



“NÃO É IMAGINAÇÃO, É REALIDADE”: TRANSFORMAÇÕES DO FUNK OSTENTAÇÃO FRENTE ÀS MUDANÇAS DA REALIDADE SOCIAL

Palavras-Chave: [Música], [Funk Ostentação], [Cultura]

Autores/as

Ana Vitoria Cavalcante Santos [IFCH/UNICAMP]

Prof. Dr. Michel Nicolau Netto (orientador/a) [IFCH/UNICAMP]

INTRODUÇÃO

O funk *ostentação*, que surgiu em meados de 2010 no estado de São Paulo, inaugurou uma nova narrativa em suas músicas. Com letras que enaltecem carros e motocicletas de luxo, roupas de grife e bebidas importadas, ganhou grande projeção nas classes populares, em um contexto socioeconômico onde parcela significativa da população mais pobre se insere no consumo. Esse contexto se transforma com a crise econômica e novas vertentes surgem no cenário do funk paulista, como por exemplo o funk *ousadia*. Dessa maneira, esse projeto se debruçou em compreender as possíveis mudanças dessa vertente musical e suas transformações ao passar dos anos, se apoiando em bibliografias acerca do tema e também da análise das músicas e videoclipes de 7 artistas que ainda estão presentes no cenário musical do funk, assim como suas trajetórias musicais e de vida. Como resultado desse trabalho, entendemos que ainda há um núcleo comum entre categorias que estão presentes no funk *ostentação*, tanto no grupo das músicas de 2012 a 2016 e de 2021, que trabalhamos nesse projeto. Entretanto, o aspecto de onde se passa a narrativa das músicas muda, sendo a favela a os bailes os novos principais cenários, e os videoclipes sendo não só a confirmação, mas também a complementação dessas canções.

METODOLOGIA

A pesquisa se desenvolveu em base aos de trabalho de Vicente (2015) e Pinheiro-Machado e Scalco (2014) para entender a relação entre consumo, modo de vida e funk, onde as autoras abordam o consumo dos jovens das classes populares como dimensão simbólica no modo de vida que se refere a um pertencimento social; sobre música, funk e juventude foram selecionados os textos de Herschmann (2005), Pereira (2014), Oliveira (2016) e Trotta (2016) que apresentam a música e o funk como norteador para a formação de uma identidade juvenil periférica; Santos (2014) e Rose (2022) para entender a música e

videoclipe como parte constituinte da produção musical que marca uma camada da sociedade. Na perspectiva da situação socioeconômica foram usados os trabalhos de Rossi e Mello (2017) e Pochmann (2012) que caracterizam a nova camada social que vai ter acesso ao consumo não como uma nova classe média, mas por elevar seu rendimento, ampliam imediatamente o padrão de consumo, que vai ser impactado a partir de 2015.

Este projeto visou analisar as transformações no funk, se debruçando especialmente nas possíveis mutações das letras das músicas de funk *ostentação* nos últimos anos. A partir de compreender que as transformações na realidade socioeconômicas advindas de um momento ímpar na sociedade brasileira no início dos anos 2000, com a população mais pobre tendo maior acesso sobretudo ao consumo, com maior acesso ao crédito e políticas de redistribuição de renda, era uma base material importante para se entender a narrativa instalada por essa nova vertente em ascensão. Pochmann (2012) vai expor como essa nova camada da população com maior acesso ao consumo não significaria em uma nova classe média, mas que estaria ligado a uma renovação do trabalho na base da pirâmide social, com melhora no nível de rendimento das classes populares que aumentaram sua renda e seu padrão de consumo. Entretanto, como hipótese para esse projeto, colocamos como perspectiva que, com a crise econômica que atingiu o país em meados de 2015, poderia trazer transformações importantes para o funk *ostentação*, já que sua base material para essas músicas não mais se aplicava na realidade.

À vista disso, foi selecionados dois grupos de músicas a serem analisadas, o primeiro grupo são músicas que tem mais de um milhão de visualizações no canal do Youtube da Kondzilla, entre os anos de 2012, quando nasce o canal dentro da plataforma, até o ano de 2016, que consideramos que marca um interregno no contexto político e econômico no país como a crise econômica que cria contornos mais definidos em 2015 e o impeachment da presidenta Dilma (ROSSI E MELO, 2017). Já o outro grupo de músicas selecionadas é da playlist da plataforma de música Spotify produzida também pela Kondzilla chamada "Funk Ostentação Kondzilla 2021 | Vida Loka". Por meio da análise semânticas das músicas dos anos de 2012 a 2016 em comparação às de 2021, dos artistas que aparecem nesses dois grupos, busquei encontrar quais semelhanças, divergências e novidades que poderiam haver nesta vertente, para isso se utilizou o modo de análise Santos (2014). Como referência central para esse trabalho se empregou a trajetória da marca Kondzilla, que tem como fundador Konrad Dantas, primeiro diretor a produzir vídeos de funk *ostentação*. A marca, que nasce junto com a ascensão desta vertente nesse Brasil em transformação, se constitui como

termômetro dos avanços do funk *ostentação*, não apenas como produto mas também como produtor dessas mudanças.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

Com a análise semânticas de músicas dos anos de 2012 a 2013 em comparação às de 2021, analisamos inicialmente cinco categorias: 1) modo de vida; 2) culto ao trabalho, 3) fé em Deus, 4) imaginário de boa aventura, 5) conduta com as mulheres. Nem todos os tópicos estão explícitos nas letras de músicas analisadas, entretanto, ao investigarmos essas categorias nos videoclipes elas aparecem de forma decisiva no conteúdo da obra. Como no clipe de MC Brankim de 2015, a letra diz: *Muito bolado bebendo whisky/ Embrazando no baile, olha como que eu tô/ Eu tô boladão/ Eu vou sarrar em tu com copo de whisky na mão.* A letra não faz nenhuma referência a artigo de luxo a não ser o whisky, que é uma bebida mais cara, e diz que o cenário seria uma baile de favela, todavia, no videoclipe o cenário é composto por uma mansão e vários carros de luxo, além de mulheres de biquíni.

Nesse sentido, nos pautamos no trabalho de Rose (2022) que define como os videoclipes contribuem com a música popular pois “revisa significado, fornece interpretações ideais das letras, cria um contexto estilístico e material para a recepção e valoriza a presença icônica do artista” (p.22), assim, é parte fundamental da construção da música, constituindo-se como um instrumento visual. O clipe cumpre um papel totalmente complementar mesmo quando o tema da ostentação é coadjuvante na música nos dois grupos de canções estudadas, como a música *Toca a bola Dede* e do MC Dede e a *Roda Gigante* do MC Rodolfinho, por exemplo. Outro aspecto é o de imaginário de boa aventura, categoria usado por Vicente, (2014), que nos ajuda a ver como em ambos os grupos os MCs fazem referência a uma passado pobre, mas que não é mais realidade no presente, se materializando nos videoclipes.

Pinheiro-Machado e Scalco (2014) desenvolvem como o fenômeno da ostentação de marcas destinadas às camadas abastadas sendo usada entre os grupos das camadas sociais mais baixas como algo que não é novo ou restrito ao Brasil, ao se referir a juventude ligada ao funk *ostentação* e aos Rolezinhos que ocorrerem nos anos de 2013 e 2014, mas sim uma expressão nacional das imposições estruturais da “condição periférica na modernidade”(p.4). O fetiche da mercadoria que vai ser valorizado pela camada menos privilegiada, ao se apropriarem dos símbolos e artigos que não foram projetados para si e que, para as autoras

Fica evidente aqui o papel subversivo desses jovens ao desafiar a racionalidade de marketing e atuarem em um campo não previsto pelos gestores das grandes marcas. O marketing do amor, assim, revela algumas contradições da modernidade: ele é dirigido às elites, mas acaba atingindo as populações mais desprovidas de capitais, as quais, ao se apropriarem do símbolo dos outros, reinventam a sua própria condição de pobreza, ressignificando a carência em abundância. (p.5)

As propagandas das marcas ao apresentarem conforto e status social com seus artigos, a juventude vai ter no funk *ostentação* o alcance de força e respeito e o afastamento da situação de invisibilidade, desrespeito e precariedade da vida (VICENTE, 2015), dessa forma, o impacto subjetivo do funk *ostentação* e sua posição de afirmar uma coletividade, pois o consumo que sempre foi o elemento pelo qual os “pobres” foram desqualificados, é o meio que os MCs, por meio do funk *ostentação*, apresentam uma resposta a esse ponto (TROTТА, 2016).

Para Herchmann (2005) “a principal relevância das expressões culturais juvenis parece ser a de se oferecerem como 'espelhos de seu tempo” (p.19) e vai ser por meio das expressões culturais do funk que a juventude se insere o mercado e atuam sob a estigmatização da mídia sobre o seu estilo de vida. Vicente (2014) aponta como o funk *ostentação* traz outros elementos particulares que o diferencia das outras vertentes desse mesmo gênero, não só pelo seu afastamento do discurso da pobreza, se diferenciando do discurso de denúncia, como o *funk* consciente, ou do conteúdo explícito como o *funk* proibidão. A autora evidencia como a valorização da moral do trabalho é uma coisa relevante nos temas abordados e vemos na canção *Atmosfera* de MC Negoinho da Kaxeta, onde ele canta *Tranquilidade hoje paira na favela / De vilão trabalhador e artista da comunidade / Foi uma dose, foi dose, ser pobre, viver no porre* e a fé em Deus como componentes importante aparecendo em diversas músicas ambos os grupos, como *Time de Monstrão* do MC Negoinho da Kaxeta, com *Senhor Tu és meu refúgio e a minha fortaleza / Com certeza / Se o NK não morreu / Foi livramento de Deus, e Favela Venceu* do MC CL com *Tive muita fé / E os sonhos meu / Deus abençoou*. A moral do trabalho diferenciaria a condição de pobre e a de marginal, e o meio de adquirir novas coisas a partir do novo padrão de consumo, que mesmo aparecendo como "irresponsável" é por ele que se forjaria a identidade para essa juventude. Nesse sentido, a fé em Deus também estaria ligada ao caminho certo do trabalho, e controlaria os indivíduos contra as forças exógenas, segundo Vicente (2014). Além da referência às mulheres, que está em grande parte das músicas de forma objetificada, como mais um artigo a ser ostentando, ou como antagonistas da narrativa nas músicas, onde não deram atenção aos protagonistas, MCs, quando não tinha dinheiro e status antes da fama.

Nesse trabalho conseguimos entender que o funk *ostentação* se constitui como vertente e perpetua seu conteúdo central ao passar dos anos, que mesmo com as questões socioeconômicas que esse gênero vai atravessar, carimba uma marca estilística de reverbera em outras vertentes desse mesmo gênero, e os videoclipes como algo fundamental para se pensar de forma complementar. A crise socioeconômica vai ser algo a impactar essas músicas, alterando em especial o cenário dessas narrativas, colocando a favela e a dinâmica dos *bailes* como algo novo, entretanto, essa vertente deixa a ostentação como marca desse gênero música.

BIBLIOGRAFIA

HERSCHMANN, M. **Funk e o Hip-Hop invadem a cena**. Rio de Janeiro: Editora UERJ, 2. ed, 2005.

MACHADO-PINHEIRO, R; MURY, L. **Rolezinhos: marcas, consumo e segregação no Brasil**. Revista de Estudos Culturais, v. 1, p. 1-21, 2014.

OLIVEIRA, E. M. S. **Rap contestação e funk ostentação: Consumo e discursos sonoros na periferia**. Tese de Mestrado. Faculdade de Ciências e Letras – UNESP/Araraquara. Araraquara, 2016

PEREIRA, A. B. **Funk Ostentação em São Paulo: imaginação, consumo e novas tecnologias da informação e da comunicação**. Revista de Estudos Culturais , v. 1, p. 1-18, 2014.

POCHMANN, M. **Nova classe média: o trabalho na base da pirâmide social brasileira**. São Paulo: Boitempo, 2012, capítulo 1: A base da pirâmide social renovada, p. 13 – 46.

ROSSI, P e MELLO, G. **Choque recessivo e a maior crise da história: A economia brasileira em marcha ré**. Nota do Cecon, n.1, Abril de 2017. Campinas, 2017.

Santos, D. V. dos. **As representações de nação nas canções de Chico Buarque e Caetano Veloso: do nacional-popular à mundialização**. Tese de Doutorado. – Campinas, SP: [s.n.], 2014.

ROSE, T. **Barulho de Preto: Rap e cultura negra nos Estados Unidos contemporâneo**. São Paulo: Editora Perspectiva, [1994] 2022.

TROTTA, F. C. **O funk no Brasil contemporâneo: uma música que incomoda**. Latin American Research Review , v. 51, p. 86-101, 2016.

VICENTE, E. **Consumo e estima social: análise sobre as motivações do consumo ostentação por parte dos jovens de camadas populares**. Revista de Ciências Sociais da Universidade Federal de Mato Grosso do Sul, n. 16, p. 60-81, junho/2015.

KONDZILLA. **Funk ostentação, o filme**. [Konrad Dantas]. Lançamento: ago. de 2013. Disponível em: <<https://vimeo.com/53679071>>, acesso em: 18/11/2021.