

ESCOLA DE COMUNICAÇÃO, ARTES E DESIGN - FAMECOS
CURSO DE RELAÇÕES PÚBLICAS

BRENDHA BARCELOS FAGUNDES

**FUNK GENERATION: A INFLUÊNCIA DE ANITTA NA GLOBALIZAÇÃO DA CULTURA
DAS FAVELAS CARIOCAS.**

Porto Alegre
2024

GRADUAÇÃO



Pontifícia Universidade Católica
do Rio Grande do Sul

BRENDHA BARCELOS FAGUNDES

FUNK GENERATION: A INFLUÊNCIA DE ANITTA NA GLOBALIZAÇÃO DA CULTURA DAS FAVELAS CARIOCAS.

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado como requisito para obtenção do grau de Bacharel em Relações Públicas pela Escola de Comunicação, Artes e Design – Famecos da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUCRS).

Orientadora: Prof.(a) Cleusa Maria Andrade Scroferneker

Porto Alegre

2024

BRENDHA BARCELOS FAGUNDES

FUNK GENERATION: A INFLUÊNCIA DE ANITTA NA GLOBALIZAÇÃO DA CULTURA DAS FAVELAS CARIOCAS.

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado como requisito para obtenção do grau de Bacharel em Relações Públicas pela Escola de Comunicação, Artes e Design – Famecos da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUCRS).

Aprovado em 10/07/2024.

BANCA EXAMINADORA

Profa Dra. Cleusa Maria Andrade Scroferneker (Orientadora)

Profa Dra. Francielle Benett Falavigna

Prof. Dr. Juremir Machado da Silva

Às três mulheres que me educaram e dedicaram boa parte de suas trajetórias para me ajudar a realizar meus sonhos. E a todos/as os/as jovens funkeiros/as do Brasil (e do mundo).

AGRADECIMENTOS

Na formatura do meu Ensino Médio, escolhi a música "Dona de Mim" da cantora IZA como trilha sonora ao anunciarem meu nome. Estrategicamente, como uma boa – futura – RP, selecionei um trecho que dizia: "Me perdi pelo caminho, mas não paro não, já chorei mares e rios, mas não afogo não. Sempre dou o meu jeitinho, é bruto, mas é com carinho, porque Deus me fez assim, dona de mim." A letra, é um reflexo da minha própria trajetória, moldada por mulheres fortes que me educaram e encorajaram a ser fiel a mim mesma, a defender minhas crenças e a perseguir meus sonhos. É por elas que hoje posso escrever esses agradecimentos na fase final da minha graduação.

Primeiramente, agradeço à minha avó Rozana, com ela, aprendi que a vida, nem sempre segue o ritmo esperado, mas com persistência e amor, podemos superar qualquer obstáculo. Vó, obrigada por estar comigo em todos os momentos da minha vida, por embarcar nas minhas loucuras, por ser meu exemplo de mulher forte, decidida, dedicada e resiliente. Obrigada por me aconselhar, incentivar, por plantar em mim a certeza de que nunca estarei sozinha e por, mesmo depois de passar a vida cuidando de todos à tua volta, escolher também cuidar de mim.

À minha tia e dinda, Caroline, minha mais pura e sincera gratidão por ser minha inspiração, conselheira, amiga e mãe. Obrigada por me apresentar ao sentimento de acolhimento. Contigo, sempre me senti em casa. Agradeço também por me mostrar, com teu exemplo, o valor da educação e da literatura. Teu apoio e aconchego enriqueceram minha alma e me abriram portas para um mundo de possibilidades. Se hoje sou quem sou, grande parte é graças a ti.

Mãe, sei que não foi fácil lidar com uma filha aos dezesseis anos. Obrigada por dar o teu melhor, por ser minha amiga, por me mostrar os caminhos certos e me alertar sobre os errados, por ser meu exemplo de autenticidade e liberdade e por me apresentar ao funk. Se esta monografia existe hoje, é porque tive uma mãe jovem e funkeira. À essas três mulheres fortes, dedico não somente esta monografia, mas toda a minha trajetória. Não poderia deixar de citar meus irmãos mais novos, Lavínia e Kayque, que me lembram diariamente os motivos pelos quais tenho que lutar e para quem ser exemplo na vida.

Ao citar funk e monografia, é indispensável mencionar a importância deste estudo em minha vida, que ultrapassa as obrigatoriedades acadêmicas. Nessas

páginas, expressei todo o meu amor, orgulho e autenticidade em relação a algumas das minhas maiores paixões: a Anitta e o Funk, a cultura das favelas e o teor social da comunicação. Esses elementos expressam grande parte de quem eu sou. Vinda de um bairro vizinho de “favelas” de Porto Alegre, vivenciei a cultura desses espaços. De onde venho, grande parte das pessoas não tem muito acesso à educação de qualidade, cultura e lazer, realidade muito parecida com a que apresentamos neste estudo.

Por falar em educação, sempre disse a quem quisesse ouvir que “eu sou a exceção da regra”, pois o poder transformador da educação – unido a persistência das mulheres que me educaram – me trouxeram até este momento, me tirando desse lugar “comum”, do caminho mais fácil ofertado pelo meu contexto sociocultural, no qual a maioria dos jovens não vislumbram muitas perspectivas de vida e futuro e, me trazendo ao mundo acadêmico e cheio de possibilidades da PUCRS e da Famecos, as quais expressei profunda gratidão. Desde muito nova me espelho, admiro e cultivo um enorme carinho por todos os professores que passaram em minha vida, muitos deles ajudaram a moldar minha personalidade. Por isso, não poderia deixar de agradecer a eles, que me guiaram nesta jornada acadêmica.

Agradeço a paciência, dedicação e pelos ensinamentos que ultrapassam as salas de aula. Vocês me mostraram o poder transformador da educação e me inspiraram a sempre buscar o melhor em mim. Em especial, à minha orientadora Cleusa (carinhosamente apelidada de Cleclê), pela perseverança e constância nessa jornada louca e satisfatória que foi escrever esta monografia. Cleclê, por muitas vezes tu foste meu farol nesse semestre, me deu a confiança, carinho e incentivo para chegar até aqui, te levarei para sempre como exemplo de profissional e ser-humano.

Quando ingressei na Famecos, uma das minhas maiores inseguranças era me sentir deslocada. Logo no primeiro ano de curso (mesmo que de forma EAD), essas pessoas retiraram toda essa angústia, me fornecendo segurança, aconchego, apoio, risadas, escuta ativa e parceria durante toda essa jornada. Ao “G do Ódio” meu muito obrigada, Analu, Gabi, Hecsou, Carol, Dani, Yuro, Mila, Diéss, vocês foram essenciais durante esses 9 semestres, tornaram a experiência da graduação muito mais leve e significativa para mim, sem vocês nada seria tão legal (e muito menos possível). Desejo levar vocês para vida toda, compartilhando e comemorando juntos cada vitória e fazendo piada e dando as mais sinceras risadas em cada obstáculo.

Não poderia deixar de dedicar um parágrafo destes agradecimentos ao presente precioso que recebi da Famecos, um verdadeiro encontro de almas. Hector, meu melhor amigo e confidente, agradeço profundamente por ser meu incansável incentivador em todos os momentos em que pensei em desistir, seja deste trabalho ou dos outros desafios da vida. Tu foste o ombro amigo em que pude me apoiar, dividindo comigo as adversidades, lutas e glórias da graduação e da vida adulta. Nunca imaginei que precisava de um Hector na minha vida até que nos encontramos nesta jornada insana. Sinto informar que agora tu fazes parte dela para sempre.

Aos meus amigos que são a família que eu escolhi, Manu e Lucas (que me deram o presente mais lindo: meu afilhado Jorge), Cássia e Pâmela, obrigada por estarem comigo nos momentos mais difíceis da vida adulta, pelas risadas sinceras, pelo apoio mútuo, pelas “jantinhas”, por entenderem todas as vezes em que eu não me fiz tão presente assim por estar em finais de semestres e por tudo aquilo que vivemos juntos. Vocês fazem parte da minha trajetória, sem vocês a vida não teria a mesma graça. Amo muito cada um de vocês.

Por falar em vida adulta, não poderia deixar de citar aqui a Bianca, minha ex-gestora, amiga e inspiração profissional e humana. Bibs, obrigada por ser minha “guia turística” da vida corporativa, por tornar meu processo de amadurecimento profissional muito mais leve, por ouvir minhas frustrações e angústias com a vida universitária durante nossas reuniões e, principalmente, por deixar tua marca pessoal em mim.

Minha mais sincera e extrema gratidão aos meus Orixás e entidades e a minha casa de religião, por serem o refúgio espiritual que me acalma e me guia, me dando força e fé nos momentos mais desafiadores e por me certificarem de que jamais estarei sozinha. E a todos que estiveram comigo me dando força e apoio de alguma forma durante esses 9 semestres.

E, por fim, ao meu companheiro de vida, por me apoiar incondicionalmente em cada passo dessa jornada, por ser aquele que ouviu em primeira mão T-O-D-O-S os capítulos desta monografia, por me incentivar, me ajudar a reconhecer as referências do funk durante as análises, por fazer piadas quando eu achei que ia surtar e me abraçar nos momentos em que jurei por tudo que não ia dar conta. João, tu foste e és essencial na minha vida, obrigada por seu o meu amor, meu melhor amigo e meu porto seguro, eu te amo e sou grata pela nossa trajetória e por tudo que ainda vamos construir juntos.

Com a alma transbordando de gratidão, chego ao fim da minha graduação, pronta para enfrentar novos desafios. Parafraseando a maior inspiração e motivo para o tema deste estudo: “Hoje eu queria muito agradecer a mim, porque eu não desisti.” (Anitta, 2019).

Esta monografia é um tributo a todas as influências que moldaram quem sou hoje.

“Não vim para outro país para fazer carreira, só para ganhar dinheiro, sabe?
Vim trazer meu país comigo, mostrar para o meu povo da favela que eles
podem fazer o que sonham” (Anitta, 2024).

RESUMO

Este estudo tem como objetivos evidenciar as estratégias comunicacionais de Anitta para a promoção do funk como produto cultural de exportação brasileiro; analisar os símbolos e signos culturais incorporados no álbum Funk Generation de Anitta que retratam a favela carioca; compreender como a visibilidade do álbum auxiliou na construção de uma imagem positiva – ou não – da cultura nacional marginalizada. Estruturamos o texto em seis capítulos. As seções teóricas discutem e apresentam: a história das favelas cariocas e esses espaços como cultivadores de identidade, pertencimento e geradores de talentos e culturas autênticas; o funk brasileiro em seus diferentes momentos e tentativas de estigmatização e criminalização, bem como o ritmo como instrumento de promoção da voz de indivíduos periféricos; a trajetória de Anitta e sua ligação com o funk e com as favelas, assim como seu papel na promoção e aceitação da cultura marginalizada advinda desses espaços. Para atender aos nossos objetivos, utilizamos uma metodologia que uniu o referencial teórico, a historiografia de Anitta e princípios da Semiótica da Cultura (Cordeiro, Araujo e Campos, 2018; Ramos, 2006) em uma análise das referências semiológicas empregadas pela artista em suas estratégias comunicacionais para a promoção do álbum Funk Generation, utilizando três momentos: o pré-lançamento, o lançamento e o pós lançamento da discografia. Concluímos que ao empregar símbolos e signos de suas influências locais em suas estratégias de comunicação, Anitta promove uma estética global inovadora, capitalizando o funk e a cultura das favelas cariocas, destacando sua autenticidade e importância para a identidade diversa e autêntica da cultura brasileira no cenário internacional.

Palavras-chave: Anitta; produto cultural de exportação; funk brasileiro; favelas cariocas; semiótica da cultura; estratégias de Comunicação; Funk Generation.

RESUMEN

Este estudio tiene como objetivos evidenciar las estrategias comunicacionales de Anitta para la promoción del funk como producto cultural de exportación brasileño; analizar los símbolos y signos culturales incorporados en el álbum Funk Generation de Anitta que retratan la favela carioca; comprender cómo la visibilidad del álbum ayudó en la construcción de una imagen positiva – o no – de la cultura nacional marginada. Estructuramos el texto en seis capítulos. Las secciones teóricas discuten y presentan: la historia de las favelas cariocas y estos espacios como cultivadores de identidad, pertenencia y generadores de talentos y culturas auténticas; el funk brasileño en sus diferentes momentos e intentos de estigmatización y criminalización, así como el ritmo como instrumento de promoción de la voz de individuos periféricos; la trayectoria de Anitta y su conexión con el funk y con las favelas, así como su papel en la promoción y aceptación de la cultura marginada proveniente de estos espacios. Para atender a nuestros objetivos, utilizamos una metodología que unió el referencial teórico, la historiografía de Anitta y principios de la Semiótica de la Cultura (Cordeiro, Araujo e Campos, 2018; Ramos, 2006) en un análisis de las referencias semiológicas empleadas por la artista en sus estrategias comunicacionales para la promoción del álbum Funk Generation, utilizando tres momentos: el pre-lanzamiento, el lanzamiento y el post-lanzamiento de la discografía. Concluimos que al emplear símbolos y signos de sus influencias locales en sus estrategias de comunicación, Anitta promueve una estética global innovadora, capitalizando el funk y la cultura de las favelas cariocas, destacando su autenticidad e importancia para la identidad diversa y auténtica de la cultura brasileña en el escenario internacional.

Palabras-clave: Anitta; producto cultural de exportación; funk brasileño; favelas cariocas; semiótica de la cultura; estrategias de comunicación; Funk Generation

SUMÁRIO

1 CONSIDERAÇÕES INICIAIS.....	13
2 “A FAVELA CHEGOU!”: AS ESPECIFICIDADES DA FAVELA CARIOCA NA CULTURA BRASILEIRA	17
2.1 “LET ME TELL YOU ABOUT A DIFFERENT RIO”: A FAVELA DAS MILÍCIAS	18
2.2 “A FAVELA LOVE STORY”: A ROMANTIZAÇÃO E O “TURISMO REAL”	23
2.3 “CRIA DE FAVELA”: A COMUNIDADE COMO ESPAÇO DE PERTENCIMENTO, IDENTIDADE E EMPODERAMENTO.....	27
3 “O FUNK CHEGOU!”: O RITMO CARIOCA COMO PRODUTO CULTURAL.....	31
3.1 “QUANDO TOCA ESSA DAQUI NINGUÉM FICA PARADO”: O FUNK DE FAVELA	32
3.2 “DESCEU DA FAVELA PRO ASFALTO”: OS DIFERENTES MOMENTOS DO FUNK E AS TENTATIVAS DE CRIMINALIZÁ-LO.....	35
3.3 “GRINGO CANTA, TODO MUNDO CANTA”: O FUNK COMO FONTE DE RENDA E PRODUTO DE EXPORTAÇÃO	42
4 “VOCÊS PENSARAM QUE EU NÃO IA REBOLAR A MINHA BUNDA HOJE NÉ?!”: O FENOMÊNO ANITTA E O FUNK	45
4.1 “VERSIONS OF ME”: ANITTA EM TRÊS ATOS.....	45
4.1.1. Ato 1: Com Vocês: MC Anita da Furacão 2000	45
4.1.2. Ato 2: PRE-PA-RA: Anitta invade a Cena Pop Brasileira	49
4.1.3. Ato 3: CheckMate: A Internacionalização do Furacão “Anira”	51
5 “YOU’LL BE FALLING IN LOVE WITH THE GIRL FROM RIO”: O FUNK DO BRASIL PARA O MUNDO.....	58
5.1 “NA BATIDA”: METODOLOGIAS UTILIZADAS	58
5.1.1. Metodologia de Análise das Estratégias de Comunicação do Funk Generation..	61
5.2 “LA SENSACIÓN DE LA FAVELA”: AS ESTRATÉGIAS COMUNICACIONAIS PRÉ-LANÇAMENTO.....	65
5.3 “VAI MALANDRA”: A COMUNICAÇÃO DO ÁLBUM ATRAVÉS DOS SÍMBOLOS E SIGNOS	83
5.4 “SALIÓ A ROMPER FRONTERAS”: A CONSAGRAÇÃO DO FUNK COMO PRODUTO DE EXPORTAÇÃO	93
6 CONSIDERAÇÕES FINAIS	99
REFERÊNCIAS.....	103
APÊNDICES	111
ANEXOS	113

1 CONSIDERAÇÕES INICIAIS

Em um mundo cada vez mais interligado, a globalização manifesta-se como uma teia de integração social, econômica e cultural. Nesse contexto, a dimensão cultural atinge um lugar de potência, onde o entretenimento e, conseqüentemente, a música, assumem um papel crucial na construção de identidades e na troca de experiências e vivências. Através da comunicação, a globalização facilita e oportuniza a troca de informações e culturas distintas, criando um cenário no qual artistas podem promover suas culturas em palcos internacionais, ultrapassando as barreiras geográficas e impulsionando a diversidade.

Na contemporaneidade, onde a cultura transcende fronteiras geográficas e a construção da identidade nacional é cada vez mais influenciada por essas interações globais, o álbum “Funk Generation” de Anitta emerge como um manifesto cultural, ecoando a brasilidade e essência do funk carioca, conectando a favela ao mundo. Dessa forma, o estudo dos símbolos presentes e acionados nas estratégias comunicacionais do álbum, que retratam a cultura do funk e da favela carioca, torna-se um campo de pesquisa de considerável relevância.

O nosso interesse em pesquisar sobre o fenômeno Anitta não é recente, tendo em vista que no início da sua carreira a cantora procurava valorizar a sua origem. Da Anitta da favela a Anitta do glamour, as mudanças foram significativas e marcantes. Não somente no visual, mas também em suas manifestações públicas, que revelam que talvez a favela tenha ficado distante por algum tempo. De acordo com a obra “Furacão Anitta”, biografia não autorizada escrita pelo jornalista brasileiro Léo Dias (2019), Larissa de Macedo Machado (como fora registrada Anitta), é a filha mais nova de uma artesã e de um vendedor de baterias de carro e teve uma infância simples. Ela nasceu e foi criada em Honório Gurgel, que apesar de ser um bairro residencial do subúrbio da Zona Norte do Rio de Janeiro, é conhecido por ser rodeado por favelas dominadas pelo tráfico de drogas. Dessa forma, Larissa conviveu e vivenciou a cultura das favelas cariocas durante toda sua infância e adolescência.

A cantora, começou sua carreira aos oito anos de idade no coral da igreja, na fase da sua juventude, começou a frequentar os bailes da Furacão 2000, onde notaram sua presença, talento e simpatia. Após 13 anos desde seu surgimento, Anitta é cantora, empresária, apresentadora, Head de Criatividade e Inovação, além de já ter ministrado diversas palestras de variados temas como marketing, comunicação,

sustentabilidade e meio ambiente, inclusão social etc. Após inúmeras conquistas em sua trajetória, incluindo vários prêmios brasileiros e internacionais, a artista ainda conta com dois *records*, que foram publicados no *Guinness World Records 2022*: primeira artista latina solo a alcançar o primeiro lugar no *Spotify* e primeira artista solo feminina a ganhar o prêmio de Melhor Latino no *MTV Vídeo Awards*.

Ainda assim, após todo o sucesso e construção de uma carreira internacional, com o lançamento de seu sexto álbum de estúdio, focado totalmente na exportação do funk brasileiro e da cultura das favelas cariocas, Anitta demonstra que continua firme em sua promessa feita no Festival Vila Mix em 2016, de tornar o funk reconhecido e respeitado mundialmente. Segundo Prado (2018)¹, dados divulgados em 2017 pelo Spotify, a plataforma de streaming de música mais famosa do mundo, entre 2016 e 2018, o funk teve um crescimento de 3.000%, demonstrando a quebra das barreiras socioculturais e da ascensão do ritmo brasileiro em diversos países.

Dessa forma, considerando a ascensão do estilo musical e o papel crescente do entretenimento como uma das principais formas de conexão entre culturas distintas, pretendemos nos aprofundar nos elementos visuais e sonoros utilizados por Anitta. Isso possibilitará uma avaliação crítica das representações culturais em um mundo altamente globalizado. Neste estudo, entenderemos por cultura, a abordagem utilizada pela Semiótica Russa, que a visa como um conjunto de informações não hereditárias, ou seja, conteúdos que são armazenados e comunicados por diferentes grupos. Segundo a Semiótica Russa, a cultura resulta da semiose, ou seja, da própria natureza (Machado, 2010). De acordo com Machado (2003), em termos gerais, a cultura é um sistema semiótico, caracterizado por sua capacidade dinâmica e transformadora, que atua sobre os textos criados e desenvolvidos por uma memória coletiva.

A escolha deste tema para a monografia de conclusão de curso surge do interesse pela cultura pop contemporânea brasileira e sua influência na construção da identidade cultural e nacional. Sendo prounista, oriunda de um bairro marginalizado de Porto Alegre, grande fã da Anitta, funkeira e entusiasta da cultura das favelas cariocas desde muito nova, acreditamos que o caminho até essa temática foi natural. Para além, com o lançamento e desdobramentos do álbum de Anitta, observamos uma oportunidade única de explorar como as estratégias comunicacionais podem

¹ Em notícia veiculada ao portal de notícias da Globo (G1).

transcender fronteiras geográficas e linguísticas para compartilhar mensagens culturais profundas. Essas estratégias, não se limitam a manifestações artísticas, mas constituem expressões de identidade, representações, símbolos e intercâmbio cultural.

Com base no exposto, a pesquisa, portanto, tem como principais questões:

- Quais as estratégias comunicacionais do Funk Generation utilizadas pela cantora Anitta para a promoção do funk como produto de exportação brasileiro?
- Como são os símbolos e signos incorporados no álbum, através das estratégias comunicacionais de Anitta que retratam a cultura da favela?
- Qual a importância da comunicação dos símbolos culturais para a ascensão e inclusão social de culturas marginalizadas?

Para responder aos nossos questionamentos definimos como objetivos:

- Evidenciar as estratégias comunicacionais da cantora Anitta para a promoção do funk como produto de exportação brasileiro;
- Analisar os símbolos e signos culturais incorporados no álbum Funk Generation de Anitta que retratam a favela carioca;
- Compreender em como a visibilidade do álbum auxiliou na construção de uma imagem positiva – ou não – da cultura nacional marginalizada.

Para atendermos os nossos objetivos, realizamos uma pesquisa exploratória (Gil, 2007) e levantamentos bibliográfico e documental (Gil 2002); (Yin, 2015). Além disso, utilizamos o Funk Generation como case para o estudo de caso (Gil, 2002), no qual analisamos os principais elementos simbólicos que constituem o álbum, recorrendo à elaboração de uma metodologia própria que considerou: 1- o referencial teórico utilizado, 2- a historiografia da cantora e 3- princípios da semiótica da cultura (Machado 2003 e 2010). Para contribuir com o presente estudo, a fim de concluirmos os objetivos citados, consultamos materiais e documentos específicos da área da comunicação, além dos campos da sociologia e do direito. Destacamos os seguintes autores que contribuíram para a reflexão, discussão e análise dos eixos temáticos abordados: Silva (s.d.); Caruso (2010); Zaluar e Conceição (2007); Letta (2023); Freire-Medeiros (2006, 2007, 2009 e 2010); Felício e Vinicius (2023); Amaral (2020); Lopes (2001); Cymrot (2011 e 2022); Nunes (2018); Silva (2017).

O estudo é estruturado em seis capítulos. O primeiro capítulo introduz o tema, justificando sua relevância. Também aborda os problemas e objetivos da pesquisa,

além de descrever o referencial teórico e os métodos empregados na elaboração da monografia. Já no segundo capítulo, apresentamos uma síntese da história da favela carioca brasileira passando por uma breve linha do tempo sobre os principais acontecimentos históricos que levaram à população mais pobre Rio de Janeiro a afastar-se dos centros urbanos da cidade. O terceiro capítulo tem o objetivo de conceituar e contextualizar o funk brasileiro, trazendo seus diversos subgêneros, facetas e representações. Dedicamos o capítulo quatro a história e carreira da cantora que serão divididos em três atos: “MC Anita”, “Anitta” e “Anira”. O capítulo cinco tem o objetivo de descrever as metodologias utilizadas e apresentar as análises dos signos e símbolos incorporados nas estratégias de comunicação de Anitta. Por fim, no último capítulo, apontaremos as conclusões finais do estudo, respondendo aos questionamentos e objetivos propostos. Além disso, o trabalho abre espaço para futuras discussões sobre os tópicos abordados.

Ao nos aprofundarmos neste tema, almejamos obter insights valiosos tanto no âmbito acadêmico quanto em futuras práticas profissionais, especialmente nas áreas de comunicação e relações públicas. Esperamos que esta investigação contribua para uma compreensão mais profunda das dinâmicas culturais contemporâneas e, provoque possíveis reflexões sobre as culturas oriundas dos povos marginalizados, representadas no estudo pelo funk e pelas favelas, destacando como a ascensão dessas por meio da comunicação é essencial para a equidade social. Além disso, aspiramos que este estudo possa inspirar novas abordagens criativas para a divulgação e promoção da cultura brasileira, com foco nas minorias, além das fronteiras do país.

2 “A FAVELA CHEGOU!”²: AS ESPECIFICIDADES DA FAVELA CARIOCA NA CULTURA BRASILEIRA

A favela carioca é um fenômeno sociocultural e político complexo, que desafia generalizações simplistas (Barbosa, 2014). Ao longo dos anos, ela enfrenta uma constante dualidade em suas representações: de um lado a romantização exacerbada que atrai turistas durante o ano inteiro e do outro a depreciação e marginalização que se infiltra no imaginário dos brasileiros quando se fala em Rio de Janeiro. Filmes, novelas, músicas e jornais auxiliam na construção desses imaginários opostos. O imaginário nada mais é do que uma condução de construção de sentidos. Silva (2017, p. 25), define o imaginário como: “[...] o fato que passou a ter sentido para alguém. Todo imaginário é um revestimento, uma cobertura, uma sequência de camadas aplicadas sobre um acontecimento, uma obra, um fenômeno, um evento, um trauma, um feito.”

Portanto, no capítulo “A favela chegou!”, apresentaremos uma síntese da história da favela carioca brasileira, passando por uma breve linha do tempo sobre os principais acontecimentos históricos que levaram a população mais pobre do Rio de Janeiro a afastarem-se dos centros urbanos da cidade tornando-se “favelados” (Barbosa, 2014), (Abreu 1988), (Silva, s.d.), (Machado, 2011), (Nóbrega, 2007), (Junior, s.d), (Marins, 1988). Outrossim, trataremos do surgimento e expansão dos “comandantes” das comunidades: o crime organizado e a milícia, discutindo alguns pontos importantes para a construção teórica deste estudo: a demonização dos indivíduos oriundos das favelas e como estes são pré-julgados a todo instante em seus mais diversos aspectos sociais (Caruso, 2010), (Lima, 1991), (Misse, 2010), (Zaluar e Conceição, 2007), (Cano, 2008), (Letta, 2023), (Baiense, 2007). Abordaremos, como contraponto, a favela que atrai turistas (Luna e Godoy, 2012), (Freire-Medeiros, 2006, 2007, 2009 e 2010), e a comunidade que constrói identidade e senso de pertencimento dos moradores (Felicio e Vinicius, 2023), (Vasconcelos, 2018), (Amaral, 2020), (Pimentel, 2017), (Filardi, 2022), (Almeida, 2022).

² Referência a música “**Favela chegou**” interpretada por Anitta e Ludmilla, disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=3nmIJ-Mohtk>

2.1 “LET ME TELL YOU ABOUT A DIFFERENT RIO”³: A FAVELA DAS MILÍCIAS

Preliminarmente faz-se necessário esclarecermos que as favelas cariocas não são apenas espaços de pobreza e violência. Elas são comunidades pulsantes, caracterizadas pela solidariedade, cultura e resiliência de seus habitantes. Esses espaços escondem e revelam a todo instante talentos artísticos e culturais como grandes ícones da música, do cinema e da literatura brasileira advindos desses ambientes (Barbosa, 2014). No entanto, por trás da romantização turística das favelas, há uma realidade complexa e muitas vezes sombria.

A história da favela carioca brasileira é marcada pela depreciação e marginalização desde seu surgimento. Segundo Abreu (1988), em meados do século XIX o Brasil passava por um processo de transição, no qual grandes transformações sociais estavam ocorrendo simultaneamente, tais como: a baixa considerável na produção de café, a abolição da escravidão e o início do desenvolvimento da industrialização no país. Esses fatores culminaram com a chegada de ex-escravos e europeus para a então capital do Brasil. Ainda de acordo com Abreu (1988), em decorrência dessa transformação urbana, a estrutura de classes sociais se solidificou no Rio de Janeiro, fazendo com que as pautas de luta por espaço ascendessem e os conflitos territoriais comesçassem na região, principalmente no que tange às pessoas que tinham condições econômicas desfavoráveis, visto que nesse período concentravam-se no centro da cidade, nos famosos “cortiços” (Abreu, 1988).

Os cortiços eram casas grandes, anteriormente ocupadas pela elite carioca. Após a concentração dos povos minorizados na zona central da cidade – onde ficavam a maior parte das oportunidades de emprego – os cômodos desses casarões eram alugados, no qual cada um deles servia como residência para uma família pobre (Silva, s.d.). Os principais habitantes desses cortiços eram os povos que antes foram escravizados e atirados às ruas com a falsa sensação de liberdade e sem nenhum tipo de política pública que os auxiliasse na construção de uma vida digna na cidade. A partir do final do século XIX, instaurou-se um movimento de mudança que foi demarcado pela “expansão das relações sociais capitalistas, o que significou as transformações de velhos hábitos, gostos e práticas do passado, incompatíveis com o movimento de mudança” (Machado, 2011, p.1). Nessa época o objetivo era a

³ Referência a um trecho da música “**Girl From Rio**” de Anitta, disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=CuyTC8FLICY>

reorganização do espaço urbano com os princípios de civilidade, beleza e limpeza dos ambientes da cidade a partir da arquitetura moderna inspirada na Europa (Silva, s.d.).

Com isso, o início do século XX é marcado por “[...] uma gravíssima crise habitacional, pois não se construíam casas para a população de baixa renda, fazendo com que as casas de aluguel ficassem cada vez mais superlotadas e precárias” (Nóbrega, 2007, p.19). Diante das condições insalubres em que esses grupos eram expostos, epidemias e a febre amarela foram se espalhando nos cortiços e começaram a ser associadas à pobreza, o que não combinava em nada com o imaginário de “cidade maravilhosa” que a elite carioca planejava construir. Dessa forma, princípios higienistas começaram a ser aplicados no centro do Rio de Janeiro.

O discurso higienista nada mais era que, teoricamente, uma “nova mentalidade que se propunha a cuidar da população, educando e ensinando novos hábitos” (Junior, s.d., p. 47). Porém, com o atravessamento da desigualdade social e preconceito da época o discurso começou a tornar-se uma reprodução dissimulada dos ideais da alta sociedade. O grande objetivo era flagelar e perseguir aqueles que os incomodavam e impediam a concretização da “cidade maravilhosa”. Conforme Marins, 1988, p. 133 (apud Junior, s.d., p. 47)⁴ “[...] as populações pobres eram “acusadas” de atrasadas, inferiores e pestilentas; essas populações seriam perseguidas na ocupação que faziam das ruas, mas sobretudo ficariam fustigadas em suas habitações.” À vista disso, o processo de destruição dos cortiços começa a ser posto em prática, fazendo com que a população mais pobre se afastasse de vez dos centros urbanos, conseqüentemente dando vida às favelas (Silva, s.d.).

Conforme Caruso (2010, p.15), a primeira favela do Rio de Janeiro “[...] foi a ocupação do Morro da Providência no centro da cidade por ex-combatentes da Revolta de Canudos”. Ainda de acordo com Caruso (2010), já naquela época o Estado não se fazia presente nessas comunidades. Por conseguinte, junto aos trabalhadores, lá residiam diversos bandidos que agiam no Rio de Janeiro. O jornal Correio da Manhã descreveu as favelas naquele período como: O lugar onde reside a maior parte dos valentes da nossa terra, e que, exatamente por isso – por ser o esconderijo da gente disposta a matar, por qualquer motivo, ou, até mesmo, sem motivo algum –, não têm o menor respeito ao Código Penal nem à Polícia...” (Mattos, 2004, apud Caruso 2010, p. 15). Naquele tempo o tráfico de drogas não era considerado crime, e a figura do

⁴ A utilização do “apud” ao longo deste estudo se dá, unicamente, pelo fato das obras originais não serem encontradas.

“dono do morro” ainda não existia, embora o preconceito e ódio da elite carioca – herança da doutrina higienista – alocava-se no berço dos povos marginalizados (Caruso, 2010).

Foi só em 1921 que “a venda de cocaína no Brasil passou a ser proibida e seus vendedores passaram a ser considerados criminosos” (Caruso, 2010, p.15). O início do processo de domínio das favelas do Rio de Janeiro pelo crime organizado teve sua origem na virada dos anos de 1970 para a década de 1980, quando no presídio de Ilha Grande um episódio crucial para a história do crime organizado aconteceu. Lá os detidos por causas políticas – que lutavam, principalmente, contra o regime militar vigente no Brasil –, foram intencionalmente alocados junto aos prisioneiros comuns, detidos sob a Lei de Segurança Nacional (LSN), (Lima, 1991). Ainda sob a ótica de Lima (1991), a ação tinha o objetivo de desacreditar os presos políticos, porém o resultado foi a criação de uma relação entre os detentos comuns e esses presos, resultando na troca de conhecimentos e experiências.

De acordo com Misse (2010), é nesse contexto que os presos sob a LSN assimilam e incorporam táticas de guerrilha e fundam o Comando Vermelho (CV), que ganha influência entre 1980 e 1990, dominando grande parte das favelas do Rio de Janeiro. Ainda nessa época outras facções surgiram, como o “Terceiro Comando” e os “Amigos dos Amigos” que apesar da rivalidade, operavam com estruturas semelhantes, fundamentadas na coerção e imposição aos moradores e no controle absoluto das favelas onde atuavam. O financiamento advinha principalmente da venda de drogas, propagando o ciclo vicioso de violência e a exploração das comunidades (Misse, 2010).

De acordo com Zaluar e Conceição (2007), a organização de comando das favelas só começou a ser questionada na metade da primeira década dos anos 2000, com o surgimento de um novo grupo que ameaçava o poder dos “chefes do morro” e dos traficantes de alto escalão: as milícias. Elas eram compostas por diversos atores, incluindo policiais e outros agentes do Estado. As milícias tiveram um crescimento exponencial a partir de 2007, ano em que diversos desses grupos passaram a chefiar as favelas que antes eram controladas pelo tráfico de drogas. (Caruso, 2010).

A regra era clara: os comerciantes e moradores eram obrigados a pagar uma taxa mensal em troca de “proteção”. A violência dessa imposição era variada de comunidade para comunidade, em alguns casos existia ameaça à vida daqueles que se recusavam a pagar os “impostos” (Zaluar e Conceição, 2007). Ou seja, a principal

diferença do comando das milícias, em conformidade com Cano (2008), é o alto nível de organização e poder, conseguindo assim monopolizar qualquer setor comercial que possa render lucros. Isto é, a fonte primária de cada “autoridade” é distinta: enquanto as milícias atuam com base na extorsão, o tráfico vende drogas. Nesse contexto, é perceptível que a favela – como conhecemos hoje – desde seu princípio surge da exclusão e da necessidade das elites e do Estado de invisibilizar e “higienizar” a população mais carente da sociedade dos séculos XIX e XX, o que reverbera até hoje nos signos⁵ das favelas e na população que reside nelas.

Embora, atualmente, o poder concentrado nessas localidades esteja dividido em dois lados opostos – que muitas vezes entram em acordo –, a demonização dos indivíduos acaba recaindo somente para um dos lados, enquanto o outro, em função do seu poder, persuasão e acobertamento, segue faturando sem interrupções às custas dos cidadãos das comunidades cariocas. De acordo com Zaluar e Conceição (2007), o discurso policial assegura que investigações sobre milicianos podem ser perigosas e dar muito trabalho, visto que

As milícias são compostas também por policiais, que conhecem bem os procedimentos e as possíveis linhas investigativas, suas ações seriam realizadas de tal modo que não permitissem qualquer enquadramento penal de seus componentes. Provas incriminatórias seriam de difícil aquisição (Zaluar e Conceição, 2007, p. 99).

Nessa conjuntura, torna-se imprescindível abordarmos a temática da demonização dos indivíduos oriundos das favelas cariocas e os porquês do tratamento nitidamente diferenciado para os agentes da milícia e para os agentes do tráfico de drogas. Em consoante com a Pesquisa de Vitimização em Favelas (apud Zaluar e Conceição, 2007) há uma

[...] disparidade entre as ações policiais em favelas dominadas por traficantes e favelas dominadas por milicianos. Nas favelas dominadas por tráfico de drogas, 15,7% dos entrevistados afirmaram ter visto policiais atirando sem provocação, o triplo do aferido nas favelas dominadas por milícia (5,2%). Nestas, registra-se metade do percentual de entrevistados que viram policiais extorquindo (8,2%) em relação às favelas dominadas por tráfico de drogas (19,6%). (Pesquisa de Vitimização em Favelas apud Zaluar e Conceição, 2007, p. 99).

⁵ De acordo com Amaral (s.d., p. 457) o signo é “[...] algo que pode ser interpretado e que pode ganhar significados e representações diferentes e que se ressignificam acompanhando a relação de interpretação.”

Ainda sob essa perspectiva, o secretário de Polícia do Rio de Janeiro, Marcos Amim, afirmou em janeiro de 2024 em seu Instagram que “[...] não há diferença entre tráfico e milícia”⁶ (conforme anexo 1).

Em contraponto, o pesquisador e cientista político Bruno Paes Manso⁷, afirmou em entrevista concedida à BBC News Brasil (2023), que embora o tráfico e as milícias estejam se aproximando mais, as milícias por serem compostas, majoritariamente, por membros das forças policiais e manterem laços sociais estreitos com indivíduos vinculados ao aparato estatal “[...] têm mais influência no Estado e, por isso, estão menos sujeitas às operações policiais que os traficantes” (BBC News Brasil, 2023). Bruno também declara – com base em suas pesquisas – que “A influência das milícias no governo e a capacidade dos milicianos em garantir votos para parlamentares e influenciar a política do Rio e as instituições é muito maior”. (BBC News Brasil, 2023).

Ademais, a desumanização das favelas na mídia conserva e populariza estereótipos simplistas que encobrem a múltipla riqueza cultural dessas comunidades. De acordo com Letta (2023), entre 2005 e 2006, 645 matérias foram veiculadas nos principais jornais da época e 77,2% delas “traziam um olhar sobre a violência e o tráfico de drogas” (Paiva e Nóra, s.d., n.p., apud. Letta, 2023, n.p.). Ainda sob a ótica de Letta (2023), em 2019 os grandes jornais impressos do Rio – O Dia, Extra, O Globo e Meia Hora – mencionaram “favelas” nas capas de suas notícias 84 vezes em um período de 92 dias, com 80 dessas menções sendo de forma negativa. (Silva, s.d., apud Letta, 2023). Ou seja, a favela começou a simbolizar, na perspectiva de parte da grande imprensa, o cenário de risco da contemporaneidade, e é a partir desse contexto que as narrativas do medo são constantemente reforçadas no imaginário social (Baiense, 2007).

A conduta, desta relevante parcela do jornalismo brasileiro, portanto, desumaniza as comunidades, auxiliando na perpetuação da visão do “território marginal” no qual todos os moradores são “bandidos”, mesmo que nunca tenham entrado para o tráfico de drogas (Letta, 2023). Sob essa perspectiva, a mídia tem papel social atuante no cenário de desumanização das favelas, sendo um ator ativo,

⁶ Trecho retirado da notícia da CNN Brasil, disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/nacional/nao-ha-diferenca-entre-trafico-e-milicia-diz-secretario-de-policia-civil-do-rio/>

⁷ Pesquisador do Núcleo de Violência da USP (NEV) e autor do livro República das Milícias (Todavia, 2020).

na formação e transformação de percepções. Baiense (2007, p. 1) destaca que: “[...] o noticiário não apenas retrata o pensamento social, mas, ele mesmo, se constitui em ator social, capaz de influenciar as representações e o debate público a respeito dos assuntos ligados à favela.”

Diante dos fatos expostos torna-se tangível a percepção de que o tratamento entre os dois polos de comando das comunidades – milícia e traficante – pelas autoridades não retrata somente as vivências multifacetadas das favelas cariocas, como também evidencia padrões de estigmatização e preconceitos enraizados na sociedade. Enquanto as milícias, por diversas vezes, podem desfrutar de uma espécie de “imunidade”, os traficantes – em sua maioria jovens pretos nativos das favelas cariocas⁸ – são seguidamente retratados como inimigos públicos número um. Perante a oposição entre a demonização dos moradores da favela carioca e a popularidade crescente do turismo nessas comunidades, surge uma questão provocativa: como é possível que as favelas sofram tamanha dualidade de signos e imaginários? As narrativas dominantes tendem a representar as favelas como perigosas e dominadas pela criminalidade, embora sejam palco de visitas turísticas e cenários de obras culturais que as romantizam.

2.2 “A FAVELA LOVE STORY”⁹: A ROMANTIZAÇÃO E O “TURISMO REAL”

Arlindo Cruz canta em um verso de uma de suas músicas mais famosas “O meu lugar, é cercado de luta e suor, esperança num mundo melhor, e cerveja pra comemorar [...] O meu lugar, é sorriso, é paz, é prazer”¹⁰, que faz referência ao bairro Madureira onde o cantor nasceu e cresceu, localizado na zona norte do Rio de Janeiro. Esse trecho revela um sentimento muito vivo e vivido nas comunidades cariocas: o orgulho, motivado pela intensa ligação emocional e cultural, alimentadas pela construção de um forte senso de pertencimento e identidade que permeia as ruas e becos das favelas cariocas, unindo seus habitantes em laços de solidariedade e resiliência. Justamente por esse “estilo de vida” – reforçado diversas vezes nos produtos culturais de entretenimento –, a favela tem chamado atenção de turistas que

⁸ Perfil traçado com base na pesquisa “**Novas configurações das redes criminosas após a implementação das UPPs**” de 2018, realizada pelo Observatório de Favelas.

⁹ EP (extended play) visual lançado em agosto de 2023 de Anitta.

¹⁰ “**Meu Lugar**”, composição de Arlindo Cruz e Mauro Diniz, lançada em 2007. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=vNK58tL6J70>

possuem o desejo de vivenciar realidades distintas, experiência oferecida pelo “Reality Tour”.

De acordo com Luna e Godoy (2012, p. 249) o *reality tour*, primordialmente, é

[...] a tentativa de mostrar um mundo real, imperfeito, pois é a vida cotidiana que aparenta ser uma construção. Ao se deslocarem, os turistas vêem o que pensam ter perdido nas suas relações sociais, coisas tais como pureza, identidade e autenticidade. Assim, quando entram em contato com experiências ditas “reais”, relacionadas às comunidades mais pobres, imaginam compreender a realidade do lugar.

Freire-Medeiros (2006, p. 3), destaca que o *reality tour* teve seu início, de forma massiva, em meados dos anos 1990 e pode ser dividido “[...] em dois tipos principais: “*tours* sociais” e “*tours* sombrios”. O primeiro tem o objetivo de ofertar aos turistas a possibilidade de encontrar o seu lugar nos desafios globais de países subdesenvolvidos, oferecendo a proposta de uma orientação supostamente educativa e conscientizadora, como dedicar uma semana para viver em um dos assentamentos do MST (Movimento dos Trabalhadores Sem Terra), já a segunda proposta tem o propósito de viabilizar visitas a lugares que passaram por grandes episódios trágicos, ofertando-os como atrações turísticas (Freire-Medeiros, 2006). Ademais, os produtos midiáticos têm papel crucial na construção dos imaginários e na manifestação de desejo dos viajantes pelos atrativos das favelas cariocas (Luna e Godoy, 2012).

Grandes sucessos cinematográficos tais como: Cidade de Deus (2002), Maré, nossa história de amor (2002), Era uma vez (2008), Salve Jorge (2012), Avenida Brasil (2012), Vai que Cola (2013), A força do querer (2017), contribuem para o reforço de estereótipos das favelas cariocas. Muitos desses produtos não apenas mostram a versão marginalizada, mas destacam a favela como espaço de comunidade, no qual os moradores se apoiam mutuamente e formam laços fortes, assemelhando-se a uma “grande família”, como demonstrado com a canção “Meu Lugar” de Arlindo Cruz no início deste subcapítulo. Outrossim, frequentemente as favelas servem como cenário para grandes histórias de amor, amizade e resiliência, o que “antecipa a experiência”, e cria uma visão da periferia “[...] que se constitui em diálogo com as imagens do local veiculadas em diversos produtos culturais, imagens que criam uma moldura interpretativa e comportamental para o turista” (Luna e Godoy, 2012, p. 249),

fomentando, conseqüentemente, o desejo dos estrangeiros de viver “[...] a experiência do autêntico, do exótico e do risco em um único lugar” (Freire-Medeiros, 2006, p. 5).

Assim como as próprias favelas cariocas, o fenômeno do *reality tour* revela uma duplicidade provocativa: “ao mesmo tempo em que permite engajamento altruísta e politicamente correto, motiva sentimentos de aventura e deslumbramento” (Freire-Medeiros, 2007, p. 63). Ou seja, ao passo que esses “passeios pela realidade” – promovidos por agências de turismo, que variam e adaptam o roteiro e discurso de acordo com o tour oferecido¹¹ – cooperam para a desmistificação das favelas cariocas, agregando o valor do turismo e visibilizam esses espaços, eles fomentam “o ideário secular que atribui à pobreza brasileira uma dimensão estética e um bom-humor estrutural, uma pobreza que testemunha o contraste social, porém jamais se coloca como agente de conflitos.” (Freire-Medeiros, 2006, p. 9-10), o que, posiciona a pobreza como objeto, a banalizando e a comercializando (conforme anexo 2 e 3, que exemplifica como a pobreza é vendida nos reality tours).

Nesse sentido, é fundamental explorarmos qual é a perspectiva dos/as moradores/as em relação ao turismo nas favelas e como esses/essas se relacionam e são impactados/as por ele em seus espaços. A visão desses públicos está centrada em dois aspectos fundamentais: uma percepção positiva das visitas e uma demanda por estímulo aos negócios, pelo incentivo aos comércios locais e pela melhoria no diálogo entre instituições representativas e agências de turismo¹². De acordo com a pesquisa realizada em 2009 com moradores da favela da Rocinha por Freire-Medeiros, mais de 83% dos entrevistados veem com bons olhos a presença dos turistas (anexo 4). A relevância do *reality tour*, para a maioria deles, se concentra basicamente em “[...] desmistificar a imagem violenta insistentemente reiterada pelas elites e veiculada pelos meios de comunicação” (Freire-Medeiros, 2010, p. 38).

Ou seja, o desejo das pessoas que residem na favela é mostrar o lado positivo dessas localidades, a sua face acolhedora e que dá sentido ao termo “comunidade”. Corroborando com essa percepção, ao serem perguntados se levariam os turistas nas áreas mais pobres da Rocinha (anexo 5) os mesmos 83% respondem que não levariam, isto é, eles não gostariam de mostrar o lado obscuro da favela “[...] afinal,

¹¹ De acordo com Freire-Medeiros, 2009. Disponível em:
<https://www.scielo.br/j/se/a/SJfdpyZr5SZzRyytpvwHnK/>

¹² Para essas percepções, usaremos como base a pesquisa realizada com 175 moradores da favela da Rocinha entre 2006 e 2007 realizada por Bianca Freire-Medeiros.

são as imagens da pobreza e da violência, em seu sentido mais amplo, aquelas que circulam vinculadas à favela” (Freire-Medeiros, 2010, p. 39).

Por outro lado, o potencial do turismo para impulsionar o desenvolvimento das comunidades não chega nem perto de ser atingido, nas raras ocasiões em que ocorrem relações comerciais entre visitantes e visitados, pois essas, geralmente, se baseiam na informalidade, como destacado por Freire-Medeiros (2009). “[...] o fato é que os passeios não oferecem à Rocinha a chance de usufruir em pé de igualdade os benefícios econômicos gerados com o turismo. Os turistas gastam muito pouco durante a visita. (Carter, 2005, apud. Freire-Medeiros, 2007, p. 66). Isso significa que esses passeios, nem de longe, oportunizam a evolução econômica das favelas, promovendo os empreendedores e prosperando a economia local. Em realidade, as agências operam com altas margens de lucro, se apropriando de uma realidade e cultura que não são suas, e ignoram as representações de moradores da localidade e possíveis diálogos para a implementação de projetos de melhoria e crescimento econômico (Freire-Medeiros, 2009). Além disso, quando demonstram algum interesse é por meio de doações e caridades (Freire-Medeiros, 2007), reforçando o estigma de dependência e marginalização da população local.

Mesmo que a percepção dos moradores e guias turísticos esteja no imaginário de que um dos principais atrativos das comunidades seja a afetividade de seus residentes (Freire-Medeiros, 2009), para os visitantes, de maneira geral, os principais “atributos” são a possibilidade de percepção de uma realidade pobre e violenta que contrasta com as suas próprias vivências (Freire-Medeiros, 2010). O que acaba transformando as favelas em um “zoológico de pobre”, no qual “[...] os favelados, se aceitam a presença estrangeira, é porque ainda não entenderam seu caráter degradante” (Freire-Medeiros, 2010, p. 42). Em meio a essas visões simplificadas e estereotipadas das favelas cariocas perpetuadas pela mídia – através do entretenimento e notícias – vendida pelo setor de turismo e comprada pelos visitantes, esses espaços se erguem como possibilitadores de criação de identidade e empoderamento.

2.3 “CRIA DE FAVELA”¹³: A COMUNIDADE COMO ESPAÇO DE PERTENCIMENTO, IDENTIDADE E EMPODERAMENTO

Quando abrimos espaço para vislumbrar as favelas cariocas da perspectiva dos/as moradores/as, a herança cultural das periferias acaba transcendendo as fronteiras da marginalização, surgindo como grande potência de protagonismo, construção de identidade¹⁴ e sentimento de orgulho e pertencimento¹⁵. De acordo com Felicio e Vinicius (2023, n.p.)

[...] a identidade formada nas periferias, vem como forma de resgate do que antes era usado como marginal e estereotipado, sendo assim uma forma de resistência para que não se destrua o patrimônio presente nesse local.

Nesse contexto, a favela carioca torna-se patrimônio cultural, justamente por ser um símbolo que une a história e seu povo em um único lugar (Felicio e Vinicius, 2023). Vasconcelos (2018, n.p.) define patrimônio cultural como “[...] o conjunto de manifestações ou objetos nascidos pela produção humana que uma sociedade recebeu como herança histórica e que constituem elementos significativos de sua identidade como povo”, o que nos deixa claro que as periferias são berços culturalmente ricos e que, em consequência, são de fato, patrimônios culturais, os quais o habitante coloca o local “como parte essencial de sua existência” (Felicio e Vinicius, 2023, n.p.). É dessa percepção de que a favela faz parte do “ser” de quem nasce em seu seio que começa a surgir a identidade da juventude negra periférica, que

[...] se dá a partir das formulações estéticas, que são como marcadores sociais de vivências cotidianas. Para além do *dress code* – código de vestimenta – que surge em tendências, os jovens periféricos buscam se demonstrar para o mundo, afirmando seu pertencimento como indivíduo

¹³ Referência a uma faixa do álbum “**Funk Generation**” de Anitta, disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=gPkLK6AQj-Q>

¹⁴ De acordo com Jorge (2009, p. 240), identidade é o “o resultado de um trabalho permanente e renovável de construção social e política, mas também geográfica, que leva em conta a extrema mobilidade dos agentes sociais”.

¹⁵ De acordo com Moriconi (2014, p. 14) “Pertencimento é quando uma pessoa se sente pertencente a um local ou comunidade, sente que faz parte daquilo e conseqüentemente se identifica com aquele local (...)”.

dentro da sociedade e como morador de uma periferia. (Felicio e Vinicius, 2023, n.p.).

A procura por essa “autoafirmação”, no entanto, se dá principalmente como forma de resistência e tentativa de recuperar aquilo que lhes foi arrancado ainda na época da escravidão no Brasil: sua voz. Amaral (2020) afirma que a sociedade que vive à margem da pobreza e exclusão não lida apenas com a falta de capital e garantia de direitos fundamentais, bem como, enfrentam o desafio conhecido como “pobreza de voz”.

A pobreza de voz não interfere apenas em uma camada superficial do “estilo de vida” dessas populações, ela ecoa diretamente na esfera política da nação, afetando a liberdade, equidade e na sobrevivência do povo periférico, pois “onde não há voz, não há democracia, uma vez que estas pessoas não possuem meios de participar das decisões que afetam diretamente suas vidas.” (Amaral, 2020, p. 79). Ainda de acordo com Amaral (2020), o empoderamento surge quando esses indivíduos se conscientizam sobre a importância de afirmar suas identidades para ganhar espaço de voz na sociedade e na política. A partir desse momento, a juventude preta e periférica passa a ocupar novos espaços, tornando-se ativa no processo de produção de conteúdo sobre si mesma, em vez de deixar essa responsabilidade exclusivamente para a mídia.

Dessa forma, o processo de voz ativa dessas periferias ecoa para além de suas próprias realidades, transcendendo barreiras e ultrapassando a estigmatização e demonização da cultura da favela, criando organismos vivos de representação e comunidade. Comunidade essa que começa a ganhar representatividade, na vestimenta, no estilo musical e nas preferências, transcendendo o entretenimento e chegando na esfera política, na busca por direitos e pela liberdade de expressar suas identidades. Constrói-se, então, o pertencimento perante a exclusão e a inclusão. (Pimentel, 2017). Ao invés de insistirem em uma falha tentativa de se “igualar” aos habitantes do “asfalto”, as comunidades assumem de vez sua singularidade e o “estilo favela de ser”, daí surge o “*brazilian aesthetic*”, “*favela core*” ou “*brazil core*”.

De acordo com Filardi (2022. n.p.)¹⁶, o *Brazil Core* “é a estética que se apropria de roupas e acessórios com as cores do Brasil e/ou símbolos que remetem à bandeira

¹⁶ Em reportagem à CNN Brasil

brasileira.”, ademais, Almeida (2022) complementa que esse estilo ainda agrega peças de roupas e acessórios como camisetas de time, chinelos da marca Kenner (de faixas e solados grossos), bermudas estampadas, blusas “cropped” (cortadas acima da cintura), óculos de sol (geralmente do modelo Juliet da marca Oakley) e piercing no umbigo (Figura 1).

Figura 1 – Quadro visual da estética “Brazil Core”



Fonte: Autora

O estilo ganhou mais notoriedade no segundo semestre de 2022, quando influencers e blogueiras, tanto brasileiros quanto estrangeiros, começaram a utilizar roupas verde e amarelas nas redes sociais. Porém, o “Favela Core” não é nenhuma novidade nas periferias. Em entrevista à Revista Piauí (2022), Gabriele Duarte, de 27 anos, moradora do bairro Jardim Catarina em São Paulo – considerada a maior favela plana da América Latina – afirma que o *Brazilian Aesthetic* é uma moda da comunidade, que existe há muito tempo e sempre fez sucesso. No entanto, só foi reconhecida e disseminada pelo Brasil quando estrangeiros e pessoas brancas aderiram, no ano de 2022. Almeida (2022, n.p.) afirma que “a tendência que hoje se espalha nas redes sociais tem como base a chamada estética de cria, visual dos jovens de periferia que por décadas foi rejeitado pela indústria da moda.”

Dessa forma, o *Brazil Core* tornou-se parte da luta contra a “pobreza de voz”, surgindo como uma forma de expressão coletiva, auxiliando no reforço da identidade dos jovens periféricos e fomentando o seu senso de pertencimento. Ao adotar esse estilo, os jovens reivindicam seu espaço e voz na sociedade e afirmam sua dignidade e valor como indivíduos e como comunidade. A “estética de favela” torna-se, então,

muito mais que uma moda passageira (como adotada pela população fora das comunidades em 2022), pois constitui-se em um movimento cultural de afirmação e empoderamento, que desafia as normas estabelecidas pela sociedade, promovendo a inclusão e resistência das comunidades periféricas em um contexto de desigualdade e marginalização, assim como o funk.

3 “O FUNK CHEGOU!”¹⁷: O RITMO CARIOCA COMO PRODUTO CULTURAL

De acordo com Amaral (2020, p. 79) “A ausência de vozes cria [...] um vácuo de representatividade”, ou seja, quando as vozes da comunidade periférica são negligenciadas e até mesmo, silenciadas pela sociedade, surge o vazio da representação, que auxilia na inviabilização e marginalização desses indivíduos. Diante dessa realidade, os/as moradores/as das favelas são impelidos/as a encontrar maneiras alternativas de serem reconhecido/as e ouvidos/as. O funk surge nesse contexto, como uma manifestação política e cultural contra a pobreza de voz dos/as jovens negros/as e periféricos/as, como uma forma de se mostrarem e se fazerem ouvidos/as e notados/as através de letras “polêmicas” e batidas fortes e contagiantes, tornando-se, dessa forma, um instrumento de voz viva e ativa. Segundo Miranda (2022, p.11)¹⁸ “No âmbito da música brasileira, uma das expressões mais ilustrativas quanto à contenda característica da relação entre arte e política pode ser encontrada no funk.”

Miranda (2022), ainda afirma que ao abordar e questionar aspectos estruturais do país, como o racismo, a desigualdade social e a ocupação territorial dos centros urbanos, esse gênero musical traz à tona questões como o protagonismo negro, a expressão corporal da população jovem das periferias – como os “passinhos”¹⁹ e o “rebolado” – e as tensões resultantes da presença dessas pessoas em espaços geralmente associados às classes mais privilegiadas. Isto é, assim como o “favela core”, o funk emerge das favelas como um movimento de resistência, empoderamento e no reforço da identidade da população periférica em uma tentativa de contar sua história e valorizar sua cultura. Porém, apesar de ser tombado como patrimônio cultural do Rio de Janeiro²⁰ e estar sendo reconhecido e valorizado internacionalmente, o funk ainda enfrenta diversas barreiras decorrentes das mazelas do preconceito, incluindo inúmeras – e diferentes – tentativas de criminalizá-lo ao longo dos anos.

¹⁷ Referência a um trecho da música “**Favela chegou**” interpretada por Anitta e Ludmilla, disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=3nmIJ-Mohtk>

¹⁸ Na apresentação da obra “Funk na batida: Baile, rua e parlamento” de Danilo Cymrot (2022)

¹⁹ De acordo com o Dicionário de Favelas Marielle Franco (2024), o “Passinho”, originado nos bailes funks cariocas, é uma dança caracterizada por movimentos rápidos que combinam frevo, samba, hip-hop e capoeira. Em 2018, foi declarado Patrimônio Cultural Imaterial da Cidade do Rio de Janeiro e, em 2024, do Estado do Rio de Janeiro. Este reconhecimento reflete sua importância na ressignificação das percepções sobre favelas e comunidades periféricas.

²⁰ PL n. 311/2017, do vereador do Rio de Janeiro Marcelo Arar (PTB), declarou o ritmo “funk” como patrimônio cultural imaterial do povo carioca.

Durante o desenvolvimento do primeiro subcapítulo desta seção, exploraremos o “funk de favela” e como este surgiu nas periferias do Rio de Janeiro, ademais, destacaremos brevemente os diversos estilos de funk e como eles apoiam na demonstração da realidade daqueles que os produzem, escrevem e interpretam. No segundo subcapítulo, evidenciaremos alguns dos momentos importantes para a história de resistência do funk e as tentativas de sua criminalização, entendendo as raízes dessa problemática. Já no terceiro subcapítulo, analisaremos os impactos culturais e econômicos do funk nas comunidades periféricas. Na sequência, discutiremos o funk como produto de exportação, entendendo como “o batidão” ultrapassou as barreiras do preconceito enraizado e tornou-se sinônimo de Brasil fora do país, conquistando o coração e os ouvidos dos estrangeiros. Para isso, utilizaremos os/as seguintes autores/as e fontes como base teórica: Herschmann (2000); Bagno (2002); Viana (2006); Lopes (2001); Cymrot (2011); Forte, Martins e Menezes (2012); Rangel e Rocha (2013); Beschizza (2014); Caceres, Ferrari e Palombini (2014); BBC News (2017); Rocha (2017); Soares (2019); Santos (2021); Anitta (2021); Cymrot (2022); Bastos (2023); Paulo (2023); Wiki Favelas (2024).

3.1 “QUANDO TOCA ESSA DAQUI NINGUÉM FICA PARADO”²¹: O FUNK DE FAVELA

Concordamos com Lopes (2011, p. 19) quando afirma que “O funk carioca é uma música, uma linguagem e uma cultura, pois é sobretudo uma prática social historicamente situada: uma forma de cantar, de expressar, de construir, de vivenciar e de sentir o mundo.” Porém, nem sempre o funk foi reconhecido como cultura ou sequer como um estilo musical considerado de “bom gosto” pela elite carioca (Lopes, 2011). Até meados de 1992, no Brasil, o “funk” era associado ao som feito por James Brown, e no que tange ao “funk carioca”, o tipo de música cantado por Tim Maia, Sandra de Sá, Tony Tornado e Banda Black Rio. Os bailes eram conhecidos como “bailes black”, eles aconteciam nos subúrbios e nas favelas cariocas e a música que tocava era o funk e soul estadunidense (Beschizza, 2014).

Lopes (2011, p.18) afirma que “Como toda cultura negra, o funk é criativo e estratégico, mas é também vulnerável”, e nesse sentido, é importante mencionarmos

²¹ Referência a um trecho retirado da música “**Favela chegou**” interpretada por Anitta e Ludmilla, disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=3nmIJ-Mohtk>

que os bailes e o – até então – funk carioca se estabelecem em uma época em que a imagem do Brasil como o “país da democracia racial” é alterada para a ditadura militar no qual “uma multidão afirmando o orgulho negro não era bem-vista” (Cymrot, 2022, p. 26). Sonoramente, o funk tornou-se uma mistura de diversas culturas musicais, como hip-hop, o rap (uma vertente do hip-hop), o electro, e até mesmo da religião de matriz africana Candomblé – de onde retiraram a batida “tamborzão” que veio dos atabaques tocados nos rituais da religião – entre outras (Beschizza, 2014). De acordo com Caceres, Ferrari e Palombini (2014, p. 177-178),

A música funk carioca é uma fala cantada ou um canto falado sobre uma base rítmica. Essa fala é a das camadas mais pobres da juventude das áreas sub urbanizadas do estado do Rio de Janeiro. Seu melodismo deriva tanto das inflexões da própria fala quanto do espaço sonoro local, recortado e colado.

É em 1989 que o Dj Malboro anuncia o disco “Funk Brasil”, um símbolo na trajetória do funk carioca, pois trazia, pela primeira vez, MC’s²² que cantavam totalmente em português (Cymrot, 2022). A partir desse momento, o funk começa a estruturar-se de diferentes maneiras, tipos de sons (batidas) e letras – que vão desde letras românticas a letras com maior conotação sexual – tornando o ritmo extremamente diverso e plural em suas formas de expressão.

Os subgêneros do funk se dividem em nove tipos mais conhecidos de acordo com o dicionário de Favelas Marielle Franco²³ – disponível no site Wiki Favelas (2024) – que expressam de formas diferentes as vivências, desejos e pensamentos da periferia, são eles: Ostentação, Proibidão/150bpm, Brega Funk, Trapfunk, Funk Carioca, Funk Consciente, Pop/Melody, Funk de BH/MTG, Mandelão. Santos (2021)²⁴, ainda acrescenta a vertente chamada “Funk Rave” à lista. No apêndice A estão detalhados cada subgênero do Funk Brasileiro.

Nesse contexto, torna-se evidente que o funk é um gênero musical diverso, que se adapta às distintas influências culturais e realidades. Os subgêneros criados a partir de um estilo central refletem a criatividade, expressão artística, experiências,

²² De acordo com Cymrot (2022) o termo é oriundo do inglês de “Master of ceremonies”, ou seja, mestre de cerimônias, advindo da cultura do hip-hop, que no Brasil identifica um cantor de funk.

²³ Uma plataforma online desenvolvida para a coleta e geração de informações acerca das favelas e periferias. Seu objetivo é promover a colaboração e construção conjunta do conhecimento já existente sobre essas comunidades em todo o Brasil, por meio da integração de uma rede de parceiros, tanto acadêmicos quanto institucionais, presentes nos próprios territórios. Fonte: Wiki Favelas (s.d).

²⁴ Em publicação no portal Whiz: <https://portalwhiz.com>

desafios e aspirações das periferias e comunidades das quais os diferentes tipos de funk surgem. Desde o consciente até o ostentação, do rave ao pop, o funk compreende diversos estilos e temas, proporcionando uma rica teia sonora que ecoa em diferentes contextos para públicos distintos. No entanto, como destacado por Lopes (2011) e Cymrot (2022), o estilo ainda enfrenta desafios e vulnerabilidades, especialmente no que tange ao cenário político-social brasileiro, demarcado por estigmas e desigualdade.

Diante dessa diversidade, dinamismo e vivacidade do funk como expressão cultural, é primordial reconhecermos que as letras controversas com maior conotação sexual e “apologia ao crime” – principalmente dos ritmos Proibidão, Funk de BH, Funk Carioca e Funk Consciente – muitas vezes somente refletem as realidades e experiências vivenciadas pelos próprios artistas, que encontram na música um enfrentamento à “pobreza de voz” e tentam através dela compartilhar suas vivências e desafios em um esforço para serem notados. Em 2018 na “*Brazil Conference at Harvard e MIT*”, com o tema “Música como instrumento de transformação”, Anitta em sua palestra²⁵, discorre sobre a problemática das letras do funk:

[...] é muito difícil pra você que nasceu naquela realidade, você cantar sobre coisas lindas, o barquinho vai, a tardinha cai... você não está nem vendo isso. O funkeiro nada mais ele canta do que a realidade dele. Então se ele acorda, abre a janela, e vê gente armada, se ele acorda, abre a janela, e vê gente se drogando, se ele vê pessoas se prostituindo, é a realidade dele. Acaba que para pessoa aquilo é supernormal.

Ainda nessa palestra, a cantora defende que para alterar o teor das letras do funk, é imprescindível transformar o ambiente e as circunstâncias vividas pelos habitantes das comunidades onde o funk é produzido, isto é, preciso proporcionar oportunidades e condições de vida mais dignas e igualitárias para os moradores da favela.

Bagno (2002), afirma que é necessário examinar a linguagem dentro de um contexto histórico e cultural, considerando-a como uma atividade social na qual os/as falantes interagem por meio da fala e/ou da escrita, colaborando coletivamente para sua produção e significado. Quando falamos desse contexto, estamos falando de uma

²⁵ Trecho retirado da gravação do evento, disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=fzcTpJ-Uj8>

herança advinda, em grande parte, dos negros escravizados no Brasil – que como citado no segundo capítulo deste estudo, povoaram as favelas cariocas após a abolição da escravatura em 1888 – que tiveram grande influência na construção do vocabulário das comunidades do Rio de Janeiro. De acordo com Rangel e Rocha (2013), após serem arrancados de seus países de origem e serem obrigados a falar português, os escravos da época começaram um processo de resistência à língua imposta pelos brancos, apresentando uma linguagem mais “descuidada” em relação ao português da norma culta. Dessa forma, o dialeto popular daquela época e de hoje em dia está diretamente ligado à cultura afro-brasileira.

Ainda de acordo com Rangel e Rocha (2013, p. 92)

As letras de funk são escritas, em geral, por moradores de comunidades, em que a maioria apresenta baixo nível de escolaridade. Nesse sentido, é evidente a presença de marcas de oralidade nas composições das músicas que reproduz a linguagem popular do local. São elas os palavrões, as gírias, simplificação e redução de palavras e inadequações do uso da escrita, além de outros.

Portanto, ao estigmatizar e rejeitar as letras do funk, em sua maioria associada à linguagem utilizada pelos cidadãos periféricos, com base em sua herança linguística, cultural e em sua vivência no cotidiano, as camadas mais privilegiadas da sociedade sustentam e reproduzem o preconceito linguístico e a discriminação social. Exemplo da alimentação a essa aversão, são as inúmeras e diferentes tentativas de criminalizar o funk que ocorreram ao longo dos anos.

3.2 “DESCEU DA FAVELA PRO ASFALTO”²⁶: OS DIFERENTES MOMENTOS DO FUNK E AS TENTATIVAS DE CRIMINALIZÁ-LO

Na canção “Não me bate doutor”²⁷, os MCs Cidinho e Doca denunciam a violência e o preconceito contra o funk e ressaltam a importância do ritmo como forma de expressão cultural e de resistência das comunidades periféricas ao cantarem as suas realidades:

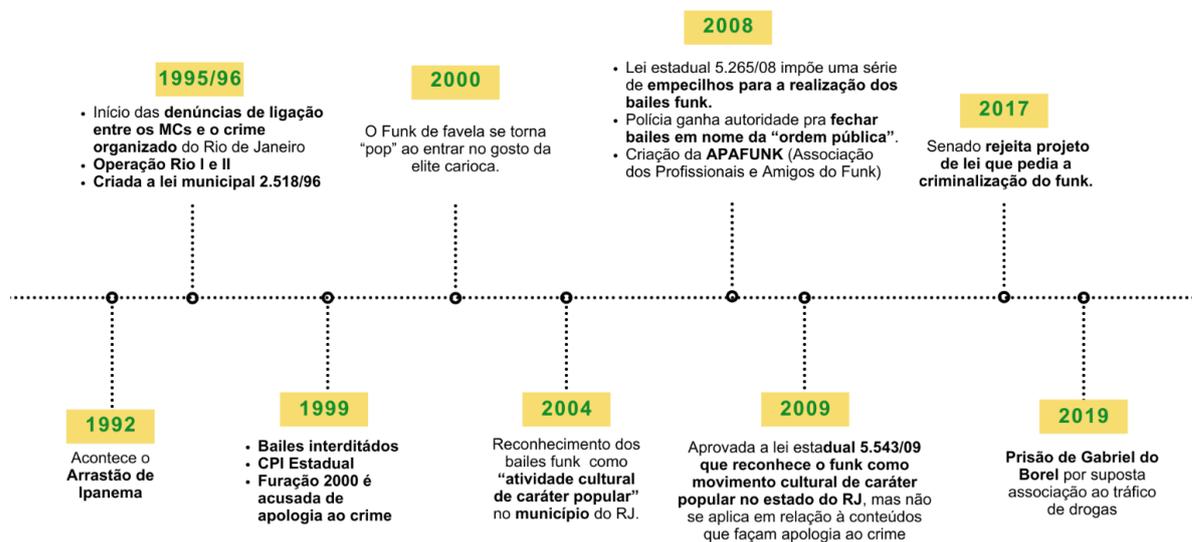
²⁶ Trecho retirado da música “**Favela Chegou**” interpretada por Anitta e Ludmilla, disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=3nmIJ-Mohtk>

²⁷ Disponível em: <https://www.letras.mus.br/cidinho-e-doca/881883/>

Apanhei do meu pai, apanhei da vida, apanhei da polícia, apanhei da mídia, quem bate sim, se acha certo, quem apanha tá errado, mas nem sempre, meu senhor, as coisas vão por esse lado, violência só gera violência, irmão, quero paz, quero festa, funk é do povão, já cansei de ser visto com discriminação, tá na comunidade funk é diversão, hoje eu tô na parede ganhando uma geral, se eu cantasse outro estilo, isso não seria igual.

A letra destaca que, apesar das tentativas de marginalizar e criminalizar o funk, ele continua sendo uma fonte de diversão e identidade para o povo das favelas, representando sua cultura e suas aspirações. Neste contexto, a canção auxilia na apresentação de um cenário que irá explorar um breve histórico das tentativas de criminalizar o funk, passando por momentos de grande importância para o reconhecimento e luta da classe funkeira e revelando diversas políticas discriminatórias que permeiam essa narrativa. Na Figura 7, ilustramos uma breve linha do tempo para melhor vislumbre dos acontecimentos e, na sequência, exploraremos com detalhes os marcos destacados.

Figura 2 – Linha do tempo Dos Principais Fatos da História do Funk



Fonte: Autora, com base em Cymrot (2011 e 2022), Lopes (2011), BBC News (2017) e Bastos (2023).

De acordo com Cymrot (2022), o primeiro ato na história que deu início à associação do funk à violência ativa e vigorosamente, ocorreu em outubro de 1992 e ficou conhecido como "Arrastão de Ipanema". Lopes (2011, p. 34) destaca que "esse

termo foi o nome dado pela mídia para uma suposta “invasão” de uma das praias mais famosas do Rio de Janeiro por centenas de jovens funkeiros, habitantes de favelas, que, segundo os jornais, só estavam lá para saquear os banhistas de classe média.” Sob a perspectiva de Cymrot (2022), até 1992, o fenômeno do “arrastão” restringia-se às noites sem lei dos bailes funk nos subúrbios, no entanto, em outubro do mesmo ano, um grupo de jovens dos bairros de Vigário Geral e Parada de Lucas, envolvidos em um atrito durante um baile, marcaram de se encontrar em um dos destinos preferidos dos funkeiros: Ipanema (por conta, também, da linha de ônibus que terminava seu percurso na praça do Arpoador).

“O tumulto causado na praia da zona sul foi noticiado pelos meios de comunicação, e a responsabilidade foi atribuída a jovens frequentadores de bailes funk do subúrbio e favelas, rotulados como “gangues urbanas”, “bárbaros”, “animais”, “juventude transviada, desajustada, revoltada e desesperançada”, “criadores de pânico e terror” (Cymrot, 2022, p. 30). Ou seja, embora o evento tenha sido causado por uma pequena parcela dos jovens periféricos frequentadores dos bailes, a mídia generalizou o ocorrido, associando o “Arrastão de Ipanema” a todos os jovens das favelas e subúrbios, vinculando o episódio à violência e demonizando-os. Viana (2006, n.p.) compreende o evento como uma “[...] tentativa das galeras de diferentes favelas cariocas [...] de encenar na areia da praia o “teatro da violência” que inventaram nas pistas de dança das centenas de bailes funk realizados semanalmente em quase todos os bairros da cidade.”

A análise de Viana (2006), nos faz refletir e voltar ao lugar da realidade vivenciada pela população periférica no qual a arte, como essas encenações, músicas, filmes e outras expressões culturais, muitas vezes imitam a vida. O ambiente de violência que atravessa as comunidades acaba transcendendo e se refletindo nas criações artísticas como o funk, os próprios bailes e os arrastões, onde essa realidade é encenada e, por vezes, exaltada, transformando-se em uma parte integrante da cultura das favelas. Cymrot (2022) destaca que a partir do evento do Arrastão de Ipanema, a mídia começa a dar enfoque para os bailes – até então desconhecidos pela elite carioca – tratando-os como sinônimo de violência. À vista disso, “[...] o pânico causado pelo “arrastão” talvez esconda, no fundo, apenas a intolerância à presença de determinados grupos sociais em certos espaços da cidade que gozam de status em virtude de sua frequência habitual [...]” (Cymrot, 2022, p. 33), como acontece

desde o início do século XX, com o movimento de higienização e transformação do Rio de Janeiro na “cidade maravilhosa”.

Após o episódio inicial que enfatizou a estigmatização da violência correlacionada aos bailes e ao funk, uma série de eventos significativos ocorreram na história de resistência da comunidade funkeira. Cymrot (2011) afirma que o processo de associação do funk ao crime organizado inicia no ano de 1995, com denúncias e inquéritos abertos contra os MCs Junior e Leonardo com a letra de “Rap das Armas”. Na mesma época, os MCs William e Duda, que prezavam por uma reputação de “bons moços” e compunham músicas pacificadoras, foram procurados durante uma ocupação da polícia militar no Exército do Borel, pois cantavam “nós somos Borel, nós somos CV” em uma suposta versão do “Rap do Borel” (Cymrot, 2011). Já os MCs Cidinho e Doca foram convocados para depor, por supostamente usarem o lema do Comando Vermelho em uma versão do “Rap da diferença” (Cymrot, 2011).

Segundo Cymrot (2011), entre 1995 e 1996, ocorreram as operações Rio I e II, que após diversos acontecimentos de cunho violento nos bailes funk – de acordo com a mídia da época – acaba interditando esse tipo de evento por deliberação da justiça. Segundo Herschmann (2000), o aspecto crucial de decisão para as proibições não foi a “perturbação da ordem”, os engarrafamentos e/ou a poluição sonora que perturbava os moradores, mas sim as “evidências” que insinuavam a intimidade do funk com o crime organizado, entretanto as associações de moradores nunca conseguiram comprovar, de fato, a identidade dos responsáveis pelo pagamento das equipes de som que comandavam os bailes.

A complexidade das relações que permeia a cultura popular e a sociedade, reflete as questões mais profundas abordadas até aqui, como os fatores históricos, políticos e sociais. Em contraposição à proibição dos bailes, em 1996, o vereador Antônio Pitanga, filiado ao Partido dos Trabalhadores (PT), cria a lei municipal 2.518/96, “a primeira iniciativa legislativa em todas as esferas federativas no sentido de regulamentar os bailes funk. Teve pareceres favoráveis de todas as Comissões e cinco dos seus nove artigos vetados.” (Cymrot, 2011, p. 18). Já no final da década de 90, muitos bailes voltam a ser interditados, e em maio de 1999, o Ministério Público inicia uma investigação e seis meses depois instauram uma CPI Estadual para averiguar a ligação das produtoras dos bailes e o crime organizado e, possivelmente, corrupção de menores (Cymrot, 2011). O funk, então, volta a ser associado à violência e ao tráfico de drogas, principalmente após um dos donos de uma das maiores

produtoras dos bailes, “ser detido sob a acusação de praticar apologia ao crime, corrupção de menores e falsidade ideológica. A acusação tinha base em uma agenda, “[...] em que traficantes do Morro do Chapadão relacionavam o nome da equipe com os supostos pagamentos de bailes.” (Cymrot, 2011, p. 19).

Entretanto, é no início dos anos 2000 que o funk “muda de face” e novos atores começam a entrar na cena. Lopes (2011, p. 49), afirma que nessa época o funk “passa a ser reconhecido como um ritmo legitimamente carioca ou nacional.”, e os programas de TV, de rádio e as casas de show direcionadas a esse ritmo musical crescem, chegando na zona sul carioca e deixando de ocupar somente as páginas policiais dos jornais. Contudo, para a concretização dessa nova “cara”, “[...] começa a ser desenhada, implicitamente, uma espécie de divisão no próprio funk: um que é consumido pelas elites e outro consumido nos bairros pobres e nas favelas.” (Lopes, 2011, p. 48). Como parte desse movimento, em 2004 o funk é reconhecido como “atividade cultural de caráter popular” no município do Rio de Janeiro (Cymrot, 2011), e a partir desse momento o ritmo começa a ser “glamourizado”. Segundo Lopes (2011), documentários e livros sobre o funk são produzidos por jornalistas e intelectuais acadêmicos, além disso, o gênero entra para o horário nobre da TV Globo ao ser trilha sonora de uma personagem da telenovela “América” de Glória Perez, bem como de produções audiovisuais nacionais que acabam ganhando destaque internacional.

Porém, o lado sombrio é o que continuou ganhando mais espaço e relevância na mídia corporativa; o funk e os bailes são envolvidos em diversas polêmicas e escândalos sendo responsabilizados pela “[...] gravidez na adolescência, pela disseminação do vírus HIV entre jovens, como também será o palco da morte do jornalista da Rede Globo, Tim Lopes.” (Lopes, 2011, p. 50). Dessa maneira, os artistas passam a ser divididos entre o lado do bem do funk pop que agradava os ouvidos da elite carioca, e o lado do mal, associado ao subgênero “proibidão” (Lopes, 2011). Já em 2008, a cena musical funkeira volta a ser interpretada apenas pelo “lado mal”. Foi criada a lei estadual 5.265/08, de autoria do deputado Álvaro Lins do Partido do Movimento Democrático Brasileiro (PMDB), que impunha diversos empecilhos para a realização dos bailes, tornando quase impossível materializar um baile funk lícito. Além disso, concedeu à autoridade policial uma ampla margem de arbitrariedade para proibir ou encerrar bailes em nome da “ordem pública” (Cymrot, 2011).

Ainda de acordo com Cymrot (2011), é diante dessa série de repressões que a Associação dos Profissionais e Amigos do Funk (APAFUNK) surge em 2009, como parte de um movimento que reuniu MCs, organizadores de bailes, políticos e intelectuais para a mobilização da aprovação da lei estadual 5.543/09 de autoria dos deputados Marcelo Freixo do Partido Socialismo e Liberdade (PSOL) e Wagner Montes do Partido Democrático Trabalhista (PDT). Entre outras “vitórias” para a classe funkeira, a lei reconheceu o funk como movimento cultural de caráter popular – sem aplicação aos conteúdos com apologia ao crime –, além de garantir que o poder público passasse a “assegurar a esse movimento a realização de suas manifestações próprias, como festas, bailes, reuniões, sem quaisquer regras discriminatórias e nem diferentes das que regem outras manifestações da mesma natureza” (Cymrot, 2011, p. 23).

Após alguns anos sem grandes projetos e casos de comoção pública nacional, a problemática da criminalização do funk volta com força à grande mídia brasileira, quando em 2017 uma proposta com o objetivo de tornar o ritmo “crime de saúde pública” chega ao Senado. De acordo com a BBC News (2017)²⁸ o projeto foi enviado por um webdesigner de São Paulo, ficando sob relatoria do senador Romário Faria do Partido Socialista Brasileiro (PSB) e obteve mais de 21.985 assinaturas de apoio. Ainda sob a perspectiva da notícia veiculada pela BBC News em 2017, a proposta era pouco detalhada quando foi divulgada e não descrevia o que, nem quem e como seria punido, apenas expressava que o funk era divulgado por vários meios de comunicação, inclusive através de conteúdos perturbadores na mídia e internet, alertando a população sobre os crimes contra crianças, adolescentes e famílias, configurando o funk como crime contra a saúde pública.

Diversos atores da cena do funk brasileiro se opuseram ao projeto através da imprensa e das redes sociais, incluindo Anitta, que além de fazer diversas publicações em seu Twitter (atual X) concedeu uma entrevista à BBC News, afirmando que “proibir o funk é como punir o mensageiro pelo teor da mensagem” (BBC News, 2017, n.p.). O Projeto foi rejeitado pelo senado, porém, as tentativas de reprimir o funk seguiram intensamente, em 2019, em função de outro caso que obteve repercussão nacional: um dos DJs mais famosos do Brasil, Gabriel do Borel, reconhecido por diversos hits

²⁸ Em notícia veiculada ao G1 (Portal de Notícias da Globo).

como “Baile da Gaiola”, “Talarica” e “Brota na Penha”, foi preso, de acordo com Bastos (2023)²⁹, pela acusação de associação ao tráfico de drogas. Porém em 2023 foi absolvido do crime por falta de provas, reforçando que as mazelas do preconceito e estigmatização seguem como sombras daqueles que descendem dos antigos moradores dos cortiços.

Segundo Cymrot (2022), os poderes legislativo e executivo do estado do Rio de Janeiro, seguem atuando de forma “sorradeira”, para disciplinar e reprimir o funk através do direito administrativo, com decretos, leis, resoluções e portarias, utilizando sanções menos graves do que a pena de privação de liberdade e da ação direta da Guarda Civil e/ou da Polícia Militar e “Isso se dá, por exemplo, quando a polícia reprime um baile que ocorre sem autorização na rua por violar a legislação relativa à poluição sonora.” (Cymrot, 2022, p. 21). Ou seja, a criminalização se dá através do enquadramento dos/as funkeiros/as em crimes que já existem (Cymrot, 2022), deixando a avaliação à cargo da interpretação do juiz e dependente dos valores e ideologias dele. Dessa forma, as tentativas de criminalizar o ritmo advindo da cultura periférica são menos implícitas, como evidenciado no decorrer deste capítulo, mas, ainda assim, as barreiras e desafios persistem, pois o preconceito e a estigmatização continuam a influenciar as políticas públicas e as percepções sociais em relação ao funk.

Em contrapartida, nas comunidades, o funk não só se sustenta com um papel crucial e ativo na renda das favelas e da classe trabalhadora envolvida na produção dos bailes e da cena audiovisual – além da representatividade cultural e expressão de resistência atribuídas ao ritmo já tratadas ao longo deste estudo – como também se tornou um produto cultural de exportação, que surge como uma poderosa possibilidade/alternativa de projeção da cultura brasileira marginalizada, desafiando os preconceitos e as fronteiras do país.

²⁹ Em notícia veiculada ao G1 (Portal de Notícias da Globo).

3.3 “GRINGO CANTA, TODO MUNDO CANTA”³⁰: O FUNK COMO FONTE DE RENDA E PRODUTO DE EXPORTAÇÃO

Anitta (2021, n.p.)³¹, alega que “Ainda há pessoas que preferem acreditar que, por ter sido feito por gente da favela ou sem formação em música, o funk não mereça destaque ou valor. Mas o valor é muito alto. Não só como entretenimento, mas também econômico.” Em outras palavras, ela afirma que além de produto e expressão cultural, o funk é, ainda, uma fonte de renda, visto que, os “batidões” movimentam e alavancam a carreira de diversos “cantores, compositores, produtores, músicos, escritórios, staff, agências, publicidade e, claro, o mercado fonográfico” (Anitta, 2021, n.p.).

A partir desse contexto, o funk cria e movimenta uma enorme cadeia produtiva, alimentando a cena artística nacional e impulsionando a economia criativa³², promovendo empregos, gerando oportunidades de negócios e contribuindo para o progresso e evolução socioeconômica de inúmeras comunidades. De acordo com Rocha (2017, n.p.)³³ “Muito do dinheiro gerado acaba ficando na própria comunidade, por isso a cena funk é entendida também como oportunidade econômica.” Rocha (2017, n.p.), ainda afirma que, uma pesquisa realizada pela Fundação Getúlio Vargas (FGV) em 2008, apontou que apenas no Rio de Janeiro, o funk

era responsável direto por cerca de 10 mil empregos e um faturamento de R\$ 10 milhões por mês. Segundo o estudo, as bilheterias de 879 bailes rendiam R\$ 7,02 milhões. Os ganhos de MCs, DJs, vendedores ambulantes e funcionários de equipes de som seriam responsáveis por mais R\$ 1,4 milhão. Já os cachês das equipes de som totalizariam R\$ 2,14 milhões.

Diante dessa realidade, a carreira no meio do funk acaba tornando-se o sonho de muitos jovens periféricos, assim como o futebol, sendo, nos seus imaginários, a oportunidade para a melhoria de vida e, muitas vezes, para a sobrevivência. Gabriel Luiz dos Santos (o DJ Gabriel do Borel), relata em uma entrevista dada à “Voz das

³⁰ Trecho retirado da música “**Vai Malandra**” de Anitta, Mc Zaac e Maejor em parceria com Tropkillaz & DJ Yuri Martins disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=kDhptBT_-VI

³¹ Em artigo veiculado na Revista Época pela editora O Globo.

³² O Portal “PUCRS Online” (2021, n.p.) afirma que a economia criativa é “um processo que utiliza da criação para que as pessoas possam explorar determinado valor econômico.”

³³ Em artigo publicado no site do Nexo Jornal.

Comunidades”³⁴, que encontrou no funk a possibilidade de acesso a espaços que antes eram fora de sua realidade. “Hoje eu consigo ir a um restaurante, entrar em uma loja e comprar o que nunca tive”, expõe o músico, que ainda acrescenta que estaria juntando dinheiro para realizar seu maior sonho: presentear a mãe com um imóvel próprio. Nessa perspectiva, percebemos o funk como um gigantesco e potente transformador de realidades. Jovens das periferias que constantemente são atirados à violência de seu cotidiano, acabam vendo perspectivas diferentes através desse movimento cultural.

De acordo com Taisa Machado (diretora artística do projeto #estudeofunk³⁵): “O funk é o retrato das periferias urbanas do país. Ele é jovem, ousado e marginalizado. É o palco onde nossas vozes são ouvidas, onde nosso corpo é visto. É onde podemos mostrar nosso talento, ganhar dinheiro e realizar nossos sonhos. O funk é uma fábrica de sonhos.” Além de ser um impulsionador econômico e potencial transformador social das periferias, o gênero possui grande potencial de exportação, movimentando ainda mais a economia brasileira e demonstrando, em valores financeiros, sua importância para o país cultural e economicamente, segundo o portal do jornal Maré de Notícias³⁶ “O funk carioca foi o gênero musical brasileiro mais ouvido no exterior em 2022, de acordo com o canal de streaming Spotify”. Anitta (2021), afirma que o funk é um tipo de música que possui potencial de exportação.

Forte, Martins e Menezes (2012, p. 7) entendem que “[...] a condição de ser brasileiro não se encontra apenas observando o que está delimitado dentro do nosso próprio território geográfico.” Sob essa perspectiva, o imaginário do que é ser brasileiro não é definido apenas no que está contido dentro do território geográfico do país. Ele também se constrói, se manifesta e é alterado conforme acontecem as relações culturais no contexto da globalização. Nesse cenário, os produtos culturais brasileiros, incluindo músicas e telenovelas, assumem um significativo papel na projeção da cultura brasileira para além das fronteiras do país e na formação da identidade nacional (Forte, Martins e Menezes, 2012). Em um painel do Rio2C 2022

³⁴ “Voz das Comunidades” é uma organização não governamental com orientação jornalística, comprometida com a responsabilidade social e a promoção de eventos culturais, conduzida por residentes das favelas.

³⁵ De acordo com Paulo (2023) o projeto artístico foi idealizado pela Fundação Progresso com o objetivo de promover a cultura do funk carioca e capacitar os artistas emergentes da cena musical atual.

³⁶ Jornal comunitário, fundado pela Ong Redes da Maré com a missão de mobilizar a população do território por meio da informação.

– o maior encontro de criatividade da América Latina – o presidente da Warner Music, Sergio Affonso, assegurou que o funk despertou a curiosidade do mundo inteiro pelo Brasil. O executivo declara que recebia constantemente diversos “pedidos de artistas internacionais, de David Guetta a Bruno Mars, interessados no funk e pedindo listas de recomendação” (Julio, 2018, n.p.)³⁷.

Anitta (2021, n.p.) discorre sobre a capacidade de venda externa do ritmo brasileiro que ela percebeu ao longo de seus anos na indústria musical:

Todo o preconceito que já vivi por ser funkeira, que está marcado na minha trajetória, me deu ainda mais força para buscar parcerias internacionais. [...] Ainda temos uma espécie de memória dos nossos antepassados de que tudo que vinha ou vem de fora é bom. Eu só fiz e faço usar essa base lógica para a minha estratégia de ampliar minha carreira.

Nesse sentido, é evidente que a exportação do funk como parte integrante da cultura nacional contribui para a projeção da diversidade e da riqueza das culturas marginalizadas, auxiliando tanto no cenário internacional como na cena brasileira.

No próximo capítulo exploramos a trajetória de uma das principais embaixadoras contemporâneas do funk, no qual buscamos entender como a carreira de Anitta auxilia e exemplifica a expansão e influência do “som de favelado”³⁸ para além das fronteiras do país.

³⁷ Em reportagem veiculada no portal Meio & Mensagem.

³⁸ Referência a um trecho da música “Som de Preto” dos artistas Chocolate e Amilcka, disponível em: <https://www.lettras.mus.br/amilcar-e-chocolate/162677/>

4 “VOCÊS PENSARAM QUE EU NÃO IA REBOLAR A MINHA BUNDA HOJE NÉ?!”³⁹: O FENOMÊNO ANITTA E O FUNK

Dedicaremos o capítulo quatro deste estudo a carreira da artista Anitta, passando por seus principais feitos, divididos em três atos que marcam a trajetória da cantora:

1. MC Anita da Furacão 2000, que contextualizará a descoberta de Larissa, passando pelos bailes funk e chegando ao seu primeiro grande sucesso nacional.
2. No segundo ato, trataremos da fase pop e comercializada da artista, na qual Anitta chega ao topo das paradas brasileiras.
3. Já no terceiro ato, olharemos para algumas das estratégias de entrada no mercado internacional da cantora. E enfim, discutiremos sobre as principais investidas de Anitta para a efetiva internacionalização de sua carreira e do funk brasileiro.

Para isso, utilizamos os/as seguintes autores/as e fontes como base teórica: Winck (2014); Silva (2017); Nunes (2018); Warner (2018); Costa (2019); Dias (2019); Carmo e Monarcha (2019); Anitta (2021); Viola (2022); G1 (2022); Gomes (2022); Pavão (2022); Machado (2022); Amâncio (2023); Universal Music Brasil (2023); Anitta (2024); Variety (2024);

4.1 “VERSIONS OF ME”⁴⁰: ANITTA EM TRÊS ATOS.

4.1.1. Ato 1: Com Vocês: MC Anita da Furacão 2000

Segundo Costa (2019), Larissa sonhava em ser famosa desde a infância, inspirada pelo seu avô, que era músico; a pequena Larissa começou sua trajetória musical na igreja católica de Santa Luzia, com 8 anos de idade. Na adolescência, acompanhada de seu irmão mais velho, Renan, frequentava diversas festas e bailes enquanto cursava o ensino médio e curso técnico de Administração. Nessa época, Dias (2019), afirma que a jovem não desistia de frequentar às missas, pois era o lugar onde ela tinha oportunidade de praticar o seu dom e apresentá-lo e divulgá-lo para

³⁹ Referência a introdução da música “Movimento da Sanfonia” de Anitta. Disponível em: <https://www.lettras.mus.br/anitta/movimento-da-sanfonia/>

⁴⁰ Referência ao quinto álbum da cantora Anitta, lançando em 2022.

algum público, mesmo que o da Igreja. De acordo com Costa (2019), após completar 17 anos (no ano de 2010), Larissa foi aprovada, dentre 5 mil candidatos, em uma das 5 vagas do concurso público para estagiar na Mineradora Vale. Após um tempo no estágio, ela foi selecionada para um cargo efetivo na empresa, o qual se recusou a assumir (apesar de necessitar da renda), para investir em seu sonho de ser cantora (Costa, 2019).

Em meio ao processo de escolha entre seguir seu sonho e ter a oportunidade de auxiliar sua família com um bom adicional na renda da casa, “[...] Larissa estava, claramente, à frente de seu tempo” (Dias, 2019, p. 24). Ainda com 17 anos, a jovem traçou um plano para alcançar seu objetivo. Ela passou semanas frequentando os bailes da Furacão 2000, tentando chamar atenção e se aproximar de qualquer integrante da equipe para ser notada, procurava as câmeras que gravavam os bailes para um programa da produtora e se exibia na TV, dançando e fazendo seu passo de dança autoral “quadrado” – que veio a fazer um enorme sucesso tempos depois e ganhando diversas versões com o famoso grupo de dança “Bonde das Maravilhas” – , com isso, ela acabou fazendo amizade com os produtores que operavam as câmeras e os adicionou na rede social Orkut (Dias, 2019). “Foi quando gravou um vídeo cantando no banheiro de casa, usando um frasco de desodorante para simular um microfone.” (Dias, 2019, p. 23)

“A música, um funk chamado ‘A parada é essa’, fazia muito sucesso na voz de Priscila Nocetti, mulher de Rômulo Costa [...]” (Dias, 2019, p. 23). Em seguida, ela publicou o vídeo no Youtube (figura 3) e compartilhou em sua rede social, com a esperança do sucesso do plano, para dar início a sua tão sonhada fama. Sua estratégia funcionou, visto que “Naquela época, isso não era nada comum. Artistas aspirantes ainda não tinham descoberto o poder da internet para divulgar seus trabalhos.” (Dias, 2019, p. 24). Ainda segundo Dias (2019), Larissa foi chamada para um teste na Furacão 2000 e, ao cantar Mariah Carey, impressionou os produtores que a aprovaram na hora. A direção artística da produtora entregou seu mais novo talento ao DJ Batutinha, que achava o nome “Larissa” fraco demais para uma MC – naquela época as cantoras de funk eram hiper sexualizadas, ganhavam nome de frutas ou derivados e faziam apresentações seminuas nos palcos – foi então que a jovem escolheu “MC Anita” (naquele tempo, com apenas um T), inspirando-se em uma personagem da minissérie da TV Globo “Presença de Anita”, exibida em 2001. A

personagem era “Uma menina sexy e poderosa e tinha um ‘quê’ de ingenuidade ao mesmo tempo” (Dias, 2019, p. 24).

Figura 3 – Print retirado do vídeo que Anitta postou em suas redes sociais



Fonte: Reprodução YouTube⁴¹

Dias (2019) afirma que a vontade da Furacão 2000, era colocar duas meninas para dançar seminuas nos shows da cantora, a fim de chamar bastante atenção. Ela não topou essa ideia, pois como frequentava os bailes, sabia que esse modelo já estava extrapolado. Com isso, sua mãe foi até Niterói, atrás de uma bailarina que praticava “stiletto”, um novo estilo de dança, que era extremamente sensual, no qual as dançarinas usam sapatos ou botas de salto alto no estilo agulha (Dias, 2019). A primeira apresentação de MC Anita pela Furacão 2000 foi na Via Show, em São João de Meriti, uma casa noturna que era ponto de encontro dos/as funkeiros/as. Dias (2019) descreve que os bailes da Via Show serviam como um “termômetro” para medir as chances de sucesso de seus novos contratados. Ao chamarem MC Anita, houve uma certa excitação no público, que não era familiarizado, na época, com cantoras de funk fora do “mundo das frutas” (Dias, 2019). “Com uma voz bonita e uma enorme presença de palco, ela botou todo mundo pra dançar.” (Dias, 2019, p. 27).

Após a aprovação na “prova de fogo” de sua produtora, Anitta assinou um contrato de 5 anos com a Furacão 2000 – que, segundo Dias (2019), veio a ser quebrado em 2012, por desavenças entre a cantora e a produtora – e seguiu fazendo show em inúmeros bailes. De acordo com Dias (2019), a cantora ia até as favelas onde eles aconteciam em um carro emprestado de seu pai (que estava para ser

⁴¹ Disponível em: <https://www.dailymotion.com/video/x7s9zvl>. Acesso em: 05 mai. 2024

apreendido por falta de pagamento das parcelas), acompanhada de sua mãe Miriam, seu irmão Renan e seu único fã William.

Uma das funções de Miriam era receber o cachê das apresentações. Certa vez, numa comunidade em Niterói, ela estava no camarim (na verdade, um quartinho de alvenaria ao lado do palco) quando vários bandidos armados até os dentes entraram, perguntando quem iria receber. [...] Tremendo, ela recebeu o dinheiro das mãos do traficante e decidiu checar a quantia recebida. Só que contar dinheiro na frente de um traficante significa duvidar da palavra dele. [...] Naquele exato momento, ela parou de contar e se deu conta de seu “erro” (Dias, 2019, p. 31).

Segundo Nunes (2018), foi em 2013 com o lançamento de seu videoclipe “Show das Poderosas” (Figura 4) que Anitta (agora sem o MC antes do nome e com dois “T”), atingiu reconhecimento nacional.

Figura 4 – Capa do clipe “Show das Poderosas”



Fonte: Reprodução YouTube⁴²

Nessa época, a cantora estava na “Warner Music Brasil”⁴³ e já era empresariada por Kamilla Fialho, fundadora da K2L, uma agência reconhecida no mundo do funk, que cuidou de carreiras de MCs de sucesso tais como: MC Sapão, Valeska Popozuda, Naldo, Kevin O Chris, entre outros⁴⁴. De acordo com Dias (2019) a produção audiovisual obteve negativas de investimento da gravadora, obrigando Anitta a prover o capital, sozinha. A aposta da artista deu certo, e o clipe

⁴² Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=FGViL3CYRwg>

⁴³ Segundo o site institucional da gravadora, a Warner Music BR é um conglomerado multinacional que se dedica a música e está estabelecida no país desde 1976.

⁴⁴ De acordo com Italiano (s.d.) ao portal da revista Vam Magazine;

[...] bateu recordes e ajudou a decolar a carreira da cantora. Em apenas um mês o clipe bateu recorde de 10 milhões de visualizações, fato celebrado pela cantora em suas redes sociais. Além disso, a canção foi a mais vendida na loja virtual iTunes naquele ano, o que conferiu a Anitta o título de artista do ano pela mesma plataforma. Com “Show das Poderosas”, ela alcançou a marca de clipe feminino mais visto no Brasil, com mais de 130 milhões de visualizações no YouTube (Silva, 2017, p. 36).

E foi dessa maneira que a Larissa, oriunda de um subúrbio do Rio de Janeiro, tornou-se Anitta, e começou a trilhar o caminho para virar uma das artistas mais populares do Brasil⁴⁵.

4.1.2. Ato 2: PRE-PA-RA⁴⁶: Anitta invade a Cena Pop Brasileira

Durante seu tempo sob a gestão de Kamilla, a cantora lança seu primeiro álbum de estúdio, intitulado “Anitta”, que venceu as categorias “Melhor Clipe” e “Música Chiclete”, do Prêmio Multishow (Silva, 2017). O álbum marcava a mudança de seu nome e a retirada do termo “MC”. A partir disso, ela começa a investir em um estilo de música mais pop, para assim, ter maiores chances de aceitação em programas de TV e rádio. Anitta, afirma em artigo elaborado para *Época* em 2021, que o preconceito com o gênero era grande: “Eu ouvi muita coisa antes de me destacar no mercado e ser respeitada pela música que eu faço. ‘Aqui esse som de preto e favelado não entra.’ ‘Mulher funkeira é tudo vagabunda.’ ‘Nosso público é outro’...”. Além disso, ainda na K2L, a cantora “teve acesso a tratamentos estéticos como silicone e plástica no nariz, aulas de coaching, media training, personal trainer, aula de inglês, de canto, interpretação e expressão corporal” (Silva, 2017, p. 37).

Logo em seguida, de acordo com Winck (2014)⁴⁷, a artista começa a desconfiar de sua empresária e, contrata uma auditoria, com o objetivo de avaliar os repasses e investimentos feitos até então. Após descobrir um possível desvio de cerca de R\$ 2.5 milhões, Anitta processa Kamilla Fialho e rompe com a K2L, abrindo a empresa “Rodamoinho Produções Artísticas” em 2014, a fim de tomar as rédeas e assumir sua própria carreira (Winck, 2014). “Eu não tenho empresários, sou minha própria empresária e tenho uma equipe incrível trabalhando comigo. Mas centralizo as decisões em mim, sou eu quem cria os projetos e estratégias, faço as reuniões e

⁴⁵ Segundo Barros (2016) em notícia veiculada ao GZH.

⁴⁶ Em referência a música “**Show das Poderosas**” de Anitta, lançada em 2013. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=FGViL3CYRwg>

⁴⁷ Em notícia veiculada ao portal “Tacklist”.

conduzo o trabalho para que saia da maneira que pensei”, afirmou para Bruno Astuto em entrevista para *Época* em 2015.

Sob seu próprio comando, Anitta lança seu terceiro álbum de estúdio: “Bang”, que segundo Silva (2017), reforçava fortemente a nova identidade da cantora, totalmente voltada a uma abordagem pop, chegando a ser chamada de “ex-funkeira” em crítica do álbum publicada pelo G1. Músicas e identidade visual fortaleciam a faceta “popstar”, tendo até mesmo a capa do CD assinada pelo designer internacional Giovanni Bianco (Figura 5). A “Era Bang” rendeu diversos frutos à Anitta, que ficou reconhecida como a “primeira cantora brasileira a conquistar o primeiro lugar no ranking das músicas mais escutadas do Spotify Brasil com a música “Deixa Ele Sofrer”, primeiro single⁴⁸ do [...] “Bang”. O videoclipe da música que deu nome ao álbum, superou “Show das Poderosas” em visualizações no YouTube, batendo o recorde da própria cantora.” (Silva, 2017, p. 38).

Figura 5 – Capa do Álbum “Bang”



Fonte: Gshow

Dez anos após seu lançamento, a obra foi intitulada como “um dos maiores marcos da música pop brasileira” pelo site Tracklist em sua conta no Twitter⁴⁹ (atual X). Silva (2017) afirma que o sucesso do terceiro álbum da cantora, consolida sua carreira no âmbito nacional, permitindo que a artista começasse a vislumbrar seu crescimento e expansão para fora do Brasil.

⁴⁸ Segundo Noronha (2023), os singles são frequentemente utilizados para promover tanto o álbum quanto o artista, sendo escolhidos e lançados separadamente para distribuição.

⁴⁹ Disponível em: <https://twitter.com/tracklist/status/1446842388916457474>. Acesso em: 06 mai. 2024.

4.1.3. Ato 3: CheckMate⁵⁰: A Internacionalização do Furacão⁵¹ “Anira”

Com algumas colaborações de artistas conhecidos no mercado latino e uma música misturando os idiomas português e espanhol, Anitta dá início a internacionalização de sua carreira. De acordo com Silva (2017, p. 39) “Apesar de latino-americano, o Brasil se diferencia, e muito, de seus países vizinhos, a começar pela língua falada, o que dificulta um pouco a entrada de cantores brasileiros no mercado latino, que tende a ser uma boa porta de entrada para o mercado internacional.” Segundo Nunes (2018), os planos da cantora giravam em três aparições, que iriam fixar seu nome na memória de consumidores estrangeiros: 1- uma pequena aparição no remix da canção “Ginza”, do artista da Colômbia J Balvin, do qual Anitta beneficiou-se do espaço pré-estabelecido pelo colombiano sem afastar seus ouvintes brasileiros; 2- uma colaboração com o também oriundo da Colômbia, Maluma, na música e clipe “Sim ou Não”; 3- o convite que ela recebeu para a apresentação na abertura dos Jogos Olímpicos de 2016, no qual cantou com dois artistas brasileiros reconhecidos internacionalmente: Caetano Veloso e Gilberto Gil.

Após a efetivação desse conjunto de estratégias, Anitta lança seu primeiro projeto audiovisual solo focado no público internacional: Paradinha, gravado nos Estados Unidos no ano de 2017. A cantora relata – em entrevista à Revista Variety, em 2024⁵² – que sentiu o mercado latino muito sexista:

“[...] Quando eu comecei a cantar, eles diziam: ‘Ah, não, você tem que cantar sobre amor.’, ‘Ah, não pode usar roupas muito curtas, ou muito sensuais [...]’. Então eu queria um choque [...] porque sinto que as regras para nós são muito diferentes. Eu queria quebrá-las [...], para enviar a mensagem, tipo, nós podemos fazer o que quisermos.”

De acordo com Nunes (2018, p. 35) “[...] a cantora conseguiu atingir as marcas de 264 milhões de visualizações do vídeo em seu canal no YouTube e mais de 84 milhões de reproduções da faixa no Spotify.” Ainda segundo Nunes (2018), no mesmo ano, a artista apostou em uma colaboração com o grupo de DJs de Diplo e Major Lazer, promovendo o single “Sua Cara” em um clipe gravado em Marrocos, com participação da drag queen brasileira Pablo Vittar, sob um calor de 47°C, o que gerou

⁵⁰ Em referência ao projeto audiovisual da Anitta “CheckMate”, lançado em 2018

⁵¹ Em referência Biografia Não Autorizada “**Furacão Anitta**” de Léo Dias publicada em 2019

⁵² Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=1rag3bgSYtA>

um burburinho enorme e colocou a cantora em destaque para o público externo (Nunes, 2018).

Nunes (2018) destaca que o projeto mais arriscado da carreira da artista, até então, é lançado em agosto de 2017, quando a cantora anuncia o projeto “CheckMate”. Em coletiva de imprensa Anitta explicou que o nome foi dado, pois é uma palavra conhecida no mundo todo, apesar de a grafia ser diferente para cada idioma. De acordo com Carmo e Monarcha (2019), uma parte primordial para o sucesso de qualquer estratégia é o planejamento, e o projeto foi idealizado pela própria artista do início ao fim, com um plano de comunicação bem definido e jogadas de marketing de convergência⁵³, inclusive com peças de xadrez espalhadas em pontos específicos das capitais do Brasil. Além disso, a cantora utilizou estratégias de co-branding⁵⁴ ao obter parcerias nas músicas e firmar uma colaboração com as lojas C&A, no qual a cada clipe postado, uma linha de roupas era lançada (Carmo e Monarcha, 2019).

Era um projeto inédito na indústria fonográfica brasileira (Silva, 2017), tratava-se de um lançamento por mês, de uma música juntamente com o vídeo clipe. Focada em atender à demanda do público brasileiro e continuar suas estratégias de expansão, a cantora anunciou que o CheckMate contaria com obras em três línguas: português, inglês e espanhol, simbolizando sua estratégia de internacionalização (Nunes, 2018). Nunes (2018) afirma que o planejamento impulsionou os canais do YouTube e Spotify da artista, elevando sua audiência e tornando mais forte sua presença nos meios de consumo de cultura pop. O projeto também contou com algumas participações estratégicas de artistas e produtores renomados (como Diplo, J Balvin e Poo Bear) aumentando a credibilidade das produções de Anitta e contribuindo para sua projeção no mercado global (Nunes, 2018).

O último lançamento do projeto foi o clipe “Vai Malandra”, que trouxe de volta a “MC Anita” em um funk com uma mistura de grandes artistas da cena funkeira da época, MC Zaac, DJ Yuri Martins, com sucessos internacionais, como Diplo e o rapper

⁵³ De acordo com Graziano, Giuliani e Pizzinatto (2008, p. 41), o marketing de convergência “é uma combinação de estratégias voltadas para conquistar e/ou fidelizar, concomitantemente, o consumidor tradicional (não adaptado às novas tecnologias), e o cyberconsumidor (totalmente acostumado com a Internet e com modernos recursos tecnológicos).”

⁵⁴ Segundo Recc e Ceccato (2010) apud Pinto (2017), pode-se descrever o co-branding como a fusão de duas ou mais marcas em uma única oferta, proporcionando um valor agregado duplo, onde a reputação de uma das marcas é esperada que influencie positivamente a percepção da outra.

norte-americano Maejor (Nunes, 2018). A produção foi feita no Morro do Vidigal e contou com mais de 452 milhões de visualizações no YouTube⁵⁵. A Warner Music Brasil afirmou em 2018 que

A faixa estreou em 49º no Spotify global, pulando para #18 em 2 dias, se tornando a primeira música em português entre as 20 mais tocadas no mundo. No Spotify BR, “Vai Malandra” é a música mais ouvida desde a estreia. Um mês após o encerramento do Check Mate, Anitta já se tornou a maior artista brasileira da atualidade e fez o lançamento mais bombástico da história do pop brasileiro. (WARNER, 2018, apud Nunes, 2018).

Ainda de acordo com Nunes (2018), o clipe resgatou as raízes da cantora, colocando a favela, seus moradores e sua cultura em destaque; as cenas mostradas no vídeo exibiam elementos e símbolos autênticos da cultura das comunidades como bronzeamento com fita, piscinas improvisadas e as caronas de mototáxi (Figura 6). “Vai Malandra”, torna-se, então, outro marco importante na carreira da cantora. Entretanto, após a finalização do projeto, “Anira” (versão internacional e extremamente pop da cantora) volta à cena musical e assume o comando novamente.

Figura 6 – quadro visual do clipe “Vai Malandra”



Fonte: Autora

⁵⁵ Até maio de 2024.

O projeto CheckMate deu início a uma nova “fórmula” de Anitta, parecia que a cantora havia criado um método diferente: com o lançamento de produtos planejados e produzidos para o mercado internacional e, no meio dessas investidas cedia um “lugarzinho” para as músicas em português e para o funk brasileiro, para assim, manter o vínculo com seu país de origem e sua base de fãs nacionais ativa.

O lançamento do seu quarto álbum de estúdio “*Kisses*”, em abril de 2019, deixa clara essa estratégia: “O álbum trilingue que contém dez músicas, traz a cantora cantando na língua portuguesa em apenas duas delas” (Carmo e Monarcha, 2019, p. 30). Segundo Ferreira (2019)⁵⁶, *Kisses* é um disco totalmente “regido pelas leis do mercado”, com o intuito de concretizar, definitivamente, a cantora como artista internacional. Nessa aposta a cantora torna-se uma concreta “diva pop”, abusando do ritmo e trazendo o pop latino, com toques de reggaeton, além de uma mistura de subgêneros como: trap, ReB, electropop, música popular brasileira (MPB) e funk carioca (Machado 2022, apud. NETFLIX, 2020).

“O projeto constitui dez faixas e diversas parcerias, 24 brasileiras e internacionais, contando com os nomes de: Caetano Veloso, Snoop Dogg, Ludmilla, Becky G., Papatinho, DJ Luian, Chris Marshall, Mambo Kingz, Swae Lee, Alesso e Prince Royce” (Machado 2022, p. 24). Segundo Machado (2022, p. 24):

[...] com o lançamento de “*Kisses*” a cantora apareceu na parada social 50 da Billboard, sua entrada se deu em 33º lugar, na frente de nomes como Camila Cabello (37º) e Lady Gaga (43º), no qual leva em consideração questões, como engajamento nas redes sociais, comentários, curtidas, menções, compartilhamentos e aumento de seguidores. Também recebeu indicação para a 20ª edição do Grammy Latino como Melhor Álbum de Música Urbana.

Após o sucesso do álbum, Anitta seguiu apostando nas estratégias de co-branding para sua internacionalização, chegando a fazer uma parceria com a rainha do pop: Madonna. Na música “Faz Gostoso”, lançada em junho de 2019, as duas cantam em português.

De acordo com Pavão (2022)⁵⁷, é no lançamento de seu quinto álbum de estúdio – inicialmente divulgado como “*Girl From Rio*”, porém lançado em 2022 como “*Versions Of Me (VOM)*” –, que Anitta concretiza sua fama internacional. O disco era

⁵⁶ Em notícia veiculada ao G1.

⁵⁷ Em notícia veiculada ao “Splash”, canal de entretenimento do portal UOL.

ainda mais vendedor que o anterior, contava com apenas uma música em português (Amâncio, 2023)⁵⁸. O feito trouxe inúmeros reconhecimentos para a cantora, incluindo o sucesso “Envolver”, que quebrou diversos recordes, como chegar ao 1º do top Global do Spotify⁵⁹, e fez Anitta ser uma das pessoas mais comentadas do mundo durante semanas. O hit “[...] chegou à 70ª posição nas mais tocadas da Billboard [...]. Quando se exclui os Estados Unidos da métrica, “Envolver” sobe para o 1º lugar, tendo ficado 25 semanas na lista dos mais tocados [...]” (Amâncio, 2023, n.p). Além disso, Gomes (2022)⁶⁰, afirma que o “VOM” atingiu mais de 9,19 milhões de plays, no Spotify, em seu primeiro dia de lançamento, dando a cantora, na época, o posto de maior estreia brasileira da história da plataforma, o álbum ainda conquistou o topo do ranking latino, ficando atrás somente do LP “KG0516”, da cantora Karol G.

Embora contasse com muitos números, o álbum também foi alvo de diversas críticas, segundo Amâncio (2023), pois era um projeto extremamente genérico, que tinha o intuito claro de alcançar números no mercado internacional. Em resenha vinculada ao G1, Mauro Ferreira⁶¹ (2022) define a obra como “sem identidade” e afirma que *Versions Of Me* é um “[...] disco produzido com 'padrão internacional', mas pautado por indecisão entre atrair o público de língua hispânica e seduzir o mercado dos Estados Unidos.” Durante esse período dedicado a sua internacionalização, apesar de seus álbuns e projetos serem voltados ao mercado internacional – como demonstrado ao longo desta seção –, em um esforço para ser reconhecida ao adaptar-se ao mercado fonográfico do mundo pop, Anitta seguiu introduzindo em suas apresentações em grandes festivais e premiações importantes a cultura da favela e o funk brasileiro. O quadro 1 destaca as principais vezes, entre 2019 e 2022, em que a cantora exportou o funk e a favela.

⁵⁸ Em artigo veiculado a Folha de S. Paulo

⁵⁹ Segundo Sofia Hermoso, para o Estadão (2023) Anitta entrou para o 'Guinness Book' com a música 'Envolver'

por ser a primeira latina solo a alcançar o topo do Spotify Global.

⁶⁰ Em notícia veiculada ao “Cinebuzz”, canal de entretenimento do portal UOL

⁶¹ Jornalista do Rio de Janeiro com experiência em escrever sobre música desde 1987, tendo trabalhado em veículos como 'O Globo' e 'Bizz'.

Quadro 1 – Principais eventos (2019-2022) os quais Anitta levou o funk e a favela para o palco.

Ano	Local	Descrição
2019	Tomorrowland Bélgica	Um dos principais e mais importantes festivais de música eletrônica do mundo. Segundo o portal Terra (2023, n.p.), "O palco se transformou em um verdadeiro baile funk."
2021	Réveillon Times Square	A apresentação foi durante o Réveillon, e durou quase seis minutos. "O sucesso foi tanto que virou um dos assuntos mais comentados do Twitter na época." (Terra, 2023, n.p.).
2022	MTV Video Music Awards (VMA)	Nessa apresentação a cantora fez um "medley" (pot-pourri) de "Movimento da Sanfoninha", "Bola Rebola" e "Vai Malandra"
2022	Coachella	Foi a primeira artista brasileira solo a se apresentar no principal palco do Coachella, nos EUA. "Com um figurino verde e amarelo, a cantora chegou de moto ao palco com cenário de favela." (Terra, 2023, n.p.). A Rolling Stone Brasil afirmou que Anitta levou o baile de favela para o Coachella 2022 e cumpriu sua promessa de levar o funk para o mundo.
2022	Rock In Rio Lisboa	A Folha de S.Paulo noticiou que Anitta teria transformado o festival em um "puxadinho" do Brasil na Europa em um show que chamou atenção e animou o público, principalmente, pelo Funk, sua base musical.
2022	Amazon Music Live	De acordo com a Vogue, Anitta foi a primeira brasileira a se apresentar no evento. O portal Hugo Gloss, na Uol, comentou sobre a apresentação: "Com muita sensualidade, quadradinho e funk, a malandra entregou tudo!" e afirmou, na mesma ocasião, que os norte-americanos ovacionaram a cantora, com gritos e aplausos.

Fonte: Autora

Após os fatos apresentados nesta seção, fica evidente que, durante essa época, a estratégia para a carreira internacional da cantora era exportar, principalmente, o produto midiático "Anira", uma versão diva pop da cantora, que começou a ser construída em "Show das Poderosas". Mais tarde, em abril de 2023 – após as trocas de nome, conceito e estética de seu quinto álbum audiovisual, causando controvérsia nas redes sociais⁶² –, Anitta rompe seu contrato (tanto nacional quanto internacional) com a Warner Music (Viola, 2022), após publicar em suas redes sociais um desabafo sobre a falta de incentivo e investimento em suas ideias e projetos. A cantora afirmou, em postagem em seu Instagram (Anexo 6), que estaria frustrada, pois, sentia-se presa em "um looping que não muda".

⁶² De acordo com Kamille Viola à Revista Veja Rio (2022).

Após o rompimento, no dia 27 de abril de 2023, Anitta fecha com a Republic Records (selo da Universal Music que gerencia grandes artistas internacionais como: Ariana Grande, Drake, Taylor Swift, Post Malone, The Weeknd e Nick Minaj)⁶³. A Universal Music comemora em seu portal oficial: “Uma das estrelas internacionais mais ousadas do século 21, o ícone global que quebrou recordes, Anitta, assinou contrato com a Republic Records, em parceria com a Universal Music Latin Entertainment”. A produtora ainda revela que

A notícia vem logo após sua indicação na categoria de Melhor Artista Revelação no GRAMMY Awards de 2023, bem como uma série de acontecimentos históricos, incluindo o ingresso da cantora no Guinness World Records como a Primeira Artista Latino Solo a Alcançar #1 no Spotify Global, vencedora na categoria Melhor Artista Latino 2022 e dos prêmios de Melhor Artista Latino nos VMAs, EMAs e AMAs. Enquanto isso, sua obra multilíngue "*Versions of Me*", de 2022, registrou bilhões de streamings e conquistou posições de melhores álbuns de fim de ano da Billboard, Rolling Stone, Stereogum, UPROXX, Variety e muito mais. (Universal Music Brasil, 2023, n.p.).

O presidente e CEO da Universal Music da América Latina e Península Ibérica, Jesus López revelou qual era o objetivo da parceria: “[...] escrever um novo capítulo de sucesso da música latina em todo o mundo” e ainda afirmou que “Anitta tem todas as qualidades artísticas e humanas para ser a artista brasileira de maior sucesso no mundo.” (Universal Music Brasil, 2023, n.p). Após a assinatura do contrato com a Republic Records, em parceria com a Universal Music Latin Entertainment, Anitta entra em uma nova fase de sua carreira.

O próximo capítulo será dedicado à nossa análise e aplicação de metodologias, no qual iremos explorar o primeiro projeto da cantora com a Republic, intitulado "Funk Generation". O álbum marca uma mudança significativa em sua abordagem musical e visual, voltada completamente para o mercado internacional. Com letras que misturam espanhol, inglês e português, e batidas que abrangem diversos tipos de funk, desde os anos 2000 até os dias atuais, Anitta mergulha nas raízes culturais das favelas. E assim, a menina de Honório Gurgel recomeça seu projeto de levar o funk para o mundo, agora, unificando seus três atos: MC Anita, Anitta e Anira.

⁶³ De acordo com a Folha de S. Paulo (2023).

5 “YOU’LL BE FALLING IN LOVE WITH THE GIRL FROM RIO”⁶⁴: O FUNK DO BRASIL PARA O MUNDO

Neste capítulo, apresentamos detalhadamente as metodologias empregadas no estudo, com foco em analisar as estratégias de comunicação do lançamento do álbum Funk Generation, através dos símbolos e signos empregados por Anitta. O objetivo central, é fornecer uma melhor compreensão dos métodos utilizados na investigação e interpretação dos significados presentes na comunicação da artista. Por meio de uma abordagem que une o referencial teórico apresentados nos capítulos 2 e 3, a historiografia da cantora, evidenciada no capítulo 4, e princípios da semiótica russa. Para isso, consideramos três momentos: o pré-lançamento, o lançamento e o pós-lançamento da sexta discografia da artista. Sendo assim, esta seção proporciona uma análise reflexiva e crítica das representações simbólicas que permeiam o universo comunicacional do Funk Generation, relacionando-as com as referências anteriormente citadas. Dessa forma, os procedimentos metodológicos selecionados visam contemplar uma compreensão mais abrangente e aprofundada das questões propostas nas considerações iniciais deste estudo.

5.1 “NA BATIDA”⁶⁵: METODOLOGIAS UTILIZADAS

Os procedimentos metodológicos utilizados consistiram em pesquisa exploratória, com a utilização de técnicas de levantamento bibliográfico e documental, estudo de caso e análise dos principais elementos simbólicos que constituem esse álbum, recorrendo à semiótica da cultura.

A pesquisa exploratória, conforme classificada por Gil (2007), busca estabelecer uma familiaridade com o problema em questão e baseia-se em levantamentos bibliográficos, entrevistas com profissionais que possuem experiência prática no tema e análise de exemplos que contribuem para a compreensão do assunto.

Ainda segundo Gil (2002, p.44) “[...] a pesquisa bibliográfica é desenvolvida com base em material já elaborado, constituído principalmente de livros e artigos científicos”. Já a pesquisa documental, é muito semelhante a bibliográfica, porém, a diferença entre as duas está

⁶⁴ Trecho retirado da canção “**Girl From Rio**” de Anitta. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=CuyTC8FLICY>

⁶⁵ Referência a música “Na Batida” de Anitta, lançada em 2015. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=w1vNtmh1SqU>

[...] na natureza das fontes. Enquanto a pesquisa bibliográfica se utiliza fundamentalmente das contribuições dos diversos autores sobre determinado assunto, a pesquisa documental vale-se de materiais que não receberam ainda um tratamento analítico, ou que ainda podem ser reelaborados de acordo com os objetivos da pesquisa. (Gil, 2007, p. 51).

Gil (2002, p. 54) descreve o estudo de caso como “um estudo profundo e exaustivo de um ou poucos objetos, de maneira que permita seu amplo e detalhado conhecimento”, ele pode ser visto como uma abordagem empírica de fenômenos contemporâneos inseridos na realidade, os quais proporcionam uma visão abrangente dos fatos e aprofundam seu entendimento (Yin, 2015). Segundo Gil (2009), suas finalidades incluem explorar situações pouco definidas, descrever o contexto do objeto de estudo e formular hipóteses para explicar suas possíveis causas. Yin (2015), ressalta que esse método busca compreender fenômenos sociais complexos.

A partir do estudo de caso, utilizamos princípios da semiótica da cultura, também conhecida como semiótica russa. Para Cordeiro, Araujo e Campos (2018, p. 25) “[...] o conjunto das manifestações simbólicas criadas por uma determinada sociedade ou coletivo humano é a sua cultura.” E é nesse contexto que a metodologia atua, estudando os “[...] diferentes sistemas de signos no interior de uma cultura e o modo como contribuem para sua constituição mais geral [...]” (Cordeiro, Campos e Araujo, 2018, p. 26). Isso representa que, um mesmo significante pode ter diferentes interpretações em diferentes culturas. Além da relação intrínseca entre o significante e seu significado, há também um sistema que associa determinados signos a determinados significados com base em convenções estabelecidas (Cordeiro, Campos e Araujo, 2018).

De acordo com Ramos (2006, p. 178) “O Significado é a aparência, o Imaginário, em seu desenho ilusório. É da ordem da Consciência. Tal qual a Conotação, o Significante podem representar a essência. Tem relação com o Simbólico. É da ordem do Inconsciente.” Ou seja, o significante corresponde a forma física de um signo (como a palavra "maçã" ou a imagem de uma maçã) já o significado é a ideia ou conceito que surge na mente ao perceber o significante (o que a maçã representa para você).

Além disso, compreender um signo decorre em aceitar que seu significado é mutável, dependendo de onde e quando ele é usado, pois está sempre ligado ao seu contexto histórico-social (Ramos, 2006), ou seja, ele está intrinsecamente associado

à cultura. A cultura, sincretiza-se no cotidiano, revelando-se nas conversas, leituras e músicas. Decodificamos esses elementos como um "intertexto", ou seja, como uma rede de referências e significados interligados (Ramos, 2006). Isso significa que, interpretamos e compreendemos as diferentes óticas culturais como partes de uma rede interligada de referências e significados, gerando conexões entre a linguagem que usamos e os eventos sociais que vivenciamos.

Outrossim, para evidenciarmos os símbolos e signos da favela e do funk presentes nas estratégias de comunicação de Anitta, além de consultarmos obras específicas da área da comunicação, utilizamos, principalmente, as plataformas Google e Google Acadêmico, teses de mestrado e doutorado, monografias⁶⁶, notícias veiculadas em portais de comunicação e materiais audiovisuais dos canais oficiais e não oficiais da cantora.

As pesquisas viabilizaram a obtenção e análise de materiais e informações relevantes para os conceitos fundamentais que orientaram a formulação e desenvolvimento do estudo. É essencial destacarmos que, ao compor o conjunto de referências, não nos restringimos apenas a publicações relacionadas à área da comunicação. Ampliamos nossa busca para incluir fontes provenientes de disciplinas interconectadas, como o direito e a sociologia.

O estudo foi realizado entre 16 de março e 30 de junho, período que abrange o lançamento do álbum, o que nos permitiu acompanhar os desdobramentos e intervenções comunicacionais em tempo real. Essa abordagem ofereceu-nos uma vantagem significativa, permitindo uma análise mais atualizada e contextualizada do impacto do lançamento da obra nas plataformas digitais e na recepção crítica. Isso nos permitiu capturar *insights* valiosos e compreender melhor a dinâmica da divulgação do álbum e sua repercussão, contribuindo para uma análise mais precisa e abrangente.

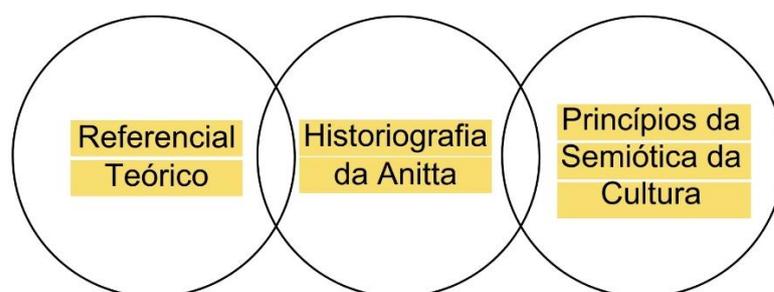
Ao abordarmos um caso contemporâneo e atual, conectamo-nos diretamente com o âmbito da comunicação, fazendo ligações e interpretações a partir de fenômenos socioculturais, o que, sob nossa perspectiva, torna a pesquisa relevante para a academia e para o mercado da comunicação. Afinal, como citou o poeta espanhol Don Antonio Machado “o caminho se faz ao caminhar”.

⁶⁶ A utilização de monografias como fonte de pesquisa para o presente estudo, se dá, única e exclusivamente, na falta de outros materiais disponíveis sobre os assuntos e temáticas aqui tratadas.

5.1.1. Metodologia de Análise das Estratégias de Comunicação do Funk Generation

Para o estudo das estratégias de comunicação do álbum, aplicamos análises com base em princípios da semiótica da cultura, a fim de explorar e compreender os símbolos e signos presentes que conectam – ou não – os públicos de interesse internacionais da cantora à favela e ao funk brasileiro. Após revisão da literatura disponível⁶⁷, constatamos uma escassez de estudos que aplicassem a metodologia da semiótica russa. Portanto, para embasar nossa análise, desenvolvemos uma metodologia própria que considerou (Figura 7):

Figura 7 – Construção da Metodologia de Análise Aplicada



Fonte: Autora

Com a base metodológica definida, selecionamos três momentos:

- 1- O **pré-lançamento**, no qual exploramos o início da “Era” Funk Generation, suas estratégias de divulgação – nas duas semanas que antecedem o lançamento – como *posts no feed* e *stories*⁶⁸, da principal rede de conexão da artista: o Instagram (Anexo 7). Essa mídia foi escolhida por ser a plataforma que a cantora mais possui relevância em números de seguidores, o que amplifica o alcance de suas publicações e estratégias de comunicação; além disso, ela é altamente visual, o que facilita a

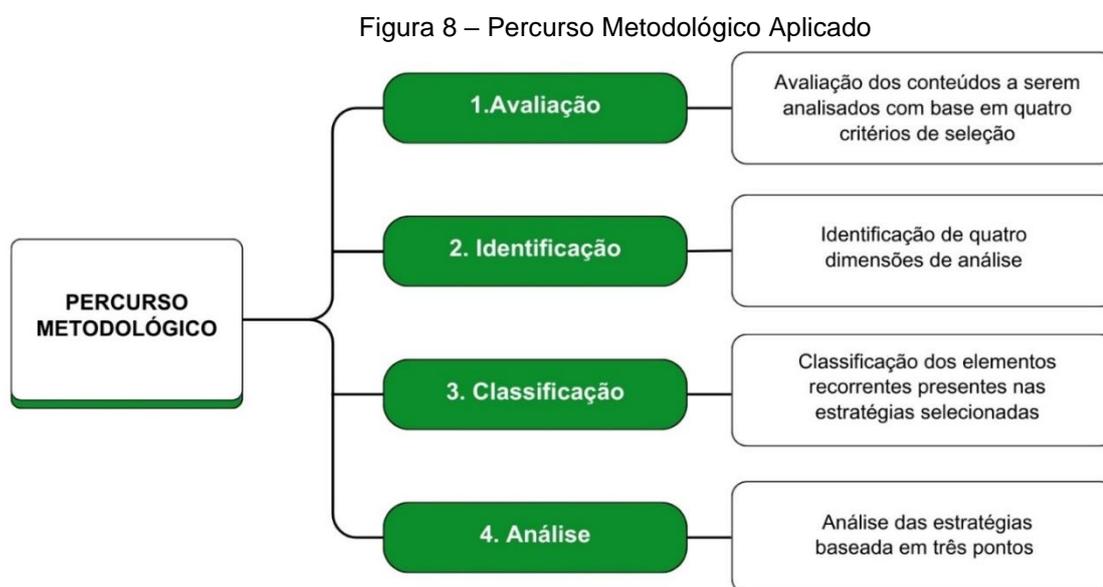
⁶⁷ Pesquisas em português através do Google Acadêmico.

⁶⁸ De acordo com o blog da Eficaz Marketing e Tecnologia (2020), o feed é o formato que permite a postagem de imagens e vídeos com legendas e comentários visíveis, facilita o acesso contínuo a conteúdos relevantes e permite vídeos de até 1 minuto sem cortes. Já os stories são posts temporários que duram 24 horas, permitindo que marcas humanizem sua imagem, mostrem bastidores, e interajam diretamente com seguidores através de vídeos, enquetes e transmissões ao vivo.

disseminação de imagens, vídeos e outros conteúdos multimídia que são essenciais para a metodologia utilizada nesta pesquisa. Recorremos também, a sua apresentação no Latin American Music Awards (AMAs) que ocorreu um dia antes do lançamento oficial da discografia em todas as plataformas digitais, servindo como um importante veículo de promoção e visibilidade internacional.

- 2- O **lançamento**, onde analisamos o álbum em si (sonoridade, batidas e estética) e a principal estratégia audiovisual da artista, o “*Funk Generation: A Baile Funk Experience*”, que antecipa ao público a ideia de conceito por trás da turnê do álbum, disponibilizado no YouTube.
- 3- O **pós-lançamento**, o qual avaliamos o desempenho do álbum em sua primeira semana, de forma tanto qualitativa, através da seleção de críticas e comentários de grandes veículos de comunicação internacionais e de forma quantitativa, através da observação dos “números” alcançados pela discografia.

A partir desses pontos, tendo em mente a construção da metodologia (Figura 7), utilizamos o seguinte percurso metodológico (Figura 8):



Fonte: Autora

Sendo assim, primeiro, avaliamos as estratégias comunicacionais utilizadas, considerando os critérios descritos no quadro abaixo (quadro 2) para a seleção dos conteúdos a serem analisados:

Quadro 2 – Critérios de Seleção das Estratégias Comunicacionais

Critério	Descrição
Relevância	A importância e impacto do elemento de comunicação na percepção do público e na promoção da identidade cultural brasileira.
Inserção de Símbolos	O uso de símbolos e referências culturais que fortalecem a conexão com a audiência e promovem a valorização da cultura brasileira marginalizada.
Visibilidade e Alcance	O potencial de visibilidade e alcance do elemento de comunicação, considerando os públicos de interesse e a plataforma utilizada no estudo.
Inovação e Criatividade	A originalidade e criatividade nas estratégias de comunicação, destacando a capacidade de Anitta em se adaptar e inovar no cenário musical e cultural.

Fonte: Autora

Na sequência, identificamos cinco dimensões de análise, detalhadas no quadro a seguir:

Quadro 3 – Dimensões de Análise

Dimensões de Análise	Como serão utilizadas
Letras das Canções	Identificação e categorização das temáticas, línguas utilizadas, gírias e expressões relevantes presentes nas letras.
Estética	Análise dos cenários e figurinos presentes nos materiais audiovisuais, identificando elementos que remetem à cultura da favela e do funk.
Elementos Musicais	Identificação de samples, batidas, mixagem e produção que evocam o funk brasileiro.
Símbolos das Favelas	Categorização de objetos, ícones e práticas culturais que representam a vida na favela e sua incorporação na comunicação de Anitta.
Estratégias de Comunicação	Avaliação das estratégias de comunicação, como parcerias, colaborações e materiais de comunicação, utilizados para promover o álbum e conectar-se com diferentes públicos.

Fonte: Autora

Buscamos entender como essas estratégias de comunicação foram planejadas e executadas, para maximizar o impacto e engajamento dos públicos e

proporcionar espaços de entendimento e contextualização da cultura advinda das favelas brasileiras e do funk através dos símbolos e signos empregados. Para isso, classificamos os principais elementos que se destacam por sua recorrência, detalhados no quadro 4:

Quadro 4 – Elementos de Análise

Elementos	Descrição
Utilização do Brazil Core (BC)	Emprego da estética, linguagem e símbolos associados às favelas brasileiras. Ou seja, incorporação de elementos culturais específicos das favelas, como gírias, moda, e estilo de vida. Elementos com o objetivo de situar e introduzir o receptor na identidade autêntica e ao contexto cultural das favelas.
Valorização de Símbolos Nacionais (SN)	Aparição de símbolos nacionais, como bandeiras, cores e ícones culturais do Brasil, como uma estratégia para destacar e valorizar a identidade nacional e criar uma conexão emocional com os públicos. Elementos que enfatizam os símbolos compartilhados pela sociedade brasileira como meio de comunicação e identidade cultural.
Exaltação da Cultura da Favela (CF)	Utilização de música, dança, arte e modo de vida das favelas, exaltando as contribuições das comunidades marginalizadas. Elementos que representam uma tentativa de dar visibilidade e reconhecimento à cultura da favela como parte integrante da identidade brasileira.
Referências do Funk Brasileiro (RFB)	Uso de referências do funk brasileiro, como ritmos, batidas e letras, como uma maneira de ancorar a música de Anitta em uma tradição musical específica e autenticamente brasileira. Elementos que destacam a importância da música como um meio de expressão cultural e identidade coletiva, conectando o público estrangeiro à rica herança musical dos povos marginalizados do Brasil.
Aplicação de Virais da Internet (VI)	A aplicação de virais da internet envolve a criação ou aproveitamento de conteúdos populares na internet, como memes, desafios e tendências, que promovem a música de Anitta. Elementos que demonstram como Anitta utiliza a cultura digital contemporânea como um meio de comunicação poderoso, conectando-se com seu público brasileiro através de plataformas online e mídias sociais.
Enfatização de Pautas Sociais Brasileiras (PSB)	A ênfase em pautas sociais brasileiras envolve o uso da influência de Anitta para destacar questões importantes e relevantes da sociedade brasileira, como diversidade, inclusão, igualdade de gênero e justiça social. Elementos que são inclusos nas estratégias para comunicar questões sociais importantes.

Fonte: Autora

Os quadros que descrevem as análises mais detalhadas (AD) dos materiais coletados foram estruturados, a partir de três pontos (quadro 5):

Quadro 5 – Pontos de Análise

Pontos de Análise	Justificativa
Estratégias e Signos	Análise das estratégias de comunicação e dos signos incorporados por Anitta, que tem um significado que é reconhecido e entendido por um grupo de pessoas.
Símbolos e Referências	Identificação e interpretação dos símbolos visuais e referências culturais utilizadas a partir do contexto sociocultural apresentado neste estudo.
Descrição e Análise	Fornece um detalhamento específico sobre como os elementos visuais e auditivos são utilizados, permitindo uma compreensão aprofundada das técnicas empregadas e resume e interpreta as informações coletadas nos pontos anteriores, destacando o impacto e o propósito por trás das escolhas de Anitta em suas estratégias comunicacionais.

Fonte: Autora

Já as análises preliminares (AP), foram feitas de forma mais direta e objetiva, focando em aspectos específicos e pontuais das estratégias de comunicação, a fim de complementar as estratégias detalhadas. As AP serviram como apoio na identificação dos elementos coletivos – ou seja, que são utilizados de maneira recorrente nas estratégias selecionadas. Utilizando essas abordagens, foi possível evidenciarmos os signos e símbolos empregados nas estratégias de comunicação de Anitta e seu papel na exportação do funk e da cultura periférica brasileira para o cenário internacional.

5.2 “LA SENSACIÓN DE LA FAVELA”⁶⁹: AS ESTRATÉGIAS COMUNICACIONAIS PRÉ-LANÇAMENTO

A “Era” Funk Generation teve seu marco inicial na cerimônia de premiação da Champions League 2023, onde Anitta é anunciada como atração do show de abertura de um dos eventos de esporte com maior projeção internacional do mundo⁷⁰. Nesta performance, a cantora referenciou símbolos e signos já empregados nos imaginários da sociedade (Quadro 6). Este momento destacou seu foco na cultura brasileira e

⁶⁹ Trecho retirado da música “Machika” de J Balvin, Jeon e Anitta, lançada em 2018. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=liczsmUSMA4>

⁷⁰ De acordo com o blog Atletis (2022).

criou expectativa para o lançamento do videoclipe de Funk Rave, o primeiro *single* do disco.

Quadro 6 – Análise Detalhada (AD) da Apresentação na Champions League 2023

Estratégias e Signos	Símbolos e Referências	Descrição e Análise
 <p>Fonte: Reprodução/Youtube</p>	 <p>Fonte: Freepik</p>	<p>(SN) - Aspecto: Cores da bandeira nacional no projeto de iluminação da apresentação. Essa escolha não é apenas estética, mas também simbólica, pois utiliza o verde e o amarelo, para criar uma atmosfera que remete diretamente à identidade nacional brasileira. Através dessa iluminação, Anitta consegue introduzir visualmente os públicos ao novo projeto, destacando a conexão profunda com suas raízes brasileiras e criando uma identificação imediata com o público local. Para o público internacional, essa escolha também funciona como uma introdução à cultura brasileira, ajudando a situar Anitta dentro de um contexto específico e autêntico.</p> <p>(RFB) - Aspecto: Transformação da batida do reggaetón Envolver para o novo single "Funk Rave". Anitta também incorpora referências do funk brasileiro ao transformar a batida de um reggaetón, um gênero popular em toda a América Latina, para o seu novo single "Funk Rave". Durante essa transição, ela utiliza um efeito sonoro distintivo onde uma voz masculina pronuncia "Brasil".</p>

		<p>Este elemento sonoro é estrategicamente posicionado para marcar a transição entre gêneros e assinalar ao ouvinte a mudança de estilo musical para o funk, reforçando a identidade brasileira da música e da artista. Além disso, para o público internacional, este efeito atua como um marcador cultural, contextualizando os ouvintes na origem e o estilo da música, enquanto para o público brasileiro, ele reforça um senso de orgulho e autenticidade.</p>
--	--	---



Fonte: Reprodução/Youtube



Fonte: Freepik

(SN) - Aspecto: Cores da bandeira nacional no figurino da artista e de seus bailarinos. Ao utilizar o azul da bandeira, a artista complementa o visual integral da apresentação, completando o trio de cores principais da bandeira. Essa escolha estética reforça a identidade nacional e cria uma coesão visual que enfatiza os símbolos compartilhados pela sociedade brasileira. A integração completa das cores da bandeira no figurino e iluminação demonstra uma intenção clara de representar e valorizar a identidade brasileira, ajudando a criar um vínculo emocional com os públicos tanto nacional quanto internacional. Esta abordagem também contribui para a visibilidade e reconhecimento dos símbolos nacionais, reforçando a presença da cultura brasileira na música e nas apresentações de Anitta.

 <p>Fonte: Reprodução/Youtube</p>	 <p>Fonte: Reprodução/Youtube</p>	<p>(VI) - Aspecto: Apropriação de um meme popular na coreografia do single.</p> <p>Anitta apropria-se de um meme muito utilizado nas redes sociais pelos brasileiros na coreografia do seu single. O meme, originário de um grupo de dança de Belo Horizonte, viralizou ao ser adaptado por internautas para diversas músicas. O vídeo original da coreografia possui 552 mil visualizações apenas no YouTube. A apropriação de um meme popular é uma estratégia para engajar o público nas redes sociais. Ao incorporar uma coreografia reconhecível e viral, Anitta não apenas homenageia a cultura digital brasileira, mas também alavanca a popularidade do meme para promover seu single. Essa tática fortalece a conexão com seus fãs, especialmente os mais jovens e ativos nas plataformas digitais. Para o público internacional, essa inclusão oferece uma amostra autêntica da cultura digital brasileira oriunda do funk, destacando a capacidade de Anitta em integrar tendências virais em seu trabalho artístico.</p>
--	---	---

Fonte: Autora

Dessa forma, a cantora introduz e contextualiza os espectadores em seu novo posicionamento estratégico e comunicacional, através da valorização de símbolos nacionais (SN), e demais estratégias analisadas no quadro acima, gerando uma conexão visual e emocional com os públicos.

Além disso, no mesmo dia da performance, Anitta fez uma publicação em seu Instagram, que segundo Pavão (2023)⁷¹, demonstrava apoio ao jogador Vinicius Jr. (Figura 9) que, naquela época, havia acabado de ser vítima de racismo durante um

⁷¹ Em notícia veiculada ao “Splash” canal de entretenimento do portal UOL.

jogo na Espanha, utilizando o elemento PSB, impulsionando assuntos sociais em voga através de sua influência e visibilidade.

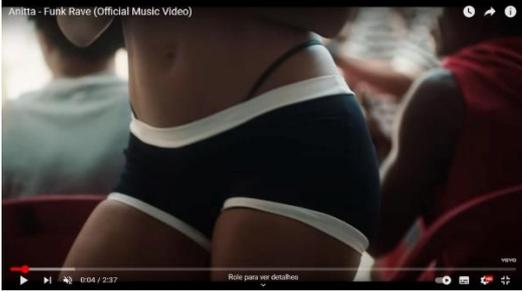
Figura 9 – Anitta veste camisa em apoio à Vinicius Junior



Fonte: Reprodução/Instagram

Após o marco inicial da nova Era na cerimônia, Anitta lança o clipe Funk Rave, em 23 de junho de 2023. A artista faz uma imersão na cultura brasileira marginalizada já pré-estabelecida no imaginário da sociedade, através de produtos midiáticos, utilizando uma variedade de elementos para conectar os públicos com os símbolos e signos já reconhecidos. Ela incorpora símbolos e tendências emblemáticas do Brasil, como o estilo "Bad Boy" dos bailes funks, referências ao futebol e ao corte de cabelo "estilo Ronaldinho", além de elementos cotidianos das favelas, como o samba de rua e o grafite (conforme Quadro 7).

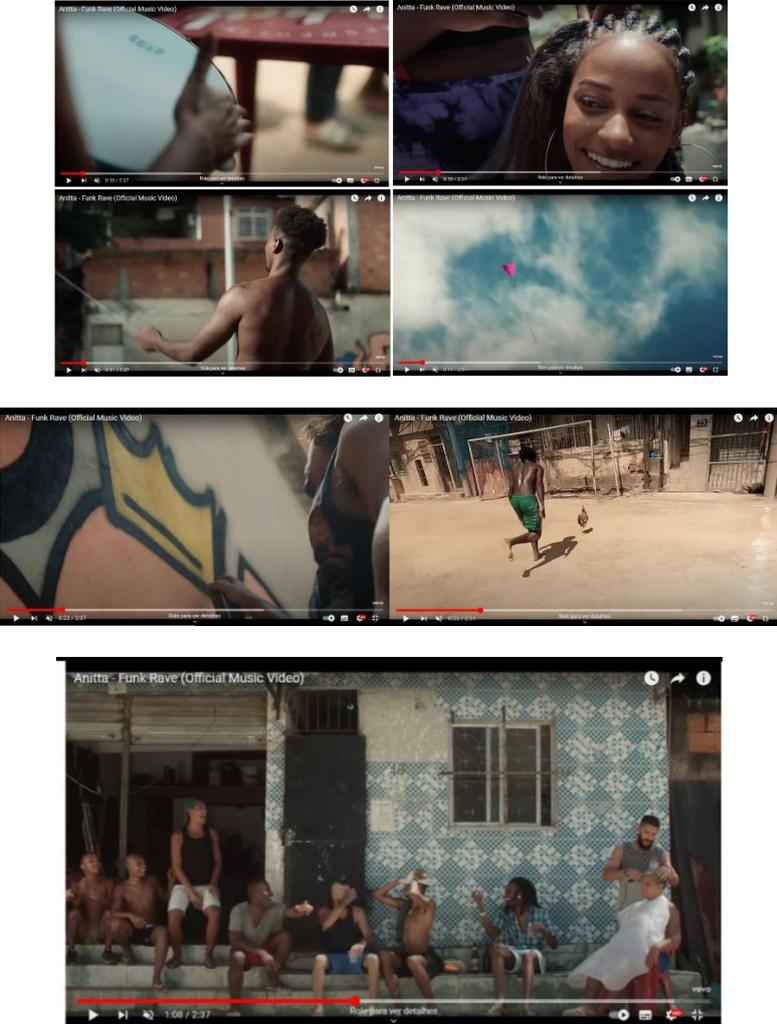
Quadro 7 – Análise Simples (AS) do Videoclipe de Funk Rave

Aspecto	Estratégias e Signos	Descrição e Análise
BC		<p>Nesta cena, a cantora utiliza elementos do Brazil Core, como o short estilo "Bad Boy", que fez sucesso nos bailes funks dos anos 2000⁷², e o fio dental aparecendo, uma tendência dos anos 2000 que voltou recentemente⁷³.</p> <p>Esta escolha não apenas remete à estética popular nas favelas brasileiras, mas também evoca um senso de nostalgia e autenticidade, conectando-se diretamente com o público familiarizado com a cultura do funk.</p>
SN		<p>Takes que representam símbolos nacionais são incluídos, como o futebol, reforçando o reconhecimento do Brasil como o país do futebol, sendo este o esporte mais popular⁷⁴. Além disso, há referências ao corte "estilo Ronaldinho", muito usado em 2002, quando a seleção brasileira foi campeã mundial. Um dos</p>

⁷² Fonte: Flores (s.d.) em stories via Universa UOL.

⁷³ Fonte: Portal HOPE (2022)

⁷⁴ Fonte: Portal Câmara dos Deputados (2018)

		<p>protagonistas do time, Ronaldinho, popularizou um corte de cabelo muito específico que fez sucesso nas favelas do Brasil⁷⁵, onde as crianças o imitavam. Esses símbolos nacionais são integrados para criar uma conexão emocional com o público brasileiro e destacar a identidade cultural do país.</p>
CF		<p>A cultura da favela e a vivência dentro dessas comunidades são bastante exaltadas. Cenas como "samba de rua," "tranças nos cabelos," "soltar pipa," "grafite," "correr para buscar galinhas," e "filas de barbearia do bairro" são utilizadas para representar o cotidiano vivenciado pelos moradores. Estas imagens celebram as práticas culturais e o dia a dia das favelas, apresentando uma visão autêntica e respeitosa da vida na comunidade. Ao incorporar esses elementos, Anitta não apenas valoriza a cultura da favela, mas também cria um espaço de reconhecimento e visibilidade para essas tradições</p>

⁷⁵ Fonte: Portal Universa UOL (2016)

		dentro de sua obra artística.
RFB		<p>Elementos e expressões corporais que remetem ao funk brasileiro se fazem presentes, como roupas com o logo da "Furacão 2000" e danças típicas do movimento, como passinhos. Esses elementos são fundamentais para ancorar a música de Anitta na tradição do funk brasileiro, oferecendo autenticidade e uma conexão direta com as origens do gênero.</p>
VI		<p>A coreografia do meme do grupo de dança de Belo Horizonte retorna no clipe do single. Anitta apropria-se de uma coreografia viral popularizada nas redes sociais pelos brasileiros, onde um grupo de dança ensaia movimentos de funk.</p>
PSB		<p>A artista inclui cenas que representam e denunciam problemas sociais vivenciados nas favelas, como a naturalização do crime organizado e a falta de infraestrutura nas comunidades.</p>

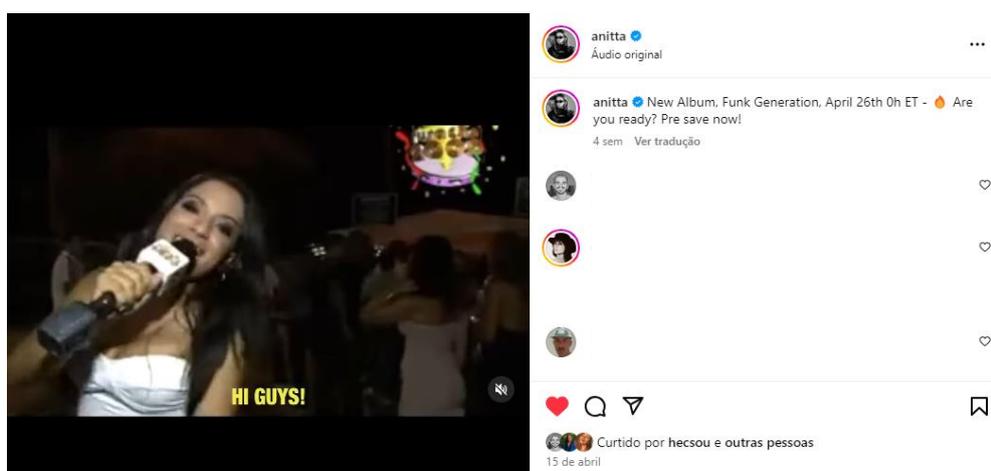
Fonte: Autora e Reprodução/Youtube

Em síntese ao analisado no Quadro 7, a presença desses elementos do funk brasileiro, como roupas com o logo da "Furacão 2000" e das danças típicas do movimento, reforçam sua ligação com as raízes do gênero. Anitta também volta a capitalizar a cultura digital com a coreografia viral popularizada nas redes sociais brasileiras. Sendo assim, acreditamos que esses elementos contribuem para uma representação rica e respeitosa da diversidade cultural brasileira em seu trabalho.

As estratégias de divulgação adotadas pela artista no Instagram, duas semanas antes do lançamento do álbum, foram cruciais para ampliar o alcance e engajamento dos públicos. Ao utilizar sua influência e visibilidade nas redes sociais, a cantora construiu uma narrativa coesa que uniu elementos da cultura brasileira marginalizada, contextualizando seus públicos e os educando e sensibilizando para compreender as referências e símbolos e signos adotados.

Dia 19 de abril a cantora lança, em seu Instagram, o Teaser oficial de divulgação do álbum, com a seguinte declaração: “Novo álbum, Funk Generation, 26 de abril 0h ET - Você está pronto? Pré salve agora!” (Figura 10) e seu conteúdo é um vídeo de 57 segundos, com áudio em português e legendado em inglês que segue a mesma premissa das duas estratégias acima, com o objetivo de dar contexto aos públicos de interesse através de símbolos e signos já instaurados no imaginário e através da inserção de novos, a fim de sensibilizar o público (conforme analisado no Quadro 8).

Figura 10 – Publicação do Teaser de Divulgação do Funk Generation

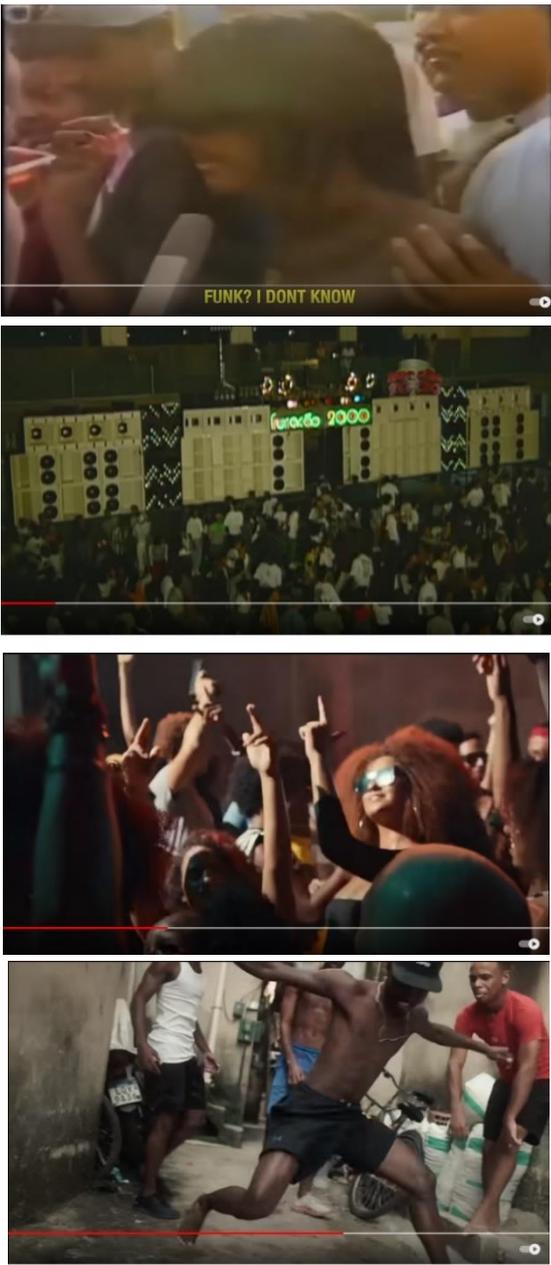


Fonte: Reprodução/Instagram

No teaser, a cantora utiliza materiais audiovisuais dos antigos bailes da Furacão 2000 – incluindo cenas em que a própria aparece – além de diversos outros

elementos que remetem a cultura e a identidade periférica e funkeira, como as danças típicas (“dedinho pro alto”), as tranças no cabelo e óculos Juliet da estética Brazil Core e aspectos da vida nas favelas, como quadras de futebol e churrascos na rua

Quadro 8 – Análise Simples (AS) do Teaser de Divulgação do Álbum

Aspecto	Estratégias e Signos	Descrição e Análise
RFB		<p>A inclusão de captações reais dos bailes da Furacão 2000, mostrando o famoso "paredão", dança característica como o "dedinho pro alto" e jovens executando passinhos nas favelas, ancoram a música de Anitta em uma tradição musical autenticamente brasileira, destacando a importância do funk como expressão cultural e identidade coletiva.</p> <p>Além disso, no início do vídeo, uma repórter entrevista jovens frequentadores dos bailes, questionando-os sobre o significado do "funk". As respostas variam de "não sei" a "não tem como explicar", com alguns expressando amor pelo estilo musical, descrevendo-o como uma sensação maravilhosa.</p>



RFB

A cena final da produção mostra MC Anita apresentando um programa da produtora na época dos bailes, acrescentando uma dimensão histórica e colocando a artista como parte integrante da narrativa.

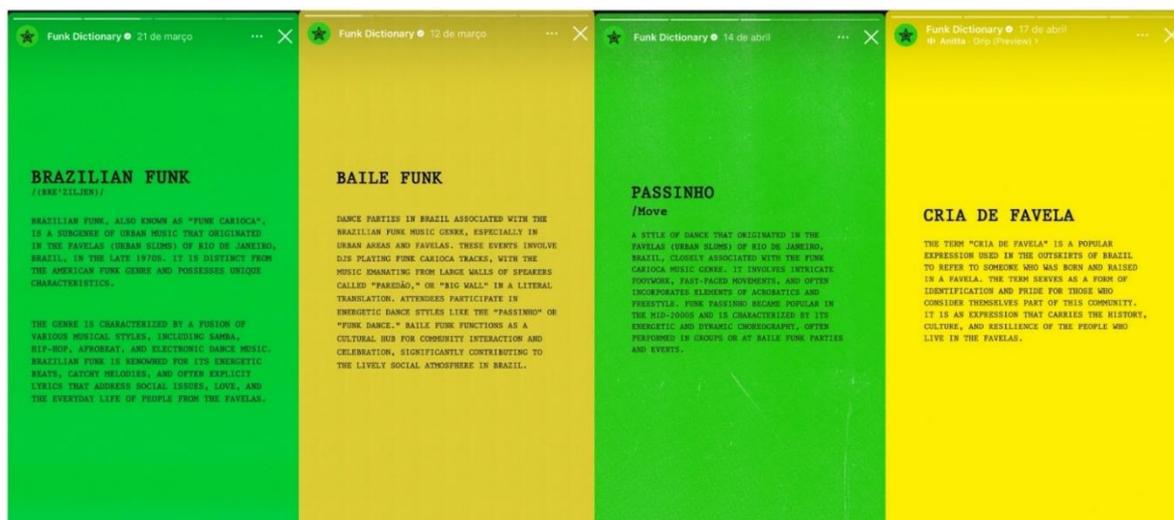
CF		<p>Cenas do cotidiano das comunidades aparecem, incluindo churrasco e pagode nas ruas.</p>
SN		<p>A mescla da bandeira nacional com a presença de Anitta e seus dançarinos destaca a identidade brasileira tanto da cultura do funk quanto da própria artista, valorizando os símbolos nacionais e criando uma conexão emocional com os públicos.</p>
BC		<p>A presença de Anitta com tranças no cabelo e óculos Juliet, evidencia a aplicação do Brazil Core, representando a estética e o estilo de vida das favelas.</p>
VI		<p>A coreografia do viral da internet presente no vídeo clipe de Funk Rave é incorporada novamente nesta produção.</p>

Fonte: Autora e Reprodução/Youtube

Além das estratégias visuais e narrativas presentes no vídeo, Anitta também adotou uma abordagem criativa através do recurso *stories*, compartilhando com seus públicos um "Dicionário do Funk" (Figura 11). Essa estratégia comunicacional tem o

intuito de aproximar ainda mais sua audiência do universo cultural do funk e das favelas cariocas, facilitando a compreensão acessível da linguagem e dos termos associados ao gênero musical e a cultura das comunidades.

Figura 11 – *Stories* publicados na conta @Anitta na seção “Funk Dictionary”



Fonte: Reprodução/Instagram

Outra estratégia atribuída através dos *stories* foi a divulgação do *storytelling*⁷⁶ por trás de cada uma das quinze faixas do álbum (Figura 12); ao utilizar esse tipo de abordagem a artista cria uma atmosfera que permite uma conexão mais profunda e pessoal com seus públicos, ao expor seu processo criativo, inspirações e significados por trás de cada música. Também, faz conexões entre cada faixa aos elementos que utilizou dos subgêneros e cultura do funk e das favelas. Compartilhando essas narrativas, Anitta fornece a visão mais íntima e detalhada de seu trabalho, “vendendo seu produto” e aguçando a curiosidade dos públicos. Essa estratégia emprega a imagem de “transparência” e humaniza a artista e sua cultura.

⁷⁶ De acordo com Carrilho e Markus (2014), o termo *Storytelling* trata-se de uma estratégia que utiliza de elementos das tramas (plots) no desenvolvimento do planejamento e da execução das ações de comunicação, com a clara definição de papéis e roteiros a serem seguidos pelos personagens. Nesse contexto, marcas, produtos, empresas e diferentes públicos podem assumir papéis específicos que interagem com o objetivo de resolver um conflito ou concluir um enredo.

Figura 12 – Stories publicados na conta @Anitta na seção “Funk Generation”



Fonte: Reprodução/Instagram

A última estratégia de divulgação pré-lançamento do álbum, aconteceu horas antes do lançamento de Funk Generation, na premiação do Latin American Music Awards (Quadro 9), onde a cantora interpretou duas músicas do álbum.

Quadro 9 – Análise Detalhada (AD) da apresentação de Anitta no Latin AMAs 2024.

Estratégias e Signos	Símbolos e Referências	Descrição e Análise
 <p>Fonte: Reprodução/Youtube</p>	 <p>Fonte: SoundCloud</p>	<p>(PSB) - Aspecto: Homens com camiseta tampando o rosto. Logo nos primeiros segundos de apresentação a câmera é focada em um homem com a camiseta tampando o rosto, signo que faz referência aos traficantes das favelas do Rio de Janeiro onde é comum vê-los com o rosto coberto por camisetas. Esta</p>

		<p>representação traz autenticidade à narrativa, dando enfoque a dura realidade da vivência dos moradores das comunidades.</p>
 <p>Fonte: Reprodução/Youtube</p>	 <p>Fonte: Projeto Favelagrafia/Anderson Valentim</p>	<p>(PSB) - Aspecto: Dançarinos com o rosto coberto por camisetas seguram instrumentos musicais. Logo em seguida ao foco no rosto de um deles, a câmera se distancia e mostra a verdadeira faceta que Anitta quer enfatizar. Ao utilizar como referência uma fotografia feita pelo projeto “Favelagrafia”, a artista provoca a reflexão sobre a vida nas favelas, utilizando sua relevância e alcance do evento para destacar questões sociais, fomentando a curiosidade dos públicos e demonstrando que a luta pode ser feita com outras armas, como na legenda original da foto publicada por Anderson Valentim em seu Instagram em 2016 (G1, 2016).</p>
 <p>Fonte: Reprodução/Youtube</p>	 <p>Fonte: RioOnWatch</p>	<p>(CF) – Aspecto: Cenário composto por grades. Anitta apropria-se de um cenário comum nos “bailes de favela”: as grades que ficam, normalmente, envolta das quadras de futebol onde diversos eventos são realizados nas favelas cariocas, incluindo os bailes. As grades, além de servirem como um elemento visual</p>

		<p>característico, evocam o ambiente dos bailes funks e as experiências coletivas típicas das comunidades, valorizando e representando o cotidiano da vida na favela.</p>
 <p>Fonte: Reprodução/Youtube</p>	 <p>Fonte: CQ Brasil - Globo</p>	<p>(RFB) – Aspecto: Expressões Corporais: Durante toda a performance Anitta utiliza expressões corporais características do funk, como o rebolado e os passinhos. Estas danças típicas do movimento funk são fundamentais para ancorar sua música na tradição do gênero brasileiro, oferecendo autenticidade e uma conexão direta com as origens do estilo.</p> <p>A partir da segunda música, o telão atrás do palco se ascende, mostrando o letreiro “Funk Generation”, uma estratégia utilizada para deixar claro que toda a apresentação faz parte de sua nova Era que iniciou com seu novo álbum. Isso reforça a identidade brasileira da sua música e marca visualmente a transição para essa nova fase de sua carreira, além de, claro, divulgar a obra.</p>

Fonte: Autora

Além de aproveitar a visibilidade do evento para promover o lançamento de seu novo álbum, Anitta ainda inaugurou uma nova estética em sua identidade visual da Era. Durante a performance, foi possível notar uma mudança expressiva no estilo de roupas que a artista usava. Neste evento, ela aparece com tons mais escuros e a

utilização de muitos acessórios de prata, que remetem um visual mais parecido com o utilizado pelas frequentadoras dos bailes. Dessa forma, ela deixa de lado, momentaneamente, a estética *Brazil Core* mais generalista. Essa nova abordagem assume uma identidade única, inovadora e personalizada, que une elementos próprios da cultura dos bailes com uma estética *dark* e até mesmo *punk*.

Diante disso, percebemos que novos elementos são incorporados na estética do álbum, que passa a assumir duas personas que retratam as estéticas das periferias. A inaugural, implementada durante a primeira parte de divulgação do álbum, remete a estética mais genérica do *Brazil Core*, destacando os elementos coloridos e símbolos nacionais que enfatizam a identidade cultural brasileira de forma ampla e reconhecível. A segunda, apresentada pouco antes do lançamento do álbum, evidencia uma estética noturna, que reflete a atmosfera vibrante e intensa dos bailes funk. Nesta segunda persona, Anitta une dois mundos – o funk e o punk – em um novo estilo, transformando o que antes era marginalizado em uma estética de “estrela do pop” ou melhor, de uma “Funkstar⁷⁷” (Figura 13).

Figura 13 – Quadro visual das duas personas implementadas na estética do álbum.



Fonte: Autora

Esta dualidade estética permite que a artista se conecte com uma ampla gama de públicos, celebrando a autenticidade e a riqueza da cultura dos bailes funk, lançando um novo estilo e implementando uma estética inovadora e criativa, enquanto

⁷⁷ O termo passou a ser empregado à Anitta depois do anúncio do Funk Generation, por grandes veículos comunicacionais brasileiros como o G1 e o portal Hugo Gloss e, posteriormente, passou a ser aderido por fãs, portais internacionais e até mesmo pela própria cantora.

ainda utiliza elementos visuais que são facilmente identificáveis e relacionados à imagem global do Brasil. À agência de notícias Associated Press (2024), Anitta revelou que a ideia de incluir elementos do punk em sua construção visual veio de um lugar de identificação, pois “[...] o funk pode ser muito punk, muito rock and roll, por causa da ideia, da energia, da intenção, eu sinto essa *vibe* vinda do meu álbum. Algo com muita atitude, uma atitude forte [...]”.

Ao oferecer esses recursos sensibilizadores aliados aos símbolos e signos empregados nas estratégias comunicacionais analisadas durante esta seção, Anitta demonstra um compromisso em não apenas promover sua música, mas também em valorizar e disseminar internacionalmente a rica história e cultura por trás do funk, fortalecendo sua conexão com os fãs e ampliando o alcance da cultura marginalizada para além do entretenimento para os públicos internacionais.

5.3 “VAI MALANDRA”⁷⁸: A COMUNICAÇÃO DO ÁLBUM ATRAVÉS DOS SÍMBOLOS E SIGNOS

No dia 26 de abril de 2024, a artista lança o álbum Funk Generation (figura 14), que inclui 15 faixas de diversos estilos do funk brasileiro (Apêndice A). Assim como na fase de pré-lançamento, Anitta incorpora elementos, signos e símbolos da cultura das favelas em suas estratégias comunicacionais, enfatizando a mensagem e propósito de sua obra. Durante essa etapa, a cantora adota duas principais estratégias comunicacionais que se tornam elementos chave para a promoção do produto.

Figura 14 – Capa do álbum Funk Generation.



Fonte: Reprodução/Spotify

⁷⁸ Em referência a canção “Vai Malandra” de Anitta, Mc Zaac, Maejor, Tropkillaz e DJ Yuri Martins. Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=kDhptBT_-VI

A primeira, está intrínseca ao próprio produto: as referências sonoras, beats, letras e samples⁷⁹ utilizados nas músicas, que são retiradas do funk, abrangendo desde suas origens até as vertentes mais atuais. Ou seja, toda a estratégia sonora do álbum está permeada pelo elemento RFB. Essas escolhas, além de retomarem e homenagearem a trajetória do funk, utilizam alusões contemporâneas, criando uma ponte de conexão entre o passado e o presente da cultura. No quadro 10, analisamos a composição e construção sonora das cinco principais faixas da discografia⁸⁰ em relação ao funk e suas diversas referências, destacando como cada elemento contribui de forma significativa para narrativa e entendimento dos públicos acerca do conceito da obra.

Quadro 10 – Análise e RFB's das principais faixas de Funk Generation.

Música	Referências Utilizadas	Análise
Lose Ya Breath	“Dança da Motinha” – Furacão 2000, Beth e Dennis DJ “Um Tapinha Não Dói” – Furacão 2000, Naldinho e Bela	<p>Em “Lose Ya Breath”, a artista traz samples de sucessos dos Anos 2000, para gerar uma conexão com os públicos brasileiros e apresentar as raízes do funk para os públicos internacionais. Essa faixa traz elementos da vertente “funk carioca” e é cantada totalmente em inglês.</p> <p>A faixa é estrategicamente posicionada na abertura do álbum. Esta escolha é significativa, pois é claramente uma referência ao funk brasileiro em seus primórdios, proporcionando uma sensação de introdução e contexto para o storytelling que Anitta constrói ao longo do álbum.</p> <p>Ao abrir a discografia com uma música que espelha o som clássico do funk carioca, Anitta não só faz uma homenagem às suas origens musicais, mas também prepara o terreno para a narrativa que se desenrolará nas faixas subsequentes.</p> <p>Ao utilizar somente a língua inglesa, a artista é assertiva em conectar-se com os públicos internacionais ao mesmo passo que mantém a essência do funk carioca. Essa estratégia permite que Anitta alcance um público mais amplo, incluindo aqueles que podem não</p>

⁷⁹ De acordo com Pontes (2024) "Sample" significa "amostra". No contexto musical, samples são trechos sonoros extraídos de uma música e reutilizados em uma nova gravação, seja de forma remixada, cortada ou diretamente.

⁸⁰ O critério de seleção adotado foi a quantidade de referências utilizadas nas músicas, ou seja, selecionamos as cinco principais faixas que unem mais inserções da cultura do funk e das favelas.

		<p>estar familiarizados com o funk brasileiro, enquanto ainda mantém a autenticidade e a vibração que caracterizam o gênero.</p> <p>Dessa maneira, "Lose Ya Breath" serve como um ponto de partida extremamente estratégico para o álbum, oferecendo uma introdução às raízes do funk e estabelecendo um sentido de continuidade e evolução no trabalho de Anitta.</p>
Savage Funk	Repetição de palavras	<p>"Savage Funk" é totalmente voltada à vertente 150bpm. Anitta incorpora elementos como a repetição de palavras e uma linguagem de conotação sexual, típicas dessa vertente do funk. O uso intercalado de português e inglês na letra permite que todos os públicos ouvintes compreendam a mensagem da música.</p> <p>A repetição de palavras é uma técnica eficaz empregada para reforçar os temas e ritmos da música, criando uma experiência sonora hipnótica e envolvente. A linguagem de conotação sexual, uma marca registrada do funk 150bpm, é utilizada para transmitir a energia e a atitude "desafiadora" que caracterizam o gênero.</p>
Cria de Favela	"Aquecimento das Meninas" – DJ Alex mpc e DJ Malboro Efeitos sonoros de "gemidos"	<p>A estratégia desta faixa é extremamente parecida com a de "Lose Ya Breath", Anitta incorpora o sucesso "Aquecimento das Meninas" dos DJ's Alex mpc e Malboro em um som extremamente dançante que remete aos bailes funks dos anos 2010. Além disso, o título "Cria de Favela" reflete diretamente a cultura e a linguagem das favelas, com o termo "cria" (uma gíria popular nas comunidades, significando alguém que cresceu e se formou nesse ambiente). Esta escolha de título reforça a autenticidade e a ligação de Anitta com suas raízes.</p> <p>A faixa transita entre inglês e espanhol, o que facilita a conexão com uma audiência global. Essa alternância de idiomas permite que a mensagem e a energia da música sejam compreendidas por um público mais amplo, ampliando o alcance internacional da faixa.</p>

<p>Put Cara</p>	<p>“Treinamento do Bumbum” – O Mandrake e Mc Boom “Dancinha dos Hawaiano” – Furacão 2000 e Os Hawaiianos</p>	<p>"Putá Cara" utiliza samples de sucessos do funk dos anos 2000 e 2010, criando uma faixa dançante e típica do funk carioca. Anitta traz uma música carregada de energia e ritmo, recorrendo a essência dos bailes funk.</p> <p>A principal estratégia dessa música é a ressignificação do termo "puta" (PSB). Conforme explicado pela própria artista na seção "Funk Generation" (figura 12). A artista transforma o sentido pejorativo do termo, tradicionalmente usado para ofender mulheres, em um sinônimo de empoderamento. Na música, "puta" passa a representar mulheres que são "donas de si", que possuem autonomia e confiança, alterando a conotação negativa para reforçar uma mensagem de força e independência feminina.</p> <p>Ao utilizar essa estratégia, Anitta não só conecta sua música com a cultura e os ritmos das favelas, mas também promove uma narrativa de empoderamento feminino, ressignificando termos e utilizando a música como um meio para desafiar e mudar percepções culturais.</p>
<p>Sabana</p>	<p>“Já é sensação” – Mc Andinho “Ela quer fuder” – Dj GAAB e Mc Jacaré “Piquezin dos Cria” – MR dos Fluxos</p>	<p>"Sabana" é a faixa do álbum que representa o estilo "MTG" ou "Funk de BH". A música se destaca pela utilização de uma linguagem de conotação sexual, um traço extremamente presente nesta vertente. Anitta utiliza uma estratégia assertiva ao incluir beats e samples de músicas reconhecidas no universo do funk, o que não só conecta os fãs de longa data, mas também atrai novos ouvintes.</p> <p>A faixa faz uma viagem temporal ao atravessar diferentes épocas do funk. Ela inclui elementos de "Já é Sensação", um sucesso dos anos 2000, o que exprime uma sensação de nostalgia e conexão com a tradição do funk brasileiro. Além disso, a música incorpora referências contemporâneas que viralizaram recentemente em plataformas de vídeos curtos (VI), demonstrando que a artista possui habilidade em manter sua música relevante e atual.</p> <p>Um aspecto importante em "Sabana" é que toda a música é cantada em espanhol. Esta</p>

		<p>escolha linguística não apenas expande o alcance de Anitta para o mercado hispânico, mas reforça sua identidade multicultural e internacional. Ao combinar elementos tradicionais do funk brasileiro com uma abordagem moderna e uma apresentação em espanhol, Anitta consegue criar uma faixa que é ao mesmo tempo familiar e inovadora.</p>
--	--	--

Fonte: Autora

Durante o álbum a artista ainda traz diversas faixas de outras vertentes do funk, como em “Ahí” e “Love In Common” que fazem alusão ao estilo Funk Melody incorporando batidas mais “pop” e letras romantizadas e em “Funk Rave”, como o próprio título sugere, são incluídas batidas da vertente Funk Rave. Dessa forma, Anitta enriquece sua produção sonora através das inserções de referências culturais do funk, tornando o produto extremamente estratégico desde sua introdução com um “funk raiz” do Rio de Janeiro, passando por vertentes mais atuais como o MTG e 150bpm, finalizando no estilo originário da cantora, o Funk Melody, o qual “MC Anita” iniciou sua carreira. Sendo assim, compreendemos que as escolhas na construção sonora do álbum são assertivas, pois possibilitam tanto o sentimento de nostalgia e pertencimento do público brasileiro quanto contextualiza e apresenta o ritmo aos públicos internacionais.

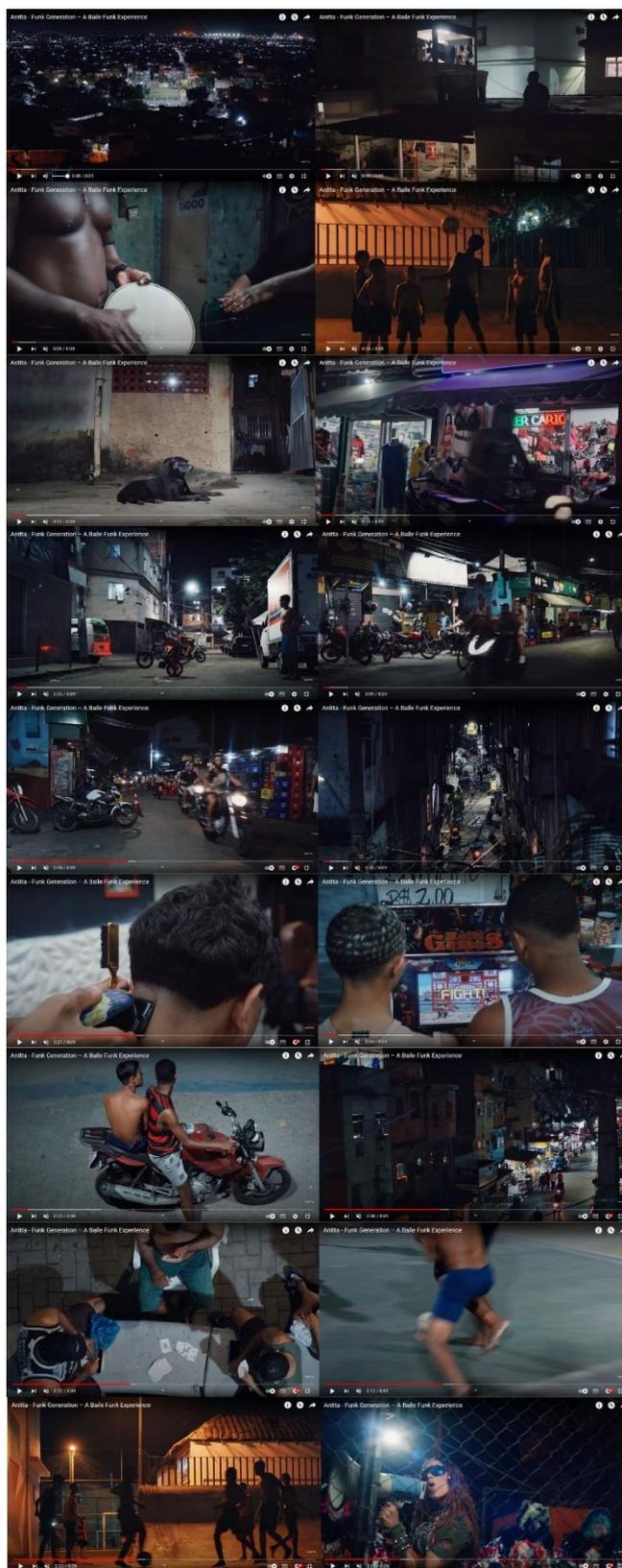
A segunda principal proposta comunicacional da artista foi a produção audiovisual “Funk Generation: A Baile Funk Experience”, que seguiu a linha estratégica de utilizar símbolos e signos das favelas cariocas e do funk brasileiro (quadro 11). O vídeo serviu como uma antecipação da primeira turnê internacional da artista que contava com 13 países em seu itinerário, entre as Américas do Sul e do Norte, além da Europa⁸¹.

⁸¹ Fonte: Billboard Brasil (2024).

Quadro 11 – Análise Simples (AS) do “Funk Generation: A Baile Funk Experience”.

Aspecto	Estratégias e Signos	Descrição e Análise
RFB	 <p data-bbox="509 1003 831 1032">fonte: reprodução/Youtube</p>	<p data-bbox="1038 432 1477 1104">Durante toda a experiência, Anitta inclui referências ao funk brasileiro. Além das canções (analisadas no quadro 10), um dos cenários da produção inclui as grades, que remetem aos bailes funk, além das danças típicas do movimento. Essa escolha de cenário e coreografia reforça a autenticidade e a conexão com a cultura dos bailes funk, proporcionando uma imersão visual e auditiva no ambiente característico das favelas cariocas. As grades não são apenas um elemento estético, mas também um símbolo da resistência e criatividade que florescem nesses espaços. Ao incluir essas referências, Anitta fortalece a identidade cultural do funk brasileiro e cria uma experiência que ressoa com seu público local e internacional.</p>

CF



fonte: reprodução/Youtube

Durante diversos momentos entre os takes de dança, Anitta insere captações de vivências das comunidades das favelas cariocas. Motocicletas, futebol, samba de rua e paisagens aparecem nas cenas, introduzindo o público no cenário da narrativa. Essas inserções não apenas enraízam a produção na realidade das favelas, mas também celebram e dão visibilidade ao cotidiano e à cultura dessas comunidades. Esses elementos, transportam o espectador para o coração das favelas cariocas, destacando suas tradições, vivências e a vibrante vida comunitária.

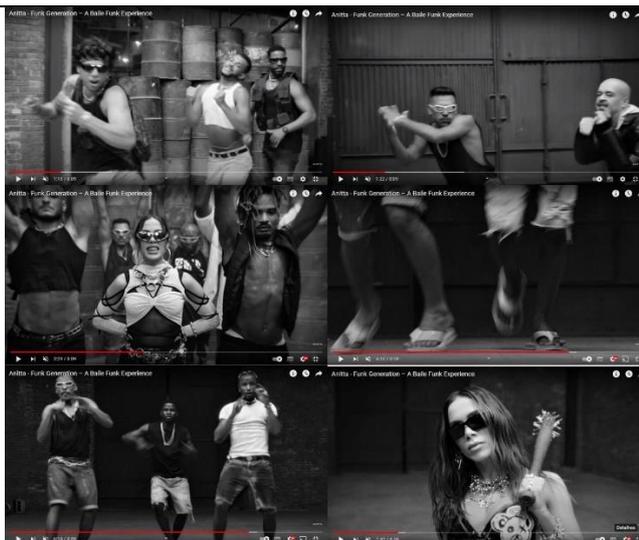
CF



fonte: reprodução/Youtube

Nesta produção, um novo símbolo é incorporado, fazendo referência a culturas das favelas cariocas, trazendo a autenticidade do espaço: os bate-bolas, considerados patrimônios imateriais dos subúrbios do Rio de Janeiro. De acordo com o portal RioOnWatch (2024), os bate-bola são cobertos da cabeça aos pés com fantasias vibrantes e máscaras que combinam a estética de palhaços com personagens de terror, os grupos de bate-bola, também conhecidos como Clóvis (uma evolução da palavra inglesa "clown", que significa palhaço), representam uma tradição única do carnaval carioca. Esta manifestação carnavalesca é típica dos subúrbios e áreas periféricas do Grande Rio.

BC



fonte: reprodução/Youtube

Durante a produção, os figurinos dos bailarinos e da própria cantora misturam elementos do Brasil Core com o estilo "FunkStar". Itens como óculos Juliet, correntes de prata e chinelos Kenner são usados para criar um visual autêntico e representativo da cultura funk brasileira. Essa combinação de estilos não apenas celebra a identidade visual associada ao funk, mas também reforça a conexão com as raízes culturais das favelas cariocas.

PSB



fonte: reprodução/Youtube

Cenas dos homens de camiseta no rosto e instrumentos na mão aparecem nessa produção também. Signo que faz referência aos traficantes das favelas do Rio de Janeiro onde é comum vê-los com o rosto coberto por camisetas. Essa representação não só traz autenticidade à narrativa visual, mas também faz uma referência direta às realidades vividas nas favelas, abordando um aspecto social crítico e complexo.

Fonte: Autora

Além das referências implementadas, Anitta intercala entre momentos de cenas em preto e branco e cenas coloridas. A escolha é estratégica: cada vez que aparecem cenas que introduzem o público na cultura do funk e das favelas através dos símbolos e signos, as cenas são coloridas, enfatizando o contexto e a narrativa

do álbum. Já quando a cantora aparece com seus dançarinos performando, as cenas tornam-se pretas e brancas. Essa alternância entre cores e preto e branco serve para diferenciar e destacar as opostas perspectivas da obra. As cenas coloridas dão enfoque para a vivacidade e a autenticidade da cultura das favelas, complementando com elementos visuais que simbolizam a riqueza cultural e a energia vibrante dos bailes funk. Essas possibilitam que os públicos adentrem na atmosfera das favelas cariocas, capturando a essência e a vitalidade da vida comunitária.

Em contrapartida, as cenas em preto e branco focam na performance da cantora e de seus dançarinos, criando contraste e conferindo um tom de sofisticação e artístico às coreografias. Esse recurso visual enfatiza a estratégia de tornar a performance única e universal, permitindo que a dança e a música sejam apreciadas de forma mais abstrata, sem as distrações das cores vivas. A combinação dessas técnicas enriquece a narrativa visual do álbum, além de dar enfoque a dualidade presente na "Era Funk Generation" de Anitta. Ela celebra suas raízes brasileiras e a cultura das favelas enquanto se posiciona como uma artista global, capaz de integrar e transformar suas influências locais em uma estética com potencial de exportação.

"Baile Funk Experience" torna-se, então, uma estratégia de venda e esgotamento do produto ofertado – nesse caso, a turnê do álbum Funk Generation – ou seja, considerando que os principais públicos de interesse da cantora são os internacionais, a artista reconhece o desconhecimento e falta de conexão desses públicos com a cultura do funk. Dessa maneira, ela entrega como solução uma "amostra" do que será essa "experiência de baile funk" a fim de gerar o desejo de consumo e, conseqüentemente, as vendas dos ingressos. Essa abordagem reforça e estabelece a identidade artística de Anitta no imaginário de seus públicos, além de posicionar o funk brasileiro como um produto internacional.

5.4 "SALIÓ A ROMPER FRONTERAS"⁸²: A CONSAGRAÇÃO DO FUNK COMO PRODUTO DE EXPORTAÇÃO

Após identificarmos a recorrência de implementações dos símbolos e signos que remetem à cultura do funk e das favelas cariocas nas estratégias comunicacionais do álbum de Anitta, torna-se fundamental vislumbrarmos os desdobramentos e desempenho da obra em nível internacional. Para isso, utilizamos duas formas de

⁸² Trecho retirado da música "Machika" de J Balvin, Jeon e Anitta, lançada em 2018. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=liczsmUSMA4>

análise, a primeira com um viés qualitativo, a qual selecionamos três avaliações do álbum de portais influentes e de grande relevância na indústria da música: Grammy, Associated Press e Billboard⁸³. Já a segunda, um olhar mais quantitativo quanto ao desempenho do álbum na principal plataforma de música do mundo, o Spotify⁸⁴.

O lançamento do álbum de funk de Anitta focado no mercado internacional recebeu uma série de avaliações críticas – tanto nacionais, quanto estrangeiras – que ponderaram desde sua inovação e autenticidade até o seu impacto cultural. No quadro 12, exploramos as três principais avaliações fornecidas por portais de comunicação, destacando os principais insights e observações de cada uma. Ao examinarmos essas avaliações em conjunto, podemos compreender, de maneira abrangente, como o Funk Generation impactou, ou não, o cenário musical global.

Quadro 12 – Insights e observações das avaliações dos portais escolhidos para a análise.

Portal	Resumo da avaliação
<p style="text-align: center;">Grammy</p>	<p>Em sua resenha, o Grammy evidencia a trajetória de Anitta a partir de seu sucesso no Brasil e na América Latina, chegando em sua ascensão à “estrela global”. A avaliação destaca o Funk Generation como um marco importante na carreira da cantora enfatizando o propósito da artista em levar o funk brasileiro para o mundo. Além disso, a resenha ressalta a diversidade linguística e cultural do álbum e suas colaborações com artistas internacionais</p> <p>Elogios: “<i>Funk Generation</i> é um álbum onde Anitta brilha amplamente solo. Ela não apenas coloca os holofotes no gênero brasileiro com este LP, mas o leva a novos lugares.”; “O futuro do baile funk parece brilhante nas mãos de Anitta.”</p> <p>Crítica: O álbum pode parecer estranho aos ouvintes que não estão familiarizados com o funk carioca.</p>
<p style="text-align: center;">Associated Press</p>	<p>A Associated Press elogia a artista por sua autenticidade e compromisso em representar e celebrar as suas raízes brasileiras através do funk. Ressalta o álbum como uma experiência de “pista de dança autêntica” ao mesmo passo que não compromete as origens do gênero. Destaca a diversidade das vertentes presentes e elogia como Anitta introduziu elementos mainstream no funk e não tentou adaptar o funk ao mainstream.</p> <p>Elogio: “Esse é o funk da Anitta, uma combinação de sons globais que lembra a todos que o Brasil sabe fazer festa. Todos os outros seriam sábios em ouvir.”</p>

⁸³ Estes foram selecionados a partir de pesquisas que comprovam sua influência e relevância na indústria musical.

⁸⁴ De acordo com uma Pesquisa realizada pela MIDiA Research em 2021.

	<p>Crítica: O álbum pode não ter apelo suficiente para o público pop mainstream que prefere tendências populares.</p>
Billboard	<p>A resenha da Billboard destaca a estratégia da cantora de globalização do funk brasileiro através da apresentação do ritmo a um público internacional enquanto mantém a essência do gênero. Enfatiza a variedade de colaboração e a energia contagiante das faixas. A Billboard ainda elogia Anitta por sua capacidade de quebrar barreiras musicais e culturais, reafirmando a posição da artista como uma das principais artistas pop globais do Brasil.</p> <p>Elogio: “Ninguém faz funk como a Anitta. Cantando em espanhol, português e inglês, a superestrela trilíngue redobra seus esforços para globalizar o funk brasileiro com Funk Generation”</p> <p>Crítica: A variedade de gêneros musicais pode parecer desconexa para alguns ouvintes.</p>

Fonte: Autora

Para uma visualização mais tangível dos temas e insights dessas análises, apresentamos uma nuvem de palavras (figura 15) destacando as palavras-chave e os conceitos mais proeminentes em conjunto.

Figura 15 – Nuvem de palavras a partir das três avaliações selecionadas.



Fonte: Autora

As avaliações ressaltam a importância do Funk Generation como uma autêntica celebração do funk carioca e suas raízes. A artista recebe elogios pela

posição de destaque em que coloca o gênero, enfatizando sua energia e cultura única. Ademais, as resenhas afirmam que a cantora não se limitou somente ao tradicional como também incorporou novas sonoridades, expandindo os horizontes do funk, apresentando-o para o público global e assumindo-o como um produto de exportação com alta relevância cultural. De acordo, portanto, com as três avaliações analisadas, o álbum é pioneiro na narrativa internacional da cultura das favelas cariocas e teve um impacto significativo no cenário musical, consolidando Anitta como uma artista influente e promovendo o funk brasileiro em escala internacional. No entanto, as resenhas também mencionam que, justamente por ser algo totalmente novo e de natureza experimental no mercado, as faixas podem acabar por ficar de fora do *mainstream* ou das rádios populares.

A fim de complementarmos a análise qualitativa, avaliamos o panorama geral do desempenho comercial do álbum no Spotify, e assim conseguimos vislumbrar a relevância, impacto e receptividade internacional da obra. Já em seu primeiro dia, o álbum figurou no top 2 do “Albums Debut Global” do Spotify (figura 16), ficando atrás somente do álbum *A New Star* (1993) do rapper espanhol Rels B. A obra garantiu as paradas semanais de diversos países, incluindo Brasil, Irlanda, Panamá e Suíça, além de ficar com a 25ª posição de álbum mais ouvido no *ranking* global do Spotify, tornando-se a discografia mais bem sucedida da cantora, ultrapassando “*Versions Of Me*”.

Figura 16 – Top Albums Debut Global.



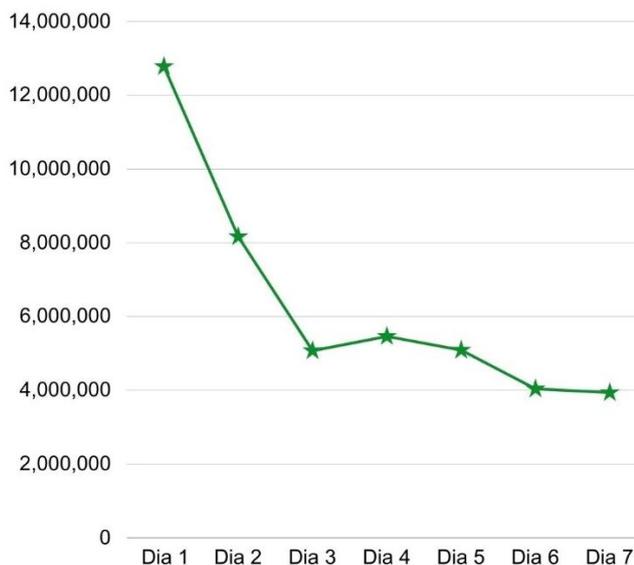
Fonte: Reprodução/Spotify

Em âmbito nacional, todas as músicas do álbum figuraram no Top 50 da parada brasileira, após esse feito, Anitta desabafou em uma publicação em seu Instagram:

Se vocês soubessem todas as vezes que eu dei de cara numa porta fechada quando tentei trazer o funk comigo. As vezes nem porta tinha, para falar a verdade. Foram muitas brigas compradas, foi muito sapo para engolir, muita gente pra peitar. Pedir respeito ao ritmo considerado a escória do país se tornou minha sina. 14 anos atrás. [...] Meu álbum tem tudo para ser sucesso no mundo daqui em diante, ele também tem tudo para ser um fracasso pelo tamanho risco que eu me disponibilizei a correr, e isso me excita.

No que diz respeito a desempenho de “plays” em sua primeira semana de estreia, o álbum obteve em torno de 44 milhões de streams, iniciando com mais de 12 milhões e decrescendo gradativamente conforme os dias foram passando (como demonstrado na figura 17).

Figura 17 – Gráfico ilustrativo do desempenho da primeira semana do Funk Generation.



Fonte: Autora com base em dados disponibilizados diariamente pelo Spotify.

Observamos que nos dias que tiveram a intervenção de uma estratégia comunicacional, a tendência de declínio se manteve, não surtindo efeitos significativos no desempenho comercial do álbum em si, embora as ações estratégicas de comunicação – A Baile Funk Experience (lançado no sétimo dia) e clipe do single Grip (lançado no mesmo dia do álbum) – acumulem mais de 8 milhões de visualizações no Youtube⁸⁵).

Ou seja, apesar do sucesso inicial nas paradas de álbuns, nenhuma faixa da discografia figurou no top #200 do *Spotify* Global, certificando que as críticas analisadas no quadro 12 mostraram-se verdadeiras e a hipótese da cantora em relação ao lançamento ser um risco a se correr estavam corretas. Isso ressalta que, embora "Funk Generation" tenha recebido aclamação crítica por sua inovação e celebração cultural, a obra ainda enfrenta desafios para conquistar o público *mainstream* global.

⁸⁵ Números conferidos no dia 20 de junho de 2024.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A partir das análises feitas neste estudo, reconhecemos o significativo papel de Anitta na ascensão do funk como produto de exportação brasileiro. Através de três momentos – pré-lançamento, lançamento e pós-lançamento do álbum Funk Generation – a cantora emprega diversas estratégias comunicacionais, com o objetivo de construir uma base de aceitação internacional de um ritmo difamado e desprezado pelo seu próprio país de origem, elevando-o a uma nova posição de reconhecimento global ao empregar elementos simbólicos em suas estratégias de comunicação, tais como:

- **Brazil Core:** Atribuindo estética, linguagem e símbolos associados às favelas cariocas, proporcionando uma representação autêntica desses espaços.
- **Valorização de Símbolos Nacionais:** Destacando a identidade própria das culturas marginalizadas do Brasil, promovendo uma imagem mais positiva e diversa do país.
- **Exaltação da Cultura das Favelas:** Representando as favelas além dos estereótipos e preconceitos, revelando suas riquezas culturais e complexidades de dentro para fora.
- **Referências ao Funk Brasileiro:** Apresentando o funk como uma verdadeira expressão de identidade coletiva, reforçando suas raízes e importância cultural.
- **Aplicação de Virais da Internet:** Utilizando memes, músicas e outras tendências virais para criar uma conexão com o público ao passo que se mantém relevante na indústria fonográfica.
- **Enfatização de Pautas Sociais Brasileiras:** Destacando questões sociais relevantes, indo além do puro entretenimento e utilizando sua relevância para promover pautas e diálogos em relação a problemas emergentes.

Essas estratégias de comunicação, evidenciam o funk como uma forma de expressão coletiva, legítima e real, das comunidades periféricas, além de espaço de ascensão social e realização de sonhos. Ao utilizar referências, símbolos e signos da cultura do funk e das periferias cariocas, Anitta promove e enfatiza suas raízes, mantendo uma postura autêntica e engajada que fortifica sua imagem e reputação de artista global. Esse posicionamento, mostra-se efetivo em integrar e transformar suas

influências e vivências locais em um produto de exportação que destaca a riqueza cultural dos espaços marginalizados do Brasil no cenário mundial.

Os símbolos e signos utilizados pela cantora são empregados de forma estratégica em sua comunicação. Anitta introduz os públicos internacionais, os contextualizando e educando a fim de sensibilizá-los para compreender as referências acionadas na construção audiovisual do álbum, enquanto conecta-se através dos sentimentos de nostalgia e pertencimento com os públicos brasileiros. Elementos visuais, linguagem e gírias próprias das periferias, danças típicas e referências ao funk brasileiro e a própria história da artista no movimento perpassam toda a obra. Esses elementos são cuidadosamente integrados em suas estratégias, fomentando uma narrativa coesa e original que atinge tanto o público brasileiro quanto o internacional.

Dessa forma, concluímos que a obra auxilia na promoção e na valorização da cultura periférica carioca, contribuindo para a sua inserção no cenário global. Ao recorrer a símbolos e signos da cultura das favelas, a cantora altera a narrativa negativa frequentemente associada a esses espaços, dando voz à periferia, apresentando sua riqueza cultural, pluralidade e papel fundamental na construção da identidade brasileira. Acreditamos que essas estratégias também contribuem para amplificar a voz dos indivíduos marginalizados e na visibilidade mais positiva das favelas cariocas.

Ressaltamos o papel essencial da comunicação através dos símbolos culturais na ascensão e inclusão social de grupos marginalizados. Ao dar visibilidade e enaltecer as expressões culturais das favelas, Anitta visibiliza a diversidade cultural, enquanto auxilia na criação de oportunidades para o desenvolvimento socioeconômico das periferias, fomentando o funk como uma legítima cadeia produtiva que alimenta diretamente a cena musical e alavancando a economia criativa brasileira. Essa valorização contribui para o fortalecimento das identidades desses indivíduos marginalizados, além de emponderá-los através da geração de novas perspectivas de futuro. Dessa maneira, a artista emerge como um sujeito cultural poderoso, assumindo um papel ativo e transformador, quase como uma organização cultural que apresenta a faceta estigmatizada do Brasil para o mundo, iniciando um processo de alteração da “pobreza de voz” para um conceito mais positivo de “voz viva e ativa”.

Entretanto, no que tange ao alcance do álbum a públicos mais amplos, percebemos que a obra não conseguiu atingir plenamente o *mainstream*, revelando

uma dificuldade na disseminação da narrativa para audiências diversas, o que acaba restringindo seu impacto e visibilidade. Além disso, embora o público internacional alcançado não tenha sido numericamente expressivo, pode haver um interesse crescente pela cultura marginalizada, com repercussões tanto positivas quanto negativas. Por um lado, os públicos internacionais podem começar a perceber, se interessar e respeitar as culturas brasileiras marginalizadas, o que pode reverberar também no público nacional elitizado. Por outro lado, há a possibilidade do aumento no turismo real, que, até então, não proporciona benefícios evidentes para os moradores locais. Além de questões como a apropriação cultural que também podem emergir, provocando e promovendo debates sobre a autenticidade e o respeito pelas tradições e vivências dessas comunidades.

Sob nossa perspectiva, o Funk Generation é um elemento chave para novos caminhos de discussão, abrindo espaço para outras abordagens e pesquisas sobre a exportação de produtos culturais, a valorização da diversidade e os desafios das representações de culturas marginalizadas. Embora o estudo apresente um panorama sólido com base em evidências midiáticas e simbólicas, reconhecemos a necessidade de pesquisas adicionais que complementem a visão desta monografia e explorem a fundo a percepção dos públicos internacionais.

Sugerimos abordagens metodológicas diversificadas, como entrevistas em profundidade, questionários estruturados, grupos focais, entre outras abordagens, que permitam análises mais abrangentes em relação a efetividade das estratégias de Anitta e no alcance de seus objetivos, para assim compreendermos as diferentes interpretações e valorizações dos elementos culturais presentes no álbum por parte desses públicos. É crucial considerar os desdobramentos e consequências sociais e culturais da representação das favelas e da cultura periférica em um contexto global.

O álbum "Funk Generation" é, portanto, uma manifestação da luta contra a demonização das favelas e seus indivíduos e na valorização da cultura periférica e do funk brasileiro. Através de estratégias comunicacionais originais – trazendo uma perspectiva de quem vivenciou essa realidade –, a artista promove um tributo às suas raízes, fomentando a inclusão social, enaltecendo a diversidade cultural e contribuindo para a construção de uma narrativa mais positiva das favelas no cenário global. As pesquisas futuras, com metodologias variadas e foco nos efeitos e impactos sociais e culturais, permitirão um aprofundamento ainda maior da compreensão da influência da obra e do papel de Anitta como agente de transformação social e cultural.

Esperamos que esta monografia sirva como base inicial para futuros estudos sobre o impacto de estratégias comunicacionais através da semiologia da cultura (Cordeiro, Araujo e Campos, 2018; Ramos, 2006), do acionamento do imaginário (Silva, 2017) e, na compreensão e entendimento global acerca das culturas marginalizadas. A análise das estratégias comunicacionais desenvolvidas por Anitta poderá motivar outros artistas a promoverem suas culturas de diversas e diferentes formas.

Além disso, este trabalho destaca e reitera a importância de uma abordagem crítica e reflexiva na utilização de símbolos culturais, garantindo que a representação seja atenciosa e digna, de forma que favoreça e contribua verdadeiramente para a melhoria de vida dos indivíduos e no imaginário da sociedade sobre as comunidades envolvidas. É nossa intenção dar continuidade à pesquisa, quem sabe no Mestrado, recorrendo a outras (re)leituras possíveis contemplando a apropriação cultural, autenticidade e imaginário em relação ao funk como produto cultural em um país tão diverso e controverso.

REFERÊNCIAS

- A, FONSECA. **Anitta rebate post de gravadora, expõe e-mail a CEO e aconselha novos artistas.** Hugo Gloss, UOL. 2023. Disponível em: <<https://hugogloss.uol.com.br/musica/anitta-rebate-post-de-gravadora-expoe-e-mail-a-ceo-e-aconselha-novos-artistas/>>. Acesso em: 7 mai. 2024.
- ABREU, Mauricio de **A. Evolução Urbana No Rio de Janeiro.** 1997. Print. Disponível em: <https://fliphtml5.com/bmyse/cyib/%281998%29_ABREU%2C_Maur%C3%ADcio._Evolu%C3%A7%C3%A3o_urbana_do_Rio_de_Janeiro./40/>. Acesso em: 16 mar. 2024
- ALMEIDA, E. **Favelacore.** Disponível em: <<https://piaui.folha.uol.com.br/materia/favelacore/>>. Acesso em: 20 abr. 2024.
- Amâncio, T. **Como Anitta pode ter no Grammy a prova de fogo para sua carreira internacional.** Folha de S. Paulo. 2022. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/2023/02/como-anitta-pode-ter-no-grammy-a-prova-de-fogo-para-sua-carreira-internacional.shtml>>. Acesso em: 7 mai. 2024.
- Amaral, F. (2020). **Luta e voz nas favelas: representatividade, estereótipo, identidade e democracia às margens da cidade.** CSOnline - REVISTA ELETRÔNICA DE CIÊNCIAS SOCIAIS, (30). Disponível em: <https://doi.org/10.34019/1981-2140.2019.27748>. Acesso em: 18 abr. 2024.
- Anitta on touring, love of film, “Aceita” controversy | AP interview.** YouTube, 24 maio 2024. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=eSYk6GltBi0>>. Acesso em: 28 maio. 2024
- ANITTA. **“O que tem de errado com o funk? Nada!”** Revista Época, Editora O Globo. 2021. Disponível em: <<https://oglobo.globo.com/epoca/cultura/anitta-que-tem-de-errado-com-funk-nada-24931958#:~:text=Ent%C3%A3o%2C%20o%20que%20tem%20de,Eu%20te%20respondo%3A%20nada.etext=Lamentavelmente%2C%20existe%20uma%20mistura%20de,n%C3%A3o%20mere%C3%A7a%20destaque%20ou%20valor.>>. Acesso em: 2 mai. 2024.
- ANITTA VEVO. **Anitta - Funk Rave (Official Music Video).** YouTube, 23 jun. 2023. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=SmpNmsuNA2E>>. Acesso em: 18 maio. 2024
- Astuto, B. **“Ora sou a Anitta artista, ora a Larissa empresária”, diz cantora.** Época. 2015. Disponível em: <<https://epoca.globo.com/colunas-e-blogs/bruno-astuto/noticia/2015/10/ora-sou-anitta-artista-ora-larissa-empresaria-diz-cantora.html>>. Acesso em: 6 mai. 2024.
- ATLETIS. **Maiores eventos esportivos do mundo: conheça os principais!** 2022. Disponível em: <<https://www.atletis.com.br/maiores-eventos-esportivos-mundo>>. Acesso em: 17 maio. 2024.
- Bachega, D. **Anitta assina com a Republic Records, gravadora de Taylor Swift e Drake, diz revista.** Folha de S. Paulo. 2023. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/2023/04/anitta-assina-com-a-republic-records-gravadora-de-taylor-swift-e-drake-diz-revista.shtml>>. Acesso em: 7 mai. 2024.
- BAGNO, Marcos; GAGNÉ, Gilles; STUBBS, Michael. **Língua materna: letramento, variação e ensino.** São Paulo: Parábola, 2002.
- Baiense, Carla. **Jornalismo e senso comum: o lugar da favela na cidade maravilhosa.** 2007. Disponível em: <https://www.encontro2012.historiaoral.org.br/resources/anais/3/1340398677_ARQUIVO_Jornalismoe_sensocomum.pdf>. Acesso em: 21 mar. 2024.
- Barbosa, Jorge Luiz. **“A Favela na cena da cultura urbana do Rio de Janeiro.”** Rio de Janeiro: Espaço e cultura. UERJ N.36, p. 217-234, jul.-dez. 2014.
- Barros, J. **Cinco motivos que levam Anitta a ser uma das cantoras mais populares do Brasil.** GZH. 2016. Disponível em: <<https://gauchazh.clicrbs.com.br/cultura-e-lazer/noticia/2016/11/cinco->

motivos-que-levam-anitta-a-ser-uma-das-cantoras-mais-populares-do-brasil-8151114.html>. Acesso em: 6 mai. 2024.

BBC NEWS. **Projeto de lei de criminalização do funk repete história do samba, da capoeira e do rap**. Disponível em: <<https://g1.globo.com/musica/noticia/projeto-de-lei-de-criminalizacao-do-funk-repete-historia-do-samba-da-capoeira-e-do-rap.ghtml>>. Acesso em: 8 out. 2023.

Beschizza, C. B. C. L. **Uma introdução ao funk carioca: trajetória inicial e um guia bibliográfico para futuras pesquisas**. Minas Gerais, 2014. Disponível em: <file:///C:/Users/HP/Downloads/admin,+Christhian+Barcelos+Carvalho+Lima+Beschizza.pdf>. Acesso em: 24 abr. 2024.

Billboard Brasil. **“Baile Funk Experience”: Anitta anuncia turnê mundial; veja datas e locais**. Disponível em: <<https://billboard.com.br/baile-funk-experience-anitta-anuncia-turne-mundial-veja-datas-e-locais/>>. Acesso em: 19 jun. 2024.

Borges Luna, Sarah; Godoy, Karla Estelita. **A estética turística e cinematográfica da favela: suportes de uma autenticidade construída**. Caderno Virtual de Turismo, vol. 12, núm. 2, agosto, 2012, pp. 239-252. Universidade Federal do Rio de Janeiro Rio de Janeiro, Brasil. Disponível em: <<https://www.redalyc.org/pdf/1154/115423641010.pdf>>. Acesso em: 23 mar. 2024.

CALLE, L. **New Music Latin Songs: Anitta, Marc Anthony & More**. Disponível em: <<https://www.billboard.com/music/latin/best-new-latin-songs-anitta-marc-anthony-1235667794/>>. Acesso em: 19 jun. 2024.

Campos, V. **Francês fotografa o funk de favela carioca há 15 anos: “O que está em jogo vai muito além da música, da festa”**. CQ Brasil – Globo. Disponível em: <<https://gq.globo.com/Cultura/Musica/noticia/2020/02/frances-fotografa-o-funk-de-favela-carioca-ha-15-anos.html>>. Acesso em: 28 maio. 2024.

Cano, Ignacio 2008 **“Seis por meia dúzia? Um estudo exploratório do fenômeno das chamadas milícias no Rio de Janeiro”** Segurança, tráfico e milícias, relatório da Justiça Global.

Carmo, R. e Monarcha, H. **O Checkmate de Anitta: As estratégias de marketing usadas na sua ascensão mundial**. 2019. Puçá: Revista de Comunicação e Cultura na Amazônia. Disponível em: <https://estacio.periodicoscientificos.com.br/index.php/puca/article/view/2793/2307>. Acesso em: 07 mai. 2024.

Carrilho, K; Markus, K. **Narrativas na construção de marcas: storytelling e a comunicação de marketing**. Organicom, São Paulo, Brasil, v. 11, n. 20, p. 128–136, 2014. DOI: 10.11606/issn.2238-2593.organicom.2014.139224. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/organicom/article/view/139224>.. Acesso em: 28 maio. 2024.

Caruso, Tiago de Brito. **Assaltantes, traficantes e milícias: teoria e evidência das favelas do Rio de Janeiro**. Rio de Janeiro, PUC-Rio, 2010.

Castro, L. **Anitta faz performance PERFEITA cheia de funk e leva público dos EUA à loucura com “Movimento da Sanfoninha” no Amazon Music Live; assista**. Hugo Gloss, UOL. 2022. Disponível em: <<https://hugogloss.uol.com.br/musica/anitta-faz-performance-perfeita-cheia-de-funk-e-leva-publico-dos-eua-a-loucura-com-movimento-da-sanfoninha-no-amazon-music-live-assista/>>. Acesso em: 7 mai. 2024.

CENTRAL ANITTA. **Anitta na Brazil Conference at Harvard e MIT**. YouTube, 7 abr. 2018. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=viZBHscEHg>>. Acesso em: 27 abr. 2024

CORDEIRO, Rafaela Q F.; CAMPOS, Cláudia R P.; ARAÚJO, André C S. **Semiótica**. Grupo A, 2018. E-book. ISBN 9788595024618. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788595024618/>. Acesso em: 08 mai. 2024.

Costa, Darlan dos Santos. **Administração de carreira musical: Análise e construção da carreira da cantora "Anitta"**. São Luís, 2019. Disponível em:

<<https://rosario.ufma.br/jspui/bitstream/123456789/5527/1/DARLAN%20DOS%20SANTOS%20COSTA.pdf>>. Acesso em: 6 mai. 2024.

Cymrot, Danilo. **O funk na batida: Baile, rua e parlamento**. São Paulo, 2022.

Dias, Léo. **Furacão Anitta**. Editora Agir, 2019.

Dias, Léo. **Furacão Anitta**. Editora Agir, 2019.

Diferença Entre Feed E Stories Instagram: Qual Usar? 2020. Eficaz Blog. Disponível em: <<https://eficazmarketing.com/blog/diferenca-entre-feed-e-stories-instagram-qual-devo-usar/>>. Acesso em: 19 maio. 2024.

Do Valle, E. **Com baile no Coachella 2022, Anitta cumpre promessa de levar funk para o mundo**. Rolling Stone Brasil. 2022. Disponível em: <<https://rollingstone.uol.com.br/musica/coachella-anitta-acerta-ao-levar-versoes-de-si-palco-do-festival/>>. Acesso em: 7 mai. 2024.

Felício, J., e Vinicius, K. **Vozes da quebrada: a favela como patrimônio cultural. O papel da cultura nos processos de resgate da identidade negra periférica e suas ancestralidades**. 2023. Disponível em: <<https://www.ufmg.br/espacodoconhecimento/vozes-da-quebrada-a-favela-como-patrimonio-cultural/>>. Acesso em: 29 mar. 2024.

Ferreira, M. **Álbum “Kisses” é o beijo narcisista de Anitta no mercado gringo**. G1. 2019. Disponível em: <<https://g1.globo.com/pop-arte/musica/blog/mauro-ferreira/post/2019/04/05/album-kisses-e-o-beijo-narcisista-de-anitta-no-mercado-gringo.ghtml>>. Acesso em: 7 mai. 2024.

Ferreira, M. **Anitta soa sem identidade no álbum “Versions of me”**. G1. 2022. Disponível em: <<https://g1.globo.com/pop-arte/musica/blog/mauro-ferreira/post/2022/04/12/anitta-soa-sem-identidade-no-album-versions-of-me.ghtml>>. Acesso em: 7 mai. 2024.

FILARDI, I. **Brazilcore: estilo que sempre foi marca da periferia vira tendência de moda na Copa**. Disponível em: <<https://www.cnnbrasil.com.br/lifestyle/brazilcore-estilo-que-sempre-foi-marca-na-periferia-vira-tendencia-de-moda-na-copa/>>. Acesso em: 20 abr. 2024.

FORTE, B. et al. **Exportação da Cultura Brasileira e o Caso da Novela “O Clone”**. In: INTERCOM – SOCIEDADE BRASILEIRA DE ESTUDOS INTERDISCIPLINARES DA COMUNICAÇÃO. XIV Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste. 2012. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/regionais/nordeste2012/resumos/R32-1570-1.pdf>>. Acesso em: 2 mai. 2024.

Freire-Medeiros, Bianca. A construção da favela carioca como destino turístico. Rio de Janeiro: CPDOC, 2006. Disponível em: <https://repositorio.fgv.br/server/api/core/bitstreams/cda53777-4c41-462d-87ca-1133ff467e53/content>. Acesso em: 23 mar. 2024.

Freire-Medeiros, Bianca. **A FAVELA QUE SE VÊ E QUE SE VENDE: Reflexões e polêmicas em torno de um destino turístico**. Rio de Janeiro, 2007. Disponível em: <<https://www.scielo.br/j/rbcsoc/a/CN48WqwT3pmRD5XhtYGD7Lf/?format=pdfelang=pt>> Acesso em: 29 mar. 2024.

Freire-Medeiros, Bianca. **Entre tapas e beijos: A favela turística na perspectiva de seus moradores**. Rio de Janeiro, 2010. Disponível em: <https://www.researchgate.net/publication/250048959_Entre_tapas_e_beijos_A_favela_turistica_na_perspectiva_de_seus_moradores>. Acesso em: 29 mar. 2024.

Freire-Medeiros, Bianca. **Gringo na laje: produção, circulação e consumo da favela turística**. Rio de Janeiro, Editora FGV, 2009.

- Ghow. **Anitta divulga capa do próximo álbum “Bang”**. 2015. Disponível em: <<https://gshow.globo.com/Musica/noticia/2015/10/anitta-divulga-capa-do-proximo-album-bang.html>>. Acesso em: 6 mai. 2024.
- GIL, A. C. Como elaborar projetos de pesquisa. São Paulo: Atlas, 2007.
- GIL, A. C. Como elaborar projetos de pesquisa. São Paulo: Atlas, 2009.
- GIL, A. C. Como elaborar projetos de pesquisa. São Paulo: Editora Atlas, 2002
- GIL, Antônio Carlos. **Como Elaborar Projetos de Pesquisa**. São Paulo: Atlas, 2002.
- GIL, Antonio Carlos. **Métodos e Técnicas de Pesquisa Social**. 6ª ed. São Paulo: Editora Atlas S.A., 2008.
- Gomes, C. **Anitta quebra novo recorde e “Versions of Me” se torna a maior estreia brasileira do Spotify**. Cinebuzz, UOL. 2022. Disponível em: <<https://cinebuzz.uol.com.br/noticias/musica/anitta-quebra-novo-recorde-e-versions-of-me-se-torna-maior-estrela-brasileira-do-spotify.phtml>>. Acesso em: 7 mai. 2024.
- GRAMMY. **Enter Anitta’s Brazilian “Funk Generation”: 5 Takeaways From Her New Album**. Disponível em: <<https://www.grammy.com/news/anitta-funk-generation-new-album-interview-review>>. Acesso em: 20 jun. 2024.
- Graziano, G., Giuliani, A., e Pizzinatto, N. **Marketing de convergência: estudo de casos em empresas varejistas.com**. 2008. Revista de Ciências Gerenciais, 12(14). Faculdade Annonquera de Santa Barbara; Universidade Metodista de Praticaba; Universidade Novo de Juro. Disponível em: https://www.academia.edu/102813792/Marketing_de_converg%C3%Aancia_estudo_de_casos_em_empresas_varejistas_com?auto=download. Acesso em: 7 de mai. 2024.
- Hermoso, S. **Anitta entra para o “Guinness Book” com a música “Envolver”**. Estadão. Disponível em: <https://www.estadao.com.br/emails/gente/anitta-entra-para-o-guinness-book-com-a-musica-envolver/>. Acesso em: 8 mai. 2024.
- HERSCHMANN, Micael. **O funk e o hip hop invadem a cena**. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2000.
- HOPE. **Calcinha à mostra é a tendência de moda do momento. Confira!** 2022. Disponível em: <<https://www.hopelingerie.com.br/blog/post/calcinha-a-mostra-e-a-tendencia-de-moda-do-momento-confira>>. Acesso em: 19 maio. 2024.
- Italiano, A. **Kamilla Fialho - A empresária das carreiras de sucesso do Brasil**. Vam Magazine. Disponível em: <<https://www.vamagazine.com.br/post/kamilla-fialho-a-empresaria-das-carreiras-de-sucesso-do-brasil-capa-vam>>. Acesso em: 6 mai. 2024.
- JORGE, Rogério Ribeiro. **Território, identidade e desenvolvimento: uma outra leitura dos arranjos produtivos locais de serviços no rural**. São Paulo, 2009. Disponível em: <https://teses.usp.br/teses/disponiveis/8/8136/tde-04022010-140724/pt-br.php>. Acesso em: 21 abr. 2024.
- JULIO SANTOS FILHO. **Arte, Resistência e Luta Ancestral no Carnaval, Parte 1: A Tradição Suburbana do Bate-Bola ou Clóvis, Patrimônio Imaterial do Rio de Janeiro** - RioOnWatch. Disponível em: <<https://rioonwatch.org.br/?p=72349>>. Acesso em: 19 jun. 2024.
- Julio, K. **Funk tipo exportação? O mercado está de olho no ritmo**. Rio2C. Meio e Mensagem. 2018. Disponível em: <<https://rio2c.meioemensagem.com.br/noticias2018/2018/04/06/funk-tipo-exportacao-por-que-o-mercado-esta-de-olho-no-ritmo/>>. Acesso em: 2 mai. 2024.
- Letta, Renan. **A quem interessa um jornalismo sanguíneo? - Maré de Notícias Online | Portal de notícias da Maré, 2023**. Disponível em: <<https://mareonline.com.br/a-quem-interessa-um-jornalismo-sanguinario/>>. Acesso em: 21 mar. 2024.

LEWER, L. **Anitta transforma Rock in Rio Lisboa em puxadinho do Brasil na Europa em show**. Folha de S. Paulo. 2022. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/2022/06/anitta-transforma-rock-in-rio-lisboa-em-puxadinho-do-brasil-na-europa.shtml#:~:text=O%20repert%C3%B3rio%2C%20claro%2C%20tamb%C3%A9m%20serviu,funk%2C%20base%20musical%20de%20Anitta.>>. Acesso em: 7 mai. 2024.

LISBOA, A. **Os apps de música por streaming mais usados no mundo**. Disponível em: <<https://canaltech.com.br/apps/os-apps-de-musica-por-streaming-mais-usados-no-mundo-207147/>>. Acesso em: 19 jun. 2024.

Lopes, Adriana de Carvalho. **Funk-se quem quiser: No batidão negro da cidade carioca**. Rio de Janeiro, 2011.

Machado, G. **De Honório para o Mundo: Uma análise das estratégias de sucesso da artista Anitta**. 2022. Santa Maria, RS. Disponível em: <https://repositorio.ufsm.br/bitstream/handle/1/24829/Trabalho%20de%20conclus%C3%A3o%20de%20curso%20-%20Gabriela%20Machado.pdf?sequence=1&isAllowed=y>. Acesso em: 07 mai. 2024.

Machado, Gisele Cardoso de Almeida. **"A difusão do pensamento higienista na cidade do Rio de Janeiro e suas consequências espaciais"**. In: Anais do XXVI Simpósio Nacional de História – ANPUH. São Paulo, 2011. Disponível em <https://www.snh2011.anpuh.org/resources/anais/14/1308340710_ARQUIVO_GiseleCardosodeAlmeidaMachado-ANPUH.pdf>. Acesso em: 16 mar. 2024.

MACHADO, I. **A comunicação de sínteses em perspectiva semiótico-evolutiva: modelização de linguagens, de formato, do signo informativo, de temporalidades**. Revista Fronteiras, estudos midiáticos. v. 12, n. 2, p. 95-104, maio / ago. 2010.

MACHADO, I. **Escola de Semiótica: a experiência de Tártu - Moscou para o estudo da cultura**. São Paulo: Ateliê Editorial, 2003. 189p.

MANCEBO, Deise. **Globalização, Cultura e Subjetividade: Discussão a Partir dos Meios de Comunicação de Massa**. Psicologia: Teoria e Pesquisa, v. 18, n. 3, p. 289-295, 2002. Disponível em: <<https://www.scielo.br/j/ptp/a/chvYdvNnDSRscmXv7pJ9VjN/?format=pdf&lang=pt>>. Acesso em 9 out. 2023

Mattos, Romulo Costa; 2004 **"A aldeia do mal: o Morro da Favela e a construção social das favelas durante a Primeira República"** Tese de Mestrado em história, Universidade Federal Fluminense, UFF, Brasil.

MEIRELLES, Renato; ATHAYDE, Celso. *Um país chamado favela: a maior pesquisa já feita sobre a favela brasileira*. São Paulo: Gente, 2014.

Mello, K. **Repercussão de foto de jovens músicos em favela surpreende autor**. G1. 2016. Disponível em: <<https://g1.globo.com/rio-de-janeiro/noticia/2016/10/repercussao-de-jovens-musicos-em-favela-do-rio-surpreende-autor.html>>. Acesso em: 28 maio. 2024.

Misse, Michel. **Crime organizado e crime comum no Rio de Janeiro: diferenças e afinidades**. Washington (DC), 2010. Disponível em: <<https://www.scielo.br/j/rsocp/a/78Yc5DQfpmV8QGhjTCnkcM/>> Acesso em: 16 mar. 2024

MOLES, Abraham A. **Teoria da Cultura de Massa**. São Paulo: Paz e Terra, 2011. 8ª ed.
Mori, Leticia. **Proximidade com poder favorece milícias em disputa por territórios no Rio, diz pesquisador - BBC News Brasil**, 2023. Disponível em: <<https://www.bbc.com/portuguese/articles/cj5vz5pjj7yo>>. Acesso em: 21 mar. 2024.

Moriconi, Lucimara Valdambri, **Pertencimento e identidade**. São Paulo, 2014. Disponível em: file:///C:/Users/HP/Downloads/moriconi_lucimaravaldambri_tcc.pdf . Acesso em: 21 abr. 2024.

NÓBREGA, Edson Diniz. **O Programa Criança Petrobras na Maré em oito escolas públicas do maior conjunto de favelas do Brasil**. Rio de Janeiro, PUC-Rio, 2007.

Noronha, M. **Qual é a diferença entre EP, álbum e single?** 2023. Gshow. Disponível em: <<https://gshow.globo.com/tudo-mais/pop/noticia/qual-e-a-diferenca-entre-ep-album-e-single.ghtml>>. Acesso em: 19 maio. 2024.

NUNES, L. **VAI MALANDRA: O checkmate da Anitta.** Brasília – DF, 2018. Disponível em: https://bdm.unb.br/bitstream/10483/21850/1/2018_LeticiaReisNunes_tcc.pdf. Acesso em: 6 mai. 2024.

Observatório de Favelas. **Novas configurações das redes criminosas após a implementação das UPPs.** Rio de Janeiro, 2018. Disponível em: <http://observatoriodefavelas.org.br/wp-content/uploads/2018/08/Novas-Configuracoes-das-Redes-Criminosas.pdf>. Acesso em 21 de mar. 2024.

Ortega, R. e Lorentz, B. **“Bang” de Anitta tem início poderoso, mas tropeça em clichês: G1 ouviu.** G1. 2015. Disponível em: <<https://g1.globo.com/musica/noticia/2015/10/bang-de-anitta-tem-inicio-poderoso-mas-tropeca-em-cliches-g1-ouviu.html>>. Acesso em: 6 mai. 2024.

PAULO, A. **A importância do funk na cultura e economia periférica.** Maré de Notícias. 2023. Disponível em: <<https://mareonline.com.br/a-importancia-do-funk-na-cultura-e-economia-periferica/>>. Acesso em: 2 maio. 2024.

Pavão, F. **Fama internacional? Como a Europa tem recebido Anitta em sua turnê.** Splash, UOL. 2022. Disponível em: <<https://www.uol.com.br/splash/noticias/2022/06/30/carreira-internacional-anitta.htm>>. Acesso em: 7 mai. 2024.

PAVÃO, F. **Anitta usou camisa de Vini Jr. em show na Champions? Não é bem assim.** Splash, UOL. 2023. Disponível em: <<https://www.uol.com.br/splash/noticias/2023/06/10/anitta-usou-camisa-de-vini-jr-em-show-na-champions-nao-e-bem-assim.htm>>. Acesso em: 17 maio. 2024.

PIANA, MC. **A construção do perfil do assistente social no cenário educacional [online].** São Paulo: Editora UNESP; São Paulo: Cultura Acadêmica, 2009. Disponível em: <<https://books.scielo.org/id/vwc8g/pdf/piana-9788579830389-06.pdf>>. Acesso em: 29 mar. 2024.

Pimentel, A. (2017). **Música, juventude e território: a construção da identidade coletiva em uma favela do Rio de Janeiro.** Universidade Federal do Rio de Janeiro – UFRJ. Disponível em: <https://periodicos.ufes.br/contexto/article/view/14938> . Acesso em: 18 abr. 2024.

Pinto, G. **Percepção e atitude dos consumidores sobre co-branding.** Rio de Janeiro, 2017. Disponível em: <https://www.maxwell.vrac.puc-rio.br/33524/33524.PDF>. Acesso em: 7 de mai. 2024.

PONTES, M. **Entenda como funciona o sample na música.** Blog SABRA. 2023. Disponível em: <<https://www.sabra.org.br/site/sample-musica/>>. Acesso em: 9 mai. 2024.

Portal Câmara dos Deputados. **Futebol: esporte mais popular no Brasil tem data nacional no mês de julho.** 2018. Disponível em: <<https://www2.camara.leg.br/a-camara/programas-institucionais/experiencias-presenciais/parlamentojovem/outros-conteudos/projetos-pjb/futebol-esporte-mais-popular-no-brasil-tem-data-nacional-no-mes-de-julho-1#:~:text=KSS%20portal%20message-,Futebol%3A%20esporte%20mais%20popular%20no%20Brasil%20tem,nacional%20no%20m%C3%AAAs%20de%20julho&text=O%20Dia%20Nacional%20do%20Futebol%20%C3%A9%20celebrado%20desde%201976.>>. Acesso em: 19 maio. 2024.

PRADO, Carol. **Funk cresceu mais de 3.000% no streaming fora do Brasil desde 2016.** Disponível em: <<https://g1.globo.com/pop-arte/musica/noticia/funk-cresceu-mais-de-3000-no-streaming-fora-do-brasil-desde-2016.ghtml>>. Acesso em: 8 out. 2023.

PUCRS Online. **O que é Economia Criativa?** 2021. Disponível em: <<https://online.pucrs.br/blog/public/o-que-e-economia-criativa>>. Acesso em: 2 mai. 2024.

RAMOS, Roberto. **Roland Barthes: semiologia e cultura**. Em *Questão*, Porto Alegre, v. 12, n. 1, p. 173-184, jan./jun. 2006.

Rangel, P. L. N., e Rocha, J. G. **Funk: Cultura popular e o preconceito linguístico**. Círculo Fluminense de Estudos Filológicos e Linguísticos. Rio de Janeiro. 2013.

RIO DE JANEIRO TERRA DE BANDIDO [[FUNK PROIBIDÃO]] 2014 MT FODA - RÁDIO MANDELA. SoundCloud. Disponível em: <<https://soundcloud.com/destaquefunk/rio-de-janeiro-terra-de>>. Acesso em: 28 maio. 2024.

ROCHA, C. **Popular e perseguido, funk se transformou no som que faz o Brasil dançar**. *Nexo Jornal*. 2017. Disponível em: <<https://www.nexojornal.com.br/explicado/2017/10/22/popular-e-perseguido-funk-se-transformou-no-som-que-faz-o-brasil-dancar>>. Acesso em: 2 mai. 2024.

RODRIGUES, L. **Cia Fissura - Ensaio Te arrebento**. YouTube, 6 fev. 2012. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=y6croL7WGmo>>. Acesso em: 17 maio. 2024.

SALEME, I. **“Não há diferença entre tráfico e milícia”, diz secretário de Polícia Civil do Rio**, 2024. Disponível em: <<https://www.cnnbrasil.com.br/nacional/nao-ha-diferenca-entre-traffic-e-milicia-diz-secretario-de-policia-civil-do-rio/>>. Acesso em: 21 mar. 2024.

Santos, G. **As vertentes do funk brasileiro**. 2021. Disponível em: <<https://portalwhiz.com/as-vertentes-do-funk-brasileiro/>>. Acesso em: 26 abr. 2024.

SHERMAN, M. **Music Review: Anitta welcomes listeners into her “Funk Generation” on new album**. Disponível em: <<https://apnews.com/article/anitta-funk-generation-music-review-7df6dc61fd2c34de2f71c87fae652a0c>>. Acesso em: 19 jun. 2024.

SILVA, J. M. **Diferença e descobrimento: O que é o imaginário? A hipótese do excedente de significação**. Porto Alegre: Sulina, 2017.

SILVA, P. **O show da poderosa: Um estudo de caso sobre a carreira da cantora Anitta**. Brasília – DF, 2017. Disponível em: https://bdm.unb.br/bitstream/10483/19627/1/2017_PaulaVieiraFelixdaSilva.pdf. Acesso em: 6 mai. 2024.

Silva, Samara Santana. **“Os Cortiços e a cidade do Rio de Janeiro durante seu processo de modernização na virada para o século XX”**. Universidade do Estado da Bahia UNEB/ DEDC, sem data. Disponível em <http://www.encontro2018.bahia.anpuh.org/resources/anais/8/1535059482_ARQUIVO_Corticofinalanpuh.pdf>. Acesso em: 16 mar. 2024.

Smadja, J. **Resolução 013: Festejar ou Não Festejar, em Favelas Controladas pela UPP**. RioOnWatch. Disponível em: <<https://rioonwatch.org.br/?p=5388>>. Acesso em: 28 maio. 2024.

Soares, I. **Juventude de favela vê no funk a oportunidade de sobrevivência**. *Voz das Comunidades*. 2019. Disponível em: <<https://www.vozdascomunidades.com.br/geral/juventude-de-favela-ve-no-funk-oportunidade-de-sobrevivencia/>>. Acesso em: 2 mai. 2024.

Universa, UOL. **14 cortes de cabelo de jogadores de futebol que foram destaque no campo**. 2016. Disponível em: <<https://www.uol.com.br/universa/listas/14-cortes-de-cabelo-de-jogadores-de-futebol-que-foram-destaque-no-campo.htm>>. Acesso em: 19 maio. 2024.

Universal Music Brasil. **SUPERSTAR GLOBAL ANITTA ASSINA COM A REPUBLIC RECORDS, EM PARCERIA COM A UNIVERSAL MUSIC LATIN ENTERTAINMENT**. 2023. Disponível em: <<https://www.universalmusic.com.br/2023/04/27/superstar-global-anitta-assina-com-a-republic-records-em-parceria-com-a-universal-music-latin-entertainment/>>. Acesso em: 7 mai. 2024.

UNIVISION. **Anitta y Bray en vivo con “Double Team” y “Sabana” en Latin American Music Awards 2024**. YouTube, 26 abr. 2024. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=7E3ERKr8W2o>>. Acesso em: 28 maio. 2024.

VASCONCELOS P. JUNIOR, MAGNO. **Patrimônio cultural e a institucionalização da memória coletiva no Brasil**. Biblio3w, v. XXIII. 2018. Disponível em: <<https://www.ub.edu/geocrit/b3w-1239.pdf>>. Acesso em: 29 mar. 2024.

VEIGA, Luciana; GONDIM, Sônia Maria Guedes. **A utilização de métodos qualitativos na Ciência Política e no Marketing Político**. Opinião Pública, v. 7, n. 1, p. 1—15, 2001. Disponível em: <<https://www.scielo.br//op/a/gMFTTts3KJSyjkZXBQV6VjM/abstract/?lang=pt>>. Acesso em: 9 out. 2023.

Vianna, H. **O Funk como símbolo da violência carioca**. In G. 2006. Velho e M. Alvito (Orgs.), Cidadania e Violência. Editora UFRJ e Editora FGV.

Viola, K. **Versions Of Me: o novo álbum e a nova polêmica de Anitta nas redes**. Veja Rio. 2022. Disponível em: <<https://vejario.abril.com.br/beira-mar/anitta-novo-album-polemica>>. Acesso em: 7 mai. 2024.

VISÃO DO CORRE. **6 vezes em que Anitta levou o funk e a quebrada para fora do Brasil**. Terra. 2023. Disponível em: <<https://www.terra.com.br/visao-do-corre/6-vezes-em-que-anitta-levou-o-funk-e-a-quebrada-para-fora-do-brasil,15ed6efcdfdd627222ec50e8b6105d9boyk5583y.html>>. Acesso em: 7 mai. 2023.

VOGUE. **Toda de branco, Anitta dá show no Amazon Music Live Concert; assista**. 2022. Disponível em: <<https://vogue.globo.com/celebridades/noticia/2022/12/toda-de-branco-anitta-da-show-durante-apresentacao-amazon-music-live-concert.ghtml>>. Acesso em: 7 mai. 2024.

Wiki favelas. **Subgêneros do funk**. 2024. Disponível em: <https://wikifavelas.com.br/index.php/Subg%C3%AAneros_do_funk>. Acesso em: 26 abr. 2024.

Wiki Favelas. **Passinho - Dicionário de Favelas Marielle Franco**. Disponível em: <<https://wikifavelas.com.br/index.php/Passinho#:~:text=O%20%E2%80%9CPassinho%E2%80%9D%2C%20tamb%C3%A9m%20conhecido,%2C%20hip%2Dhop%20e%20capoeira.>>. Acesso em: 19 maio. 2024.

WINCK, T. **Anitta passa a gerenciar a própria carreira**, Tracklist. 2014. Disponível em: <<https://www.tracklist.com.br/confira-chains-a-nova-musica-de-nick-jonas/19899>>. Acesso em: 6 maio. 2024.

YIN, Robert K. Estudo de caso: planejamento e métodos. 5^o ed. Porto Alegre: Bookman, 2015.

ZALUAR, A.; CONCEIÇÃO, I. S. **Favelas sob o controle das milícias no Rio de Janeiro: que paz?**. São Paulo em Perspectiva, São Paulo, Fundação Seade, v. 21, n. 2, p. 89-101, jul./dez. 2007. Disponível em: <http://produtos.seade.gov.br/produtos/spp/v21n02/v21n02_08.pdf>

APÊNDICES

APÊNDICE A – DESCRIÇÃO DOS SUBGÊNEROS DO FUNK BRASILEIRO

Subgênero	Descrição
Funk Ostentação	O funk ostentação emergiu por volta de 2008 e ganhou destaque em São Paulo e Santos, principalmente nas áreas periféricas. MC Daleste, MC Guimê e MC Boy do Charmes estão entre os principais expoentes desse estilo musical, que se caracteriza por letras que exaltam carros de luxo, joias, mulheres, bebidas alcoólicas de marcas renomadas, festas extravagantes e roupas de grife como Lacoste e Nike. As batidas dessa vertente do funk são mais eletrônicas e até mesmo com um pouco de pop. Estima-se que cerca de 11 milhões de brasileiros sejam adeptos desse ritmo.
Funk Proibidão	O proibidão está profundamente enraizado no funk carioca e nas realidades de violência enfrentadas pelas favelas devido às políticas governamentais brasileiras. É o famoso 150bpm que representa um conceito de batidas por minuto. Trata-se de um gênero musical relativamente recente, marcado por cliques cada vez mais audaciosos e letras que frequentemente abordam temas sexualizados e contêm palavrões. Surgiu em 1995 com os MCs Júnior e Leonardo da Rocinha e permanece presente na cena musical, contando com a contribuição de outros artistas do funk.
Brega Funk	O brega funk tem suas raízes desde os anos 80, com origem no estado de Pernambuco, e ganhou destaque e popularidade principalmente nas regiões Norte e Nordeste do Brasil. É uma fusão de diferentes estilos musicais, incluindo o brega, arrocha e funk carioca. Aldair Playboy, MC Bruninho e Dadá Boladão são alguns dos principais nomes desse gênero, que serviu de inspiração para outros artistas e experimentou um aumento significativo de popularidade no Spotify em 2018.
Trapfunk	O trapfunk é uma fusão do funk com o subgênero rap conhecido como "trap", originado nos anos 2000 no sul dos Estados Unidos, caracterizado por batidas sintetizadas e timbres melódicos. Este estilo musical apresenta letras diretas e muitas vezes emocionais, sendo frequentemente comparado a uma versão contemporânea do emo.
Funk Carioca	O Funk carioca continua a ser um dos estilos musicais mais populares do Brasil até os dias de hoje. Originário do Rio de Janeiro, esse gênero musical se caracteriza por suas batidas rápidas e tem evoluído ao longo do tempo. Diversos MCs se destacam nesse cenário, com músicas que têm alcançado grande sucesso nas plataformas digitais. Alguns exemplos incluem L7nnon e Os Hawaianos com a música "Desenrola, bate, joga de ladin" e JL o Único com "Quebra de ladin", entre outros talentos.

Funk Consciente	O Funk consciente é uma vertente do funk que combina emoção e realidade em suas letras. Os artistas desse estilo abordam temas como o descaso com moradores de favelas, racismo e problemas sociais. MC Hariel, Paulin da Capital e MC Marks são alguns dos representantes desse gênero, cujas composições expressam um apelo à conscientização e buscam despertar reflexão no público. Por exemplo, a música "Céu de pipa" alcançou mais de 125 milhões de visualizações no YouTube, destacando a relevância desse movimento.
Funk Pop	O Funk Pop ou Funk Melody combina as batidas tradicionais do funk com ritmos dançantes, como música eletrônica, reggaeton e o próprio pop estadunidense. Representado por artistas como Ludmilla e Anitta, esse estilo tem alcançado audiências ao redor do mundo.
Funk de BH	O Funk BH representa o som que emerge das favelas e vielas de Belo Horizonte. Esse estilo tem batidas da música eletrônica e tem dominado as plataformas digitais, especialmente o TikTok, popularizando as músicas dos artistas mineiros além das fronteiras regionais. Entre os destaques está o MC Anjim com a música "Bala Love", que acumulou mais de 90 milhões de acessos no YouTube, demonstrando a força do funk originado em Belo Horizonte.
Funk Mandelão	O Funk Mandelão é caracterizado pelos famosos bailes paulistas, mas também se tornou um conceito, com um som repetitivo e batidas mais pesadas. MC Delux e DJ Abdo, com a música "Quem mandou se apaixonar pelo amigo DJ - Tu empinou ele pei", são exemplos de artistas que têm sido muito populares nos bailes, levando o Funk Mandelão a novos patamares. Esse estilo tem sua própria identidade e tem conquistado um público cada vez maior dentro e fora do estado de São Paulo.
Funk Rave	Atual e altamente agitado, o rave-funk é um gênero que combina elementos de música eletrônica, funk e batidas aceleradas de 150 bpm. Esse estilo é conhecido por ser extremamente dançante e é reproduzido em festas, fluxos e, é claro, em raves - como o próprio nome sugere. O Dj GBR é um dos pioneiros do rave-funk e suas músicas cativam qualquer ouvinte.

Fonte: elaborado pela autora com base em Wiki Favelas (2024) e Santos (2021)

ANEXOS

ANEXO 1 – PRINT DA PUBLICAÇÃO DO SECRETÁRIO MARCOS AMIM



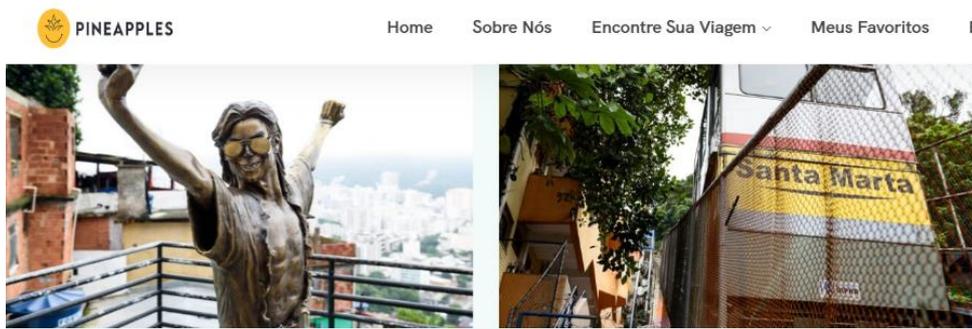
Fonte: Instagram

ANEXO 2 – PRINT DO SITE “GET YOUR GUIDE” AO PESQUISAR “ROCINHA”



Fonte: site getyourguide.com

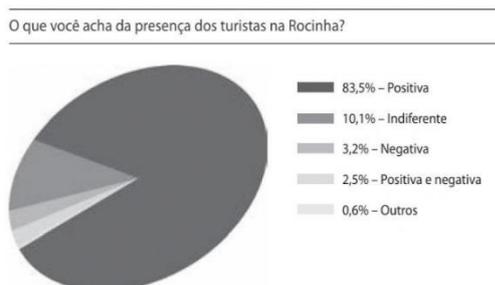
ANEXO 3 – PRINT DO SITE DA AGÊNCIA DE TURISMO PINEAPPLES



Desde 2008, com a entrada das UPPs nas favelas cariocas, o turismo no local se desenvolveu, despertando o interesse de diversas pessoas em realizar os chamados tour pelas favelas, incentivando indiretamente o comércio local ao consumir produtos produzidos e vendidos por ali. Com o intuito de conhecer o cotidiano da comunidade, o nosso passeio é feito a pé por entre vielas e becos, apreciando a cultura e arquitetura únicas dos barracos que vão subindo em cima das lajes e um embaraçado de fios elétricos. O tour é realizado na Favela Dona Marta, em Botafogo, a subida é realizada pelo “trem” do plano inclinado e o tour começa pela Laje do Michael Jackson - nome dado depois do cantor ter gravado um clipe nesse lugar - com direito a uma fantástica vista da cidade. A descida é feita à pé, passando por locais com projetos sociais, associações de moradores, e muitos outros comércios locais.

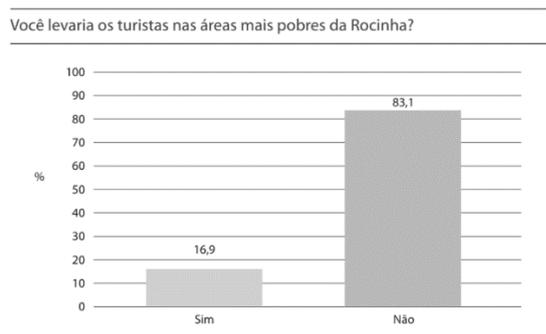
Fonte: site.agenciadeturismo.pineapples.com.br

ANEXO 4 – PESQUISA COM MORADORES DA FAVELA DA ROCINHA



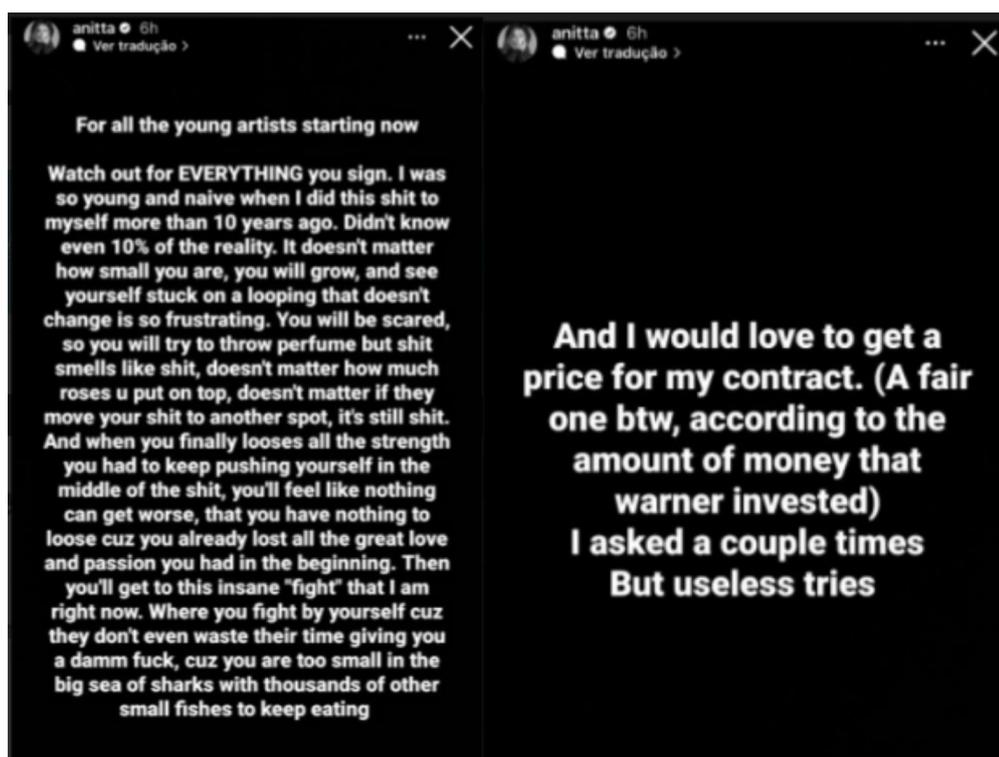
Fonte: Freire-Medeiros (2009)

ANEXO 5 – PESQUISA COM MORADORES DA FAVELA DA ROCINHA



Fonte: Freire-Medeiros (2009)

ANEXO 6 – ANITTA DESABAFA SOBRE A WARNER MUSIC BRASIL



Fonte: Portal Hugo Gloss, UOL, Reprodução/Instagram (2023)

ANEXO 7 – PRINT DA PÁGINA DO INSTAGRAM DE ANITTA



The image shows a screenshot of the Instagram profile for Anitta. At the top left is her profile picture, a circular image of her wearing sunglasses. To the right of the profile picture, the name 'anitta' is displayed with a verified badge, followed by 'Seguindo' (Following) and 'Enviar mensagem' (Send message). Below this, statistics are shown: '244 publicações', '64,8 mi seguidores', and '2.262 seguindo'. The bio identifies her as 'Anitta', an 'Artista' from 'BR', and promotes her new album 'Funk Generation' with a 'Listen now' button and a link to 'anitta.lnk.to/FunkGeneration'. It also notes she is followed by 'joao_olsi' and 'gabi_sr'. At the bottom, five icons represent her featured posts: 'AJUDE RS' (a heart icon), 'Funk Generat...' (a green star icon), 'Funk Dictiona...' (a green star icon), 'Tour' (a yellow star icon), and 'Double Team' (a yellow star icon).

Fonte: Reprodução/Instagram



Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul
Pró-Reitoria de Graduação e Educação Continuada
Av. Ipiranga, 6681 - Prédio 1 - 3º. andar
Porto Alegre - RS - Brasil
Fone: (51) 3320-3500 - Fax: (51) 3339-1564
E-mail: prograd@pucrs.br
Site: www.pucrs.br