poder e do controle dos corpos para compreender o desenvolvimento da sexualidade na sociedade ocidental nos últimos três séculos. Contudo, Giddens (1993) discorda desta perspectiva e destaca que, sobretudo a partir do século XIX, o elemento propulsor de transformações no âmbito social e familiar, no que tange à sexualidade, relaciona-se à emergência do ideal romântico burguês e sua conexão com a profusão da ideia de que casamentos deveriam ser consumados não por acordos familiares, mas por amor entre duas pessoas. Desta forma, argumenta Giddens, passou-se a conceber o casamento e, sobretudo, o espaço doméstico como espaço de suporte emocional, com a família concentrada no casal e em seus filhos, o que indica uma contração da extensão do núcleo familiar antes formado por avós, tios e agregados coabitando a mesma casa.

Assim, por conta da ideia de redução do núcleo familiar, a contracepção tornou-se uma tendência incentivada até mesmo por Estados, como o Reino Unido, que difundiu esse movimento por outras localidades. Para Giddens (1993),

A contracepção efetiva significava mais que uma capacidade aumentada de limitar a gravidez. Associada a outras influências, já citadas, que afetaram o tamanho da família, marcou uma profunda transição na vida pessoal. **Para as mulheres - e, em certo sentido diferente para os homens — a sexualidade tornou-se maleável, sujeita a ser assumida de diversas maneiras, e uma ‘propriedade’ potencial do indivíduo.** (Ibid. p. 37) (grifo nosso)

A plasticidade sexual foi, portanto, conforme grifado no excerto anterior, resultado da dissociação entre a prática do sexo e a reprodução. O advento de tecnologias de concepção, que dispensaram até mesmo a necessidade de consumação do ato carnal, autonomizaram a sexualidade, permitindo que esta se tornasse uma qualidade individual. A estruturação desta sexualidade plástica resultou em dois pontos nevrálgicos para a sexualidade ocidental: o florescimento da homossexualidade feminina e masculina e, destacadamente, que é o ponto que mais nos interessa neste trabalho, a autonomização da sexualidade feminina, que provocou ecos na sexualidade masculina. Ademais, para as mulheres, a plasticidade da sexualidade rompeu com o temor da associação entre sexo e morte pois,

Para a maior parte das mulheres, na maior parte das culturas, e através da maior parte dos períodos da História, o prazer sexual, quando possível, estava intrinsecamente ligado ao medo de gestações repetidas, e, por isso, da morte, dada a substancial proporção de mulheres que morriam no parto e aos índices muito altos então prevalentes de mortalidade de bebês. (Ibid, p. 38)

Se, desde o século XVIII, para Michel Foucault (2017), foram formulados novos procedimentos de poder que colocaram a sexualidade no foco de ação institucional, alocando a economia política dos corpos no campo da organização administrativa do Estado, para Anthony Giddens (1993), no século XX, a sexualidade foi remodelada como um atributo particular que ocupa duplamente o espaço privado e o debate público. A partir disso, podemos argumentar que o conceito foucaultiano de dispositivo da sexualidade como elemento fundamental para o exercício do poder na sociedade moderna pode, também, ter sua aplicação estendida para a análise da sexualidade na cultura funk paulista. A sexualidade deste dispositivo é, porém, uma sexualidade plástica que, conforme argumenta Giddens, é uma sexualidade liberta da carga reprodutiva, moldada conforme os desejos sexuais individuais e que, assim, também é um marcador de identidade no período histórico atual.

O dispositivo de sexualidade opera em menor escala no funk paulista gerenciando corpos, elaborando um sistema normativo para esta cultura em que a sexualidade intersecciona o repertório material ao gestual, reiterando e afirmando convenções sociais acerca do feminino e do masculino. Esta sexualidade, apartada de sua tarefa reprodutiva, é maleável e autônoma, característica válida tanto para o homem, quanto para a mulher. Contudo, se para Giddens, a sexualidade plástica era resultado também de um processo de independência social feminina, que repercutiu na sexualidade masculina, distanciando-as das expectativas para o gênero, compreendemos, no entanto, que no funk paulista a sexualidade feminina é uma projeção da sexualidade masculina. Ou seja, a sexualidade é emancipada, porém a construção do que seria da ordem do feminino quanto ao corpo, a motricidade, a materialidade provém do olhar masculino.

O conceito ‘tecnologia do gênero’ de Teresa de Lauretis (1994) fornece subsídios para esta outra etapa de análise da sexualidade no funk paulista. Para a filósofa, tecnologias como o cinema, a arte e a literatura constroem imagens sobre o que seria um homem e uma mulher e atuam na produção social do feminino e do masculino. A produção desta ‘tecnologia do

gênero’ ocorre por meio das produções discursivas, audiovisuais, poemas — chamados de ‘tecnologias sociais’. Sendo uma produção cultural já estabelecida no cenário nacional, com suas próprias características, regras e funcionamento, com produções audiovisuais difundidas em distintos canais de comunicação, a cultura funk será tratada a partir de agora como uma tecnologia social que produz tecnologias de gênero.

Lauretis (1994) pensa gênero pelo prisma conceitual de ‘tecnologia sexual’ foucaultiana, isto é, através da ideia de redes de relações, técnicas e mecanismos de disciplinarização e normatização dos corpos que atravessa todo o tecido social, levando em consideração as diferenciações entre os sujeitos masculino e feminino — diferenciação que Foucault não fez em seus trabalhos. Segundo ela, este é o paradoxo da teoria de Foucault e de outras teorias contemporâneas que

[...] buscando combater a tecnologia social que produz a sexualidade e a opressão sexual, essas teorias (e suas respectivas políticas) negam o gênero. Mas negar o gênero significa, em primeiro lugar, negar as relações sociais de gênero que constituem e validam a opressão sexual das mulheres; e, em segundo lugar, negar o gênero significa permanecer dentro da ideologia que não coincidentemente embora não intencionalmente reverte em benefício do sujeito do gênero masculino. (LAURETIS, 1994, p. 223)

Ampliando, então, as análises sobre sexualidade de Foucault, a autora compreende o gênero como produto e processo de tecnologias sociais que produzem sujeitos femininos e masculinos e é, ademais, “um conjunto de relações sociais que se mantém por meio da existência social, [em que] o gênero é efetivamente uma instância primária de ideologia e, obviamente não só para as mulheres.” (Ibid. p. 216)¹⁴⁹.

Com isso, Lauretis afirma que a representação social sobre gênero afeta a representação subjetiva do indivíduo e vice-versa, fazendo com que o gênero seja produto e, ao mesmo tempo, processo da sua representação e auto-representação que, segundo Lauretis,

¹⁴⁹ Teresa de Lauretis usa a definição de ideologia de Louis Althusser segundo a qual ideologia “não é o sistema de relações reais que governam a existência de indivíduos, e sim a relação imaginária daqueles indivíduos com as relações reais em que vivem” (LAURETIS, 1994, p. 212). A interpretação de Althusser se afasta da interpretação marxiana que concebe ideologia como uma falsa compreensão da forma como o mundo funciona. Já a definição de Althusser se aproxima das ideias de Lacan sobre realidade, linguagem e ordem simbólica ao compreender que todos os homens e mulheres estão inseridos em uma ideologia por conta da dependência que possuímos do uso da linguagem para descrever o mundo. Esta ideologia se manifesta por meio de práticas que são banalizadas e tidas, em muitos momentos, como óbvias e normais. O gênero se insere nesse sistema lógico exatamente, segundo Lauretis, por estar inserido e expresso nessas práticas mesmo que os indivíduos não percebam.

precisa ser pensado afastado do androcentrismo. Nesse cenário, as mulheres estão encurraladas entre a sua representação como estereótipo e como seres históricos¹⁵⁰. Desta forma, situando-se dentro e fora do gênero: dentro do gênero por interpretarem a si como inseridas em um contexto que opõe masculino e feminino, e fora do gênero, por compreenderem que são sujeitos históricos governados por relações sociais, dentre as quais está o gênero.

A questão da representação e da auto-representação de gênero será devidamente abordada no tópico seguinte. Por meio da crítica das fontes históricas exploraremos de que modo as distintas maneiras de abordar a sexualidade no funk paulista indicam determinadas apreensões e concepções, muitas vezes, problemáticas de conceber o gênero nesta cultura, seja por meio do reforço de estereótipos, seja por meio da difusão da ideia de afirmação de corpos — ambos, contudo, pautados por uma ótica masculina.

2. A construção do feminino pelo masculino

Para Joan Scott (1995) a forma como homens e mulheres são inseridos na sociedade (nas dimensões política, econômica e cultural), as argumentações que norteiam estas inserções e as bases que justificam a imposição destas categorias aos corpos dos sujeitos são alguns dos questionamentos que permitem pensar o gênero como uma categoria de análise para a pesquisa histórica. Assim, as problemáticas referentes a gênero, que aqui serão abordadas, giram em torno das definições formuladas sobre como deve se portar um homem, como deve se portar uma mulher na sociedade e como estes discursos são construídos na cultura funk pela via do dispositivo da sexualidade, em músicas, videoclipes e, também, em reportagens veiculadas por jornais. Iniciemos nossa análise documental tomando como base a primeira produção musical de funk feita em São Paulo.

Em 1995 foi lançada a primeira música do funk paulista, intitulada de “Fubanga Macumbeira”. A canção sem autoria definida¹⁵¹, produzida pelo DJ Baphafinha, em 127 bpm

¹⁵⁰ Para Lauretis, o processo de desconstrução do gênero que concebe a mulher fora da lógica do gênero enquanto um sujeito histórico, dotado de decisões e atitude, também é um processo de construção de gênero. Ou seja, ao desconstruir o gênero está se construindo e fortalecendo o gênero. Sobre esta tensão falaremos nas páginas seguintes.

¹⁵¹ A música não está registrada no acervo da União Brasileira de Compositores (UBC) e não está registrada no catálogo do Escritório Central de Arrecadação e Distribuição (ECAD). O DJ Baphafinha e a dupla de MCs Jorginho e Daniel também não estão listados como produtores e intérpretes nestes locais.

¹⁵² e interpretada pelos MCs Jorginho e Daniel, descreve em tom vexatório uma mulher de aparência desagradável, uma ‘fubanga’. Abaixo estão alguns excertos da canção:

É a fubanga macumbeira,
 É a fubanga macumbada (Diz aí! Saravá!) (2x)
 Hoje é 13, sexta-feira, ‘tu’ vai ter que trabalhar
 não há igual no mundo, nem pior,
 tentou fazer macumba para poder ficar melhor.
 Mas não adiantou e mais feia ficou,
 o Exu saiu correndo quando o rosto ela virou.
 E dentro do seu orelhão, um bicho eu vi.
 A orelha do Spock¹⁵³ é pequena para competir.
 Galinha de macumba, sai fora, suja imunda.
 Tem *pereba* pela perna e não tem um lado da bunda
 As unhas todas sujas, não corta mais.
 Diz que serve para coçar o que ela não usou jamais.
 Cabelo que arrasa, porque o pente não passa.
 Tem barba no seu rosto e o *chulé* é uma desgraça.
 (...)
 Muito magra, cabeçuda, sem conceito!
 (...)
 Não tem creme dental, escova nem pensar,
 tudo bem, tem um motivo,
 não tem dente para escovar!
 Menina, ‘tu’ é feia. Não venha assustar!
 Fala que é mãe-de-santo e tem seus orixás,
 Umbanda dispensou, candomblé te expulsou.
 Pensaram que ‘tu’ era a reencarnação do seu avô.
 No centro de macumba, o apelido é satanáas.
 (...)
 Parece um bambu, boneca de vodu.
 (...)
 Sem ofensa, essa foi mais uma brincadeira.
 ‘Fubanga’ na Baixada é o mesmo que mulher feia.
 Só vem para sacudir, a dupla de MCs
 Jorginho e Daniel só quer fazer o povo sorrir.

Na letra, a personagem é associada de forma errônea à ‘macumba’ (termo que é utilizado arbitrariamente para se referir aos cultos religiosos de matriz africana) e é a partir

¹⁵² Conforme apontado no capítulo 1, a sistematização da batida do funk em 130 bpm é feita somente no fim dos anos 1990, na cidade do Rio de Janeiro, e é adotada por DJs paulistas nos anos 2000.

¹⁵³ Spock é o personagem da série televisiva e de filmes norte-americana Star Trek, criada pelo roteirista Gene Roddenberry, na década de 1960. As orelhas do personagem Spock tem como característica o tamanho avantajado e em formato pontiagudo.

desta perspectiva que se criam outras associações entre a aparência da personagem e a já mencionada ‘prática’ religiosa, como o uso da expressão ‘galinha de macumba’ para se referir a ela. Destacamos aqui algumas caracterizações como a maneira pela qual se aborda o cabelo da mulher, em que é afirmado que um pente não consegue pentear, o que provavelmente indica que se trata de uma mulher negra, de cabelos crespos, o que na cultura brasileira é vulgarmente chamado de “cabelo ruim”. É destacado também que a mulher tem o corpo desproporcional, com a cabeça de tamanho avantajado, porte físico muito magro, semelhante a um bambu, planta comprida e bem fina, com as nádegas assimétricas e ademais, aponta-se que a personagem não possui qualquer tipo de cuidado com a própria higiene por exalar mau cheiro pelos pés, possuir feridas nas pernas e microrganismos nos ouvidos, ter pelos no rosto e não higienizar as unhas das mãos.

Esta descrição da mulher que não atende aos padrões de beleza e cuidados com o corpo se aprofunda com a afirmação ‘as unhas todas sujas, não corta mais/Diz que serve para coçar aquilo que ela não usou jamais’. Este trecho faz referência explícita ao órgão genital feminino e ao ato sexual. No conjunto, então, temos a reconstituição de uma mulher pelo olhar masculino que atenta não somente para a estética, como também para a sexualidade. Conforme aponta Lauretis (1994), “a sexualização do corpo feminino tem sido, com efeito, uma das figuras ou objetos de conhecimento favoritos nos discursos da ciência médica, da religião, arte, literatura, cultura popular e assim por diante”. (Ibid. p. 221)

O argumento de Lauretis permite que, em primeiro lugar, desassocie-se a ideia de que somente o funk produziu e produz conteúdo desmoralizante, que desvaloriza a mulher, pois segundo a autora, toda cultura ocidental, incluindo o funk, mas não somente ele, foi construída a partir da sexualização dos corpos femininos, em oposição à sexualidade masculina (Ibid. p. 222). Desse processo, temos que, em segundo lugar, historicamente, a sexualidade feminina sempre foi representada de forma indissociável da sexualidade dos homens, por ser sempre vista como o oposto, a extrapolação desta sexualidade. Podemos pensar, então, que a sexualidade é percebida como um atributo ou uma propriedade do masculino.

Tomando como base esta acepção de Lauretis, é possível afirmar que a sexualidade plástica de que fala Giddens (1993) aplicada ao funk nada mais é senão a caracterização da sexualidade masculina, pois é a partir dela que se descreve, se pensa, se constrói a sexualidade da mulher. Portanto, a tese de Giddens acerca da sexualidade plástica pode ser compreendida

como uma teoria não-gendrada, ou seja, como uma teoria não marcada por especificidades de gênero, embora faça menção às diferenças entre homens e mulheres que, porém, não são exploradas. Giddens afirma, por exemplo, que o ideal de amor romântico foi elaborado pelas mulheres, ressaltando expectativas de reciprocidade de sentimento, que nem sempre é correspondido pelos homens que estão em esfera oposta à das mulheres, como se a posição dos gêneros fosse sempre de oposição e complementaridade.

Ademais, embora destaque que a dissociação entre reprodução e sexo por causa do desenvolvimento de métodos contraceptivos tenha lançado as bases de estruturação da sexualidade plástica, o autor destaca que a sexualidade masculina “libertou os homens dos constrangimentos tradicionais” (GIDDENS, 1993, p. 57) embora, segundo ele, “a posição dos homens no domínio público foi alcançada às custas de sua exclusão da transformação da intimidade” (Ibid. p. 77). Giddens parece associar dois processos distintos que, segundo Anne-Marie Sohn (2008), não possuem uma relação direta, de causa e efeito, a saber: a libertação dos costumes e a libertação das mulheres. Segundo Sohn, “a troca de parceiros, a liberação aparente das regras da moral tradicional esconde, muitas vezes, a mesma manipulação das mulheres. A dominação masculina sabe, portanto, como se renovar e avançar, disfarçada, sob a bandeira de liberdade sexual.” (Ibid. p. 154).

Giddens e Lauretis diferem, assim, na forma como concebem a conformação das sexualidades feminina e masculina. Enquanto para Giddens a sexualidade masculina sofreu mudanças em decorrência do processo de conquista de protagonismo social pelas mulheres, permitindo a plasticidade da sexualidade, sem necessidade de estabelecimento de uma relação matrimonial para a prática sexual e concepção de projetos de filhos; para Lauretis, a sexualidade feminina é uma projeção da sexualidade masculina, tal qual a costela de Adão. Para melhor entender estas construções, confluências e fronteiras entre as sexualidades feminina e masculina, analisemos abaixo duas reportagens sobre a entrada do funk carioca, na cidade de São Paulo, nos anos 2000. Naquele período, o funk consumido na cidade, pela população de classe média e classe média alta, era o funk carioca, percebido como uma novidade, sobretudo pela forma como a mulher podia explorar sua sexualidade nos bailes em que uma ‘patricinha’ poderia virar uma ‘bandida’, ‘uma tchutchuca’ e um ‘mauricinho’ poderia virar um ‘tigrão’. Estas reportagens permitem compreender como opera o dispositivo da sexualidade no funk paulista.

A primeira reportagem a ser analisada foi publicada em 25 de fevereiro de 2001, na

Revista Folha, pertencente ao grupo *Folha de São Paulo*, a mesma proprietária do jornal. A revista era publicada aos domingos, com tiragem de mais de um milhão de exemplares enviados a assinantes e vendidos em bancas de jornal. A edição da revista em destaque tem como título a expressão “Funk fake”, fazendo referência aos jovens paulistanos de classe média alta que iam às boates da capital embalar-se ao som do ritmo carioca. Na capa, além do título, há a imagem de uma mulher dançando, de roupa justa, barriga à mostra e uma legenda assinalando que a moça era uma estudante de 19 anos fotografada em uma casa noturna no bairro da Vila Olímpia, na zona sul, um dos bairros mais caros da cidade¹⁵⁴.

A reportagem de três páginas, que descreve os bailes paulistanos de classe média alta, tem o título “De carona no bonde” informa que, em apenas um final de semana cerca de 10 mil pessoas foram a bailes funks na cidade em bairros como Vila Olímpia, Vila Madalena e Mooca. Na matéria é feito um comparativo acerca do valor de entradas nos bailes funk no Rio de Janeiro e em São Paulo: enquanto na capital carioca era cobrado 5 reais, na capital paulista o valor era oito vezes maior, ou seja, 40 reais. O que mais nos interessa, o entanto, é a descrição dos frequentadores do baile: no texto é destacado que os ‘tigrões’, isto é, os homens não chegavam de ônibus à casa noturna, mas sim de carros novos. E as mulheres paulistanas, apesar de pertencerem a outra classe social, vestiam-se como ‘popozudas’, assim como as funkeiras cariocas, trajando tops justos, calças jeans ou shorts jeans apertados, de cintura baixa, piercing no umbigo, salto alto, glitter no corpo e cabelos compridos. Porém, é destacado que apesar da vestimenta ser coincidente, as ‘popozudas’ paulistas tinham mais grife que as cariocas.

Uma das entrevistadas para a matéria declara que gosta do visual da ‘popozuda’, por ser um visual ‘sexy’. Já outra entrevistada afirma que já conhecia o ritmo funk dos bailes realizados na cidade de São Vicente, na Baixada Santista, e que, apesar de gostar da batida, não gostava do teor das composições musicais. Uma terceira entrevistada diz que apreciava os passos de dança, mas não gostava do assédio dos homens e não se considerava uma ‘cachorra’. Segundo o cantor carioca MC Doca, citado na matéria, ‘cachorra’ é algo como “um elogio, significa poder, erotismo, que ela [mulher] é gostosa, que domina a cena.” (p. 8) e o baile é o espaço privilegiado para este tipo de exposição em que os homens ficam sem camisa ou com um visual de ‘tigrão de pelúcia’, ou seja, um homem trajado como um funkeiro, com calças e camiseta, mas que não age de forma afirmativa como o esperado para

¹⁵⁴ Funk Fake. **Revista da Folha**. 25 fev. 2001.

um funkeiro.

Para concluir a reportagem, são arroladas algumas falas de frequentadores do baile que nos permitem melhor dimensionar o papel da sexualidade nessa cultura, que chega a ser associada à obscenidade. O destaque à mulher no baile funk é bem demarcado nas seguintes explicações:

Por onde passava, a aeroviária [sic], 20, era seguida por um coro de ‘popozuda, popozuda’. ‘Não ligo, quero aproveitar. O funk faz com que a mulherada libere mais a sensualidade. As letras são a cara do Brasil. Falam a verdade sobre o culto ao corpo.’ (...) A estagiária de direito [sic] também sai em defesa das ‘popozudas’ e do funk: ‘É um ritmo para se divertir. Expõe toda a feminilidade’. E é isso que vai fazer a moda vingar, na opinião da estudante [sic]: ‘A mulherada aproveita esse embalo para se promover, e os caras vêm atrás. Quando se fala em funk, a referência é a ‘popozuda’, e todo mundo quer tirar uma casquinha. Os homens de olho na própria, e as mulheres se exibindo’, brinca [sic]. ‘E já que é esse o embalo, eu não posso perder tempo.’¹⁵⁵

Apesar do texto “O funk é o pai do relaxo”, posicionado na segunda página da reportagem, de autoria de Edson Franco, argumentar que o ‘relaxo é o pai’ e que displicência seria a marca deste estilo musical por conta da simplicidade da batida eletrônica, que poderia ser melhor trabalhada assim como fez o rap, ao invés de pasteurizar o ritmo, e que, segundo o autor, o funk não duraria até o verão seguinte, sobretudo por ser o símbolo do vazio das ideias populares do país, as entrevistas dos jovens na matéria indicam o contrário. A sexualidade do ritmo, da batida e das roupas é apontada ao longo do texto principal da reportagem como os maiores atrativos da cultura e, nesse cenário, a mulher é o ponto de partida e o ponto de chegada das afirmações sobre o funk. Fala-se sobre sensualidade, feminilidade, culto ao corpo, obscenidade, tudo a partir da construção do que seria uma ‘popozuda’ pelo ponto de vista do ‘tigrão’, do olhar masculino.

As fotografias que acompanham a reportagem endossam essa afirmação (ver figuras 20, p. 175). Há duas fotografias de duas mulheres, na última página da reportagem, uma mulher à esquerda, de top justo preto, calça escura, com a barriga à mostra, reproduzindo uma coreografia com as mãos, enquanto do lado direito, há uma mulher de calça de sarja branca e top de cor clara, também com a barriga à mostra, e reproduzindo uma coreografia com as

¹⁵⁵ Funk Fake. **Revista da Folha**. 25 fev. 2001.

mãos, cintura e quadris. Em comum nas duas imagens estão, em segundo plano, dois homens: na imagem à esquerda, há um homem de camisa social branca e calça jeans que parece se divertir com o retrato, e, na imagem à direita, há a presença de um homem, sem camisa, cujo olhar se direciona para o corpo da mulher que dança. O que seria só mais um detalhe da imagem é significativo para analisarmos o impacto que o olhar masculino tem não somente para a construção discursiva sobre a sexualidade no funk, mas também sobre a produção imagética.

As imagens são, conforme destacado por Ulpiano Toledo Bezerra de Meneses (2002), instrumentos para se analisar a sociedade e devem ser estudadas como objetos, como elementos materiais para se compreender quais são os discursos e práticas que caracterizam a dimensão visual em períodos históricos (Ibid. p. 150). Na análise das imagens que constituem a reportagem em destaque observamos, portanto, que tanto na capa da revista, quanto no interior, no corpo da matéria, são apresentadas fotografias de duas mulheres dançando em um baile funk. Não há fotografia dos carros luxuosos descritos rapidamente nas linhas iniciais da matéria, nem tão pouco há fotografias dos homens sem camisa ou de homens na pista de dança. É a partir da exploração da gestualidade dos corpos femininos que se tem a construção de uma narrativa sobre a presença do funk nas classes médias e altas paulistanas, centrando a questão na sexualização das jovens que se transformam em ‘tchutchucas’ e ‘cachorras’ por uma noite.

A descrição do vestuário que é feita na matéria jornalística revela, ademais, uma parte importante desse processo de sexualização dos corpos femininos e que envolve os próprios frequentadores das casas noturnas. Sobre os homens, é feita na reportagem referência sucinta às vestes que eram, basicamente, camisetas e calças largas (no entanto, alguns homens ficavam descamisados) e carros de luxo. Não há menção à valorização das formas do corpo. Já, para as mulheres, são mencionadas calças justas, tops justos, piercings no umbigo, salto alto, cabelo solto e artifícios para se criar uma aparência ‘sexy’ semelhante à das funkeiras cariocas. O ponto aqui em discussão não é a inveracidade do funk neste contexto de início dos anos 2000 em São Paulo, conforme alude o título “Funk fake”. Ao mesmo tempo em que as roupas podem revelar uma verdade, elas também podem mentir, isto porque o vestuário não é algo superficial, que realça ou falseia o interior de uma pessoa. Ele permite que materializemos o que pensamos ser, sem a existência do conflito ou da ideia de consonância entre interioridade e exterioridade (MILLER, 2010, p. 22). O ponto em destaque é a

conformação de um duplo discurso: um de auto representação e outro de representação, ou seja, como estas mulheres em São Paulo se representam, se entendem, em um processo de sexualização de seus corpos e como, em segundo lugar, a reportagem constrói discursos e reafirma estereótipos sobre a sexualidade. Portanto, não é somente um único veículo, isto é, somente o jornal que estabelece um discurso sobre a sexualidade no funk paulista, as mulheres também o fazem e, em ambos, o papel da materialidade é fundamental.

Os artefatos são apropriados pelos sujeitos, com mediação do corpo, em um processo dinâmico em que, as funções atribuídas aos objetos podem ser contraditórias e distintas das funções convencionais. Determinadas por contextos sociais, a relação dos objetos com os seres humanos é culturalmente dimensionada e realocada. Partindo desse pressuposto, argumentamos que, se no funk do Rio de Janeiro a materialidade era apenas a característica marginal dos sujeitos, ao chegar em São Paulo, o funk passa a operar sob outra lógica em que a materialidade se torna protagonista e elemento indissociável desta cultura, sobretudo no processo de sexualização dos corpos e produção de discursos sobre esse processo.

Para Lauretis (1994), a sexualização do corpo feminino é elemento recorrente nos discursos de arte, literatura, ciência médica, religião, assim como a identificação de atributos sexuais nas mulheres. Conforme afirmado anteriormente, no funk paulista, a sexualidade é operacionalizada tanto pelos agentes desta cultura, como MCs, DJs, dançarinos, empresários, frequentadores de bailes como também pela imprensa, pela mídia que constrói representações. A interpretação foucaultiana sobre dispositivo de sexualidade traz esclarecimentos. Giorgio Agamben (2005) destaca que a ideia de dispositivo de Foucault engloba

[...] qualquer coisa que tenha de algum modo a capacidade de capturar, orientar, determinar, interceptar, modelar, controlar e assegurar os gestos, as condutas, as opiniões e os discursos dos seres viventes. Não somente, portanto, as prisões, os manicômios, o panóptico, as escolas, as confissões, as fábricas, as disciplinas, as medidas jurídicas etc., cuja conexão com o poder e em um certo sentido evidente, mas também a caneta, a escritura, a literatura, a filosofia, a agricultura, o cigarro, a navegação, os computadores, os telefones celulares e - porque não - a linguagem mesma, que é talvez o mais antigo dos dispositivos, em que há milhares e milhares de anos um primata - provavelmente sem dar-se conta das consequências que se seguiram - teve a inconsciência de se deixar capturar. (Ibid. p. 13).

Sendo assim, o dispositivo da sexualidade é a rede de estratégias que se estabelece conectando os discursos, as instituições, as leis, os textos científicos, incluindo, portanto, a

imprensa e os próprios discursos formados pelos sujeitos do funk. Falas como “o funk faz com que a mulherada libere mais a sensualidade. As letras são a cara do Brasil. Falam a verdade sobre o culto ao corpo.”; “[o funk] é um ritmo para se divertir. Expõe toda a feminilidade”, e “a mulherada aproveita esse embalo para se promover, e os caras vêm atrás (...)” foram enunciadas por mulheres e revelam, além de uma contradição, por reforçar estereótipos de gênero, como o vínculo da feminilidade com a sexualidade do funk, clarificam a forma como atua o dispositivo de sexualidade no funk, em corpos e produzindo discursos e saberes sobre eles em textos jornalísticos, entrevistas, revistas, imagens, videoclipes, letras de música.



25 de fevereiro de 2001 - ano 9 - nº 458

Foto: reportagem da Folha de S.Paulo - São Paulo em especial: reportagem - Foto: Sérgio Albuquerque/Folha Imagem

revista da Folha

Funk fake

Ritmo carioca põe
"popozudas de
grife" e "tigrões
de pelúcia"
para dançar nas
boates de SP

A estudante
Bruna Castro
Ferreira, 19,
debuta em
baile funk na
Vila Olímpia

De carona no bonde

Classe média adere à moda **funk**, onde as musas são cachorras, popozudas ou tchutchucas e os homens, tigrões



A equipe carioca Castelo das Pedras em baile **funk** que reuniu cerca de 4.000 pessoas em casa noturna na Vila Olímpia

Ela deixou de dançar ao som de Bob Marley, o pai do reggae. Não engrossa mais o coro de protesto dos rappers dos Racionais MCs. Também engavetou a fúria punk dos CDs de Sex Pistols e Ramones, mesmo depois de tocar bateria numa banda de garagem, a Hell Cats. Agora, a estudante Kate Cristina do Carmo, 19, só tem corpo e ouvidos para o **funk**.

"Tem que se ligar em coisa nova, reciclar. Não dá para ficar num só tipo de som. Acho superpunk a batida **funk**. Quer coisa mais punk do que ser chamada de cachorra?", pergunta Kate, rebolando ao som do hit "Tapinha" ("dói, um tapinha não dói").

Cachorra, assim como popozuda, é uma gíria do universo **funk**, ritmo que nasceu no subúrbio carioca. É como são chamadas as garotas mais atiradas, que falam palavrões e gírias em excesso e são adeptas do sexo sem compromisso.

"Ser cachorra é uma atitude 'rock and roll'", diz Kate, a neoconvertida, combinando a herança do guarda-roupa punk - piercing no nariz, calças e tamancos repletos de tachinhas - com top da mesma cor da calça e a argolinha no umbigo que identificam uma popozuda. "Estou hipnotizada por esse novo som."

Nem tão novo assim. Os bailes funks existem desde o início da década de 80, mas durante anos ficaram circunscritos à periferia carioca e só frequentavam o noticiário na parte policial, por causa da violência dos confrontos entre as "galeras".

Recentemente, o ritmo migrou para a zona sul, onde as modas são criadas, e ficou "bem" entre a moçada de classe média. Ganhou espaço em programas da Xuxa, virou hit nas rádios e motivo de disputa entre gravadoras. Como bola da vez, deve reinar no Carnaval, atraindo foliões de diferentes facções, do Rio a Salvador, terra da axé, onde caiu no gosto dos trios elétricos.

No final de semana passado, a invasão chegou a São Paulo, onde pelo menos sete bailes e matinês atraíram cerca de 10 mil pessoas a casas da Vila Madalena, Mooca e Vila Olímpia.

Na mudança, a platéia **funk** se "elitizou", e os R\$ 5 originalmente cobrados nos bailes suburbanos subiram para R\$ 40 na estréia paulistana. Em vez de ônibus, os tigrões chegavam em carros novos, janelas abertas, os hits funks no último volume.

Mas o visual da popozuda se manteve mais ou menos o mesmo: tops justíssimos, calças ou microshorts apertados (melhor ainda se deixar a marquinha do biquíni



8

à mostra), piercing no umbigo, salto alto, glitter no corpo, cabelão solto e brinçõs de argola. Só que com muito mais grife.

"A popozuda é uma personagem típica da periferia carioca. Ela faz parte de um movimento musical como qualquer outro que aparece no verão. É comum pegarem um som de gueto e massificarem", analisa o escritor Paulo Lins, 42, autor de "Cidade de Deus" (Companhia das Letras), livro que retrata uma das maiores favelas do país, berço de vários grupos de **funk**.

Lins diz que a identidade cultural do **funk** está ligada ao morro carioca, assim como o hip hop é o retrato falado da periferia paulistana. O primeiro privilegia as letras marotas, de forte conteúdo sexual; o segundo fala da violência e pobreza. "Talvez a descontração e a beleza natural do Rio tenham criado condições para fazer surgir uma letra mais divertida, brincalhona. Já a exclusão, inclusive física, da periferia paulistana, provocaram um discurso mais político, que retrata essa violência social", analisa o escritor.

Os representantes paulistanos concordam. "O rap é o canal de denúncia da violência policial, racial e social, além de alertar para os problemas das drogas e a falta de perspectiva do adolescente da favela. A letra do **funk** não tem preocupação social", afirma um dos precursores do hip hop paulistano, Thaíde, 33, que faz dupla com DJ Hum.

O rap faz parte da chamada cultura hip hop paulistana, que surgiu em São Paulo na mesma época, início dos 80, e inclui figuras como o DJ, o b-boy (dançarino de break) e o grafite. "No **funk** carioca, o apelo é para o sexo, e os aplausos são para as bundas", diz o produtor cultural, dançarino e músico Nelson

Triunfo, 46, o Nelsão. "E o som nem **funk** é", critica Thaíde.

O chamado **funk** carioca é, na verdade, um estilo musical conhecido como "miami bass", uma vertente da música eletrônica, bem diferente do **funk** original (leia texto abaixo).

"Esse modismo, impulsionado pela indústria fonográfica e pela mídia, está até atrapalhando o **funk** autêntico. Quem não conhece acha que isso é **funk**", critica Nelsão, líder da banda **Funk & Cia**.

Organizador dos bailes funks da casa Castelo das Pedras, do Jacarepaguá, Rio, o ator Alexandre Prota –que até criou uma personagem para os bailes, a Enfermeira, no estilo Feiticeira– rebate. "O **funk** não é uma onda nem um modismo. É claro que essa empolgação toda irá diminuir, mas o ritmo não vai desaparecer, assim como o axé, o pagode e o sertanejo estão aí, vivos."

Popozudas e tigrões Quem aderiu ao punk não dá a mínima para as firulas musicais. "Eu gosto do visual da popozuda, é totalmente sexy. Para mim, só está faltando o piercing. O problema é que lido com executivos, e ainda há muito preconceito contra esses acessórios", reclamava a bancária Paula Cristina da Silva, 19, no show do Furacão 2000, a mais conhecida equipe de bailes **funk** do país.

Funkeira dos pés à cabeça –inclusive com piercing no umbigo–, a estudante de propaganda e marketing Cristiane Carmona, 19, é outra fã do ritmo baiano que entrou no embalo carioca. "O som é legal para se divertir, para dançar. Mas a letra não presta", diz Cristiane, que conheceu o **funk** há três anos. "Uns amigos de São Vicente organizam bailes na Baixada San-

O relaxo é pai do **funk**

por Edson Franco

Sociologicamente, o movimento do **funk** carioca tem lá sua validade. Como todas as manifestações de música popular dignas de nota, ele saiu da periferia e caiu nas graças dos moradores de regiões mais nobres das grandes cidades. Musicalmente, esse estilo nada mais é do que um monumento à repetição. Das batidas ao chauvinismo das letras, os frequentadores de bailes da equipe Furacão 2000 não ouvem nada de novo há décadas.

Como, em sua origem, esse tipo de música era produzido por rapazes pobres com uma bateria eletrônica (rudimentar) na mão e um arsenal reduzido de idéias na cabeça, a criatividade foi a primeira vítima na gênese do **funk** carioca.

Só a economia nas despesas com energia elétrica pode explicar o fato de

ninguém ter desenvolvido uma nova batida ou pelo menos uma variação interessante do baticum original.

Com as recompensas da superexposição atual, Tigrão e companhia poderiam investir dinheiro em baterias mais modernas e tempo na decifração de seus manuais. Em defesa dos "músicos", pode-se argumentar que, ao se manterem fiéis à precariedade original, eles estão distantes da pasteurização. Mas, pelo que se ouve nas rádios, supermercados e programas de auditório, o relaxo é o pai do atual **funk** carioca.

Diferentemente do rap, que exige um mínimo de articulação e muita paciência para vasculhar a obra alheia em busca de samplers estimulantes, para fazer um bom **funk** só é preciso imaginar que gírias deverão ser repetidas à exaustão.

Não há a menor preocupação com

melodia. E esse é um dos poucos fatores que aproximam o atual **funk** produzido pelos grupos cariocas dos originais norte-americanos surgidos a partir do final dos anos 60.

Resultado da convivência nem sempre pacífica entre africanos e norte-americanos, o verbete "**funk**" desafia dicionaristas até hoje. Entre suas definições, há uma que dá a essa palavra o significado de alguém ou algo que cheira mal.

Sintoma maior do vazio de idéias da música popular atual, o **funk** carioca não chega a ser um sucessor digno do binômio axé-pagode. Perde em variedade para o primeiro e em acabamento para o segundo. Não dura até o próximo verão, pelo menos além das fronteiras dos subúrbios do Rio, seu habitat natural e único lugar em que ele faz algum sentido.



A apresentadora Cintia Assis, 20, repete coreografia em baile na A1 São Paulo; a estagiária de direito Ziza de Paula Olmedila, 22, no mesmo lugar

tista há tempos. Para mim, não é novidade”, esnoba.

Situação inversa à da estudante Bruna Castro de Siqueira Ferreira, 19, que foi apresentada ao **funk** pela primeira vez no baile de Frota, frequentado por 4.000 mauricinhos e patricinhas. Embora se identifique com o estilo “surfista”, Bruna diz que está louca para comprar discos de **funk**. “Adoro ‘boys band’, como Backstreet Boys, ‘N Sync e o Westlife. Mas a dança do **funk** é o máximo”, justificava, enquanto aprendia mais um “passinho”, molhada de suor.

Cercada por empolgados garotos sem camisa –despir a peça é um ritual do baile **funk**– Bruna decidiu adotar o rebolado, mas rejeitar a “comunhao” dos movimentos coreografados. “Essa coisa de homem ficar se esfregando com mulher não é legal. Nem esse papo de cachorra. Comigo não”, dizia.

“No Rio, as mulheres adoram ser chamadas assim. É um elogio, significa poder, erotismo, que ela é gostosa, que domina a cena”, acredita o carioca MC Doca, 26.

Para as cachorras assumidas, Bruna está mais para tchutchuca ou purpurinada, como são chamadas as funkeiras que têm namorado fixo, passam por submissas e estão de olho no status do acompanhante.

Algumas querem o melhor dos dois mundos. “Espiritualmente sou um tchutchuca, mas esteticamente sou uma cachorra. Sou do tipo que finge ser dominada, mas quem manda sou

eu”, define a apresentadora de TV Cintia Assis, 20.

Para muitos paulistanos, a cena é boa para levar vantagem. “As meninas ficam empolgadas com a música e nem percebem a aproximação. Fica fácil chegar junto”, diz Walter Donizete Ramin, 22, designer gráfico. Camiseta sem manga, calças largas e tênis, Walter encarna o figurino do tigrão, mas de pelúcia: adora Marisa Monte, Alceu Valença e Tom Jobim. “O **funk** libera o lado mais obscuro das pessoas”, afirma.

Por onde passava, a aeroviária Karen Tesotto Ribeiro, 20, era seguida por um coro de “popozuda, popozuda”. “Não ligo, quero aproveitar. O **funk** faz com que a mulherada libere mais a sensualidade. As letras são a cara do Brasil. Falam a verdade sobre o culto ao corpo”, explica Karen, que “ama axé e sertanejo, principalmente a dupla Rio Negro & Solimões”.

A estagiária de direito Ziza de Paula Olmedila, 22, fã de pagode e axé, também sai em defesa das popozudas e do **funk**. “É um ritmo para se divertir. Expõe toda a feminilidade.”

E é isso que vai fazer a moda vingar, na opinião da estudante Cristiane Carmona. “A mulherada aproveita esse embalo para se promover, e os caras vêm atrás. Quando se fala em **funk**, a referência é a popozuda. E todo mundo quer tirar uma casquinha. Os homens de olho na própria, e as mulheres, se exibindo”, brinca Cristiane. “E já que esse é o embalo, eu não posso perder tempo.” ■

Figuras 20 - Capa e reportagem do dia 25 de fevereiro de 2001 da Revista *Folha* sobre os bailes funks realizados em casas noturnas da cidade de São Paulo.

Em outra reportagem, do jornal *O Estado de São Paulo*, publicada no dia 09 de outubro de 2005¹⁵⁶, a pauta é retomada: mulheres majoritariamente de setores abastados da sociedade paulistana que frequentavam bailes funks em renomadas casas noturnas da zona sul da capital, vestindo roupas de alto valor como calças italianas Diesel, que ultrapassavam o preço de R\$1000, bonés da marca americana Van Dutch, que custavam mais de R\$ 350, sapatos de salto alto e blusas justas e decotadas:

Não é só o clima mais frio que o do Rio que faz as ‘tchutchucas’ paulistanas saírem de casa com mais roupas. Evitar olhares no trânsito e brigas com os pais também estão entre os motivos. Nada, porém, que comprometa o estilo funkeiro. Que em São Paulo ganhou ares de periferia chique (...).

Ao longo da matéria são entrevistadas quatro jovens que, em comum, falam sobre o figurino sensual, “bem ao estilo dos morros”, que diferia da realidade de São Paulo. A primeira entrevistada afirmou que o top improvisado (que havia feito a partir de uma blusa regata para participar de um concurso de dança) era charmoso, porém não era possível sair nas ruas trajando aquele tipo de vestuário. A segunda entrevistada, descrita pela reportagem como uma mulher com cabelos e maquiagem bem alinhados, ousada na dança e fazendo uso de uma saia ‘vaporosa’, na mesma linha, destacou que a mãe reclamava de sua vestimenta em dias de balada. Em outra casa noturna, uma jovem afirmou que era importante o uso do sobretudo encobrendo sua roupa (calça jeans de cintura baixa e top decotado) pois, “não [dava] para andar na rua assim”. A última entrevistada mulher, que possuía figurino definido na matéria como sendo ‘mais recatado’, afirmou que não sabia chegar à periferia para ir a um baile na zona leste ou norte da capital e se preparava para o baile funk na zona sul assistindo à personagem Raíssa, da novela das nove da Rede Globo¹⁵⁷.

O último entrevistado é um homem de 21 anos que declarou que “só aqui tem patricinha fantasiada de bandida”. A fala deste entrevistado foi transformada no título da

¹⁵⁶ ZONTA, Natália. Patricinhas se disfarçam de bandidas. **O Estado de São Paulo**. 09 out. 2005. p. C3.

¹⁵⁷ Entre março e novembro de 2005 foi exibida após às 21h na Rede Globo, no horário de maior audiência da emissora, a telenovela “América”. Na novela havia a personagem de nome Raíssa, interpretada pela atriz Mariana Ximenez, uma jovem de família abastada que, após a separação dos pais, passa a frequentar bailes funks em morros cariocas. À época, a personagem obteve enorme reconhecimento do público, tornando-se uma das mais populares da trama exatamente por estar inserida em dois universos: o universo de classe alta, de uma herdeira, e a de uma jovem que gostava de ir a bailes funks em locais pobres da cidade.

matéria que, além das entrevistas, apresenta a imagem de uma jovem, de salto alto preto, em primeiro plano, usando uma saia curta colorida, de tecido leve que permite que ela pose com as pernas semiabertas e semiflexionadas, com as mãos no joelho, uma referência explícita da reportagem sobre o caráter sexual do funk, pela movimentação do corpo no momento da dança que objetiva projetar o bumbum para trás, em um movimento de sobe e desce. Ao fundo aparecem outras três meninas, duas de barriga de fora, usando tops, botas de cano longo pretas de salto médio, uma mulher de calça jeans abaixo da linha da cintura e duas meninas de saias curtas. Assim como a reportagem analisada anteriormente, não há referências que ocupem mais de um parágrafo sobre os homens na pista de dança, suas roupas, nem tão pouco, há imagens de homens circulando pelo ambiente, o que há é apenas a menção de que os homens usavam tênis importados.

Abaixo da imagem, há ainda uma espécie de glossário sobre o funk com o significado de alguns termos utilizados como “tchutchuca”, que identifica uma ‘mulher bonita, meiga, para namorar’ e “cachorra”, uma “garota liberada, que ‘fica’ com mais de um garoto por noite”. De doze termos que são apresentados no glossário, sete fazem referência ao corpo da mulher, quatro fazem referência a características do funk do Rio de Janeiro e somente um termo faz referência ao homem, o termo “pichadão” que quer dizer homem feio.

Temos, portanto, tanto na reportagem citada anteriormente, quanto nesta última, a constituição de uma imagem sobre a chegada da cultura funk em São Paulo associada diretamente às mulheres, com a sexualização de seus corpos, seu modo de vestir e de gestualizar. É interessante notar que, desde 1995, já se produzia funk e já eram realizados bailes funks na Baixada Santista, a menos de 100 km de distância da capital. Porém, os bailes funks de elites urbanas paulistanas tinham como referência os bailes funks do Rio de Janeiro. Nos bailes elitizados as mulheres, por meio da síntese corporal, portanto, incorporando a dinâmica de saias, tops e calças de cintura baixa, pista de dança, músicas à sua motricidade, transformavam-se de patricinhas em tchutchucas, bandidas ou cachorras, por algumas horas.

A esta altura, o funk carioca já era reconhecido nacionalmente como uma cultura periférica e já estava difundido em bailes da zona sul carioca, como Copacabana, Leblon e Ipanema e, até mesmo, em jornais e programas de televisão. Enquanto o funk paulista, da Baixada Santista, tinha circulação restrita, pouco apelo midiático e, por isso, não interessava aos empresários de casas noturnas da capital, que preferiam fazer eventos contratando shows

de MCs cariocas¹⁵⁸. O destaque ao funk carioca, mesmo em São Paulo, faz-se também pela materialidade, pois na primeira reportagem que analisamos todas as mulheres faziam uso de calças justas, as chamadas “Calça da gang”, uma calça que era reconhecida por funkeiras do Rio de Janeiro e, depois, pelas neo-funkeiras de classe média alta de São Paulo por modelar o corpo.

Em pesquisas etnográficas realizadas nos bailes funks cariocas, Mylene Mizrahi (2010) analisou as calças da Gang:

no Baile, como constatei, o relevante não era a marca de seu fabricante mas a materialidade de seu tecido, que emprestava o seu nome à categoria englobante que designou o estilo: “Calça de Moletom Stretch”. As propriedades físicas do objeto, em sua interação com o corpo e seus atributos culturais, fizeram com que as moças do Baile se apropriassem da peça de roupa e criassem assim um estilo, através do sentido que lhe atribuíram por meio de seu uso na festa. A calça não concedia atributos corporais, mas realçava-os. Por este motivo, moças de corpos magros e poucas curvas elegiam peças de roupas alternativas. (Ibid. p. 183)

As calças, em pouco tempo, por causa da elasticidade do stretch, difundiram-se entre as mulheres, atingindo desde os bailes de favela até o “alto gosto”, pois como o tecido era confortável e maleável, permitia que as jovens fizessem uma série de movimentos de dança sem atrapalhar a mobilidade do corpo ao mesmo tempo que permitiam destacar as formas das coxas, das pernas e dos glúteos. Além da calça, que virou moda, as funkeiras cariocas também lançaram as blusas e tops em malhas sintéticas que, na cidade do Rio de Janeiro, eram vendidas em feiras e lojas populares por cerca de R\$ 25 (MIZRAHI, 2010, p. 187)¹⁵⁹. Já na metade da década, são as saias e shorts curtos, de tecido *denim* ou de tecido mais solto, que dominam as pistas dos bailes funks.

¹⁵⁸ Matéria do dia 02 de fevereiro de 2001, do jornal *Folha de São Paulo*, intitulada “Funk carioca começa a tocar fora do Rio” destaca que a música “Tudo dominado”, do grupo SD Boys, contratados da empresa Furacão 2000, foi a nonagésima sexta música mais tocada no país em janeiro de 2001. Ao fim da matéria, o jornalista Marcelo Valletta assinala, no entanto, que no ranking das 100 músicas mais tocadas em São Paulo não havia nenhum funk. Esta afirmação nos leva a pensar que a entrada do funk carioca na cidade de São Paulo se deu de forma segmentada, não-avassaladora, ao contrário do que ocorreria em fins da primeira década do século XXI, com o funk da vertente Ostentação.

¹⁵⁹ Mizrahi aponta que as funkeiras cariocas tinham criado a marca M&M que fazia referência às comunidades de Manguinho e Mandela, na zona norte da cidade. Cf. MIZRAHI, Mylene. **A estética funk carioca: criação e conectividade em Mr. Catra**. Universidade Federal do Rio de Janeiro. Rio de Janeiro, 2010.

Patricinhas se disfarçam de bandidas

Em São Paulo, uniforme do funk inclui calças de R\$ 1 mil e bonés de R\$ 350,00

COMPORTAMENTO

Não é só o clima mais frio do que no Rio que faz as "tchutchucas" paulistanas saírem de casa com mais roupas. Evitar olhares no trânsito e brigas com os pais também estão entre os motivos. Nada, porém, que comprometa o estilo funkeiro. Que em São Paulo ganhou ares de periferia chique, com pistas lotadas de gente com calças Diesel, cujos preços passam de R\$ 1 mil, bonés Van Dutch, que custam em média R\$ 350,00, salto para as mulheres e tênis importados para os homens.

Algumas casas já abriram até exceções para se adaptar ao visual mais "livre" do funk. Como a Arehna, na Vila Olímpia. Em dias de música eletrônica, é proibido entrar de tênis, boné, regata. Mas, nas quintas cariocas, tudo é liberado. "O pessoal vem preparado para rebolar. Todo mundo mais despojado", justifica o dono, Paulo Muanis.

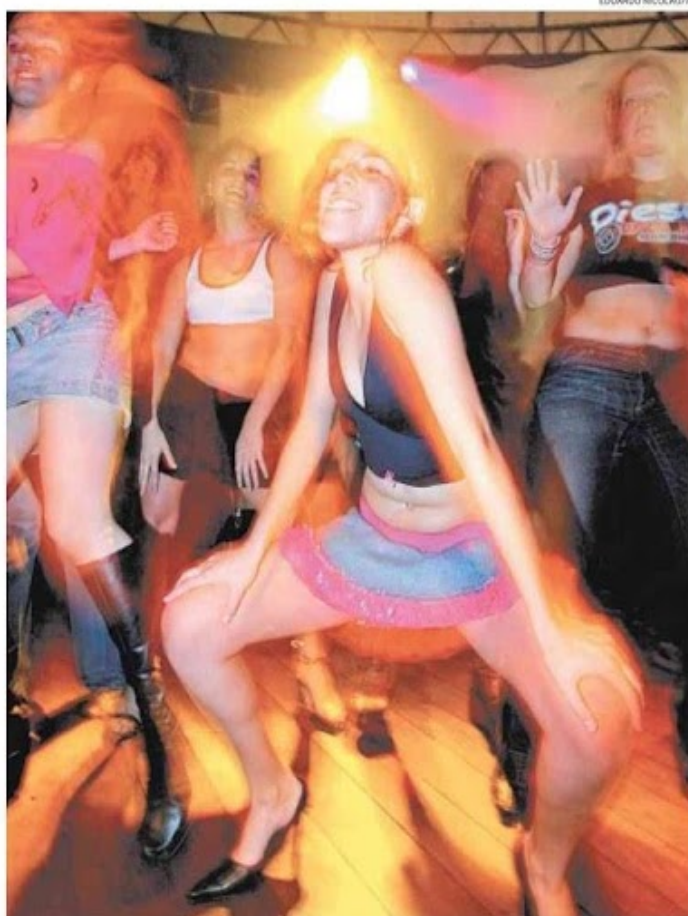
E, para alguns, bota despojado nisso. Dançando sem parar no concurso para eleger a mais "popozuda" do Armazém da Vila, a estudante de moda Natália Nunes, de 20 anos, ostentava na semana passada um top bem ao estilo dos morros. Mas ela não saiu na rua com barriga de fora. O top era improvisado, feito a partir da regata branca. "Além de charmoso, ele é mais confortável, aqui é muito quente. Mas

não dá para sair assim de casa."

Ao lado, a estudante Carolina Portello, de 18 anos, sua rival na disputa, arrancava gritos da platéia. Cabelo e maquiagem impecáveis, não se importava em fazer passos ousados com a saia vaporosa. Na chapalaria, estava guardada a jaqueta que serviu para cobrir a regata justa. "Minha mãe reclama um pouco. Ainda bem que ela não sabe como é a balada", disse, sobre a sensualidade do funk, onde garotas rebolam e fazem trenzinho, para delírio de garotos.

Na fila da Love, a vendedora Bruna Karen, de 19 anos, fazia o tipo misteriosa com um casaco longo. A curiosidade para descobrir o figurino acabou na pista: calça de cintura baixa e o top para lá de decotado. "Não dá para andar na rua assim."

Na mesma fila, pronta a desembolsar R\$ 50,00 para ver o show dos MCs Coringa e San Danado, a veterinária Carolina Gazalla, de 28 anos, tinha figurino mais recatado. Depois de contar que dificilmente iria num funk nas zonas leste ou norte - "nem sei como chegar à periferia" -, ela explicou como se prepara para os pancadões da zona sul: "Fiquei vendo a Raíssa dançar na novela." Na mesma noite, o estudante de comércio exterior Rafael Castanheira, de 21 anos, resumia a vantagem do funk paulistano: "Só aqui tem patricinha fantasiada de bandida." ● Natália Zonta



ESTILO IMPROVISADO - No Armazém da Vila, as regatas, nas ruas escondidas por jaquetas, dão o tom

CONHEÇA A LÍNGUA DOS FUNKEIROS

- **BOMBAR**: animar a festa
- **BONDE**: turma, galera
- **CACHORRA**: garota liberada, que "fica" com mais de um garoto por noite
- **CHAPA QUENTE**: Lugar ou pessoa que coloca qualquer um para "ferver"
- **GLAMUROSOSA**: mulher bonita e poderosa
- **PANCADÃO**: baile com batida funk
- **PICHADÃO**: homem feio, que afasta as popozudas
- **POPOZUDA**: mulher de bumbum grande
- **POPOPÊ**: mulher com bumbum pequeno
- **POTRANCA**: popozuda, gostosa
- **TECO-TECO**: mulher feia, oposto de avião
- **TCHUTCHUCA**: mulher bonita, meiga, para namorar

Figura 21 - Reportagem "Patricinhas se disfarçam de bandidas", do jornal *O Estado de São Paulo*, de 09 de outubro de 2005.

Voltando à análise sobre o gênero, as fotografias que integram as matérias sobre o funk carioca em São Paulo demonstram a forma como os corpos são compreendidos por essas mídias e, também, a forma como os corpos são explorados pelos próprios entrevistados, sujeitos do universo cultural do funk. Igualmente, os compositores e MCs partilham das mesmas noções de sexualidade feminina, pois, conforme analisado na letra da canção "Fubanga Macumbeira", ao injuriarem um tipo de caracterização de mulher, criam e/ou ratificam um discurso sobre o que seria o ideal de uma funkeira. Este conjunto variado e

heterogêneo de discursos, se vistos segundo a ótica foucaultiana, gerencia, administra e discorre sobre os modos de viver de populações e sobre seus corpos. Ampliando o argumento, a partir da teorização de Lauretis, compreendemos como este dispositivo de sexualidade atua a partir de uma lógica androcêntrica, que toma o homem como modelo e a mulher como seu contra modelo, ou como excesso do modelo.

A pesquisa de Adriana Carvalho Lopes (2011) sobre o funk carioca permite compreender as relações de gênero nesta cultura. Na capital carioca, diferentemente de São Paulo, muitos dos grupos de dança e MCs de funk eram formados por mulheres, e não somente homens, uma outra diferença entre o funk de São Paulo e do Rio de Janeiro, sobre o que falaremos mais adiante. Em comum, estes e estas MCs, dançarinos e, sobretudo, dançarinas de funk, caracterizavam-se pela valorização de movimentos sexuais nas coreografias, letras com temáticas sexuais, estética sexualizada e uma superexposição dos corpos em shows, vídeos para a Internet e fotografias de divulgação, o que foi interpretado, no período, como uma quebra de paradigmas e tomada de controle da sexualidade pelo público e artistas femininas.

Tomemos como exemplo dessa ideia de transgressão no funk o documentário *Sou feia mas tô na moda*, lançado em 2005, dirigido e roteirizado por Denise Garcia, e que destaca a inovação encabeçada por mulheres em uma cultura considerada machista e misógina. No documentário, cantoras como Tati Quebra-Barraco, Valesca Popozuda e Deise Tigrona apontam que, apesar de sentirem-se confortáveis para cantarem sobre prazer sexual e desempenho de parceiros sexuais, recebiam pelo trabalho de cantoras valores inferiores em relação aos homens e faziam menos shows por semana que seus colegas — enquanto um MC fazia até 9 shows por fim-de-semana, uma MC fazia, no máximo, de 3 a 5 shows, segundo relata MC Deise Tigrona, ex-empregada doméstica e uma das primeiras mulheres a trazer a sexualidade feminina para suas letras.

No documentário, há cenas que mostram MC Tati Quebra-Barraco buscando equiparar-se aos homens no que tange ao montante angariado ao fim de um mês de apresentações, fazendo shows grávida de oito meses, sem proteção legal por não possuir vínculo empregatício com a empresa contratante. Apesar disso, Valesca Popozuda, então vocalista do grupo Gaiola das Popozudas, afirmou que o funk permitiu que muitas mulheres pudessem conquistar autonomia financeira para criar seus filhos e amparar financeiramente suas famílias.

Em entrevista publicada em novembro de 2005, Denise Garcia (diretora do documentário *Sou feia mas tô na moda*) afirmou que as cantoras de funk, protagonistas do documentário, integravam um novo movimento em curso no Brasil, o da afirmação sexual da mulher, que expressava seus impulsos mais íntimos e denunciava o machismo em suas letras e performances¹⁶⁰. Em outra entrevista, Garcia destacou que o preconceito contra as MCs seria um falso moralismo, por que ocultava, na realidade, o preconceito contra os moradores da favela. Enquanto o carnaval carioca era celebrado e marcado por corpos expostos, nudez, tido como um patrimônio cultural do país, a mesma lógica não era aplicada às mulheres de personalidade debochada do funk¹⁶¹.

Entretanto, com base em pesquisas etnográficas, entrevistas com cantores, dançarinos e empresários, Lopes (2011) analisou que não havia revolução sexual nenhuma em curso no funk carioca. Muito pelo contrário, para Lopes, havia a reafirmação de uma lógica masculina de sexualidade. Para ela,

[...] com raríssimas exceções, tanto as moças, quanto os rapazes integrantes dos bondes (...) não se situam como sujeitos que estariam preocupados em desafiar as rígidas regras de gênero, tampouco em lutar por seus direitos sexuais. Ao contrário, nesse caso, elas e eles repetem e respondem como produtores de uma determinada lógica compulsória dos gêneros, pois é tal lógica que, segundo eles, ‘vende’(...). (Ibid p. 166).

A ideia de Lopes se orienta, para além das ideias de Giddens (1993) sobre sexualidade plástica, na tese do antropólogo escandinavo Anders Michelsen (2001), que argumenta que a sexualidade não é somente um tema de ordem privada ou estatal, mas que se tornou um produto de mercado em ascensão, que engloba TV, cinema, jornais, Internet e que se relaciona a um processo mais amplo de sexualização mercadológica, que envolve pornografia e que gera lucros a empresas como editoras, produtoras, emissoras televisivas. Isto não significa, porém, afirmar que a cultura funk brasileira paulista ou carioca seja somente alimento do mercado pornográfico, pois este tipo de raciocínio vai de encontro a uma série de discursos propagados na sociedade que objetivam inferiorizar e desabonar a carga cultural do funk. Diferentemente de Lopes, nosso objetivo é compreender os vetores envolvidos nas relações de gênero do funk paulista.

¹⁶⁰ LEMOS, Nina. Funk feminista ‘rebola’ no cinema de São Paulo. **Folha de São Paulo**. 26 nov. 2005. p. E2.

¹⁶¹ MATIAS, Alexandre. “Sou feia...” mostra funk além do fenômeno. **Folha de São Paulo**. 16 dez. 2005. p. E6.

As reflexões de Lopes (2011) se opõem à ideia de que as MCs mulheres estariam produzindo funks feministas. Lopes destaca que a liberdade exaltada nas canções não encontrava correspondência nos bastidores do mundo funk do Rio de Janeiro, já que a maioria dos produtores, empresários e equipe técnica dos MCs eram homens que gerenciavam carreiras e interesses de mercado. Inclusive a cantora Verônica Costa, uma das donas da equipe de som Furacão 2000, que enriqueceu administrando a empresa da família e ganhou fama nacional por meio de suas canções, o que lhe garantiu ser, por quatro vezes, eleita vereadora da cidade do Rio de Janeiro. Sua carreira, no entanto, era gerenciada pelo marido, Rômulo Costa.

Tati Quebra-Barraco foi, durante o ano de 2004, alvo da curiosidade da sociedade e da mídia paulista por causa não somente de suas letras, mas também de sua postura pouco delicada e nada recatada. Em entrevista ao repórter Jotabê Medeiros, em junho, foi destacado que, apesar de artisticamente ser uma figura despachada, na vida pessoal Tati era uma mulher conservadora: tímida, casada pela terceira vez aos 24 anos, mãe de três crianças e dona de um cachê que passou do valor de R\$ 50 para R\$ 1000 em pouco tempo¹⁶². Em outra matéria, a jornalista Érika Palomino colocou a funkeira como “Musa do verão neotropicalista”, uma mulher símbolo do “novo feminismo popozudo, da pós-modernidade vivida nas ruas e barracos brasileiros”, ícone da última temporada dos altos desfiles de moda, não só no Rio, como também em São Paulo, sendo convidada ilustre da São Paulo Fashion Week¹⁶³.

Por mais que muitas cantoras do funk tivessem ganhado projeção pela afirmação de sua sexualidade, as cantoras de funk não formação nem estavam engajadas no movimento feminista ou de libertação sexual da mulher, conforme afirma Lopes. Em entrevista concedida à pesquisadora, MC Dandara, por exemplo, afirmou que o mundo havia se transformado em uma “putisse” e que os jornalistas queriam vender a imagem irreal de liberação sexual feminina. Na mesma linha, MC Tati Quebra-Barraco afirmou que só cantava sobre sexualidade porque era um produto que vendia bem e que não havia nenhuma causa feminista por detrás disso (LOPES, 2011, p. 169).

Mylene Mizrahi (2010), acerca desta questão, afirma que no funk carioca “as relações tradicionais entre os gêneros não significam, no que toca a sexualidade, ausência de agência

¹⁶² MEDEIROS, Jotabê. A hora e a vez da funkeira Tati Quebra-Barraco. **O Estado de São Paulo**. 18 jun. 2004. p. D6.

¹⁶³ PALOMINO, Erika. Tati Quebra-Barraco é musa do verão neotropicalista. **Folha de São Paulo**. 12 nov. 2004. p. E 12.

nem tampouco a subjugação de um pólo pelo outro” (Ibid. p. 237). Para ela, o funk carioca, com as falas de mulheres sobre sexualidade, podem ser compreendidas como uma ação mais subversiva. Já para Lopes (2011) não é agência e nem resistência que fazem com que mulheres cantem sobre sexualidade, trata-se de uma questão mercadológica, ou seja, atender a uma demanda de empresários, ouvintes, gravadoras, rádios. Sobre esta temática, Rodrigo Faour (2006) entende que a liberação sexual é um assunto que está atrelado muito mais a um poderoso mercado erótico, que movimenta bilhões de dólares em todo o mundo, do que, de fato, a um movimento que representa uma alteração significativa na forma como se estabelecem as relações de gênero, pois os corpos, sobretudo de mulheres, movimentam um cenário em franca expansão desde o período de Chiquinha Gonzaga, isto é, desde fins do século XIX, ganhando formas mais delineadas na década de 1970, com o surgimento de letras marcadas pelo duplo sentido da linguagem, pela escatologia, pelo sexo. Ou seja, a sexualização dos corpos e o discurso de liberação sexual feminina seriam, então, um processo histórico, tensionado por vetores mercadológicos.

2.1. A mercantilização do feminino pelo masculino

Para compreender este processo de mercantilização da sexualidade, tomaremos como base a tese de Nancy Fraser (2013) sobre as relações de gênero no período histórico de fins da década de 1970 até os dias atuais, ou seja, durante o neoliberalismo. Buscando respostas para compreender o papel da mulher neste novo momento do capitalismo, Fraser (2013) levantou a tese de que a emergência do neoliberalismo trouxe outras formas pós-tradicionais de sujeição de gênero como, por exemplo, os baixos salários e os subempregos. Partindo dessa ideia, entendemos que uma dessas formas de sujeição da mulher no tempo presente é a emancipação da sexualidade feminina por meio de uma lógica mercadológica.

Segundo Fraser, a partir da crítica feminista encabeçada pelos movimentos contestatórios de 1968, e do conceito de ‘novo espírito do capitalismo’, cunhado pelos sociólogos Luc Boltanski e Ève Chiapello (1999), os teóricos neoliberais propuseram um modelo de capitalismo menos engessado, menos burocratizado e menos dependente do Estado, com preponderância do mercado financeiro. Nesse novo terreno, em que os mercados passaram a domesticar a política, a sociedade e a economia, estaria também a domesticação da sexualidade, já que a mulher seria imprescindível para a estruturação do neoliberalismo. Para

Fraser,

[...] o argumento de Boltanski e Chiapello é original e profundo. Contudo, ao não enxergar as questões de gênero, ele deixa de compreender o caráter completo do espírito do capitalismo neoliberal. De fato, aquele espírito inclui uma narrativa masculinista do indivíduo livre, desimpedido, auto modelado, que eles descrevem apropriadamente. Mas o capitalismo neoliberal tem tanto a ver com Walmart, maquiladoras e microcrédito quanto com o Silicon Valley e o Google. E seus trabalhadores indispensáveis são desproporcionalmente mulheres, não apenas jovens mulheres solteiras, mas também mulheres casadas e mulheres com filhos; não só as mulheres racializadas, mas virtualmente mulheres de todas as nacionalidades e etnias. Como tais, as mulheres despejaram-se em mercados de trabalho ao redor do globo; o efeito foi cortar na raiz de uma vez por todas o ideal do salário familiar do capitalismo organizado pelo Estado. No capitalismo neoliberal “desorganizado”, este ideal foi substituído pela norma da família de dois assalariados. Não importa que a realidade que subjaz o novo ideal sejam os níveis salariais decrescidos, diminuição da segurança no emprego, padrões de vida em declínio, um aumento abrupto no número de horas trabalhadas em troca de salários por família, exacerbação do turno dobrado – agora frequentemente um turno triplo ou quádruplo – e um aumento de lares chefiados por mulheres. O capitalismo desorganizado vende ‘gato por lebre’ ao elaborar uma nova narrativa do avanço feminino e de justiça de gênero. (FRASER, 2013, p. 220)

A citação longa permite compreender como no momento histórico, marcado pela profusão do neoliberalismo em todas as instâncias sociais, sobretudo na América Latina, a sexualidade passou de uma temática de interesse do Estado, conforme destacava Foucault (2017), para um produto comercializado pelo mercado. Com isso, queremos dizer que de um processo de racionalização, quantificação, dissecação e produção de uma rede de discursos, normas e práticas sobre a sexualidade (Ibid. p. 126), o dispositivo da sexualidade foi modulado como uma mercadoria controlada por empresas, empresários e consumida cotidianamente. Se Fraser alude à passagem de um capitalismo westfalianista (capitalismo organizado pelo Estado) para um capitalismo desenraizado (capitalismo organizado pelo mercado), podemos pensar, então, com base em Foucault, que o funk marca a passagem de uma ‘vontade de saber’ da sexualidade para uma ‘vontade de mercantilizar’ a sexualidade. O que não significa avanço do feminismo e, muito menos, uma aproximação da ideia de justiça de gênero.

Da encontro do neoliberalismo com a sexualidade cria-se a noção de que as mulheres têm o direito de conquista de sua sexualidade tanto quanto os homens e que elas, assim como eles, conseguem exercê-la da maneira que desejar. Entretanto, as formas de exposição desta

sexualidade na cultura funk revelam que o discurso de liberação e independência sexual atende a um mercado ávido pelo consumo de erotismo e pornografia, majoritariamente consumido por homens, conforme já destacado no estudo de Faour (2006). Anne-Marie Sohn (2008) aponta que desde a década de 1960, período em que a geração dos *baby boomers* (pós-segunda guerra mundial) confrontaram a ordem burguesa através do questionamento e da discussão do sexo, assistiu-se a um aumento da produção e do consumo de filmes pornográficos em países como a França. Proibidos de serem projetados em salas de cinema convencionais, as produções sexuais ficaram restritas a locais específicos e a videocassetes. Porém, já na década de 1990, elementos referentes ao universo da pornografia já estavam difundidos na televisão, em propagandas, jornais e revistas. Para a autora, a sexualização do imaginário difundida maciçamente pelos filmes pornô ainda precisa ser entendida pelos historiadores e sociólogos, pois “encontram dificuldade para medir os efeitos de uma mutação concentrada no último quartel do século XX. Ignoram amplamente o impacto dos filmes pornô que falam de ‘sexo’ e não de sexualidade, enquanto põem em cena corpos jovens, perfeitos, de libido inexaurível.” (Ibid. p. 117).

Originado na década de 1990, o funk tanto carioca, quanto paulista, esteve desde seus primórdios inserido neste cenário mais amplo de desenvolvimento do sexo e da sexualidade pela conformação e comercialização de um imaginário androcêntrico. Com base no estudo de Lopes (2011), notamos que as letras das músicas cantadas pelas mulheres e compostas pelos homens possuem um caráter animalesco, calcado na concepção sexualizada da mulher e pautado pelo referencial masculino. Assim, “mesmo com a implementação do significado ‘ativo’ para a sexualidade feminina, as mulheres [do funk carioca] não rompem com a objetificação de seus corpos, mas apenas carnalizam e reificam tal construção.” (Ibid. p. 185). Uma sexualidade feminina mercantilizada se movimenta na direção do que nos explica Lauretis (1994), ou seja, que, no cinema, a subjetividade e a experiência feminina possuem relação direta com a sexualidade. Para a autora, a experiência e a subjetividade das mulheres são estruturadas por meio das relações sociais e das relações de gênero estabelecidas em um determinado contexto sócio-histórico. Por isso, urge a necessidade de se pensar o gênero afastado de categorias androcêntricas, bem como a necessidade de se refletir e se fazer a crítica à sujeição masculina, de modo a rever ideias que substituem um modo de dominação por outro (FRASER, 2013, p. 226).

As reportagens analisadas nas páginas anteriores endossam esta análise pois, as matérias jornalísticas veiculadas na televisão, jornal impresso, internet e rádio produzem discursos e representações sobre os gêneros, e também produzem as auto-representações dos sujeitos. Para a autora, “a experiência do gênero, os efeitos de significado e as auto-representações produzidas no sujeito, pelas práticas, discursos e instituições socioculturais dedicados à produção de homens e mulheres.” engendram as mulheres como femininas, com determinadas posturas, hábitos e percepções (Ibid. p. 229). Como resultado, temos a essencialização da mulher na cultura funk sob o discurso da liberação sexual, um discurso que, parafraseando Fraser, vende ‘gato por lebre’, responsável por conceber um sujeito sexualizado que joga o jogo dos homens, com as mesmas cartas dos homens, no que diz respeito à sexualidade, mas que não rompe com as regras. Modificam-se os agentes mas se mantêm as estruturas essencialistas e coercitivas de gênero.

Agora avancemos nosso olhar para uma outra questão ligada ao gênero. Iniciamos esta seção do capítulo analisando a letra da primeira composição musical do funk paulista que, diferentemente do funk carioca, não possui MCs mulheres ou empresárias nas vertentes Proibidão e Ostentação. Os grandes nomes não são femininos, são os homens que controlam os vocais, o agenciamento dos shows, a produção das filmagens e as canções. Contudo, são as mulheres que se destacam nos videoclipes e nas letras das composições, que centralizam e vinculam a materialidade a uma visão idealizada da figura feminina: a mulher magra, de pele clara, adornada com artefatos de alto custo, alvo de interesse e olhares masculinos. A mulher no funk paulista é uma projeção masculina do ideal feminino e o seu corpo é explorado visualmente, discursivamente. Porém, como estes corpos são caracterizados? De que forma se ligam à construção da sexualidade? Que forma exacerbam questões de gênero?

3. Corpos que se afirmam, corpos que se contradizem

Segundo Alexandre Barbosa Pereira (2014), uma das molas propulsoras do advento da cultura funk em São Paulo e do declínio do rap enquanto estilo musical de preferência da periferia estaria ligada à questão de gênero. Segundo o autor, nos bailes funks as mulheres têm um espaço fundamental na dança, o que não era tão destacado na prática do break, estilo de dança do hip-hop. Para além disso, com base em análises das canções dos Racionais MCs,

Pereira astutamente identifica uma oposição ao consumo e uma desqualificação da figura feminina nas rimas do rap:

Se atentarmos, além disso, para as músicas, notamos o quanto a mulher nas letras do hip hop são, muitas vezes, depreciadas. Basta observar algumas músicas do mais importante grupo de hip hop de São Paulo e do Brasil, os Racionais Mc's. Numa delas, o próprio título e refrão já evidencia: “mulheres vulgares, uma noite e nada mais”. Em outra, ‘A fórmula mágica da paz’, eles cantam:

‘Eu sei como é que é, é foda parceiro, é a maldade na cabeça o dia inteiro.
Nada de roupa, nada de carro, sem emprego, não tem ibope, não tem rolê,
sem dinheiro.
Sendo assim, sem chance, sem mulher, você sabe muito bem o que ela quer.
Encontre uma de caráter se você puder,
É embaçado ou não é?’

Por outro lado, o chamado funk 'Ostentação', tem sua versão exaltação da mulher, com músicas como: ‘Ela é top’ do Mc Bola e ‘Ela é terrível’, do Mc Piken e Menor, cujas letras afirmam, por exemplo, respectivamente:

‘Ela não anda,
ela desfila
Ela é top,
capa de revista
É a mais mais, ela arrasa no look
Tira foto no espelho pra postar no Facebook. (Mc Bola)

Pode deixar que ela vai,
Escolher uma noitada.
Não é interesseira,
Mas quer andar bem acompanhada’ (Mc Piken e Menor) (PEREIRA, 2014, p. 14).

As fontes documentais, bem como os referenciais teóricos, permitem, porém que refutemos dois argumentos específicos levantados por Pereira (2014). O consumo não era rechaçado pelos rappers dos Racionais MCs. O consumo era colocado, muitas vezes, nas composições como um ato muito distante da realidade dos sujeitos, mas isso não se traduzia na oposição a esta prática que, inclusive, fazia parte do horizonte de expectativas dos rappers, como se pode notar em trechos da canção “Da ponte prá cá”, dos Racionais MCs:

Quero sua irmã e seu relógio Tag Heuer
Um conto, se pá, dá pra ‘cata’
Ir para a quebrada e gastar antes do galo cantar
Um triplex pra coroa é o que malandro quer

não só desfilas de Nike no pé (...)
 E cada favelado é um universo em crise
 Quem não quer brilhar, quem não mostra quem
 Ninguém quer ser coadjuvante de ninguém (...)
 E quem não quer chegar de Honda preto e banco de couro?
 E ter a caminhada escrita em letras de ouro?
 A mulher mais linda, sensual e atraente?
 A pele cor da noite, lisa e reluzente (...)¹⁶⁴

No que tange às relações de gênero, contudo, de fato, a maioria das letras dos Racionais MCs são marcadas por afirmações generalizantes que reificam o senso comum de que mulheres são interessadas em dinheiro, bens materiais e relações abusivas. A canção citada anteriormente por mais que não reforce este estereótipo, coloca a mulher “linda, sensual e atraente, da pele cor da noite, lisa e reluzente” numa posição suprema, equiparada a um carro importado, de luxo, desejado por muitos e de posse de poucos. Em uma de suas canções, que Pereira cita, intitulada ‘Mulheres vulgares’, que compõem o maior álbum do grupo, o CD ‘Holocausto Urbano’, os rappers exaltam que

Mulher? Que tipo de mulher?
 Se liga aí: derivada de uma sociedade feminista
 Que considera e diz que somos todos machistas.
 Não quer ser considerada símbolo sexual.
 Luta para chegar ao poder, provar a sua moral
 Numa relação na qual
 Não admite ser subjugada, passada pra trás.
 Exige direitos iguais.
 E o outro lado da moeda, como é que é?
 Pode crê!
 Pra ela, dinheiro é o mais importante.
 Seu jeito vulgar, suas idéias são repugnantes.
 É uma cretina que se mostra nua como objeto,
 É uma inútil que ganha dinheiro fazendo sexo.
 No quarto, motel, ou tela de cinema
 Ela é mais uma figura vil, obscena.
 Luta por um lugar ao sol,
 Fama e dinheiro com rei de futebol! (ah, ah!)
 no qual quer se encostar em um magnata
 Que comande seus passos de terno e gravata. (otário....)
 Quer ser a peça central em qualquer local.
 Se julga total,
 Quer ser manchete de jornal.
 Somos Racionais, diferentes, e não iguais.

¹⁶⁴ Da ponte pra cá. Racionais MCs. Cosa Nostra. 2002.

Mulheres Vulgares, uma noite e nada mais! (...) ¹⁶⁵

Nesta canção é feita uma hierarquização entre os gêneros, em que a mulher é vista como um sujeito irracional, com ideias repugnantes, que deseja fama e dinheiro por meio do sexo e da própria objetificação, mas que mantém o discurso feminista, rejeitando o título de símbolo sexual e exigindo direitos iguais aos direitos dos homens, sendo compreendida, portanto, como uma hipócrita, que instrumentaliza o discurso em seu benefício. Porém, o tom dessa e de outras letras do grupo Racionais MCs não é capaz de explicar a razão pela qual o funk paulista sobressaiu-se sobre o rap paulista. Com relação ao funk paulista, letras como a canção “Como é bom ser vida loka” de MC Rodolfinho, um dos maiores MCs da cultura funk de São Paulo, complexificam a interpretação de Pereira (2014) sobre a exaltação da mulher no funk:

De carrão, de motona,
 O bagulho te impressiona,
 Ela brisa, ela olha, ela pisca, ela chora,
 Só pra andar de navona,
 Ai meu deus como é bom ser ‘vida loka’
 Traz bebida pras gatona,
 Deixa elas malucona,
 Camarote, área vip, baladinha mostra!
 (...)
 Relógio rolex, double x,
 Ed hardy a firma é forte,
 Chego no shopping,
 ‘Ei gerente’,
 Quero sair daqui todo de Oakley.
 Saca o malote, joga na mesa
 Que diferença que faz uma grana
 Tá ligado, ei balconista
 Quanto custa você na minha cama? ¹⁶⁶

No trecho em destaque, a funcionária da loja do shopping é tratada como algo que pode ser comprado assim como um relógio Rolex, um óculos de sol Double X, uma camiseta Ed Hardy. Ela é tida como um produto que está disponível para a satisfação dos desejos sexuais do sujeito da canção. Desta forma, não interpretamos o funk paulista como um

¹⁶⁵ **Mulheres vulgares.** Racionais MCs. Zimbabwe Records. 1990.

¹⁶⁶ **Como é bom ser vida loka.** MC Rodolfinho. GR6. 2013.

mecanismo que positiva o papel da mulher na sociedade ou busca equipará-la aos homens nas relações sociais. Acreditamos que, aquilo que Pereira (2014) compreende como exaltação, é uma exploração da imagem de mulheres que, em geral, atendem a um mesmo padrão: mulheres magras, com corpos malhados, pernas torneadas, silicones nos seios, cabelos longos e, majoritariamente, de pele clara ou, no máximo, bronzeada.

Na seção anterior, destacamos que o funk carioca possuía duas diferenças com o funk paulista no que tange ao papel de homens e mulheres. Enquanto no funk do Rio de Janeiro existiam mulheres cantoras, mulheres que dançavam e cantavam em grupos, no funk de São Paulo a maioria dos MCs são homens, que cantavam/cantam individualmente e, eventualmente, fazem parcerias musicais com seus colegas de profissão. Em segundo lugar, outro ponto que difere entre estes dois locais se relaciona à dança: a pesquisa etnográfica realizada por Lilian Vilela (1998) destaca que, diferentemente das sociedades WASP (branco, anglo-saxão e protestante), a dança na cultura brasileira é, principalmente, praticada por homens. A autora destaca que, em manifestações corporais indígenas e de matriz africana, há a presença da figura masculina não como telespectador, mas como agente no momento da dança.

Em etnografia realizada em bailes funks cariocas, de onde saíram aclamadas MCs como Tati Quebra-Barraco, Deize Tigrona e Valesca Popozuda, que ganharam projeção por abordarem temas considerados como tabus para mulheres, como sexo, Vilela observou a presença de mais homens na pista, realizando mais movimentos do que mulheres, sem qualquer menção ao questionamento de sua masculinidade. Segundo Vilela (1998), o espaço era, então, preponderantemente masculino e, nele, as mulheres eram minoria (Ibid. p. 28). No entanto, como no funk paulista a produção audiovisual foi marcante, por esse meio foi possível a construção de um panorama mais amplo sobre as relações de gênero nessa cultura.

A videografia das produções de funk de São Paulo mostra um outro cenário: são sempre apresentadas muitas mulheres e poucos, muito poucos, homens em cena, dançando, ou dentro do enquadramento das câmeras. Isso porque a exibição dos corpos das mulheres era a concretização visual do dispositivo da sexualidade e a materialização do ideal masculino do gênero feminino. E é sobre este tópico que concentraremos nossos esforços nas próximas páginas.

3.1. O corpo e a materialidade

Anne-Marie Sohn (2008) parte da tese de que o processo de desnudamento do corpo ao longo do século XX permanece operando sob uma lógica androcêntrica. Sohn situa na década de 1930 o início desse processo:

a partir dos anos 1930, os ciclistas adotavam o calção de malha, as mulheres usavam o *short* longo para as caminhadas, e as sedutoras o *short* curto. O desvelar em público dos corpos femininos teve um impacto imediato na vida privada. Esse espetáculo inocente e tacitamente admitido pela opinião pública reabilitou o corpo em sua posição sexuada. Deste modo, a nudez foi naturalmente se desenvolvendo nas relações íntimas. As esposas mais recatadas, no entanto, não gostam de exhibir o corpo em um ambiente muito iluminado, em parte por um resto de pudor e, fato novo, pelo receio de não poder mostrar uma plástica impecável. (Ibid. p. 111)

A ideia de Sohn (2008) sobre desnudamento dos corpos vai de encontro às reflexões de Lopes (2011) sobre a comercialização do corpo, especialmente do corpo feminino, que é sexualizado (LAURETIS, 1994). Isto porque o corpo sexualizado na cultura ocidental (Ibid. p. 206), incluindo a cultura funk paulista, é um corpo físico desnudado, integrado ao mercado e que provoca impactos na forma como a sociedade se vê e se representa em vídeos e imagens. As três autoras, assim, restituem o corpo de sua materialidade, compreendendo o corpo e sua relação com a cultura, com a sociedade, sua historicidade e suas dinâmicas como o andar, o dançar, o comer, que são práticas aprendidas e introjetadas pelos sujeitos. Assimilar a materialidade nessa perspectiva, permite que compreendamos que os corpos no funk paulista portam determinados tipos de artefatos e, com eles, realizam uma síntese produzindo, assim, práticas corporais próprias aos sujeitos masculinos e aos sujeitos femininos.

Segundo Mariana Caetano (2015), com base no estudo de Mirian Goldenberg (2011), o corpo é um capital, um mecanismo de demarcação de classe, de ascensão social, e de estabelecimento de relações sociais, de trabalho, de casamento e de sexualidade (CAETANO, 2015, p. 111). Associando esta perspectiva com os estudos de Marcel Mauss (1934) sobre a gestualidade, a corporeidade e as dinâmicas sociais, assumimos que todos os gestos humanos são fabricados por convenções culturais e normas coletivas: desde os modos de andar, até os modos de comer e dormir, passando pelas formas de expressão de gênero e da sexualidade, tudo isso são valores e visões de mundo encarnados. Compreendemos, então, que os corpos

não são somente produtos da consciência humana mas parte ativa do próprio pensamento, pois o corpo humano é o primeiro instrumento do homem, é o primeiro objeto com o qual ele estabelece contato. E, ampliando esta ideia, conectando a Sohn (2008), temos, então, que estes corpos são sexuados e estabelecem relações distintas com a materialidade, produzindo técnicas corporais (MAUSS, 1934) distintas entre os gêneros.

Em um de seus exemplos para elucidar o que compreende por técnica corporal, Mauss destaca como em seu tempo vivenciou a alteração na técnica de natação: de olhos fechados, passou-se a nadar de olhos abertos para domar reflexos e familiarizar os sentidos do sujeito com o meio em que está (MAUSS, 1934, p. 7). Esta, então, seria uma técnica de mergulho ensinada por adultos às crianças para que estas aprendessem a nadar utilizando somente o próprio corpo como instrumento. Para o autor, então, haveria uma hierarquia entre as técnicas e, nesta hierarquia, o posto mais alto seria ocupado pelas técnicas corporais:

[...] antes das técnicas dos instrumentos, existem todas as técnicas do corpo. Não estou exagerando a importância desse tipo de trabalho, trabalho de taxonomia psicossociológica. Mas é algo: a ordem colocada nas idéias, onde não havia nenhuma. Mesmo dentro desse agrupamento de fatos, o princípio permitia uma classificação precisa. Essa constante adaptação a um objetivo físico, mecânico e químico (por exemplo, quando bebemos) é perseguida em uma série de atos montados, e montada no indivíduo não apenas por si mesmo, mas por toda a sua educação, por toda a sociedade da qual ele faz parte e pelo espaço que ele ocupa (Ibid. p. 12)¹⁶⁷.

Ampliando as perspectivas de Mauss, Jean-Pierre Warnier (1999) afirma que este reduz o peso os artefatos em seus escritos já que, para ele, estes objetos seriam dotados de técnicas próprias e por mais que estivessem ligadas ao corpo, seriam externos e, portanto, apartados das técnicas corporais. Entretanto, para Warnier, ao ignorar o processo de incorporação da dinâmica dos objetos à conduta motora dos sujeitos, Mauss provoca duas consequências: não compreende completamente os fenômenos que envolvem o corpo humano e matéria, como, por exemplo, o nado de uma pessoa que utiliza um pé de pato que estende o

¹⁶⁷ Citação original: "Avant les techniques à instruments, il y a l'ensemble des techniques du corps. Je n'exagère pas l'importance de ce genre de travail, travail de taxinomie psycho-sociologique. Mais c'est quelque chose : l'ordre mis dans des idées, là où il n'y en avait aucun. Même à l'intérieur de ce groupement de faits, le principe permettait un classement précis. Cette adaptation constante à un but physique, mécanique, chimique (par exemple quand nous buvons) est poursuivie dans une série d'actes montés, et montés chez l'individu non pas simplement par lui-même, mais par toute son éducation, par toute la société dont il fait partie, à la place qu'il y occupe." .

tamanho dos pés e exige mais esforço físico dos músculos da perna, ao mesmo tempo que garante maior fluabilidade na água e maior velocidade. Um segundo ponto, para Warnier, é que Mauss, por não fazer uma distinção entre as técnicas do corpo e as técnicas dos instrumentos, descarta a cultura material de sua análise privilegiando o corpo.

Warnier (1999) argumenta que as pesquisas de Foucault sobre subjetivação, tecnologias, em *História da Sexualidade I*, e técnicas de si, muito se assemelham às pesquisas de Mauss sobre técnicas do corpo por analisar como são fixados, moldados, aconselhados, compartilhados procedimentos entre os indivíduos para que estes possam garantir ou transformar sua própria identidade de acordo com determinados propósitos, por meio do autocontrole e do autoconhecimento (Ibid. p. 34). Warnier não nega que as ações humanas sejam culturalmente codificadas, mas pondera que as relações entre corpo e motricidade são mediadas pela cultura material que possui atuação prática, física, não tendo valor somente como signo dentro de um sistema de comunicação. Da formulação acerca da conformação do poder associado à sexualidade, Warnier salienta que este poder penetra os corpos e os dispositivos que são fornecidos por discursos e normas (poder Jurídico-discursivo), mas também pela materialidade das instituições escolares (pedagogia), hospitalares (medicina), cidadinas (economia).

A partir desse referencial teórico, então, compreendemos a necessidade de se considerar a importância da materialidade corpórea em nossa análise. Isto pois, os corpos operam em sintonia com os artefatos, produzindo, reproduzindo, reificando ou negando marcações de gênero, inclusive pelo processo de apropriação de uma determinada tipologia de materialidade. Endossamos, desta maneira, a ideia de Georges Vigarello (2008) de que o corpo é parte da cultura e que é a

[...] experiência mais material que restitui uma história do corpo, sua densidade, sua ressonância imaginária. A originalidade última desta experiência é estar no invólucro individualizado com a experiência social, da referência subjetiva com a norma coletiva. (Ibid. p. 11).

Contudo, tanto Mauss quanto Foucault e Jean-Pierre Warnier, ao se debruçarem sobre as relações entre materialidade, corpo humano, motricidade e sexualidade, não se atentaram às questões de gênero envolvidas neste processo. Marcel Mauss, por exemplo, oblitera de seu exemplo sobre natação o fato de que mulheres eram proibidas de aprender determinadas

técnicas de nado, como o estilo borboleta, e que competições femininas deste esporte só foram permitidas em 1912, dezesseis anos depois do início dos Jogos Olímpicos da era moderna, em 1896. Michel Foucault, conforme crítica de Lauretis (1994), também não opera com esta distinção ao analisar a sexualidade, pois, segundo a autora, concebe o masculino como universal e, em poucos momentos, se reporta à mulher. Ainda na mesma linha, Jean-Pierre Warnier, em seus estudos sobre os Sapeurs, não explica por quais razões o grupo La SAPE é formado somente por homens, sem a presença de mulheres que viajam até a Europa para consumir ou que façam uso de pílulas para clarear o tom da pele. Ou seja, o corpo foi conformado como um objeto de estudo destes autores, porém esse corpo não é sexuado, é um ideal abstrato que não leva em consideração as distinções entre os corpos feminino e masculino.

Assim, para se fazer uma análise do corpo, do gênero e sua relação com os objetos, no funk paulista, focaremos os videoclipes produzidos por esta cultura em São Paulo. Conforme destacado anteriormente, a construção de imagens, com enquadramento, roteiro, personagens, foi elemento fundamental para o funk paulista que pode, assim, se difundir por meios não convencionais como sites de reprodução de mídias, aplicativos de mensagem e redes sociais. Se Sohn (2008) destaca os anos 1930 como ponto nevrálgico para a produção de filmes com a temática de desejo e prazer, os anos 2010 foram marcados pela profissionalização e esquematização da videografia funk paulista, em que aparecem bem demarcadas as construções de feminilidade e masculinidade.

3.2. O corpo e a materialidade entram em cena

A primeira canção produzida em São Paulo, conforme analisado nas páginas anteriores, debruçou-se sobre uma tipologia específica de mulher. Partindo da ideia de rechaço, a música deteve-se pormenorizadamente nas características físicas, crença religiosa e de personalidade da personagem abordada na letra. Com a estruturação do funk Proibidão, menções sobre as mulheres deixam de ser o foco das letras e dos poucos videoclipes lançados. No entanto, com o funk Ostentação, a mulher volta a ser citada nas produções, dessa vez igualada a artefatos de grande valor e tornada sinônimo de privilégio social. Esta exploração visual da mulher passa a ser feita com base na exibição repetida de corpos semi-desnudos em

que o corpo é sexualizado não apenas por recursos discursivos, mas especialmente por recursos visuais.

A crítica cinematográfica feita por Teresa de Lauretis (1984) será a baliza teórica para a análise da videografia na cultura funk paulista. Para Lauretis, o cinema tem sido estudado enquanto um aparato de representação, uma máquina de construção de imagens e visões de realidade social, ligado à produção e reprodução de significados e valores, tanto socialmente, quanto subjetivamente. Assim, o cinema, para ela, é compreendido como uma prática que produz efeitos de percepção e auto-imagens para todos os envolvidos, seja para quem produz, seja para quem assiste (Ibid. p. 37). O trabalho de Lauretis permite que analisemos os videoclipes da cultura funk paulista por meio desta ótica, dos códigos cinematográficos, englobando na análise observações sobre a maneira de olhar, o enquadramento, a edição, a iluminação, pois essas técnicas constroem a mulher como objeto a ser observado.

Selecionamos três vídeos para analisarmos como os corpos são apresentados, como se dá a relação entre as mulheres e os homens nas imagens, e qual o roteiro de cada uma das produções. O primeiro videoclipe é de MC Daleste, intitulado “São Paulo”; o segundo videoclipe é de MC Guimê, com o título “Plaquê de 100”, e o terceiro videoclipe é “Classe A”, de MC Bio G3 e MC Backdi. À exceção do primeiro videoclipe, os demais foram produzidos por Konrad Dantas, produtor, diretor criativo e empresário da KondZilla, a maior empresa de funk do país, que analisamos no capítulo 2.

3.2.1. A “São Paulo” de MC Daleste

O clipe da música “São Paulo” foi produzido pela empresa 3K produtora, empresa de médio porte fundada em São Paulo no ano de 2011, e dirigido por Renato Barreiros, que foi subprefeito da região de Cidade Tiradentes e representante público que fomentou a realização de festivais de música funks na zona leste, em parceria com MC Bio G3 (de quem falaremos adiante). O videoclipe, lançado postumamente, foi o único da carreira de MC Daleste, que participou das gravações poucos dias antes de sua morte.

Com duração de quatro minutos, as filmagens do clipe se passam em três cenários: a) no interior de um carro conversível, de teto solar, onde o intérprete da música dirige o automóvel, as mãos tomadas por anéis de ouro, no rosto os óculos de lente espelhada Juliet, cordão de ouro no pescoço e ao seu lado duas mulheres; b) o segundo cenário é o interior de

um helicóptero, onde são apresentadas cenas do cantor ao lado de três mulheres e há duas cenas em que tanto o cantor, quanto as mulheres dançam na frente do helicóptero, destacando o tênis Nike de MC Daleste e seus óculos; c) o terceiro local é uma casa na praia, em que são apresentadas cenas de mulheres bebendo, dançando e se bronzeando à beira da piscina, dançando no interior da casa e há uma outra imagem em que são filmados somente o cantor sentado e uma mulher de biquíni que dança ao seu redor, também usando o óculo da marca Juliet e o cordão de ouro.





Figuras 22 - Cenas do videoclipe “São Paulo” de MC Daleste. Produção: 3K Produtora. Direção: Renato Barreiros. Reprodução: YouTube. 2012.

A narrativa do videoclipe apresenta um jovem que vive rodeado por mulheres em São Paulo e que viaja para o litoral para se divertir. Todas as cenas são filmadas à luz do dia, o que reforça a ideia de uma vida confortável, com idas à praia, dias ensolarados, piscina, bebidas e mulheres. Sempre há mulheres em todas as cenas, em nenhum momento é feito um registro apenas do cantor, embora, em boa parte das cenas, ele esteja em primeiro plano. Estas mulheres estão a todo momento em movimento, com exceção das cenas gravadas no interior do carro e do helicóptero, elas dançam, movimentam-se para se bronzear, mexem nos cabelos, fazem poses sensuais e sorriem, aparentando gozar do clima e do ambiente. Não há nenhum conflito ao longo da narrativa, as cenas fluem normalmente sem cortes abruptos ou quebras de linearidade da história.

Nas cenas selecionadas podemos observar três enquadramentos principais: a primeira imagem, apresenta um enquadramento de plano médio, em que é possível notar o foco no cantor da cintura para cima, a presença de uma mulher loira no banco do carona e uma mulher morena no banco de trás do carro, e o cenário que é o interior de um carro que possui abertura no teto e o símbolo da marca BMW no volante. A segunda imagem apresenta um enquadramento fechado, em que é possível observar as expressões faciais dos personagens que ocupam todo o cenário. Já, a terceira imagem, apresenta um enquadramento aberto, em que é possível ver todo o ambiente, como o céu, a casa, a piscina, as ações dos personagens, e as pessoas são, nesse tipo de enquadramento, uma parte pequena do cenário. Assim, por meio destes três tipos de enquadramento, consegue-se estabelecer familiaridade visual com todos os

elementos do videoclipe, o cantor, as mulheres, os artefatos de luxo e a forma como eles se relacionam.

Em todas as cenas o cantor é apresentado fazendo uso de bermuda, camiseta e mais algum elemento de alto valor como óculos de sol Juliet, tênis da Nike, corrente de ouro, anéis de ouro, relógio, carro importado. Por outro lado, as mulheres não apresentam nenhuma referência a marcas, são seus corpos que estão sendo ostentados e apresentados no vídeo, inclusive na variedade loiras e morenas. As mulheres são exibidas de roupas curtas, shorts, blusas decotadas ou vestidos, e durante uma boa parte do videoclipe, cerca de dois minutos ao todo, aparecem de biquíni e sempre estão em movimento, nunca paradas, balançando os quadris de um lado para o outro, em meio à feições sérias ou com sorrisos nos lábios. São mulheres de pele clara, cabelos lisos e longos, magras, que não verbalizam ou alteram o enredo do videoclipe e que configuram um plano secundário, ao mesmo tempo que parecem ser uma parte do cantor por estarem sempre ao seu lado.

Em nenhum momento MC Daleste é filmado de sunga, de traje de banho ou com alguma peça de roupa que reduza seus movimentos corporais, como ocorre com as meninas de biquíni. Embora, nas cenas gravadas na piscina ou ao seu redor, as mulheres estejam descalças, a movimentação delas é limitada em razão dos biquínis modelo ‘cortinha’ e ‘tomara que caia’: enquanto o primeiro modelo exige que sejam feitas amarrações e nós no pescoço e na parte superior da coluna para que o traje não saia do corpo, o segundo modelo necessita de só uma amarração apenas na parte de trás. Ambos modelos exigem uma vigilância constante do corpo para impedir que alguma parte coberta pelo traje de banho seja exposta involuntariamente. Este ato de vigilância restringe também os movimentos corporais, pois determinadas ações como se abaixar muito rápido, sair rapidamente da piscina, dançar de forma muito acelerada ou manter contatos físicos como abraços, por exemplo, podem fazer com que o biquíni saia de seu devido lugar. Por isso as mulheres, nas imagens, não se arriscam em movimentos mais coordenados e se restringem ao rebolado, que exige somente a movimentação de quadril, de cintura e firmeza nas pernas.

3.2.2. Os “Plaquê de 100” de MC Guimê

O título “Plaquê de 100” faz referência ao plaquê, uma lâmina de metal fina utilizada no revestimento de objetos de pouco valor, como bijuterias, por exemplo. Já a expressão

“plaquê de 100” indica uma grande quantidade de notas de cem reais, notas estas que o cantor joga para o alto, de dentro de um carro, no início do vídeo. Com duração de 2 minutos e 53 segundos, o clipe não possui uma sequência espacial contínua, pois apresenta cenas gravadas em três cenários distintos com o objetivo de exibir ao público uma vida de luxo: a) há cenas gravadas em estúdio, em que há carros e motocicletas de luxo e mulheres dançando em maiôs pretos, em tecido de couro ou poliuretano (couro sintético, mais barato que o couro de procedência animal), e sandálias de salto modelo agulha de mais de 10 cm; b) há cenas gravadas no interior de uma casa noturna, durante um show, em que há muitas mulheres na área vip do espaço, bebendo e dançando, de vestidos curtos, justos ao corpo e salto alto; e c) há uma sequência que é introduzida mais ao fim do clipe, em que o cantor se relaciona com uma mulher em uma casa de luxo, em um condomínio, onde há a insinuação de conflito entre o pai da garota e o cantor, único momento de tensão de todo o videoclipe.





Figuras 23 - Cenas do videoclipe “Plaquê de 100” de MC Guimê. Produção: KondZilla Records. Direção: Konrad Dantas. Reprodução: YouTube. 2012.

Diferentemente do clipe de MC Daleste, o clipe “Plaquê de 100” é repleto de enquadramentos abertos, em que é possível visualizar o cantor, os cenários e as movimentações dos personagens nos cenários. Outro elemento desse videoclipe é que tanto o cantor, quanto as quatro dançarinas (do primeiro cenário) possuem cenas independentes: até a metade do videoclipe, por volta de um minuto, MC Guimê aparece sozinho em um estúdio de fundo cinza claro, dentro de um carro conversível, modelo Citroen, contando cédulas de cem reais, depois ao lado de seis motocicletas enfileiradas, também com notas de cem reais nas mãos e, por último, surge sentado em uma cadeira vermelha, de couro, semelhante a uma poltrona imperial. Há alguns frames curtos, de menos de um minuto, que mostram mulheres com roupas escuras dançando. Depois do primeiro minuto, o cantor interage com os demais elementos da cena, mulheres no camarote vip em uma casa noturna, uma mulher em uma casa, e mulheres no estúdio.

As mulheres não usam roupas luxuosas, bolsas ou quaisquer artefatos que indiquem marcas caras. Para melhor analisar este aspecto do vídeo, deteremos nosso olhar nas roupas usadas por quatro dançarinas na cena gravada em estúdio, em que as mulheres usam sandálias de salto alto decoradas com pedraria e collants de couro de cor escura. Mais adiante comentaremos os sapatos de salto alto, por agora cabe uma análise sobre estas peças de roupa. Uma das características principais do tecido em couro é a rigidez do material. O couro é composto por fibras de origem animal solidificadas. O mesmo vale para o couro sintético, também rígido, embora produzido em laboratório a partir da transformação de polímeros (plástico). O tecido, portanto, não é macio, nem tão pouco flexível a ponto de permitir que as mulheres dançam de forma mais ritmada, com uma coreografia ensaiada. O material denso, inflexível e colado ao corpo limita as possibilidades de movimentação. Desde alongamentos até passos de dança em oito tempos, como giros, são impossibilitados a elas, que, por isso, adotam uma movimentação repetitiva de rebolar os quadris de um lado para o outro, com as pernas pouco flexionadas para equilibrar o peso do corpo no calçado.

Por outro lado, já, MC Guimê faz seis trocas de figurino durante o clipe: os bonés, os óculos escuros, os tênis e as blusas são de marca, em sua maioria, a australiana Quiksilver, seguindo o estilo streetwear, com roupas mais largas que não marcam as linhas do corpo, o que permite que ele abra os braços, ande e se mova em direção à câmera para mostrar os artefatos. Entre o minuto 1:25 e 1:31 do videoclipe aparece um outro personagem trajando uma camiseta com o logo de uma outra marca e o figurino do personagem é borrado digitalmente, o que reforça a ideia de que os funkeiros possuíam ligação com marcas específicas e não qualquer marca. Com exceção da mulher que se senta ao colo de MC Guimê, todas as mulheres em cena aparecem dançando, acompanhando o cantor que não se mantém estático e também dança, interagindo, sempre mostrando seus anéis, colar e brinco de ouro para a câmera. Por sua vez, MC Guimê é a figura masculina por excelência nas imagens, um homem que está sempre rodeado por mulheres e por seus bens de consumo de alto valor, como as motocicletas e o carro modelo esportivo.



Figuras 24 - Cenas do videoclipe “Plaque de 100” de MC Guimê. Produção: Kondzilla Records. Direção: Konrad Dantas. Reprodução: YouTube. 2012.

Os artefatos materiais estão sempre em destaque, sejam os carros, as motos, e esta lógica estende-se às mulheres que também são destacadas, mas sempre associadas ao personagem central, o homem, o que reforça ainda mais a ligação das mulheres com o corpo do cantor. As mulheres parecem ser uma extensão ou saturação de sua personalidade, são visualmente conectadas a ele ou ao espaço que ele ocupa como, por exemplo, nas duas cenas em que as mulheres aparecem dançando, rebolando, sozinhas, no cenário de fundo cinza — que é o primeiro cenário que abre o videoclipe e que introduz o cantor na lógica fílmica.

3.2.3. O padrão “É classe A” de MC Bio G3 e MC Backdi

O clipe “É classe A”, realizado pela produtora KondZilla, em 2012, diferencia-se dos demais por apresentar não um, mas dois cantores. De forma distinta de outros MCs paulistas do período, MC Bio G3 e MC Backdi formavam uma dupla que já trabalhava desde 1997 com rap e hip-hop e, posteriormente, na primeira década dos anos 2000, migraram para o funk.

Além de cantores, MC Backdi também mantém vínculos com os bastidores do funk de São Paulo, assim como MC Bio G3, que é um dos maiores agenciadores de carreiras artísticas de funkeiros no país, e um os primeiros artistas a idealizar o regime visual da cultura funk paulista no período pós-2008¹⁶⁸.

Portanto, MC Backdi e MC Bio G3, na condição de cantores-empresários-produtores de funk, não reproduziam as gestualidades, feições e movimentos que eram feitos por outros MCs. Em realidade, por meio deste videoclipe, eles apresentavam, sobretudo aos agenciados, quais elementos deveriam estar em cena para endossar a ideia de ostentação e de luxo. Estes elementos, assim como já apresentado nas análises de dois videoclipes anteriores, eram mulheres, bebidas importadas e carros luxuosos. Como vimos nos clipes anteriores, a narrativa fílmica sempre gira em torno dos homens e seus corpos ampliados por meio da incorporação dos elementos materiais dispostos em cena.

Nas imagens do videoclipe “É classe A”, o enquadramento das câmeras, bem como os ângulos das imagens, são intencionalmente posicionados para que se tenha visão de todos os elementos em cena: cantores, bebidas, mulheres, joias, óculos de sol, bonés e os cenários, que são, basicamente, quatro: a) uma casa noturna; b) um bar; c) interior de carros; e, por último, d) cenas de todos os carros utilizados nas gravações, enfileirados, e com mulheres e homens dançando ao fundo. Não há tensões ou rupturas no enredo, contudo, há muitos cortes de câmera que dinamizam o vídeo para acompanhar o ritmo das batidas do funk. Esse enredo de troca de cenários, a presença de muitos elementos materiais em cena, festas e movimentações foi adotado em outras produções do mesmo gênero.

¹⁶⁸ MC Backdi (cujo nome verdadeiro é Adriano Silva de Oliveira) é proprietário da produtora de funk e estúdio musical ‘La Mafia’ e MC Bio G3 (Cleber Passos Alves) é empresário, dono das empresas ‘Nois por nois’, responsável por captar recursos para financiar projetos sociais e culturais, e das empresas ‘Detona funk’ e ‘Legenda funk’ que fazem a divulgação online das produções dos funkeiros. Informações disponíveis em: <<https://kondzilla.com/vm/bio-g3-entrevista/>>. Acesso em: jan. 2020.



Figuras 25 - Cenas do videoclipe “È Classe A” de MC Backdi e Bio G3. Produção: KondZilla/Nois por nois. Direção: Konrad Dantas. Reprodução: YouTube. 2012.

Assim como nos demais vídeos analisados, enquanto os MCs cantam, mostrando anéis e correntes, as mulheres ficam posicionadas ao redor, sempre em movimento, até mesmo quando estão sentadas sem ostentar nenhuma joia de ouro ou logo de vestimenta. Elas interagem com os músicos e com a câmera. Em muitos momentos, elas olham para as lentes e

fazem sinais com as mãos, mexem no cabelo e, principalmente, dançam, exibindo o decote e as pernas à mostra em vestidos de bandage, um tipo de tecido feito de algodão com faixas de tecido elastano, lycra, que garantem que a roupa se fixe ao corpo, destacando a curvatura dos quadris, do busto e da cintura e decalcando os contornos das peças íntimas. Pela maleabilidade do tecido, os vestidos grudam na pele e garantem certa mobilidade, porém o comprimento muito curto é incômodo para a realização de movimentos mais elaborados feitos com as pernas, como cruzá-las ao sentar-se ou durante o ato da dança, movimentações como agachar, mexer os quadris, abaixar, fazem com que o vestido suba e a mulher corra o risco de ser desnudada. Em razão disso, as mulheres se movem de forma limitada, não “descem até o chão”, nem fazem movimentos mais bruscos com os braços ou as pernas.

Além das pernas sempre à mostra, dois outros elementos podem ser identificados no vídeo: enquanto os homens figuram sempre de óculos escuros e com os cabelos por debaixo de bonés, cobrindo boa parte da fisionomia, as mulheres estão sempre muito maquiadas e com os cabelos alisados. Como este videoclipe apresenta planos de cena mais fechados, por alguns segundos é possível notar sombras escuras nos olhos, cílios postiços, batons em tons rosados, unhas pintadas.

Outro elemento que se destaca, assim como no clipe de MC Guimê são os calçados. Os homens usam tênis brancos. Longe de ser apenas um recurso estético, os tênis, principalmente de marcas esportivas como Nike e Adidas, possuem tecnologias no solado dos calçados que absorvem o impacto da pisada, garantindo uma movimentação mais rápida, mais leve e com menos risco de prejudicar cartilagens e articulações. Além disso, tênis são forrados internamente com tecidos de algodão, diferentemente de sapatos de salto alto que são produzidos a partir de materiais sintéticos e não possuem este tipo de estrutura interna com tecidos ou solados anti-impacto.

As mulheres, por sua vez, sempre estão de salto alto, com sandálias de tira, sapatos modelo ‘pata de vaca’ (sapato com salto na parte dianteira e parte traseira do calçado) e até mesmo de *ankle boots* (que encobre o dorso dos pés). Estes dois últimos modelos de sapatos femininos exigem que a mulher concentre o peso de forma mais acentuada em uma parte do calçado para poder se equilibrar e, ainda, como são sapatos sem cadarços ou lacres de velcro, a mulher deve se manter em uma mesma posição, ereta, mantendo a força nas pontas dos pés, para garantir a estabilidade ao andar e, principalmente, ao dançar. Isso altera a movimentação do corpo, que adquire uma velocidade mais lenta e menos ritmada com as batidas da música,

que é mais acelerada do que a própria capacidade do corpo de se mover sobre um salto. O salto alto é o elemento que garante a sexualidade do movimento, já que requer que a mulher modifique toda a sua postura para se manter de pé e dançar. Para isso, ela precisa posicionar seus ombros para trás, mantendo o queixo paralelo ao solo, contraindo o abdômen, concentrando o peso na posição dianteira dos pés, e, portanto, contraindo os músculos da panturrilha. Este tipo de movimentação não é inata do ser humano, ou seja, as mulheres precisam incorporar a dinâmica do artefato à sua própria dinâmica para se equilibrarem sobre um objeto de 10 centímetros. Além de desconfortável, esta posição pode provocar dores nas articulações dos tornozelos, joelhos, sobrecarregando quadris e coluna e novamente, reiterando a necessidade da mulher se manter sempre em alerta sobre seus movimentos para não se desequilibrar ao andar e dançar.

3.3 - Pela materialidade, novos corpos

Como compreender, então, a dualidade da representação da mulher no funk paulista pela ótica masculina? Ao mesmo tempo em que elas não são as protagonistas dos enredos dos videoclipes, elas são elementos fundamentais para a construção da narrativa. A presença de seus corpos em cena, sempre em movimento, reafirma a ostentação de objetos de alto valor pela associação entre mulher, dinheiro e luxo em um sistema de trocas em que o homem provê a mulher com os bens de consumo atrelados a ele, extensões de seu corpo, e as mulheres atestam, pela performance de seus corpos, a masculinidade destes homens.

É importante ressaltar, no entanto, que a exploração dos corpos femininos pelo olhar masculino não é exclusividade do funk paulista. Peter Stearns (2018) destaca que a produção fílmica ocidental, na maioria das vezes, reitera que o papel da mulher é ser atraente, sensual e envolvente. O potencial de propagação de filmes, vídeos, sobretudo com o advento da internet e de plataformas como YouTube, Myspace, Facebook e Twitter aumentaram não somente a quantidade de produções audiovisuais feitas e postadas, mas intensificaram a construção de um imaginário sobre a mulher como um objeto sexual e o homem como um predador sexual natural (Ibid. p. 241). A construção de papéis de gênero feminino e masculino estão, portanto, impressos nas gestualidades dos corpos e nas sínteses corporais que são feitas entre as dinâmicas motoras dos sujeitos e dos objetos e, destaca-se aqui, entre os corpos de mulheres e homens.

Este processo é um processo social muito mais amplo que as dimensões da cultura funk ou somente da atuação dos agentes do negócio do funk. A cultura é como uma bússola que, além de nortear esquemas de ação e comunicação, aciona referências e estabelece “relações significativas entre os elementos do meio: pessoas, acontecimentos, instituições” (WARNIER, 2003, p. 20). Porém, a cultura é uma tradição que “impregna desde a infância o nosso corpo e a nossa alma, de maneira indelével” (Ibid., p. 17), sendo transmitida de geração em geração, sem que, muitas vezes, se questione os elementos que são perpetuados no tempo. Por isso, o trabalho de Teresa de Lauretis (1984) de crítica ao cinema e às produções audiovisuais fornece elementos para a análise dos corpos no funk paulista.

Teresa de Lauretis (1984) aponta que para o estudo dos papéis de gênero no cinema se deve considerar a materialidade dos corpos, para ela este é um dos fundamentos básicos da crítica, pois tanto homens, como mulheres existem para além das construções discursivas e seus corpos são tidos pela indústria cinematográfica e seus agentes como recursos de mobilização do espectador. Para ela, o cinema enquanto uma tecnologia social institucionalizada mobiliza o corpo como recurso visual e,

[...] como resultado direto da formação histórica da sexualidade, a representação imagística do corpo, um presente de prazer visual do cinema, é um ponto focal de qualquer processo de identificação, exercendo uma pressão sobre o espectador comparável apenas à tensão da narrativa. (Ibid. p. 82).

Assim, segundo Lauretis, o espectador é atraído duplamente pelo filme por meio da tensão de imagem e de narrativa, e da atenção prestada aos corpos e ao significado do enredo. O enredo, em consonância com a exposição de corpos, conforma convenções sobre feminilidade e masculinidade, em que a mulher é “representada como o termo negativo de diferenciação sexual, fetichizada por espetáculos ou imagem (...) moldada como o fundamento da representação, o espelho acima para o homem.” (Ibid. p. 15).

Estes corpos em exposição, porém, não são plurais, diversificados. Atendem a pré-requisitos que vão de encontro a uma construção histórica de valorização corporal. Conforme Sohn (2008), desde a Belle Époque o processo de desnudamento dos corpos levou à construção de modelos de corpos magros, fruto da disseminação da ideia de que é preciso uma associação entre dietética e trabalho de musculação. Como consequência, as mulheres

são as mais atingidas por este discurso, muito por conta da criação do biquíni (Ibid. p. 111). De biquíni, ou roupa curta e justa, as mulheres nos cliques de funk de São Paulo são magras, de cabelos lisos, peles claras, são associadas aos homens e aos seus espaços, circunscritas à sexualidade pela via da exploração de seus corpos, elas são o desejo do outro (LAURETIS, 1984, p. 16).

Mylene Mizrahi (2010), ao analisar a estética funk carioca, salienta que “o homem, para afirmar sua masculinidade, precisa da mulher ao seu lado, esteja ela visibilizada ou presentificada.” (Ibid. pp. 244-245). Mizrahi identifica que, por outro lado, as mulheres são independentes e não necessitam recorrer visualmente à presença masculina para afirmar sua presença e feminilidade que opera com base no manejo de artefatos para a produção de sua estética. Em suas palavras, “os corpos femininos super-expostos ou super-realçados evidenciam e presentificam a sua potência ao se contrapor à estética dos corpos masculinos” (Ibid. p. 208). Para Mizrahi, os artefatos corporais femininos como roupas e cabelos

não perdem a sua dimensão de adorno, pois como a roupa, o cabelo pode ser retirado e pode se permanecer sem eles durante um período de semanas ou meses. O que reforça a ideia que não se quer simular um corpo outro ou passar por outro, mas se empoderar através dos objetos (Ibid. p. 253).

A constituição de uma estética feminina, pautada na estruturação de uma corporalidade não-branca é uma das ideias que norteia o trabalho de Mizrahi, que também salienta que “as mulheres no funk [carioca] não apenas fazem a sua moda como a disseminam pelo mundo, e distribuem assim a sua agência.” (Ibid. p. 202). Porém, no funk paulista a lógica é outra. O corpo feminina orienta-se para complementar as demandas do corpo masculino. Os corpos femininos são, por isso, cirurgicamente modificados por tratamentos estéticos a fim de se tornarem mais atraentes e em conformidade com os padrões sociais de beleza sob a ótica masculina, em torno da qual também se organiza o mercado de beleza.

Segundo levantamento da *International Society of Aesthetic Plastic Surgery*, divulgado em 2018, o Brasil é o segundo país que mais realiza cirurgias plásticas no planeta, de um total de 105 países analisados pela instituição. Só no ano de 2017 foram realizados 1.466.245 intervenções em todo o país, como mamoplastia, abdominoplastia, rinoplastia, gluteoplastia e botox. Mais de 20 milhões de cirurgias, ou 86,4% de todas as cirurgias plásticas que foram realizadas no mundo, no ano da pesquisa, foram feitas em mulheres e

somente 3 milhões de cirurgias foram realizadas em homens¹⁶⁹. Um outro estudo, divulgado pela *Sociedade Brasileira de Cirurgia Plástica*, mostrou que mais de 50% das cirurgias plásticas feitas no Brasil são feitas na região sudeste do Brasil, e foram majoritariamente realizadas em pessoas entre 19 e 50 anos de idade (80% do total), com predominância de pacientes femininas. Nessas, a cirurgia mais realizada foi o implante de próteses de silicone para o aumento dos seios¹⁷⁰. A materialidade, portanto, entra em cena no processo de produção desses corpos, pois são assim, entre agulhas, anestésias, quebra de ossos e próteses que se constroem os desejados corpos femininos.

Se desconforto é o adjetivo que define a construção dos corpos femininos no funk paulista, a *síntese corporal* moldada pela apropriação dos figurinos, dos calçados, pela realização de intervenções cirúrgicas e estéticas, isto não ocorre com os homens. As camisetas são de algodão, soltas e frescas, as calças jeans ou de sarja são mais largas, com desenho reto, não grudam no corpo e isto garante que o conforto seja a categorização apropriada para definir os artefatos masculinos. Com exceção das correntes de ouro, que atingem uma quilograma, não há nenhum elemento que literalmente pese nos corpos masculinos. Assim, eles podem se movimentar naturalmente, sem racionalizar previamente quais gestos podem ou não fazer, pois seus corpos permitem esse tipo de movimentação.

Quando modificados cirurgicamente e/ou esteticamente, os corpos femininos introjetam, literalmente, em seus corpos determinados tipos de materialidade como próteses de silicone, preenchimentos faciais com ácidos, cânulas de lipoaspiração, bioplastia, tratamentos capilares com substâncias químicas tóxicos como formol e guanidina. Uma bioplastia, por exemplo, por meio da retirada de gordura da barriga e injeção nos quadris e glúteos, redesenha o corpo da mulher, evidenciando as curvas nos vestidos de tecido bandage. Cabelos alisados quimicamente, por sua vez, garantem fios alinhados, com textura uniforme, com balanço e brilho, resistentes à água do mar, ao cloro da piscina, à água da chuva. Cinturas finas, um outro exemplo, podem ser obtidas por meio de lipoaspiração que é a retirada de tecido adiposo da região dos flancos e tronco. Estes procedimentos, além de invasivos e

¹⁶⁹ Os dados da pesquisa estão disponíveis no site da *International Society of Aesthetic Plastic Surgery* (ISAPS), de 2018. Disponível em: <<https://www.isaps.org/wp-content/uploads/2018/11/2017-Global-Survey-Press-Release-br.pdf>>. Acesso em: nov. 2019.

¹⁷⁰ Os dados da pesquisa feita pela Sociedade Brasileira de Cirurgia Plástica (SBPCP) podem ser consultados no site da instituição. Disponível em: <http://www2.cirurgiaplastica.org.br/wp-content/uploads/2019/08/Apresentac%CC%A7a%CC%83o-Ce nso-2018_V3.pdf>. Acesso em: nov. 2019.

dolorosos, são custosos: uma cirurgia de lipoaspiração custa, em média, R\$ 8 mil, uma cirurgia de bioplastia custa em torno de R\$ 15 mil reais e uma escova progressiva pode ultrapassar o valor de R\$ 500, preenchimento labial com injeção de ácido hialurônico para aumentar a densidade da boca pode custar de R\$ 1500 a R\$ 3000 por sessão.

As variáveis econômicas envolvidas na constituição de corpos femininos na cultura funk paulista se relacionam, assim, à conformação de corpos modificados cirurgicamente ou esteticamente, em academias, clínicas de estética, orientação nutricional, em um mercado que rende bilhões de dólares a consultórios médicos, hospitais, laboratórios farmacêuticos e que se conectam também à sexualidade. Segundo Guimarães *et al.* (2015), em um estudo realizado com setenta e seis mulheres que fizeram cirurgia de aumento de mamas entre os anos de 2009 e 2012, foi analisado que todas as pacientes indicaram melhoras no funcionamento sexual de seus corpos após o pós-operatório da cirurgia, em relação ao período pré-operatório¹⁷¹.

Estes corpos das mulheres explorados na videografia do funk paulista porém, não correspondem aos corpos das jovens rolezeiras. Enquanto as mulheres dos vídeos possuem idade superior aos 18 anos, as meninas que frequentavam os rolezinhos na capital paulista eram adolescentes, entre 12 e 16 anos e, portanto, ainda no período de puberdade, em que o corpo está em constante transformação. Há, então, os corpos almejados, desejados e admirados, fruto de modificações, que são associados diretamente à imagem dos funkeiros, à afirmação de sua masculinidade e possuidor de artefatos materiais dispendiosos e há os corpos das jovens que admiram a cultura funk e que, por questões de faixa etária, desenvolvimento hormonal e de acesso a recursos financeiros de alto valor, têm corpos, em sua maioria, não voluptuosos, são corpos ainda em desenvolvimento de meninas que cresceram com a imagem introyetada de que os corpos perfeitos são os corpos intervencionados por cirurgias plásticas, tratamentos estéticos, academia e/ou dieta e que são estes corpos que são sexualmente atrativos.

Em reportagem do dia 17 de janeiro de 2014, do portal de notícias *G1*, uma entrevistada de 15 anos destacou que ela e suas amigas priorizavam roupas mais comportadas e menos chamativas para irem aos rolezinhos, como blusas de malha, shorts jeans e sapatilhas

¹⁷¹ Os índices de positividade na melhora da função sexual foram obtidos a partir da realização de um questionário com as pacientes que considerava mais de dez pontos relativos à sexualidade, tais quais desejo, excitação, conforto, orgasmo. Guimarães, P., Resende, VCL, Sabino Neto, M. et al. Sexuality in Aesthetic Breast Surgery. *Aesth Plast Surg.* vol 39., edição_6 , pp 993–999. Disponível em: <<https://link.springer.com/article/10.1007/s00266-015-0574-9#citeas>>. Acesso em: nov. 2019.

Melissa¹⁷². O shorts jeans garante que a jovem realize movimentos mais acelerados com o corpo, acompanhando o ritmo da música, sem correr o risco de expor a roupa íntima e de limitar os movimentos das panturrilhas. Porém, o uso constante de roupas com este tipo de tecido, produzido a partir de fibras sintéticas, pode provocar disfunções no trato uro-ginecológico feminino, inflamações como cistite e pielonefrite, por exemplo. Isto se dá por conta do tipo de tecido sintético, *denim*, e de seu formato, muito apertado, que, quando em contato por muito horas com o corpo humano, facilita a reprodução irregular de bactérias e atrapalha o transporte de líquidos corporais pelos gânglios linfáticos, que estão localizados no pescoço, axilas, clavícula e, destacadamente, na região da virilha.

Problema parecido encontra-se no uso da sapatilha da marca brasileira Melissa. Produzida a partir de um material específico de nome Melflex, uma mistura de policloreto de vinila (um tipo de plástico popularmente chamado de PVC) e elementos químicos como zinco e cálcio, o calçado apresenta maior maleabilidade e durabilidade. Contudo, sapatos feitos em Melflex são difíceis de lacear e de se adaptarem à forma dos pés, já que há um limite até onde o material pode se expandir. Como consequência, estes calçados ferem as regiões, principalmente, do calcanhar e dos ossos laterais próximos ao dedo mínimo e dedão do pé, onde o atrito entre o calçado e a pele é mais intenso. Prolongado, este atrito pode provocar desde incômodos como bolhas nos pés e ferimentos pequenos até problemas graves como fibromatose da fáscia plantar (esporão de calcâneo) e hálux valgo (joanete). Nos dois casos, a motricidade da pessoa que faz uso de um sapato Melissa é prejudicada.

Ideia contrária se aplica aos rapazes rolezeiros que, menores de idade, não podiam dirigir, não possuíam carro e nem tatuagens pelos corpos. Porém, ainda assim, faziam uso de roupas confortáveis como camisetas de algodão, tênis, bonés, bermudas largas ao corpo feitas de sarja ou de tadel, como os funkeiros dos videoclipes, operando uma síntese corporal com estes artefatos que o constituem enquanto sujeitos que poderiam circular sem desconforto físicos por shoppings da cidade. A bermuda de tadel, diferentemente dos shorts jeans utilizados pelas meninas, é um tecido mais leve, macio e, por conta do caimento mais largo no corpo, permite que o ar circule dentro da vestimenta, e isso possibilita que a roupa seque mais rapidamente e absorva suor.

¹⁷² MACEDO, Leticia. Garotas explicam o rolezinho. **G1**. 17 jan. 2014. Disponível em: <<http://g1.globo.com/sao-paulo/noticia/2014/01/garotas-explicam-os-rolezinhos.html>>. Acesso em: fev. 2018.



Figuras 26 - Meninas e meninos posam durante rolezinhos ocorridos em Guarulhos, na região metropolitana de São Paulo, em fevereiro de 2014. Fonte: Haroldo Saboia/UOL. 2014. Acesso em: jun. 2016.

Nas imagens acima, do portal *UOL*¹⁷³, as poses de meninos e meninas evidenciam a diferenciação dos corpos: enquanto as meninas posam com as mãos na cintura ou sobre as coxas, posicionadas de lado, com uma das pernas flexionadas, movimentando o quadril lateralmente, projetando o glúteos para cima, forçando os músculos do abdome para dentro, os meninos posam de outra forma. Eles estão com os corpos soltos, com poses menos engessadas, fazendo sinais de cumprimento com as mãos. Por isso, afirmamos que os meninos rolezeiros estavam mais próximos do ideal padrão de um funkeiro paulista, do que as meninas rolezeiras. As modificações necessárias para que o corpo de uma adolescente de catorze, quinze ou dezesseis anos se aproximasse do corpo de uma modelo ou de uma atriz de um videoclipe de funk requeria transformações físicas, transformações em sua motricidade, o que ultrapassava a questão de consumo unicamente de bens de luxo como roupas, sapatos, joias de marcas estrangeiras — como acontecia com os meninos.

Esta forma de posicionamento da mulher na produção audiovisual difere muito do posicionamento de sujeitos em clipes de outra vertente do funk paulista, o funk Proibidão. Como observamos nas imagens a seguir, os personagens do Proibidão eram homens negros, pobres, em espaços marginalizados, ocupando funções criminosas, em posse de drogas e

¹⁷³ SABOIA, Haroldo. Moda rua: tênis de grife e óculos espelhados marcam estilo de jovens em rolezinho. *UOL*. 03. fev. 2014. Disponível em: <<https://www.uol.com.br/universa/album/2014/02/03/moda-da-rua-tenis-de-grife-e-oculos-espelhados-marcam-estilo-de-jovens-em-rolezinho.htm?foto=34>>. Acesso em: jun. 2016.

armas. Nas cenas abaixo, um clipe de MC Daleste e outro de MC Rodolphinho, há corpos em movimento, porém não há relações hierárquicas e não há relações sexuais inferidas pela associação entre dinheiro e luxo, apesar de se tratar de representações de um mundo predominantemente masculino.

Nos vídeos de Proibidão há questões de classe, perceptíveis pelo local onde são gravadas as cenas dos videoclipes, isto é, em favelas, e também há questões de raça, dado que todos os personagens dos vídeos são homens negros, encenando a venda de drogas em uma viela, rodeados de construções com a alvenaria à mostra, com marcas de pichações (figura 27) e homens com os rostos ocultos, mostrando armas para a câmera (figura 28). Desta forma, no processo de construção da narrativa da violência cotidiana da periferia de São Paulo associam-se elementos distintos dos elementos associados aos videoclipes de KondZilla, na vertente Ostentação. Não há carros, mansões, helicópteros e nem a presença de mulheres e/ou dançarinas nas imagens, mas há a rostos encobertos, filmagens em planos fechados e a predominância de homens.

A construção visual da masculinidade se dava, nessa vertente, sobretudo pela posse de armas. Isso não era uma característica somente do funk Proibidão, há uma recorrente relação entre a valorização de armas e a afirmação do masculino em nossa sociedade e essa relação permeia a política, a cultura e as práticas cotidianas. A criação das armas de fogo e a disseminação de seu uso, para além da esfera militar, coincide com base na lógica foucaultiana, com o período de surgimento da sociedade de massas, que exigia um disciplinamento dos corpos no século XIX. Nesse momento, era necessário disciplina para garantir o controle da multidão e a arma passa a representar no imaginário coletivo um mecanismo de autodefesa e heroísmo, características associadas não somente às armas, mas também aos homens. Possuir uma arma era, e ainda é, percebido como uma forma de possuir o controle da ação do outro em um movimento relacional: quem tem a arma tem o poder de coordenar a voz, as ações, as reações do outro e, assim, controlar a situação conforme queira.

Na *síntese corporal* homem-arma portanto, não é o sujeito quem comanda a ação, mas sim, a dinâmica da arma, que exige que o corpo se adapte para poder operacioná-la. Poucos, no entanto, foram os clipes de Proibidão produzidos e divulgados na Internet, o que impede que aprofundemos nossa análise sobre a relação entre corpos e armas na videografia¹⁷⁴. No

¹⁷⁴ Além desses fatores, muitos vídeos de Proibidão paulista foram retirados do YouTube por infringirem as normas de publicação do site. Também houve denúncias do Ministério

entanto, é possível afirmar que independentemente da vertente, *próteses corporais* foram fundamentais para a estruturação do ideal de masculino no funk de São Paulo.



Figura 27 - Cena do videoclipe “Mãe de traficante” de MC Daleste. Produção: ZikaFunk. Reprodução: YouTube. 2011.



Figura 28 - Cena do videoclipe “Dia de operação” de MC Rodolfinho. Produção: DJ Gá. Reprodução: YouTube. 2011.

Diante deste fato, privilegamos a análise de letras de músicas e reportagens no período anterior a 2011 (ano que KondZilla gravou o primeiro videoclipe, ver página 24) para analisar as problemáticas de gênero e, depois desse período, privilegamos a análise dos videoclipes realizados pelas produtoras. Isto porque estas fontes tratam da mulher tanto

Públicos, aceitas pela Justiça, que pediram a retirada desse tipo de conteúdo da Internet por ser compreendido, pelas autoridades, como apologia ao crime (Artigo 287 do Código Penal).

textualmente quanto visualmente, o que não ocorria com as produções de funk Proibidão, em São Paulo, que se detinham em abordar a violência, os conflitos com a Polícia Militar, o cotidiano nas periferias da cidade, com exibição apenas de homens. Focamos mais as imagens e vídeos, pois estas são tecnologias sociais que permitiram que observássemos detidamente os artefatos materiais mobilizados, para além do que era dito nas letras ou em matérias jornalísticas. Assim, pudemos analisar a conformação dos corpos, no funk paulista, a partir da associação com a materialidade de bens de luxo e da ideia da atuação do dispositivo de sexualidade nessa relação.

Seguindo a lógica de canções como “dinheiro faz dinheiro e dinheiro chama mulher”¹⁷⁵, as mulheres são sexualizadas como parte do universo masculino, como produto de sua ação. A plasticidade da sexualidade, encabeçada pelo masculino é, então, reforçada exatamente pela capacidade de moldar a sexualidade do outro gênero para atender às suas exigências. Como uma rede, o dispositivo da sexualidade também é acionado pelos demais sujeitos que de alguma forma se relacionam com a cultura funk paulista. É o caso dos jornalistas e repórteres-fotográficos, que reafirmam discursos que entrelaçam a produção da sexualidade ao universo funk. Ambos, assim, funkeiros de um lado, e a mídia, de outro lado, produzindo conteúdos sobre o funk, constroem discursos que não são contrapostos (FOUCAULT, 2017, p. 111), são produtos de um mesmo processo que associa e reafirma a sexualidade como intrínseca e inseparável da cultura funk paulista e que identifica essa sexualidade na figura feminina, no corpo da mulher (LAURETIS, 1994).

Este corpo feminino deve ser, então, “sexy, jovem, magro, e em boa forma” (GOLDENBERG *Apud.* CAETANO, 2015, p. 111), um corpo que é, simultaneamente, um capital físico, simbólico, econômico e social. Nesse processo, a constituição de corpos esbeltos, intervencionados, em uma operação invasiva e desconfortante para as mulheres, e de corpos adornados com joias, tênis, camisetas, confortavelmente estruturados, para os homens, é parte importante do mecanismo de marcação de gênero dentro desta cultura e que opera com base no dispositivo da sexualidade estruturando por palavras, imagens e ações os discursos sobre mulheres, homens e sobre a relação entre estes gêneros.

Em ambos os casos, o que ocorre é uma *síntese corporal*, de formas distintas, em que a materialidade é peça fundamental para que os sujeitos integrem à sua própria dinâmica a dinâmica dos objetos por eles apropriados e reapropriados atribuindo funções e, por sua vez,

¹⁷⁵ **Megane.** MC Boy dos Charmes. Link Records. 2011.

construindo novos corpos adornados de ouro, de marcas e de modificações cirúrgicas. As próteses corporais externas reforçam os ideais de masculinidade, ao passo que as transformações nos moldes do corpo reforçam, reproduzem e recriam os ideais de feminilidade.

Considerações finais
(ou sintetizando as nossas ideias voltando ao caso do MC Guimê)

Em 2014, MC Guimê, um dos mais importantes MCs do funk paulista lançou o *single* “Brazil we flexing”, uma parceria entre o cantor e o rapper norte-americano Soulja Boy. Na composição, que faz uma alusão à ostentação já no título¹⁷⁶, Guimê, que também é coautor da letra, demarca, por meio da cultura material, quem ele é, um sujeito detentor de bens materiais. Fazendo referências ao dinheiro; ao tênis Nike, como os de modelo Jordan, que foram inicialmente desenvolvidos pela marca norte-americana na década de 1980; ao carro de luxo de meio milhão de reais Porsche Panamera; aos bancos de couro dos automóveis conversíveis; referências ao ouro e ao diamante que o MC tem tatuado pelo corpo¹⁷⁷.

A parceria musical marcou a consolidação da carreira do artista brasileiro no cenário musical do funk paulista e do gênero funk nacional e, em razão disso, ele destacou na letra da música que “uns falaram que eu não ia chegar/ cheguei, até de Panamera” e, por isso, comemora: “então, um brinde pra mim / provei, não tô de brincadeira”. Nascido na periferia da cidade de Osasco, na região metropolitana de São Paulo, MC Guimê ganhou destaque cantando o luxo, embora sua carreira tenha dado os primeiros passos no funk de São Paulo cantando e compondo sobre a criminalidade, a contravenção — temática, esta, que havia sido exportada do Rio de Janeiro para a Baixada Santista, e da Baixada Santista, berço do funk paulista, havia chegado à capital (BEZERRA; REGINATO. 2017).

De bailes funks na Baixada, promovidos pelo empresário do ramo de moda Lorival Fagundes, festivais de funk passaram a ser realizados com recursos públicos na capital paulista, mais exatamente no bairro de Cidade Tiradentes, na zona leste. Sob intermédio de Cléber Passos Alves, mais conhecido como MC Bio G3, que abandonou sua carreira no rap para se dedicar ao funk, e do subprefeito Renato Barreiros, o funk Proibidão abre espaço para o funk Ostentação. Se antes se falava de armas, de tráfico de entorpecentes, de violência urbana, com a estruturação dos eventos na capital, foi estimulada uma nova seara a ser explorada, a seara do consumo, a seara da fartura, da opulência. E é nesse movimento que se insere e ascende Guilherme Aparecido Dantas Pinho, o MC Guimê.

¹⁷⁶ *Flexing*, em português, é uma gíria utilizada por rappers norte-americanos para se referir ao ato de esbanjar, de apresentar ao mundo, de se mostrar.

¹⁷⁷ Dinheiro tá nos pensamentos/Todos parceiros curtindo os momentos, assim/Vários Jordans lançamentos/Vai se envolvendo, ou se mordendo, enfim/Então, um brinde pra mim/Provei, não tô de brincadeira/Uns falaram que não ia chegar/Cheguei, até de Panamera/Sem bobeira, a noite inteira/Brilha o diamante, brilha o ouro/É Guime e Soulja Boy, ela fala: "Até que é estouro"/Quer sentar no banco de couro/Quer logo se envolver com o nosso bonde/Calma aí, respeita o moço/Sem alvoroço, cê veio de onde?

Criado em uma realidade marcada por penúrias, o menino pobre, nascido desnutrido, prematuro e abandonado pela mãe, tornou-se um fenômeno da música e do comércio cantando sobre seus carros, suas motos, suas mansões, e associando sua imagem a linhas de produtos. Em um momento da História do Brasil marcado pela ascensão econômica de classes baixas, graças a sistemas de redistribuição de renda, incentivos fiscais e aumento da disponibilidade de crédito, além de uma difusão do acesso à rede mundial de computadores por aparelhos eletrônicos como smartphones, tablets e notebooks (CARVALHO, 2018; SINGER, 2012), MC Guimê se apresenta, simultaneamente, como produto e produtor desta nova realidade. Produto, porque assim como muitos outros brasileiros, esteve inserido no processo de conformação da classe C, ou nova classe média, nos anos iniciais do século XXI, assim como acompanhou a popularização tecnológica entre os jovens. Produtor, porque para este novo público pode exaltar artefatos variados, de imóveis a joias, de bonés sapatos, por meio de suas canções gravadas em estúdios de pequeno porte, produzidas em programas de computador de baixo custo e disponibilizadas gratuitamente em sites como YouTube.

Seu corpo, com uma série de desenhos, emblemas e frases, tornou-se parte de suas marcas. Suas tatuagens passaram a estampar camisetas, almofadas, canecas, xícaras, nome de linha de acessórios. Esta variedade de artefatos foi comercializada pela Internet, por sites de e-commerce e expostas em videoclipes como o da canção “Brazil we flexing”. Nas imagens do vídeo, MC Guimê e o *rapper* Soulja Boy, ao lado de correntes, anéis e relógios de ouro, camiseta Adidas, carros Ferrari nas cores amarelo e vermelho e um carro Lótus, de cor laranja, ostentam os bonés da linha de Guimê para a empresa New Era, nas cores preta (utilizada por Soulja Boy) e vermelha (utilizada por Guimê). Além disso, há mulheres, muitas mulheres de corpos torneados, roupas justas e salto alto. E é a essas mulheres que o cantor se refere. A mulher que é atraída pela exuberância material do homem, ao passo que ela própria é uma matéria não apenas por constituir um corpo, mas por agregar valor e reforçar o ideal de masculinidade que é exposto no vídeo.





Figuras 29 - Cenas do videoclipe “Brazil we flexing” de MC Guimê em parceria com o rapper norte-americano Soulja Boy. Produção: Máximo produtora. Direção: Fred Ouro Preto. Reprodução: YouTube. 2014.

O exponencial crescimento de Guimê lhe garantiu, mesmo em uma gravadora e produtora de pequeno porte, a Máximo Produtora, a parceria com um astro do rap norte-americano, da maior gravadora do planeta, a Universal Music Group. Com seu rosto estampado em videoclipes e o nome associado a produtos e marcas, Guimê assinou contrato com uma gravadora internacional, a Warner, que comprou todos os direitos autorais das músicas de sua carreira, um fato incomum para um funkeiro e que muito difere do cenário em que surgiu o funk no estado, em 1995.

Na metade da última década do século XX, além da realização dos primeiros bailes funks da baixada, foi lançado o primeiro álbum dos MCs Jorginho e Daniel. Intitulado “Momentos”, o CD foi produzido pelo selo independente paulista Zimbabwe Records, mesmo selo que lançou os discos do grupo de rap Racionais MCs. Se no século XXI são as visualizações no YouTube que garantem o sucesso de um artista (MILLER, 2018), no final do século XX a métrica era feita a partir da quantificação da venda de CDs. E os Racionais MCs se destacaram não apenas pelas suas letras de denúncia social e crítica à forma como a sociedade, durante o período de ascensão do neoliberalismo na América Latina, rechaçava e criminalizava a população pobre e periférica.

Foi o amplo alcance do comércio dos CDs, mais de 1 milhão de cópias vendidas, que impressionou a imprensa, pois o grupo se recusava a receber os prêmios ganhos, aparecer em

programas de televisão ou em programas de rádio. Quando a Internet não estava ainda difundida entre a população e inexistiam redes sociais *online* conectando pessoas, “a atuação do grupo foi decisiva para fazer do rap muito mais que uma simples representação da periferia.” (OLIVEIRA, 2018, p. 9). Ao contrário de outros gêneros musicais estruturados na década de 1990,

[...] a aposta dos Racionais MCs (...) estava na construção de uma identidade formada a partir da ruptura com essa tradição conciliatória, por meio da afirmação de uma comunidade negra que se desvincula do projeto de nação mestiça concebido até então. (Ibidem)

Porém, o que parecia caracterizar duas culturas díspares, isto é, o funk e o rap, foi amalgamado com a estruturação do funk paulista, que muito herdou do rap dos Racionais MCs, sobretudo, a ligação com a materialidade, o que faz dos Racionais MCs, portanto, uma matriz importante para o funk paulista. Em uma das canções, intitulada ‘Mágico de Oz’, faixa do disco ‘Sobrevivendo no inferno’, o grupo formado pelos quatro rappers vindos do bairro do Capão Redondo, na zona da capital, canta sobre como o jovem de periferia, alijado de serviços básicos como saúde e educação, enxerga a venda de drogas como uma forma de conquistar carro, relógio de marca, corrente de ouro e mulheres. Para eles, sem dinheiro, sem emprego, sem roupa, sem carro, não se tem “chance, sem mulher, você sabe muito bem o que ela quer”¹⁷⁸. É o acesso ao mercado de consumo, no contexto social dos anos 1990, que permite ao indivíduo, segundo a letra, ter acesso a objetos de seu desejo sem ser transformado em um típico playboy:

Um dia ele viu a malandragem com o bolso cheio
 Pagando a rodada, risada e vagabunda no meio
 A impressão que dá é que ninguém pode parar
 Um carro importado, som no talo
 “Homem na estrada” eles gostam
 Só bagaceira, só, o dia inteiro, só
 Como ganha um dinheiro vendendo pedra e pó
 Rolex, ouro no pescoço à custa de alguém
 Uma gostosa do lado pagando pau pra quem?
 A polícia passou e fez o seu papel
 Dinheiro na mão, corrupção à luz do céu
 Que vida agitada, hein?!

¹⁷⁸ **Fórmula mágica da paz.** Racionais MCs. Cosa Nostra. 1997.

Gente pobre tem, periferia tem... Você conhece alguém?¹⁷⁹

Nesta composição se vê a menção a artefatos como Rolex, ouro, dinheiro, carro importado, som no talo. Todos esses elementos integram a temática funk paulista, que opera, porém, sob uma outra lógica. O que o rap dos Racionais MCs ambicionou possuir, mesmo dentro de um cenário periférico, o funk paulista concretizou, ele incorporou a dinâmica de objetos à dinâmica de seu corpo. Em uma relação indissociável, o funkeiro tem na exacerbação de uma materialidade originalmente criada para outra classe social, a sua matriz de subjetivação (WARNIER, 1999). Estes sujeitos, jovens, em sua maioria, procuravam constituir a si próprios por meio do consumo de carros de luxo, tênis de marca, camisetas de alto valor e de forma alguma, procuravam emular um outro estilo de vida, isto é, um outro *habitus* (BOURDIEU, 2011). Assim como os Sapeurs não queriam ser franceses e iam a Paris para comprar seus ternos Armani, seus sapatos Yves Saint-Laurent e voltavam para caminhar pelas ruas do Congo-Brazzaville transformados em “Os Grandes”, os rolezeiros e funkeiros paulistas não queriam ser como os adolescentes de classe média alta e da elite da cidade, mas queriam circular pelos shoppings, queriam ver pessoas e serem vistos também. Para eles,

[...] a cidade como um todo [era] espaço a ser conquistado e usado intensamente; [era] espaço de intervenção e de criatividade. Esse uso [era] não só mais intenso, como também mais diversificado: circula[va]-se para vários fins, não apenas para ir ao trabalho. E circula[va]-se com estilo, portando os novos signos de consumo. Para um trabalhador que mora[va] na periferia, possuir um carro [era] bem mais possível hoje do que no passado. As motos multiplica[va]m-se sem parar. E os usuários de ônibus, vans e metrô se movimenta[va]m com seus celulares, fones de ouvido, tênis de marca e roupas que não são necessariamente muito diferentes daquelas de grupos que [viviam] em regiões mais ricas. No passado, reconhecia-se um trabalhador mais facilmente: ele ia ao trabalho carregando uma marmita, não um smartphone e seu fone de ouvido (CALDEIRA, 2014, p. 18).

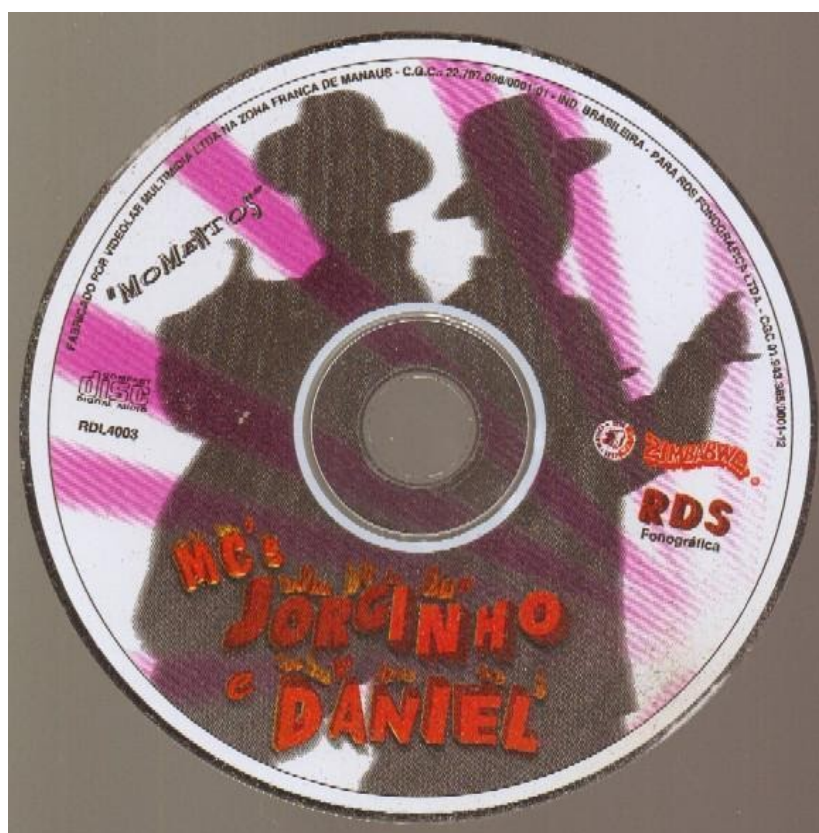
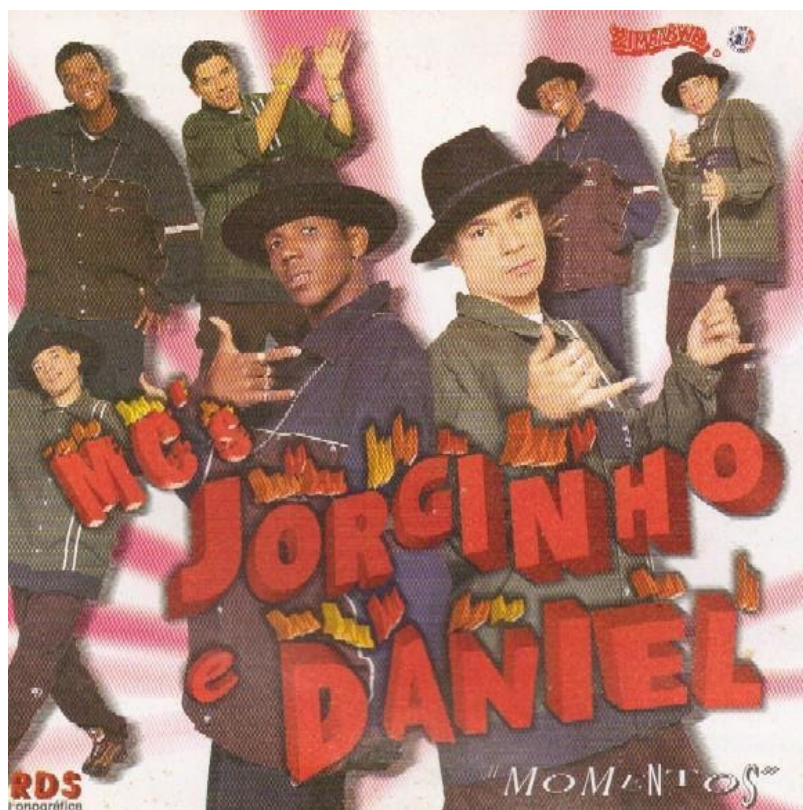
O repertório material destacado acima endossa a análise e deixa evidente a relação intrínseca entre o funk paulista e a materialidade de luxo desde o seu surgimento, na década de 1990. As fotos do encarte do CD dos MCs Jorginho e Daniel (figuras 30) não deixam dúvidas sobre esta conexão. Embora com poses mais descontraídas que as capas dos CDs de rap do mesmo selo fonográfico, e sem a presença de smartphones, celulares, tablets (que inexistiam àquela época), os objetos caros se faziam presentes nas pequenas correntinhas,

¹⁷⁹ **Mágico de Oz.** Racionais MCs. Cosa Nostra. 1997.

anéis e relógios de ouro, e nas vestimentas com logomarcas de empresa do ramo esportivo, calças, casacos, chapéus e tênis, bem ao estilo *street wear* das capas dos CDs dos rappers¹⁸⁰. Entretanto, ainda neste período, as letras não abordavam o consumo, o tema era a vida nas comunidades carentes da baixada santista e as ‘fubangas’ dos bailes, ou seja, criticar as frequentadoras dos bailes funks realizados na baixada que fugiam do modelo de beleza vigente naqueles espaços.

Em uma dessas canções, uma remixagem da canção “funk da fubanga”, os cantores afirmam “eu vou descarregar o tambor do meu oitão, sai daqui da minha frente, sua baranga, seu dragão”, insinuando, portanto, que uma mulher seria assassinada em razão de sua aparência física não sexualmente atraente. Este tipo de referência à mulher, resguardada as devidas proporções, contudo, não era exclusividade do recém-nascido funk paulista. O rap da capital, por exemplo, também concebia um tipo análogo de relação entre homem e mulher nas letras das músicas e até mesmo, as reportagens dos jornais, localizavam no corpo da mulher a sexualidade do funk em 130 batidas por minuto.

¹⁸⁰ Em razão da qualidade das imagens não é possível identificar com clareza qual o logo destacado nas vestes dos MCs. Entretanto, levantamos a hipótese de que, provavelmente, eles estivessem utilizando um conjunto de calça e blusão da marca esportiva norte-americana Under Armour. A empresa teve projeção significativa na década de 1990 pois, desenvolveu dois tipos de tecidos tecnológicos para atletas (*HeatGear*, tecido fino com camada de poliéster que absorvia o suor e acelerava o resfriamento do corpo, e *ColdGear*, tecido termocondutor de lã fina). Contudo, dada a concorrência com as empresas Nike e Adidas, líderes de venda, a Under Armour perdeu espaço em fins da década e se focou em produzir materiais esportivos para equipes universitárias de futebol, basquete, vôlei e atletismo. Os tênis usados pelos cantores Jorginho e Daniel também muito se assemelham aos tênis de *traking* produzidos pela empresa por conta da croma em borracha, o cadarço em zigue-zague e o solado com rochuras que tem como função primordial facilitar a prática da escalada e do montanhismo. Tanto o tênis, quanto as roupas da Under Armour eram valorizadas no mercado internacional durante a década de 1990 e por isso, podemos conjecturar que nas fotografias que compõem o encarte do CD, os cantores fazem poses, sinalizam com as mãos, posicionam as pernas e pés para frente de forma que o público consiga ver e reconhecer a marca das roupas e sapatos. Cf.: CRESWELL, Julie. DRAPER, Kevin. Antes aclamada como a próxima Nike, Under Armour perde sua força competitiva. **O Estado de São Paulo**. 30 jan. 2020. Disponível em: <<https://economia.estadao.com.br/noticias/geral,antes-aclamada-como-a-proxima-nike-under-armour-perde-sua-forca-competitiva,70003178447>>. Acesso em: fev. 2020.





Figuras 30 - Capa e parte interna do disco da dupla de MCs santistas Jorginho e Daniel, intitulado “Momentos”, de 1995. Fonte: Portal funk das antigas.

Porém, diferentemente dos Racionais MCs, que ganharam destaque sem aparecerem em entrevistas em grandes veículos de comunicação ou participarem de programas de auditório na televisão, foi a Internet que projetou o funk paulista pelo Brasil. Com a produção de videoclipes dirigidos, editados e gravados pela produtora KondZilla, postados gratuitamente no Youtube e compartilhados no Orkut e Facebook, o funk paulista deixou de circular somente pelo estado e atingiu outras regiões do país. Nas produções repletas de carros, joias, mansões e mulheres, com cortes de cena rápidos e com muitas cores, que Konrad Dantas, um ex-aspirante a rapper e estudioso de cinematografia, criou uma nova estética visual. Mesmo em meio a críticas sobre suas produções, vistas como fortemente machistas por apresentar mulheres em micro-vestidos colados ao corpo ou de biquíni, dançando à beira do mar ou de piscinas, Dantas estruturou sua produtora e expandiu seus negócios, construindo um estúdio de gravação, gerenciando a carreira de artistas, estampando bonés e camisetas, e chegando até o setor da comunicação com a inauguração de um portal de notícias sobre a empresa KondZilla e sobre a periferia da capital paulista.

Nos vídeos os homens eram apresentados como detentores dos objetos de luxo, provedores de momentos de diversão, ostentando seus artefatos de ouro 18k e 24k, trajando

roupas de marca de tecidos leves e confortáveis. Já, as mulheres, eram apresentadas ao público e mencionadas em letras de músicas com seus corpos magros, torneados, em roupas curtas, com saltos altos, silhuetas moldadas cirurgicamente, cabelos longos e lisos, que associavam a figura feminina à garantia da masculinidade do homem pela posse, exatamente, desses artefatos requintados (MIZRAHI, 2010). Caso destoassem deste padrão, as mulheres eram alvos de zombarias e ofensas, pois se preferiam as “tchutchucas” e “novinhas” às “fubangas”. Por outro lado, nos rolezinhos, os jovens rapazes afirmavam sua presença no espaço do shopping pelo mesmo processo de síntese corporal. Embora não ostentassem carros Mustang, Ferrari, Camari, ou motocicletas Kawasaki, mansões no litoral, eram suas vestimentas de marcas esportivas como Adidas, Nike, Quiksilver, New Era, Juliet que os construía como sujeitos, ao passo que as meninas adolescentes utilizavam sapatilhas Melissa, shorts jeans, blusas de malha tão justas e desconfortáveis quanto os saltos altos e os vestidos de bandage mostrados nos videoclipes.

Vê-se, assim, que as relações de gênero se constituíram a partir da posse material e da construção da mulher enquanto uma saturação do corpo do homem, o que fez do funk paulista uma cultura essencialmente masculina, cujo agentes, desde rolezeiros até empresários, eram predominantemente homens que operavam uma síntese corporal com os objetos, tal qual a síntese corporal operada pelos Sapeurs congolezes, homens que se fazem diferentes pelas transformações que roupas e acessórios proporcionam aos seus corpos. As mulheres também operacionalizavam este processo de síntese corporal, porém, adicionalmente, a constituição de seus corpos se dava mediante intervenções físicas em suas características fenotípicas e não apenas ocorria pela incorporação de artefatos externos.

Com base no estudo de Jean-Pierre Warnier (1999) podemos, então, sustentar a hipótese de que a cultura funk paulista é uma cultura que, entre 1995 a 2014, realçou em um primeiro momento, o uso de objetos vinculados à realidade das periferias do Brasil, marcadas pela violência e carestia. Porém, com a alteração nos hábitos de consumo, uma outra dimensão, também surgida na periferia, passou a ser apresentada com mais destaque e repercussão na videografia, em imagens e discursos destacando a apropriação de objetos de luxo. Em ambos os casos, nas vertentes Proibidão e Ostentação do funk paulista, foi reiterado o ideal masculino.

Desta relação entre homens e artefatos conformaram-se novos sujeitos, ou seja, novos corpos, a partir da introjeção da dinâmica dos objetos à conduta motora destes sujeitos. Esta

construção, por sua vez, suscitou problemáticas referentes às relações de gênero estabelecidas neste processo de subjetivação já que, até mesmo a construção material dos corpos femininos esteve calcada em uma lógica masculinizante, marcada pela exacerbação, destacadamente, da exploração da sexualidade no corpo das mulheres para atender às expectativas dos homens (LAURETIS, 1994).

A dança é significativa neste processo, pois as batidas eletrônicas, em 130 batidas por minuto (ver nota 8), incitavam, segundo os jornais, o corpo a se mover de forma sensual e sexualizada: as mulheres moviam seus quadris, seus joelhos, seus glúteos, embora limitadas pelas vestes justas e curtas e os calçados desconfortáveis, como analisamos. Enquanto os homens se encaixavam no movimento das mulheres, e seguiam seus passos porém, sem rebolar, sem mover as partes baixas de seus corpos, com mais liberdade no movimento. Esta conduta motora, contudo, era introjetada de forma inconsciente e, por isso, reproduzida nos espaços do funk paulista. Isto porque, tudo que é inconsciente se reproduz de forma mais fácil, pois os sujeitos não refletem sobre as suas ações naquele momento. E é aí que reside a potencialidade da análise da motricidade dos sujeitos pela observação da relação entre corpos e artefatos.

Assim temos o sujeito masculino que ostenta seus artefatos e o sujeito feminino que reafirma a masculinidade dos funkeiros, dos agentes, dos rolezeiros e, conseqüentemente, da cultura funk de São Paulo, pela exploração de sua sexualidade e da materialidade de seu corpo. O estudo da cultura funk permite entendermos com clareza como agentes sociais generificados utilizaram-se da materialidade para constituírem-se como sujeitos sociais, sem mimetizar elites, sem se deixar pasteurizar pelo consumo de massa, mas atualizando os clássicos papéis de homens e mulheres em uma sociedade machista e demarcada pela força do pensamento e das ações androcêntricas.

Por meio deste estudo esperamos ter demonstrado que o historiador, ao se apropriar da dimensão material da cultura, atentando para a crítica das fontes e voltando seu olhar para os objetos e sua relação com os homens e mulheres, pode melhor compreender como grupos sociais, em diferentes períodos da história, constituírem-se como sujeitos.

Bibliografia

AGAMBEN, Giorgio. O que é um dispositivo?. **Revista outra travessia**, Florianópolis, n. 5, pp. 9-16, jan. 2005.

ALTVATER, Elmar. **O fim do capitalismo como o conhecemos**. Uma crítica radical do capitalismo. Rio de Janeiro: Editora Civilização Brasileira. 2010.

ASSIS, José Carlos de. DORIA, Francisco Antônio. **O universo neoliberal em desencanto**. Rio de Janeiro: Editora Civilização Brasileira. 2011.

ARRUDA, Angela; BARROSO, Felipe; JAMUR, Marilena; MELICIO, Thiago. De pivete a funqueiro: genealogia de uma alteridade. **Caderno de Pesquisa**. 2010, vol.40, n.140, pp.407-425.

ANDRADE, Julia Pinheiro. **Cidade cantada**: experiência, estética e educação. Dissertação de mestrado (Programa de Pós-graduação em Educação) - Universidade de São Paulo. São Paulo, São Paulo. 2007.

ANTONACCI, A.; MARCILENE, R M. A. Comunicação e práticas de consumo: em perspectiva, o funk ostentação. **Anais do Congresso Internacional de Comunicação e Consumo (Comunicon)**. FGV-SP. São Paulo. 2013. pp. 1-11.

BATISTA, Carlos Bruce (Org.). **Tamborzão**: olhares sobre a criminalização do funk. Rio de Janeiro: Editora Revan, 2013.

BARBOSA, Alexandre de Freitas (Org). **O Brasil Real**: a desigualdade para além dos indicadores. São Paulo. Editora Outras Expressões. 2012.

BAUDRILLARD, Jean. **A sociedade do consumo**. Lisboa: Editora Edições 70. 2008.

BELEZA, Joana. PEREIRA, Cláudia. “Apresentação”. In: **A cultura material nas (sub)culturas digitais**: do DIY às trocas digitais. Rio de Janeiro: ED. PUC-Rio, Mauad-X. 2018. pp. 11-21.

BEZERRA, Julia; REGINATO, Lucas. **Funk**. A batida eletrônica dos bailes que contagiou o Brasil. São Paulo: Panda books. 2017.

BOIVIN, Nicole. **Material cultures, material minds**: the impact of things of human thought, society and evolution. Cambridge, Nova York: Cambridge University Press. 2011.

BOURDIEU, Pierre. **A distinção: crítica social do julgamento**. São Paulo. Editora da Universidade de São Paulo (EDUSP). 2015.

_____. “A gênese dos conceitos de habitus e de campo”. In: BOURDIEU, Pierre. **O poder simbólico**. Lisboa: Difel, 1989. pp. 59-73.

_____. **Os usos sociais da ciência: por uma sociologia clínica do campo científico**. São Paulo: Editora UNESP, 2004.

CAETANO, Mariana Gomes. **My pussy é o poder**. Representação feminina através do funk: identidade, feminismo e indústria cultural. Dissertação de mestrado (Programa de Pós-Graduação em Cultura e Territorialidades) - Universidade Federal Fluminense. Niterói, Rio de Janeiro, 2015.

CALDEIRA, Teresa Pires do Rio. Qual a novidade dos rolezinhos? espaço público, desigualdade e mudança em São Paulo. **Novos estudos - CEBRAP**, São Paulo, n. 98.mar. 2014. p. 13-20.

CAMARGOS, Roberto. **Rap e política: percepções da vida social brasileira**. São Paulo: Boitempo Editorial, 2015.

CANCLINI, Néstor García. **Consumidores e cidadãos: conflitos multiculturais da globalização**. Rio de Janeiro: UFRJ, 1999.

CARVALHO, Laura. **Valsa brasileira: do boom ao caos econômico**. São Paulo: Editora Todavia. 2018.

CARVALHO, Vânia Carneiro de. **Gênero e artefato: o espaço doméstico na perspectiva da cultura material**. São Paulo: EDUSP/FAPESP, 2008.

_____.; Individuo, Género y Ornamento en los retratos fotográficos, 1870-1920. In: AGUAYO, Fernando; ROCA, Lourdes (org.). **Imágenes e Investigación Social**. México: Instituto Mora, 2005, v. 1, p. 271-291.

CAPELATO, Maria Helena. “História do tempo presente: a grande imprensa como fonte e objeto de estudo “. In: DELGADO, Lucilia de Almeida Neves; FERREIRA, Marieta de Moraes (Org.). **História do Tempo Presente**. São Paulo: Editora FGV. 2014.

_____. **Multidões em cena: propaganda política no varguismo e no peronismo**. Campinas: Papius, 1998.

CORBIN, A. COURTINE, J., VIGARELLO, G. “Prefácio à História do corpo”. In: **História do corpo**. Volume 1. Da renascença às Luzes. Petropolis: Editora Vozes. 2012. pp. 7-13.

CYMROT, Danilo. **A criminalização do funk sob a perspectiva da teoria crítica**. Dissertação de mestrado (Programa de Pós-Graduação da Faculdade de Direito - área de concentração: Direito Penal, Medicina Forense e Criminologia). Universidade de São Paulo. São Paulo. 2011.

DELGADO, Lucilia de Almeida Neves; FERREIRA, Marieta de Moraes (Org.). **História do Tempo Presente**. São Paulo: Editora FGV. 2014.

DEL PRIORE, Mary. Dossiê: a história do corpo. **Anais do Museu Paulista: História e Cultura Material**, v. 3, n. 1; jan/1995. pp. 09-26.

_____. **Histórias e conversas de mulher**. São Paulo: Planeta, 2014.

DOSSE, François. História do tempo presente e historiografia. **Revista Tempo e Argumento**. vol. 4, núm. Florianópolis: Universidade do estado de Santa Catarina (UDESC). 2012, pp. 5-23.

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

FACINA, Adriana; GOMES, Mariana; PALOMBINI, Carlos. **Pavana para 20 infantes mortos: 50 falácias que não ressuscitam defunto**. Textos escolhidos de cultura e arte populares, Rio de Janeiro, v.13, n.1, mai. 2016. pp. 69-91.

FAOUR, Rodrigo. **História sexual da MPB: A evolução do amor e do sexo na canção brasileira**. Rio de Janeiro: Editora Record, 2006.

FAUSTO, Bóris. **História do Brasil**. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo (EDUSP). 2012.

FOUCAULT, Michel. **História da Sexualidade: a vontade de saber (volume 1)**. São Paulo. Editora Paz & Terra. 2017.

_____. **História da Sexualidade: o uso dos prazeres (volume 2)**. São Paulo. Editora Paz & Terra. 2014.

FRASER, Nancy. **Fortunes of feminism**. From state-managed capitalism to neoliberal crisis. Nova York: Verso. 2013.

GARCIA, Walter. **Ouvindo Racionais MCs**. Teresa, revista de Literatura Brasileira. No 4/5. São Paulo, 2004. pp. 166-180.

GIDDENS, Anthony. **A transformação da intimidade**: sexualidade, amor e erotismo nas sociedades modernas. São Paulo: Editora da Universidade Estadual Paulista (UNESP). 1993.

HERSCHMANN, Micael. **O funk e hip-hop invadem a cena**. Rio de Janeiro: UFRJ, 2005.

JEHA, Silvana. **Uma história da tatuagem o Brasil**. São Paulo: Editora Veneta. 2019.

LATOURET, Bruno. **Reensamblar lo Social**: una introducción a la teoría del actor-red. Buenos Aires: Manantial, 2008.

LAURETIS, Teresa de. “A Tecnologia de gênero”. In: HOLANDA, Heloisa Buarque de (org.). **Tendência e impasses**: o feminismo como crítica cultural. Rio de Janeiro, Rocco, 1994. pp. 206-241.

_____. **Alice doesn't**. Feminism, semiotics, cinema. Londres: The Macmillan press Ltda. 1984.

LUCA, Tânia Regina de. “História dos, nos e por meio dos periódicos.” In: PINSKY, Carla Bassanezi (Org.). **Fontes históricas**. São Paulo: Editora Contexto. 2008. pp. 111-153.

LOPES, Adriana Carvalho. **Funk-se quem quiser**: no batidão negro da cidade carioca. Rio de Janeiro: Editora Bom Texto, FAPERJ. 2011.

MACHADO, Mônica. “Antropologia digital e culturas juvenis: os usos das mídias sociais na favela do Cantagalo, Pavão e Pavãozinho”. In: BELEZA, J. PEREIRA, C. (Orgs.). **A cultura material nas (sub)culturas digitais**: do DIY às trocas digitais. Rio de Janeiro: ED. PUC-Rio, Mauad-X. 2018. pp. 47-67.

_____. **Consumo e politização**: discursos publicitários e novos engajamentos juvenis. Rio de Janeiro: Mauad X, FAPERJ. 2011.

MARCELINO, Rosilene Moraes Alves; ROCHA, Camilla Rodrigues Netto da Costa. O Funk Ostentação e a Questão de Gênero: cidadania que fala ou silencia? **Anais XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciência da Comunicação**. Rio de Janeiro. 2015.

MARQUES, Camila da Silva. **É, rap, é roupa!** Moda hip-hop: iguais e diferentes. Dissertação de mestrado (Programa de Pós-Graduação em Comunicação) - Universidade Federal de Santa Maria. Santa Maria, Rio Grande do Sul. 2013.

MAUSS, Marcel. “Les techniques du corps”. **Journal de Psychologie**. XXXII, n. 3-4, 15 mar. - 15 abr. 1936.

MCCRACKREN, Grant. “Bens de consumo, construção de gênero e uma teoria ‘trickle-down’ reabilitada”. In: **Cultura e Consumo**. Novas abordagens ao caráter simbólico dos bens e das atividades de consumo. Mauad Editora. Rio de Janeiro. 2003. pp. 123-134.

MELLO E SOUZA, Gilda de. **O espírito das roupas: a moda no século dezenove**. São Paulo: Cia. das Letras, 1987.

MENESES, Ulpiano T. B. de. Memória e cultura material: documentos pessoais no espaço público. **Estudos Históricos**. Rio de Janeiro, n.21, 1998.

_____. Fontes visuais, Cultura visual, História Visual. Balanços provisórios, propostas cautelares. **Revista Brasileira de História**, 23, n. 45, 2003.

_____. A fotografia como documento. Robert Capa e o miliciano abatido na Espanha: sugestões para um estudo histórico. **Revista Tempo**, núm. 14. Niterói: Universidade Federal Fluminense (UFF). 2002, pp. 131-151

_____. A cultura material no estudo das sociedades antigas. *Revista de História*. n. 115, p. 103-117, 1983.

MILLER, Daniel. **Consumption and its consequences**. Cambridge Malden: Polity. 2012.

_____. **Material Cultures: Why some things matter**. London: Routledge. 2003.

_____. **Trecos, troços e coisas: estudos antropológicos sobre Cultura Material**. Rio de Janeiro: Zahar, 2013.

_____. “Fotografia na era do Snapchat”. In: BELEZA, J. PEREIRA, C. (Orgs.). **A cultura material nas (sub)culturas digitais: do DIY às trocas digitais**. Rio de Janeiro: ED. PUC-Rio, Mauad-X. 2018. pp. 125-153.

MIZRAHI, Mylene. **A Estética Funk carioca: criação e conectividade em Mr. Catra**. Tese de doutorado (Programa de Pós-graduação em Sociologia e Antropologia) - Universidade Federal do Rio de Janeiro. Rio de Janeiro. 2010.

MONTGOMERY, M. E. **Displaying Women**. Spectacles of Leisure in Edith Wharton’s New York. New York/London: Rutledge, 1998.

MORETI, Fernando Piloto. **Abertura comercial brasileira: contrapondo opiniões**. Trabalho de conclusão de curso (bacharelado - Ciências Econômicas) - Universidade Estadual Paulista, ‘Júlio de Mesquita Filho’. Araraquara, São Paulo. 2011.

MOREIRA, Fabiane Barbosa. **Os valores-notícia no jornalismo impresso:** análise das ‘características substantivas’ das notícias nos jornais Folha de São Paulo, O Estado de São Paulo e O Globo. Dissertação de mestrado (Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Informação) - Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Porto Alegre, Rio Grande do Sul. 2006.

MOULIN, Anne-Marie. “O corpo diante da medicina”. In: COURTINE, Jean Jacques (Org.). **História do corpo.** Volume 3. As mutações do olhar. O século XX. Petrópolis: Editora Vozes. 2008. pp.15-82.

NAPOLITANO, Marcos. “A História depois do papel”. In: PINSKY, Carla Bassanezi (Org.). **Fontes históricas.** São Paulo: Editora Contexto. 2008. pp. 235-289.

NEVES, João Augusto. **Cultura funk e subjetividades consumistas:** sensibilidades da juventude no fluxo das periferias brasileiras (1990-2014). Dissertação de mestrado (Programa de pós-graduação em História) - Universidade Federal de Uberlândia. Uberlândia, Minas Gerais. 2016.

OLIVEIRA, Acauam Silvério. “O evangelho marginal dos Racionais MCs”. In: **Sobrevivendo no inferno.** São Paulo: Companhia das Letras. 2018.

OLIVEIRA, Elaine Moura e Silva. **Rap contestação e funk ostentação:** consumo e discursos sonoros na periferia. Dissertação de mestrado (Programa de Pós-graduação em Ciências Sociais) - Universidade Estadual Paulista ‘Júlio de Mesquita Filho’. Araraquara, São Paulo. 2016.

ORY, Pascal. “O corpo ordinário”. In: COURTINE, Jean Jacques (Org.). **História do corpo.** Volume 3. As mutações do olhar. O século XX. Petrópolis: Editora Vozes. 2008. pp. 155-195

PEDRO, Thomaz Marcondes Garcia. **Funk Brasileiro:** Música, comunicação e cultura. Dissertação de mestrado (Programa de Estudos pós-graduados em Comunicação e Semiótica) - Pontifícia Universidade Católica de São Paulo. São Paulo. 2015.

PEREIRA, Alexandre Barbosa. **A maior zoeira:** experiências juvenis na cidade de São Paulo. Tese de doutorado (Programa de Pós-graduação em Antropologia Social) - Universidade de São Paulo. São Paulo. 2010.

_____. Funk ostentação em São Paulo: imaginação, consumo e novas tecnologias da informação e da comunicação. **Revista de estudos culturais - USP.** São Paulo. 2014. pp. 1-18.

PEREIRA, Luena Nunes. Religião e parentesco entre os Bakongo de Luanda. **Revista**

Afro-Ásia, n. 47. 2013. pp. 11-41.

PIERCE, Dennis w. **Prison Ministry: Hope Behind the Wall**. London: Routledge. 2013.

PINHEIRO-MACHADO, R; SCALCO, M. L. Rolezinhos: marcas, consumo e segregação no país. **Revista de estudos culturais - USP**. São Paulo. 2014. p. 1-20.

PINTO, Hélio Pinheiro. 2018. Teoria da anomia segundo Robert King Merton e a sociedade criminógena: seria o delito uma resposta à frustração de não ser bem sucedido na vida? **Revista da ESMAL (Escola Superior da Magistratura do estado de Alagoas)**. Alagoas-AL. n.º 6. nov. 2017.

REDE, Marcelo. “História e cultura Material” In: CARDOSO, Ciro Flamarion. VAINFAS, Ronaldo. (Org). **Novos domínios da História**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2012.

_____. Estudos de cultura material: uma vertente francesa. **Anais do Museu Paulista: História e cultura material**.vol. 8-9. 2001. p.281-291.

REGO, Walquiria Leão. PINZANI, Alessandro. **Vozes do bolsa família**. Autonomia, dinheiro e cidadania. São Paulo: Editora da Universidade Estadual Paulista (UNESP). 2014.

RESENDE, Marcos Paulo Dias Leite. Identidade e consumo: expressões identitárias no ‘funk ostentação’. **Marketing & Tourism Review**. v. 2. n. 1. Núcleo de Estudos e Estratégias em Comunicação Integrada de Marketing e Turismo da Universidade Federal de Minas Gerais. Belo Horizonte. jun/jul. 2017.

RIOUX, Jean-Pierre. “Pode-se fazer uma história do presente?” In: CHAUVEAU, A.,TÉTART, P. (orgs.). **Questões para a história do presente**. Bauru, SP: EDUSC, 1999. p.39-50.

SANTOS, Milton. Sociedade e espaço: a formação social como teoria e como método. **Boletim Paulista de Geografia**. São Paulo, n 54, jun. 1977. pp. 35-59.

SCOTT, Joan W. **Gênero**: uma categoria útil de análise histórica. *Educação & Realidade*, vol. 20, número 2, 1995.

SINGER, André. **Os sentidos do Lulismo**. Reforma gradual e pacto conservador. São Paulo: Companhia das Letras. 2012.

SMIT, Barbara. **Invasão de campo**: Adidas, Puma e os bastidores do esporte moderno. Rio de Janeiro: Zahar, 2007.

SOHN, Anne-Marie. “O Corpo sexuado”. In: COURTINE, Jean Jacques (Org.). **História do corpo**. Volume 3. As mutações do olhar. O século XX. Petrópolis: Editora Vozes. 2008. pp. 109-154.

STEARNS, Peter. **História das relações de gênero**. São Paulo: Editora Contexto, 2007.

VIANNA JÚNIOR, Hermano Paes. **O baile funk carioca: festa e estilos de vida metropolitanos**. Dissertação de mestrado (Programa de Pós-graduação em Antropologia Social do Museu Nacional). Universidade Federal do Rio de Janeiro. Rio de Janeiro. 1987.

VILELA, Lilian Freitas. **O corpo que dança: os jovens e suas tribos urbanas**. Dissertação de mestrado (Programa de Pós-Graduação em Educação Física). Universidade Estadual de Campinas. Campinas, São Paulo. 1998.

WARNIER, Jean-Pierre. **A mundialização da cultura**. Bauru: Edusc. 2003.

_____. **Construire la culture matérielle**. L’homme qui pensait avec ses doigts. Paris: Presses Universitaires de France, 1999.

_____. **The Pot-King: the body and technologies of power**. Leiden and Boston: Editora. Brill. 2007.

WITT, Stephen Richard. **Como a música ficou grátis: o fim de uma indústria, a virada do século e o paciente zero da pirataria**. Rio de Janeiro: Editora Intrínseca. 2015.

YUYA, Kiuchi “It’s about the shoe: Nike and endless Sneaker War”. In: BATCHELOR, Bob; COOMBS, Danielle Server (Org). **American History through American Sports**. From Lacrosse to extreme sports. Volume II - Spots at the center of popular culture: the television age. California, ABC-Clio. 2013.

Fontes documentais citadas

1 - Fontes jornalísticas¹⁸¹

ANTENORE, Armando. Sexo, briga e funk dividem Rio e São Paulo. **Folha de São Paulo**. 05 nov. 1992. p.4.

AUGUSTO, Sérgio. Rio discute a violência na mídia. **Folha de São Paulo**. 27 jun. 1993. p. 13.

BARBOSA, Rodrigo; MOLICA, Fernando. Noite funk tem tapas, drogas e striptease. **Folha de São Paulo**. 25 out. 1992. p. 4.

BARSETTI, Silvio. Funk carioca mistura funk e violência. **O Estado de São Paulo**. 24 out. 1992. p. 2.

BATISTA Jr., João. DEODORO, Juliana. MC Daleste: da ostentação à tragédia. **Veja São Paulo**. 12 jul. 2013. Disponível em: <<https://vejasp.abril.com.br/cidades/mc-daleste-crime/>>. Acesso em: dez. 2019.

BERGAMIM Jr, Giba. Após morte de MC, funkeiros querem colete à prova de bala. **Folha de São Paulo**. 21. jul. 2013.

BERGAMIM, Giba. VALLONE, Giulliana. Ídolos de rolezeiros criticam correria dentro de shoppings. **Folha de São Paulo**. 26 jan. 2014. p. C6.

BERGAMIM JR, Giba. Pancadão é trocado por brincadeira infantil nos domingos da periferia. **Folha de São Paulo**. 12 mar. 2012. p. C9.

BERGAMIM JR. Giba. PM faz blitz para acabar com pancadão. **Folha de São Paulo**. 26 de mar. de 2012.

BUNDUKY, Ricardo. Rolezinho faz shopping fechar mais cedo. **Folha de São Paulo**. 06 jan. 2014. p. C4.

BURGARELLI, Rodrigo. Na favelas, 17% da Baixada Santista. **O Estado de São Paulo**. 22 dez. 2011. Disponível em: <<https://sao-paulo.estadao.com.br/noticias/geral,nas-favelas-17-da-baixada-santista-imp-,814134>>. Acesso em: jul. 2018.

¹⁸¹ As reportagens estão disponíveis nos acervos digitais dos jornais *Folha de São Paulo* e *O Estado de São Paulo*. A busca pelas fontes se deu a partir da pesquisa e filtragem dos materiais encontrados a partir do verbete “funk”. Os resultados obtidos durante o processo de cotejamento das fontes (anos de 2017 e primeiro semestre de 2018) foram lidos, analisados e selecionados a partir das balizas cronológicas (1995-2014) e temáticas levantadas nesse trabalho tais quais, funk paulista, baile funk em São Paulo, rolezinhos, Ostentação, Proibidão, consumo, mulheres, classe C. Buscas nos acervos desses jornais estão disponíveis em: <<https://acervo.folha.com.br/index.do>>. e <<https://acervo.estadao.com.br/>>. As demais reportagens podem ser acessadas clicando nos links disponibilizados juntamente com os títulos dos textos e autoria.

CAPELAS, Bruno. A vitória de KondZilla é reflexo da expansão da internet no país. **O Estado de São Paulo**. 18 mar. 2018. Disponível em: <<https://link.estadao.com.br/noticias/cultura-digital,cenario-a-vitoria-de-kondzilla-e-reflexo-da-expansao-da-internet-no-pais,70002231755>>. Acesso em: jan. 2020.

CAPITELLI, Marici. Tráfico mantém baile funk em Heliópolis. **O Estado de São Paulo**. 30 nov. 2011. p. C5.

CARVALHO, Happy. Polícia do Rio liga bailes funks a arrastões. **O Estado de São Paulo**. 26 abr. 1992. p. 1.

CASTRO, Laura Maio de; RODRIGUES, Artur. Movimento social apoia ‘rolezinhos’ e shoppings já bloqueiam página na web. **O Estado de São Paulo**. 18 jan. 2014.

CASTRO, Laura Maio de; REOLOM, Mônica. Shoppings fecham portas para barrar atos. **O Estado de São Paulo**. 17 jan. 2014.

CASTRO, Laura Maio de. Líder de ‘rolezinho’ é morto em briga. **O Estado de São Paulo**. 08 abr. 2014. p. A14.

CASSARO, Fernando. SIQUEIRA, Chico. Sucesso no camelô: CDs da facção. **O Estado de São Paulo**. 06 ago. 2006. p. C5.

DIMENSTEIN, Gilberto. Funk também é cultura. **Folha de São Paulo**. 02. ago. 2009. p. C10.

DIMENSTEIN, Gilberto. Dia Internacional da Popozuda. 11 de março de 2001. **Folha de São Paulo**. p. C12.

DE CASTRO, Yuri. Funk paulista vira fenômeno no Youtube. **Folha de São Paulo**. 02 jan. 2013. p. C7.

DE LUCENA, Eleonora. ‘Rolezinhos’ têm raízes na luta pelo espaço urbano. **Folha de São Paulo**. 19 jan. 2014. p. C8.

DE TOLEDO, Giuliana. O Baile todo. **Folha de São Paulo**. 11 dez. 2013. p. E6.

ESSINGER, Silvio. KondZilla, um império em construção. 07 mar. 2019. **Època**. Disponível em: <<https://epoca.globo.com/kondzilla-um-imperio-em-construcao-23504485>>. Acesso em: jan. 2020.

FRASER, Nancy, “A eleição de Donald Trump e o fim do neoliberalismo progressista”. **Opera Mundi**. 12 jan. 2017. Disponível em: <<https://operamundi.uol.com.br/opiniao/46163/a-eleicao-de-donald-trump-e-o-fim-do-neoliberalismo-progressista>>. Acesso em: dez. 2017.

GRIMBERG, Jorge. “Até quando o brasileiro irá se fantasiar de rico?”. **O Estado de São Paulo**. **São Paulo**. Moda Ostentação. 29 agosto 2014. Disponível em <<http://emails.estadao.com.br/noticias/moda-e-beleza.moda-ostentacao-1551567>>. Acesso em: 06 de março de 2017.

- KREPP, Ana. DNA do rolê. **Folha de São Paulo**. 15 jan. 2014. p. C3.
- LEMOS, Antonina. Galera do arrepio. **Folha de São Paulo**. 02 nov. 1992. p. 6.
- LEMOS, Nina. Funk feminista ‘rebola’ no cinema de São Paulo. **Folha de São Paulo**. 26 nov. 2005. p. E2.
- LEMOS, Ronaldo. Ostentação é cobiçado como marketing. **Folha de São Paulo**. 29 jun. 2014.
- MACEDO, Leticia. Garotas explicam o rolezinho. **G1**. 17 jan. 2014. Disponível em: <<http://g1.globo.com/sao-paulo/noticia/2014/01/garotas-explicam-os-rolezinhos.html>>. Acesso em: fev. 2018.
- MANSO, Bruno Paes. Febre funk troca o pancadão pelo luxo e ganha SP. **O Estado de São Paulo**. 24 mar. 2013. p. C1.
- MANSO, Bruno Paes. No pancadão, letras fazem apologia ao PCC. **O Estado de São Paulo**. 22 de novembro de 2008. Disponível em: <<https://brasil.estadao.com.br/noticias/geral,no-proibidao-letras-fazem-apologia-ao-pcc,282148>>. Acesso em: ago. 2019.
- MANSO, Bruno Paes. Profissão perigo. **O Estado de São Paulo**. 14 jul. 2012. p. E10.
- MANSO, Bruno Paes. Vistos por milhões, hits bombam no YouTube. **O Estado de São Paulo**. 24 mar. 2013. p. C3.
- MARSIGLIA, Ivan. O rolê da ralé. **O Estado de São Paulo**. 19 jan. 2014. p. E2.
- MATARAZZO, Andrea; IVANOVIC, Tatiana. ‘Rolezinhos’ em shoppings devem ser coibidos? **Folha de São Paulo**. 18 jan. 2014. p. A3.
- MATIAS, Alexandre. “Sou feia...” mostra funk além do fenômeno. **Folha de São Paulo**. 16 dez. 2005. p. E6.
- MEDEIROS, Jotabê. A hora e a vez da funkeira Tati Quebra-Barraco. **O Estado de São Paulo**. 18 jun. 2004. p. D6.
- NETTO, Amaral. O arrastão e o brizolismo. **O Estado de São Paulo**. 24 out. 1992. p. 2.
- NEUMAN, Camila. Marcas de grife têm vergonha de seus clientes mais pobres. **Portal UOL**. 03 fev. 2014. Disponível em: <<https://economia.uol.com.br/noticias/redacao/2014/02/03/marcas-de-grife-tem-vergonha-de-clientes-mais-pobres-diz-data-popular.htm#fotoNav=1>%3E>>. Acesso em: fev. 2017.
- OLIVEIRA, Marcus. Conheça o ourives que fabrica as joias do funk ostentação. **Veja São Paulo**. 01. jun. 2017. Disponível em:

<https://vejasp.abril.com.br/cultura-lazer/ourives-funk-ostentacao/?utm_source=redesabril_vejasp&utm_medium=facebook&utm_campaign=vejasp>. Acesso em: jan. 2020.

OROSCO, Dolores. Baile funk domina a balada da zona leste paulistana. **G1**. 31 out. 2007. Disponível em: <<http://g1.globo.com/Noticias/Musica/0,,MUL161743-7085.00-BAILE+FUNK+DOMINA+A+BALADA+DA+ZONA+LESTE+PAULISTANA.html>>. Acesso em: fev. 2018.

PALOMINO, Erika. Tati Quebra-Barraco é musa do verão neotropicalista. **Folha de São Paulo**. 12 nov. 2004. p. E 12.

PAULUSSI, Erik. ‘O consumidor brasileiro tem envolvimento emocional com as marcas’, afirma CEO da Lacoste”. **O Globo**. 13 abr 2014. Disponível em: <<http://gq.globo.com/Estilo/Moda-masculina/noticia/2014/10/o-consumidor-brasileiro-tem-envolvimento-emocional-com-marcas-afirma-ceo-da-lacoste.html>>. Acesso em: jun. 2016.

RIBEIRO, Stênio. Redes sociais da internet são mais usadas pela classe média. **Portal EBC**. 11 nov. 2012. Disponível em: <<http://www.ebc.com.br/2012/11/redes-sociais-da-internet-sao-mais-usadas-pela-classe-media>>. Acesso em: jan. 2020. Retornaremos à esta temática na segunda parte do capítulo.

ROSSI, Mariana. Os jovens de classe C são os maiores consumidores do país. **El País**. 26 jan. 2014. Disponível em: <https://brasil.elpais.com/brasil/2014/01/26/politica/1390771527_418106.html>. Acesso em: jan. 2020.

SABOIA, Haroldo. Moda rua: tênis de grife e óculos espelhados marcam estilo de jovens em rolezinho. **UOL**. 03. fev. 2014. Disponível em: <<https://www.uol.com.br/universa/album/2014/02/03/moda-da-rua-tenis-de-grife-e-oculos-espelhados-marcam-estilo-de-jovens-em-rolezinho.htm?foto=34>>. Acesso em: jun. 2016.

SILVA, Adriana Ferreira. Pancadão da baixada. **Folha de São Paulo**. 01 abr. 2007. p. E1.

SINGER, André. Ostentação. **Folha de São Paulo**. 13 fev. 2013. p. A2.

SOARES, Ana Carolina. KondZilla fatura mais de R\$ 1 milhão de reais por mês. **VEJA São Paulo**. 3 abr. 2017. Disponível em: <<https://vejasp.abril.com.br/cultura-lazer/konzilla-perfil-astro-funk/>>. Acesso em: dez. 2018.

TORRES, Sérgio. Funk do Rio prefere linha erótica ao protesto. **Folha de São Paulo**. 05 nov. 1992. p. 8.

WIZIACK, Julio. Consumo da baixa renda pressiona grandes empresas. **Folha de São Paulo**. 24 mar. 2008. p. B1.

ZANCHETTA, Diego. Cidade Tiradentes proíbe baile funk na rua. **O Estado de São Paulo**. 28 jun. 2009. p. C3.

ZANCHETTA, Diego. ‘Bancada da bala’ quer proibir baile funk. **O Estado de São Paulo**. 03 nov. 2012. p. C4.

ZONTA, Natália. Patricinhas se disfarçam de bandidas. **O Estado de São Paulo**. 09 out. 2005. p. C3.

Funk Fake. **Revista da Folha**. 25 fev. 2001.

São só rolezinhos. Editorial. **Folha de São Paulo**. 17 jan. 2014. p. A2.

Redação. “Moda rolezinho: saiba o que não pode faltar no visual das garotas e garotos dos rolês”. **Vírgula**. 16 jan. 2014. Disponível em: <<http://www.virgula.com.br/modaebelleza/moda-rolezinho-saiba-o-que-nao-pode-faltar-no-visual-das-garotas-e-garotos-dos-roles/>>. Acesso em: ago. 2019.

Redação. KondZilla participa da CCXP17 Unlock. **Kondzilla.com**. 12 dez. 2017. Disponível em: <<https://kondzilla.com/m/kondzilla-participa-da-ccxp17-unlock/#materia>>. Acesso em: jan. 2020.

Reportagem local. Grupo ataca ‘racistas otários’. **Folha de São Paulo**. 05 nov. 1992. p. 4.

Reportagem local, Rio de Janeiro. Dois morrem em baile funk de traficante. **Folha de São Paulo**. 11 dez. 1995. p. 3.

Reportagem local. Pirataria espalha o funk da Baixada. **Folha de São Paulo**. 01 abr. 2007. p. E3.

Reportagem local, Rio de Janeiro. Funkeiro indiciado diz ‘cantar a realidade’. **Folha de São Paulo**. 05 out. 2005.

2 - Fontes audiovisuais

Documentário **Funk Ostentação — O filme**. 2013. Direção: Konrad Dantas. Produção: KondZilla. São Paulo. Disponível em: <<https://vimeo.com/53679071>>.

Documentário **Funk Rio**. 1994. Direção: Sérgio Goldenberg. Rio de Janeiro. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=349OLoSMbAc>>.

Documentário **Os pobres vão à praia**. 1992. Produção: Documento especial. TV Manchete. Rio de Janeiro. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=kOzGFJZZVe8>>.

Videoclipe “Dia de operação” de MC Rodolfinho. Produção: DJ Gá. Reprodução: YouTube. 2011. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=oyzugZwsON8>>.

Videoclipe “È Classe A” de MC Backdi e Bio G3 . Produção: Kondzilla/Nois por nois. Direção: Konrad Dantas. Reprodução: YouTube. 2012. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=8XkN9nnXIK0>>.

Videoclipe “Mãe de traficante” de MC Daleste. produção: ZikaFunk. Reprodução: YouTube. 2011. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=4jTv7SCNRi8>>.

Videoclipe “Na pista eu arraso” de MC Guimê. Produção: Maximo produtora/Trator filmes. Direção: Fred Ouro Preto. Reprodução: YouTube. 2013. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=O4t94cFV7zM>>.

Videoclipe “Plaque de 100” de MC Guimê. Produção: KondZilla. Direção: Konrad Dantas. Reprodução: YouTube. 2012. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=gyXkaO0DxB8>>.

Videoclipe “São Paulo” de MC Daleste. Produção: 3K Produtora/Nois por nois. Direção: Renato Barreiros. Reprodução: YouTube. 2012. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=jk_T3I95d6s>.

3 - Fontes iconográficas¹⁸²

Figuras 1 - Cenas do videoclipe “Megane” de MC Boy dos Charmes. Direção: Konrad Dantas. Produção: Diretoria Filmes/KondZilla. Reprodução: YouTube. 2011. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=r2wUIRkpOVw>>.

Figuras 2 - Fotografias: Daniele Tamagni que integram o livro *Gentlemen Of Bakongo Book: The Dandies Of Sub-Saharan Africa*, de 2009. Disponível em: <<https://trendland.com/gentlemen-of-bakongo-the-african-dandies>>. Acesso em: ago. 2019.

Figura 3 - Fotografias: Robson Ventura/*FolhaPress*. 13 jan. 2014. Disponível em: <<https://noticias.uol.com.br/album/2014/01/13/rolezinhos-causam-tumulto-em-shoppings-de-sao-paulo.htm>>. Acesso em: fev. 2017.

Figura 4 - Fotografias: Vagner Campos/*G1*, 18 jan. 2014. Disponível em: <<http://g1.globo.com/sao-paulo/noticia/2014/01/com-84-mil-seguidores-em-redes-sociais-joy-em-atrai-fas-em-rolezinho.html>>. A última imagem é de autoria de João Castellano/Agência Istoé, 17 jan. 2014. Disponível em: <https://istoe.com.br/343733_ROLEZINHO+VIOLENCIA+E+PRECONCEITO/>. Acesso em: jan. 2018.

Figura 5 - Página do jornal *O Estado de São Paulo*, de 26 de outubro de 1992, destacando os assaltos ocorridos nas praias cariocas e associando a prática de tais atos aos funkeiros.

Figura 6 - Mapa com destaque aos municípios da Baixada Santista (em roxo), a cidade de São Paulo (em vermelho) e a cidade do Rio de Janeiro (em ocre). Autoria: Maiara Santana Oliveira. Ago. 2018.

Figura 7 - Mapa com destaque aos bairros de Cidade Tiradentes (em amarelo) e Capão

¹⁸² Com exceção de três figuras, as demais imagens que não possuem indicação de endereço de site fazem parte de reportagens dos jornais *O Estado de São Paulo* e *Folha de São Paulo* e podem ser acessadas pelo mecanismo de busca do acervo digital desses jornais.

Redondo (em preto) e a cidade de São Paulo (em vermelho). Autoria: Maiara Santana Oliveira. Ago. 2018.

Figura 8 - Página do jornal *O Estado de São Paulo*, de 17 de janeiro de 2014, aproximando os rolezinhos da prática política de movimentos sociais e partidos políticos em ano de eleição presidencial.

Figura 9 - Página do jornal *Folha de São Paulo*, coluna de “Tendências/debate” que apresenta visões divergentes sobre a temática dos ‘rolezinhos’, em 18 de janeiro de 2014.

Figura 10 - Esquema sobre o processo de síntese corporal pelo sujeito, seguindo a proposta de Warnier (1999). Autoria: Laíza Santana Oliveira.

Figura 11 - Infográfico publicado no jornal *Folha de São Paulo* em 24 mar. 2008.

Figuras 12 - Fotografias: Camila Neuman/UOL. 03 fev. 2014. Disponível em: <<https://economia.uol.com.br/album/2014/01/30/consumidores-dizem-se-abandonam-ou-nao-marcas-que- ficam-populares.htm#fotoNav=1>>. Acesso em: jul. 2018.

Figuras 13 e 14: Fotografias de MC Daleste retiradas da plataforma online Google Imagens (sem direitos autorais e sem filtro de licença). Acesso em: jan. 2020.

Figura 15 - Fonte: divulgação/New Era. 2014. Disponível em: <<https://www.neweracap.com.br/EMS/B2C/Index.aspx#>>. Acesso em: dez. 2019.

Figura 16 - Fonte: divulgação/ bandUP! e Just Pop. Disponível em: <<https://www.bandupstore.com.br/>> e <<https://www.justpop.com.br/mcguime>>. Acesso em: dez. 2019.

Figuras 17 - Fotografias: Eduardo Enomoto/R7. 02 jan. 2015. Disponível em: <<https://recordtv.r7.com/hora-do-faro/fotos/mc-guime-possui-55-do-corpo-tatuado-conheca-to-dos-os-significados-de-suas-tattoos-21102018#!/foto/1>>. Acesso em: dez. 2019.

Figuras 18 - Cenas do videoclipe “Na pista eu arraso” de MC Guimê. Produção: Máximo produtora/Trator filmes. Direção: Fred Ouro Preto. Reprodução: Youtube. 2013. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=O4t94cFV7zM>>.

Figura 19 - Imagem retirada da Revista Serafina, pertencente ao grupo *Folha*, 29. jun. 2014.

Figuras 20 - Capa e reportagem do dia 25 de fevereiro de 2001 da Revista *Folha* sobre os bailes funks realizados em casas noturnas da cidade de São Paulo.

Figura 21 - Reportagem “Patricinhas se disfarçam de bandidas”, do jornal *O Estado de São Paulo*, de 09 de outubro de 2005.

Figuras 22 - Cenas do videoclipe “São Paulo” de MC Daleste. Produção: 3K Produtora/Nois por nois. Direção: Renato Barreiros. Reprodução: Youtube. 2012. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=jk_T3I95d6s>.

Figuras 23 e 24 - Cenas do videoclipe “Plaque de 100” de MC Guimê. Produção: Kondzilla Records. Direção: Konrad Dantas. Reprodução: Youtube. 2012. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=gyXkaO0DxB8>>

Figura 25 - Cenas do videoclipe “É Classe A” de MC Backdi e MC Bio G3 . Produção: Kondzilla/Nois por nois. Direção: Konrad Dantas. Reprodução: Youtube. 2012. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=8XkN9nnXIK0>>.

Figura 26 - Fonte: Imagem de Haroldo Saboia/UOL, pertencente ao grupo *Folha*. 02 fev.. 2014. Disponível em: <<https://www.uol.com.br/universa/album/2014/02/03/moda-da-rua-tenis-de-grife-e-oculos-espeelhados-marcam-estilo-de-jovens-em-rolezinho.htm?foto=34>>. Acesso em: jun. 2016.

Figura 27 - Cena do videoclipe “Mãe de traficante” de MC Daleste. Produção: ZikaFunk. Reprodução: Youtube. 2011. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=4jTv7SCNRi8>>.

Figura 28 - Cena do videoclipe “Dia de operação” de MC Rodolfinho. Produção: DJ Gá. Reprodução: Youtube. 2011. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=oyzugZwsON8>>.

Figuras 29 - Cenas do videoclipe da música “Brazil we flexing” de MC Guimê *featuring* Soulja Boy. Produção: Máximo produtora. Direção: Fred Ouro Preto. Reprodução: YouTube. 2014. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=KiWfu6JFHE4>>.

Figura 30 - Capa e encarte do CD da dupla de MCs santistas Jorginho e Daniel, intitulado “Momentos”, de 1995. Fonte: Portal funk antigo. Disponível em: <<https://www.funkantigo.com.br/2018/04/01-funk-da-fubanga-02-funk-da-verdade.html>>.

4 - Fontes textuais (letras de música)¹⁸³

Angra dos Reis. MC Daleste. Detona funk. 2012.
Compositor: Daniel Pedreira Senna Pellegrine
Intérpretes: Daniel Pedreira Senna Pellegrine

¹⁸³ Todas as informações sobre autoria, gravadoras e interpretação das músicas foram retiradas do banco de dados do Escritório Central de arrecadação e distribuição (ECAD), empresa responsável pela administração de direitos autorais de músicas. Mais informações podem ser consultadas no site EcadNet. Disponível em: <<https://www.ecadnet.org.br/client/app/#/home>>. A maioria dos cantores de funk paulista tiveram os direitos autorais de suas músicas compradas pelas divisões nacionais de gravadoras internacionais como Universal Music e Warner Music. Portanto, além de gravadoras, estes artistas possuem editoras que administram os direitos autorais e gerenciam a venda e circulação de suas músicas no mercado fonográfico. Todos os direitos autorais e lucros com a comercialização das músicas estão, portanto, reservados, em primeiro lugar, à estas empresas e posteriormente, aos cantores, compositores, produtores e empresários. Os Racionais MCs, por outro lado, lançaram em 1997 a própria gravadora, a Cosa Nostra, que desde então é responsável pela gravação, distribuição e administração dos direitos autorais das músicas, álbuns do grupo e de rappers como Sabotage, Dexter e do conjunto RZO. Os CDs “Holocausto Urbano” (1990), “Escolha seu caminho” (1992), “Raio-X do Brasil” (1993) foram gravados e ainda tem parte dos direitos autorais administrados pela gravadora Zimbabwe Records. Cf: <<https://www.discogs.com/label/15567-Cosa-Nostra>>. Acesso em: fev. 2020.

Gravadora: Detona Funk LTDA
Editora: Universal music publishing MGB Brasil Ltda

Bonde da Juju. MC Backdi e MC Bio G3. La Mafia Produções. 2008.
Compositor: Cleber Passos Alves.
Intérpretes: Cleber Passos Alves; Adriano Silva de Oliveira.
Gravadora: La Mafia Produções LTDA.

Brazil we flexing. MC Guimê. Maximo produtora. 2014.
Compositores: Guilherme Aparecido Dantas; Jean Fabricio Ramos.
Intérprete: Guilherme Aparecido Dantas
Gravadora: Maximo Produtora Editora e Gravadora LTDA
Editora: Warner Chappell Edicoes Musicais Ltda

Calça da Gang. DJ Paulinho Cabeção. Link Records. 2000.
Compositor: Paulo Roberto Pereira De Sousa.
Intérprete: Paulo Roberto Pereira De Sousa.
Gravadora: Link Records Produções E Entretenimentos Ltda.

Como é bom ser vida loka. MC Rodolfinho. GR6. 2013.
Compositor: Rodolfo Martins Costa
Intérpretes: Rodolfo Martins Costa
Gravadora: Gr6 Eventos - Produtora, Gravadora e Editora LTDA
Editora: Warner Chappell Edicoes Musicais Ltda.

Da ponte pra cá. Racionais MCs. Cosa Nostra. 2002.
Compositor: Pedro Paulo Soares Pereira.
Intérpretes: Pedro Paulo Soares Pereira; Kleber Geraldo Lelis Simões; Edivaldo Pereira Alves; Paulo Eduardo Salvador.
Gravadora: Cosa Nostra Fonográfica Ltda.

Espada no dragão. MC Primo. Link Records. 2011.
Compositor: Carlos Eduardo Taddeo.
Intérprete: Jadielson da Silva Almeida.
Gravadora: Link Records Produções E Entretenimentos Ltda.

Especialista em Fuga. MC Guimê. Maximo produtora. 2011.
Compositor: sem informações
Intérprete: Guilherme Aparecido Dantas
Gravadora: Maximo Produtora Editora e Gravadora LTDA
Editora: Warner Chappell Edicoes Musicais Ltda.

Fórmula Mágica da paz. Racionais MCs. Cosa Nostra. 1997.
Compositor: Pedro Paulo Soares Pereira.
Intérpretes: Pedro Paulo Soares Pereira; Kleber Geraldo Lelis Simões; Edivaldo Pereira Alves; Paulo Eduardo Salvador.
Gravadora: Cosa Nostra Fonográfica Ltda.

Fubanga Macumbeira. MCs Jorginho e Daniel. Zimbabwe Records. 1995.

Compositor: sem informações;
Intérpretes: sem informações sobre os nomes completos dos cantores.
Gravadora: Zimbabwe Prod.Artísticas Edições Grav.E Com.D.

Gosto mais do que lasanha. MC Daleste. Detona Funk. 2011.

Compositor: Rodrigo Pedreira Senna Pellegrine
Intérprete: Daniel Pedreira Senna Pellegrine
Gravadora: Detona Funk LTDA.
Editora: Warner Chappell Edicoes Musicais Ltda.

Inimigo é de graça. Racionais MCs. Cosa Nostra. 2009

Compositores: Pedro Paulo Soares Pereira; Marcos Dias Carneiro.
Intérpretes: Pedro Paulo Soares Pereira; Kleber Geraldo Lelis Simões; Edivaldo Pereira Alves; Paulo Eduardo Salvador.
Gravadora: Cosa Nostra Fonográfica Ltda.

Mágico de Oz. Racionais MCs. Cosa Nostra. 1997.

Compositor: Edivaldo Pereira Alves.
Intérpretes: Kleber Geraldo Lelis Simões; Edivaldo Pereira Alves; Paulo Eduardo Salvador.
Gravadora: Cosa Nostra Fonográfica Ltda.

Medley do Terror. MC Daleste. Detona Funk. 2011.

Compositor: Rodrigo Pedreira Senna Pellegrine
Intérprete: Daniel Pedreira Senna Pellegrine
Gravadora: Detona Funk LTDA.
Editora: Warner Chappell Edicoes Musicais Ltda.

Megane. MC Boy dos Charmes. Link Records. 2011.

Compositor: sem informações;
Intérpretes: Wellington de Aguiar Franca
Gravadora: Link Records Produções E Entretenimentos Ltda.

Mulheres vulgares. Racionais MCs. Zimbabwe Records. 1990.

Compositor: Pedro Paulo Soares Pereira
Intérpretes: Pedro Paulo Soares Pereira; Kleber Geraldo Lelis Simões; Edivaldo Pereira Alves; Paulo Eduardo Salvador.
Gravadora: Zimbabwe Prod.Artísticas Edições Grav.E Com.D.

Negro drama. Racionais MCs. Cosa Nostra. 2002.

Compositores: Pedro Paulo Soares Pereira; Adivaldo Pereira Alves.
Intérpretes: Pedro Paulo Soares Pereira; Kleber Geraldo Lelis Simões; Edivaldo Pereira Alves; Paulo Eduardo Salvador.
Gravadora: Cosa Nostra Fonográfica Ltda.

O Homem na estrada. Racionais MCs. Zimbabwe Records. 1993.

Compositores: Pedro Paulo Soares Pereira.
Intérpretes: Pedro Paulo Soares Pereira.
Gravadora: Zimbabwe Prod.Artísticas Edições Grav. E Com.D.

Olha o kit (parte III). MC Dede. GR6. 2010.

Compositor: Josley Caio Faria.

Intérprete: Josley Caio Faria.

Gravadora: Gr6 Eventos - Produtora, Gravadora e Editora LTDA

Editora: Warner Chappell Edicoes Musicais Ltda

Otus 500. Racionais MCS. Cosa Nostra. 2002.

Compositor: Adivaldo Pereira Alves.

Intérpretes: Pedro Paulo Soares Pereira; Kleber Geraldo Lelis Simões; Edivaldo Pereira Alves; Paulo Eduardo Salvador.

Gravadora: Cosa Nostra Fonográfica Ltda.

Vida Loka (parte II). Racionais MCs. Cosa Nostra. 2002.

Compositores: Pedro Paulo Soares Pereira;

Intérpretes: Pedro Paulo Soares Pereira; Kleber Geraldo Lelis Simões; Edivaldo Pereira Alves; Paulo Eduardo Salvador.

Gravadora: Cosa Nostra Fonográfica Ltda.