

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PAMPA

MARIA EDUARDA DIAS FALCÃO

A REPRESENTAÇÃO DO FUNK NO CANAL KONDZILLA NO YOUTUBE

**São Borja
2018**

MARIA EDUARDA DIAS FALCÃO

A REPRESENTAÇÃO DO FUNK NO CANAL KONZILLA NO YOUTUBE

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Publicidade e Propaganda da Universidade Federal do Pampa, como requisito parcial para obtenção do Título de Bacharel em Publicidade e Propaganda.

Orientadora: Prof.^a Dr.^a Sara Alves Feitosa

Coorientadora: Prof.^a M.^a Camila Rodrigues Pereira

**São Borja
2018**

MARIA EDUARDA DIAS FALCÃO

A REPRESENTAÇÃO DO FUNK NO CANAL KONDZILLA NO YOUTUBE

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Publicidade e Propaganda da Universidade Federal do Pampa, como requisito parcial para obtenção do Título de Bacharel em Publicidade e Propaganda.

Orientadora: Prof.^a Dr.^a Sara Alves Feitosa

Coorientadora: Prof.^a M.^a Camila Rodrigues Pereira

Trabalho de Conclusão de Curso defendido e aprovado em: 6/2018

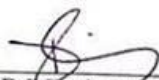
Banca examinadora:

Sara Alves Feitosa

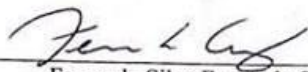
Prof.^a Dr.^a Sara Alves Feitosa
Orientadora
(UNIPAMPA)

Camila Rodrigues Pereira

Prof.^a M.^a Camila Rodrigues Pereira
Coorientadora
(UNIPAMPA)



Prof.ª Dr.ª Denise Aristimunha de Lima
(UNIPAMPA)



Fernando Silva Ferraz da Cruz
(UNIPAMPA)

AGRADECIMENTO

À Deus, por ser o guia e meu suporte durante toda minha vida, me dando amparo quando necessário e me mostrando o caminho certo a ser seguido.

À minha tia Eli, minha vó Conceição, meu irmão Luis Fillipe, minha mãe Eliane, minha irmã Daniele e ao meu sobrinho Antonio por acreditarem no meu potencial e não me deixarem desistir. Obrigada por me mostrarem que sou capaz de conseguir o que quiser, por mostrarem que se os obstáculos existem é porque eu posso enfrenta-los.

Obrigada as amigas que fiz durante o ensino fundamental e que permanecem até hoje. À Luana, Mariana, Juliana, Bruna, Francisca, Klayryen e Isabelli por cada palavra de incentivo, por cada conselho dado durante os momentos de angústia e por entenderem minha ausência nos encontros marcados.

Às amigas construídas durante toda minha graduação, durante 4 anos construí uma família em São Borja, no qual foram vivenciados e divididos vários momentos maravilhosos. Como esquecer de cada churrasco e cada momento que virava sinônimo de comemoração, ou de cada aflição antes das bancas da agência?

Obrigada a Renata por sempre estar do meu lado topando colocar em prática minhas ideias, pelos auxílios em toda a graduação, pela amizade e companheirismo. Obrigada a Bruna Moreira pelos momentos vivenciados, pelos aprendizados, por ser a pessoa maravilhosa que é. Obrigada a Bruna Pazdzdiora pela amizade durante a graduação. Obrigada especialmente a minha amiga Amanda, em que desde o primeiro dia de aula foi criada uma amizade muito linda e sincera, minha irmã que quero levar pro resto da vida.

À minha orientadora Sara, que desde março aceitou me auxiliar no trabalho, obrigada pela paciência e pelos conhecimentos que foram compartilhados comigo, com certeza aprendi muito com a profissional e pessoa maravilhosa que és.

À minha coorientadora Camila, que ajudou na composição do trabalho, obrigada por cada conhecimento transmitido, por cada palavra de incentivo, por acreditar no meu potencial e por cada motivação que foi dada durante todo o percurso.

Quero agradecer ao Vitor, meu companheiro que esteve comigo durante todos os momentos, que sempre me acalmava quando surgia algum empecilho, que apesar de não ser publicitário e de não ter nenhum conhecimento nessa área me auxiliava no que fosse preciso. Obrigada por além de ser meu namorado ser meu melhor amigo.

Obrigada ao meu vô, minha estrelinha, que mesmo de lá do céu sei que me auxiliou e auxilia até hoje, sei que está muito feliz com mais essa conquista.

RESUMO

O presente trabalho tem como objetivo caracterizar como o canal do *YouTube* Kondzilla constrói uma representação do funk. A justificativa para este empreendimento é a relevância do gênero funk na cultura brasileira, bem como do canal Kondzilla – o canal com mais inscritos no Brasil e o terceiro maior do mundo. Como base teórica utilizamos o conceito de representação em Stuart Hall; a historiografia do funk, observando suas transformações e subgêneros, bem como discutimos a plataforma *YouTube* e a linguagem videoclípica. O trabalho trata-se de uma pesquisa qualitativa utilizando a pesquisa bibliográfica e a análise audiovisual a partir das categorias: enquadramento, iluminação, tipografia e paleta de cores. O *corpus* de análise é composto pelos videoclipes “Bumbum Tamtam” (2017), de Mc Fioti, e, “Envolvimento” (2018), de Mc Loma e as Gêmeas Lacreção, postados no canal Kondzilla. Como principais considerações da pesquisa é possível afirmarmos que as produções do canal Kondzilla através das categorias analisadas utilizam da linguagem audiovisual para transmitir/evidenciar glamour e riqueza, sendo dois videoclipes do subgênero ostentação.

Palavras-chave: Funk; Kondzilla; Representação do Funk; Videoclipe; *YouTube*.

ABSTRACT

This work has as its objective identify how Kondzilla's *YouTube* channel builds a representation of funk. The justification for this establishment is the relevancy of the genre of funk in brazilian culture, as well as Kondzilla's channel – the one with the most subscribers in Brazil and the third most popular channel in the world. As base theory we utilize the concept of representation by Stuart Hall; the historiography of funk, understanding its transformations and subgenres; as well as we discuss the *YouTube* platform and the videography language. This paper is developed as a qualitative research that uses bibliographic research and audiovisual analysis, through the following categories: framework, illumination, typography and color palette. The corpus of the analysis is compound by the video clips “Bumbum Tamtam” (2017), by Mc Fioti, and, “Envolvimento” (2018), by Mc Loma e as Gêmeas Lacração, posted on Kondzilla's channel. As the main considerations of the research it is possible to affirm that the productions of the Kondzilla channel, through the analysis categories, utilize audiovisual language to transmit/evidence glamour and wealthiness, being two video clips of the “ostentation” subgenre.

Keywords: Funk; Kondzilla; Funk Representation; Video clip; *YouTube*.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Marca utilizada no videoclipe “É o Fluxo”	38
Figura 2 – Marca utilizada nos vídeos desde 2014 até os dias atuais.....	38
Figura 3 – Videoclipe 1/ Primeiríssimo Plano.....	44
Figura 4 - Videoclipe 1/ Primeiríssimo Plano.....	44
Figura 5 – Videoclipe 1/ Primeiríssimo Plano.....	44
Figura 6 – Videoclipe 1/ Primeiríssimo Plano.....	44
Figura 7 – Videoclipe 1/ Primeiríssimo Plano.....	44
Figura 8 – Videoclipe 1/ Primeiríssimo Plano.....	44
Figura 9 – Videoclipe 1/ Primeiro Plano.....	45
Figura 10 – Videoclipe 1/ Primeiro Plano.....	45
Figura 11 – Videoclipe 1/ Primeiro Plano.....	45
Figura 12 – Videoclipe 1/ Primeiro Plano.....	45
Figura 13 – Videoclipe 1/ MPP.....	46
Figura 14 – Videoclipe 1/ MPP.....	46
Figura 15 – Videoclipe 1/ MPP.....	46
Figura 16 – Videoclipe 1/ MPP.....	46
Figura 17 – Videoclipe 1/ Plano Detalhe.....	46
Figura 18 – Videoclipe 1/ Plano Detalhe.....	46
Figura 19 – Videoclipe 1/ Plano Detalhe.....	47
Figura 20 – Videoclipe 1/ Plano Detalhe.....	47
Figura 21 – Videoclipe 1/ Plano Detalhe.....	47
Figura 22 – Videoclipe 1/ Plano Detalhe.....	47
Figura 23 – Videoclipe 1/ Plano Conjunto.....	47

Figura 24 – Videoclipe 1/ Plano Conjunto.....	47
Figura 25 – Videoclipe 1/ Plano Conjunto.....	48
Figura 26 – Videoclipe 1/ Plano Conjunto.....	48
Figura 27 – Videoclipe 1 / Plano Americano.....	48
Figura 28 – Videoclipe 1/ Plano Americano.....	48
Figura 30- Videoclipe 2/ Primeiríssimo Plano.....	49
Figura 31- Videoclipe 2/ Primeiríssimo Plano.....	49
Figura 32- Videoclipe 2/ Primeiríssimo Plano.....	49
Figura 33- Videoclipe 2/ Primeiríssimo Plano.....	50
Figura 34 – Videoclipe 2/ Primeiro Plano.....	50
Figura 35 – Videoclipe 2/ Primeiro Plano.....	50
Figura 36 – Videoclipe 2/ Primeiro Plano.....	50
Figura 37 – Videoclipe 2/ Primeiro Plano.....	50
Figura 38 – Videoclipe 2/ Primeiro Plano.....	51
Figura 39 - Videoclipe 2/ Meio Primeiro Plano.....	51
Figura 40 - Videoclipe 2/ Meio Primeiro Plano.....	51
Figura 41 – Videoclipe 2/ Meio Primeiro Plano.....	52
Figura 42 - Videoclipe 2/ Plano Detalhe.....	52
Figura 43 - Videoclipe 2/ Plano Detalhe.....	52
Figura 44 - Videoclipe 2/ Plano Detalhe.....	52
Figura 45 - Videoclipe 2/ Plano Detalhe.....	52
Figura 46 - Videoclipe 2/ Plano Detalhe.....	52
Figura 47 - Videoclipe 2/ Plano Detalhe.....	52
Figura 48 - Videoclipe 2/ Plano Detalhe.....	52

Figura 49 - Videoclipe 2/ Plano Detalhe.....	53
Figura 50 - Videoclipe 2/ Plano Conjunto.....	53
Figura 51- Videoclipe 2/ Plano Conjunto.....	53
Figura 52 -Videoclipe 2/ Plano Conjunto.....	53
Figura 53 - Videoclipe 2/ Plano Conjunto.....	53
Figura 54 - Videoclipe 2/ Plano Americano.....	54
Figura 55 -Videoclipe 2/ Plano Americano.....	54
Figura 56 - Videoclipe 2/ Plano Geral.....	54
Figura 57 - Videoclipe 2/ Plano Médio.....	55
Figura 58 -Videoclipe 1/ Tipografia.....	56
Figura 59 - Videoclipe 1/ Tipografia.....	56
Figura 60 -Videoclipe 1/ Tipografia.....	56
Figura 61 - Videoclipe 2/ Tipografia.....	57
Figura 62 -Videoclipe 2/ Tipografia.....	57
Figura 63 - Videoclipe 2/ Tipografia.....	57
Figura 64 - Videoclipe 1/ Iluminação.....	57
Figura 65 - Videoclipe 1/ Iluminação.....	58
Figura 66 - Videoclipe 1/ Iluminação.....	58
Figura 67 - Videoclipe 1/ Iluminação.....	58
Figura 68 - Videoclipe 1/ Iluminação.....	58
Figura 69 - Videoclipe 1/ Iluminação.....	58
Figura 70 - Videoclipe 2/Iluminação.....	58
Figura 71 - Videoclipe 2/ Iluminação.....	59
Figura 72 - Videoclipe 2/Iluminação.....	59
Figura 73 - Videoclipe 2/ Iluminação.....	59

Figura 74 – Videoclipe 2/ Iluminação.....	59
Figura 75 - Videoclipe 1/ Paleta de Cores.....	59
Figura 76 - Videoclipe 1/ Paleta de Cores.....	60
Figura 77- Videoclipe 1/ Paleta de Cores.....	60
Figura 78- Videoclipe 1/ Paleta de Cores.....	60
Figura 79- Videoclipe 1/ Paleta de Cores.....	60
Figura 80 - Videoclipe 2/ Paleta de Cores.....	60
Figura 81 - Videoclipe 2/ Paleta de Cores.....	61
Figura 82 -Videoclipe 2/ Paleta de Cores.....	61
Figura 83 -Videoclipe 2/ Paleta de Cores.....	61
Figura 84 - Videoclipe 2/ Paleta de Cores.....	61
Figura 85 - Videoclipe 2/ Paleta de Cores.....	61
Figura 86 – Videoclipe 2/ Paleta de Cores.....	61

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – <i>Corpus</i> de pesquisa.....	42
---	----

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

MPP - Meio Primeiro Plano

PP- Primeiríssimo Plano

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO.....	15
2 A HISTÓRIA DO FUNK: DOS EUA AO BRASIL.....	18
2.1 Histórico e estilos do funk.....	18
2.2 Funk, cultura e representação.....	26
3 O YOUTUBE E A REPRESENTAÇÃO DO FUNK PELO CANAL KONDZILLA.....	30
3.1 O YouTube.....	30
3.2 Linguagem videoclíptica.....	33
3.3 O fenômeno Kondzilla.....	35
4 DESCRIÇÃO DO CORPUS DE ANÁLISE.....	40
4.1 Análise do corpus a partir das categorias.....	40
4.1.1 Uso dos Enquadramentos.....	43
4.1.1.1 Clipe “Bumbum Tam Tam”.....	43
4.1.1.2 Clipe “Envolvimento”.....	48
4.1.2 Uso da tipografia.....	54
4.1.3 Uso da Iluminação.....	56
4.1.4 Uso da Paleta de cores.....	58
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	61
6 REFERÊNCIAS.....	63

1. INTRODUÇÃO

Segundo levantamentos da FGV (Fundação Getúlio Vargas), em 2008 o funk no Rio de Janeiro era a fonte de dez mil empregos, além de dez milhões de faturamentos mensais. Além disso, os bailes realizados tinham um rendimento de sete milhões, bem como o salário de trabalhadores da noite, como por exemplo, Dj's, Mc's e vendedores ambulantes (NEXO, 2017).

Apesar disso a cultura funk ainda é muito criticada, sofrendo preconceito pelo estereótipo criado a partir d

a década de 90, onde arrastões e brigas nos bailes aconteciam. Além da discriminação pelo fato do estilo ter surgido em favelas, bairros onde existem moradores das classes D e E. Eram nesses bairros que existiam brigas e confrontos com a polícia, fatos que fizeram com que a população criticasse e criasse o pensamento de que a cultura funk fazia apologia à violência e às drogas. Já houveram tentativas de proibir o funk, configurando-o como um conteúdo ilegal, porém em 2009 foi criada uma lei municipal onde o funk passou a ser configurado como Movimento Cultural e Musical de caráter popular no Rio de Janeiro¹. É nesse gênero que muitos Mc's veem uma oportunidade de melhorar a condição de vida, seja a partir de shows ou até mesmo da criação de um canal ou de uma produção na plataforma *YouTube* que possa propagar o trabalho do artista (NEXO, 2017).

Atrás apenas do Facebook, a plataforma *YouTube* atingiu 1,8 bilhões de usuários ativos mensalmente no ano de 2018. Além disso, foi constatado que 150 milhões de horas por dia é o tempo que os usuários assistem vídeos na plataforma; esses números foram calculados apenas em contas logadas no *Google* (IDG NOW, 2018). Diante disso, os criadores de conteúdo perceberam uma chance de alavancar suas carreiras e o *YouTube* de conquistar ainda mais o público. Neste contexto de crescimento, a plataforma passou a exigir um número mínimo de mil inscritos para que os canais passassem a ser reconhecidos como influenciadores, podendo ser monetizados por visualizações.

A partir dessas contextualizações, a tematica deste trabalho é a representação que o canal Kondzilla produz do funk. O canal Kondzilla é uma empresa multiplataforma, que possui uma produtora de vídeo do gênero musical funk, no qual as produções são disponibilizadas em um canal no *YouTube*.

¹ Lei de nº 5543 de 22 de setembro de 2009 que “Define o funk como movimento cultural e musical de caráter popular”. Fonte: Site da Assembleia Legislativa do Rio de Janeiro. Disponível em: <<http://alerjln1.alerj.rj.gov.br/contlei.nsf/f25571cac4a61011032564fe0052c89c/78ae3b67ef30f23a8325763a00621702?OpenDocument>> Acesso em: set. 2018.

O problema de pesquisa deste trabalho se configura a partir da seguinte pergunta: Como o canal Kondzilla constrói uma representação do funk? Conversando com o objetivo geral do trabalho, que é caracterizar como o canal Kondzilla constrói uma representação do funk. Como objetivos específicos foram selecionados três: a) Descrever o funk e suas transformações; b) Compreender a plataforma *YouTube* como disseminadora de conteúdo; c) Analisar e descrever as representações do funk no canal Kondzilla do *YouTube*;

Trata-se de uma pesquisa qualitativa, ou seja:

Pesquisa [que] não se preocupa com representatividade em termos numéricos, mas sim, com aprofundamento compreendido por um grupo social, de uma organização, etc. Além disso, tende a salientar os aspectos dinâmicos holísticos e individuais da experiência humana, para assim, apreender a totalidade no contexto daqueles que estão vivenciando o fenômeno (SILVEIRA; CÓRDOVA, 2009, p. 31).

A metodologia utilizada neste trabalho foi a pesquisa bibliográfica, e a análise de imagem. A pesquisa bibliográfica conforme Gil (2002, p.44) “é desenvolvida com base em material já elaborado, constituído principalmente de livros e artigos científicos”. Podemos englobar outros materiais a serem utilizados para essa pesquisa, tais como: sites, anais de evento, entrevistas em sites e entrevistas em canais da plataforma *YouTube*. A análise de imagem, segundo Coutinho (2010, p.330-331) compreende as mensagens visuais “como produtos comunicacionais especialmente as telas inseridas em meios de comunicação de massa: fotografias, impressos em jornais, anúncios publicitários, filmes, imagens difundidas pela televisão ou ainda disponíveis na internet”.

A pesquisa possui relevância, visto que aborda assuntos importantes para o desenvolvimento acadêmico e pessoal, como por exemplo, a importância da produção audiovisual, o funk como cultura e a luta do funk contra os estereótipos criados. Prova disso são trabalhos realizados na área, como por exemplo, a pesquisa de Christian Barcelos, da Universidade Federal de Uberlândia (UFU), em 2014 com o título “Uma Introdução Ao Funk Carioca: trajetória inicial e um guia bibliográfico para futuras pesquisas” ou o trabalho de Gabriela de Oliveira da Silva, da Universidade Federal Fluminense, em 2012, com o título “As apropriações de tecnologias no circuito do funk carioca”. O trabalho também possui importâncias de ordem científico teórica e ordem social, que segundo Santaella (2010, p. 173), a ordem científico teórica é utilizada “quando o conhecimento que advirá da pesquisa proporcionar a construção de uma nova teoria, ou auxiliar na ampliação do conhecimento teórico já existente” e a ordem social pois segundo Santaella (2010, p. 174), é “quando o conhecimento que resultar da pesquisa estiver voltado para a reflexão e debate em torno de

problemas sociais ou quando um conhecimento prático é buscado como meio de intervenção na realidade social”. Ou seja, a pesquisa pretende melhorar o conhecimento já existente, através de livros que auxiliam no tema da pesquisa proposta, bem como o estudo do funk como manifestação cultural e o ambiente no qual ele está inserido.

Este trabalho é composto por quatro capítulos: três teóricos e um analítico. Sendo o primeiro a introdução, logo após, no segundo capítulo dissertamos sobre a história do funk, seus subgêneros e também sobre a representação e cultura. Nesse capítulo é abordada a luta inicial do funk e como o estilo chegou até o Brasil, bem como suas adaptações para os mais variados estilos. É discutido também a cultura e representação baseado em Hall (2016).

No terceiro capítulo é apresentada a plataforma *YouTube*, a linguagem videoclípica e o canal Kondzilla, suas transformações, bem como sua evolução, desde o ano em que foi criado até o ano de 2018, expondo suas novas ferramentas. Além disso dissertamos sobre a linguagem videoclípica, na qual apresentamos as características das produções, como também a criação do videoclipe.

O quarto e último capítulo é destinado a análise, no qual para cada categoria de análise é criado um subtópico (enquadramento, iluminação, tipografia e paleta de cores). No primeiro momento, é explicado o *corpus* de análise, o motivo de ter selecionado os videoclipes e a importância deles. Em seguida, é apresentada a análise a partir das categorias-selecionadas, toda a análise foi feita conforme o autor Carlos Gerbase (2012).

2 A HISTÓRIA DO FUNK: DOS EUA AO BRASIL

Neste capítulo será apresentado o histórico do funk, abordando os dez tipos de subgêneros existentes. Na segunda parte, será feita uma discussão em torno da construção de práticas culturais em torno do gênero musical.

2.1 Histórico e estilos do funk

O funk possui um histórico carregado de muitas conquistas e diferentes avanços, além da luta ainda existente por ser um gênero que sofre muito preconceito. Conectado a influência da cultura estrangeira, o funk teve influência da cultura africana, europeia, latina e norte-americana (FORNACIARI, 2011).

Foi nos anos 1960 que Horace Silver, um pianista, uniu dois gêneros musicais: o soul e o gospel, criando então o *jazz funky* nos Estados Unidos, no Brasil os artistas já começavam a fazer canções adaptadas a esse estilo estrangeiro (FORNACIARI, 2011). A luta contra a questão racial foi um dos principais fatores para o começo desse gênero musical. Nessa mesma década, existia um movimento denominado *Black Music*, que acontecia nos Estados Unidos e lutava pelo respeito a cultura negra estadunidense, reconhecimento da cidadania e pela igualdade étnica (FORNACIARI, 2011). Segundo Santos (apud Pereira, 2010 p.175) “esse movimento espelhava-se nos movimentos *Black Power* e o *Black Panthers*, adeptos do *soul* eram jovens universitários ou recém-formados que se viram frustrados em suas expectativas de usufruir das oportunidades em um mercado de trabalho em ascensão”.

No Brasil, os primeiros movimentos tiveram início na década de 1970, como por exemplo o CEAA (Centro de Estudos Afro-Asiáticos), que funcionava na Universidade Candido Mendes, no Rio de Janeiro, e se baseava em reuniões de estudo, discussões, palestras nas quais se debatia sobre a “questão dos negros” no Brasil, para assim fortificar o movimento que estava sendo construído. Havia também o Cecan (Centro de Cultura e Arte Negra) um dos primeiros movimentos criados em São Paulo na década de 1970. Vale ressaltar que, no Brasil, a época era de ditadura militar, período caracterizado por muita censura, portanto a luta desses movimentos era vista como “desnecessária” pelos políticos (FORNACIARI, 2011).

O nome funk vem dos Estados Unidos e denomina um tipo muito específico de música, que descende dos lamentos negros e rurais do blues, do posterior *rhythm 'n' blues* (quando o blues chega aos grandes centros e ganha marcação rítmica mais vagarosa) e da evolução do *rhythm 'n' blues* que é soul (quando o estilo ganha apuro melódico, emprestado da música das igrejas batistas e esmero instrumental,

virando um lucrativo negócio para gravadoras como a Motown e a Stax). Do soul, estilo representado por cantores como Sam Cooke, Otis Redding, Smokey Robinson, e chegamos ao funk, que é quando essa música é reduzida à sua percussividade mais básica (ESSINGER, 2005, p.10)

Segundo Fornaciari (2011), o termo *funky* era uma gíria dos EUA que nos anos 1970 foi utilizada para atacar os negros, entretanto os próprios negros começaram a fazer uso dessa gíria, adequando-a e passando a utilizá-la sem ser um termo pejorativo, como um sinônimo de orgulho de ser negro. Com base nisso, esse termo foi usado pelos negros americanos em várias coisas, como por exemplo: nas roupas, gestos, modo de cortar o cabelo e na música, era muito cobiçado ser “funky”. Essa gíria ficou conhecida pelo engajamento da cultura e valorização do negro (FORNACIARI, 2011).

As primeiras festas no Brasil aconteceram nos bairros classe média e alta do Rio de Janeiro, conhecidas como “Baile da Pesada”, inspiradas nos discos do cantor James Brown². Após a criação de outros movimentos que não eram ligados a negritude, os bailes foram ganhando um espaço maior e se transferindo para a Zona Norte do Rio de Janeiro, conquistando o público do subúrbio. Conforme Fornaciari, “entre 1974/76 as festas aconteciam de segunda a domingo, sempre lotadas, a divulgação era feita de modo bastante restrito, através de faixas em ruas de movimento e pelos próprios discotecários no fim de cada baile” (FORNACIARI, 2011, p.16).

O novo cenário do funk carioca era visível, o público que frequentava as boates era amante do *soul* e de sua luta. E foram alguns adeptos do “Baile da Pesada” que começaram a montar seus próprios grupos (Revolução da Mente, Uma Mente numa Boa, Atabaque, Black Power e Soul Grand Prix). Apesar de existir uma dificuldade em conseguir discos de *soul* devido às poucas lojas de música na época, realizava-se bailes que eram mantidos da seguinte maneira:

Enquanto o público estava dançando, eram projetados slides com cenas de filmes como Wattstax (semidocumentário de um festival norte-americano de música negra) Shaft (ficção bastante popular no início da década de 70, com atores negros nos papéis principais), além de retratos de músicos e esportistas negros nacionais ou internacionais (...). Foi o período dos cabelos afro, dos sapatos conhecidos como pisantes (solas altas e multicoloridas), das calças de boca estreita, das danças à James Brown, fazendo relação à expressão Black is Beautiful. James Brown era o artista mais tocado nos bailes. Suas músicas, principalmente Sex Machine, Soul Power, Get on the Good Foot, lotavam todas as pistas de dança (VIANNA, 1988 p.27)

² James Brown é um grande nome do gênero soul, ele apoia a conscientização dos direitos civis dos negros americanos, pensando como outros grandes líderes negros, como por exemplo: Malcom X e Martin Luther King O criador da primeira música do gênero funk, “Papa’s Got a Brand New Bag”no ano de 1965

Já nos anos 1970 e 1980, considerado como a primeira geração do funk, no Brasil o gênero tinha um lado voltado para o “orgulho negro”, com o ritmo mais parecido com o *soul*. Conforme Fornaciari (2011), após essa década começou a segunda geração do funk, que não considerava o funk como a luta de um povo negro, trazendo então um apelo a violência e mudando o ritmo das músicas, deixando-a mais agitada. Diferentemente da primeira geração que possuía letras mais voltadas para a luta étnica.

Na segunda geração do funk, um novo ritmo chega ao Brasil, diretamente da Flórida, surge o “*Miami Bass*” com músicas que possuíam batidas mais aceleradas e letras erotizadas, chamando-se então apenas de “funk”. A partir do ano de 1986 as rádios começaram a montar programações voltadas para o funk, sendo um marco importante para o gênero. Apesar disso, segundo Fornaciari, esse novo gênero trouxe a violência para os bailes, fazendo com que a polícia ficasse de vigia, além de várias investigações feitas acerca de uma ligação existente entre os bailes e o narcotráfico. Ainda na segunda geração, os funks começaram a ter letras em português, descrevendo o dia a dia dos moradores da favela, além de falarem sobre drogas e violência (FORNACIARI, 2011).

Começaram então as competições nos bailes, antes da violência chegar cada grupo montava sua coreografia e apresentava nos bailes, sem nenhum apelo a qualquer tipo de briga. Até que em alguns lugares essa competição foi para um lado totalmente distinto, da diversão à violência (VIANNA, 1988).

Os bailes que ficaram mais populares, então, eram ‘bailes de comunidade’ e ‘bailes de clubes’. Os primeiros eram realizados em espaços públicos das comunidades, e os bailes de clubes eram realizados em espaços separados, em quadras ou em ginásios, e se dividiam em ‘bailes de corredor’ (com confrontos entre galeras diferentes e incitação assumida à violência) e os ‘bailes comuns’, cuja tônica era a paquera. Nessa fase, o apelo à sexualidade também começava a ser sentido (FORNACIARI, 2011 p.21)

Na década de 1990 as letras das músicas falavam mais sobre os enfrentamentos de problemas dos moradores da zona mais pobre do Rio de Janeiro, relatando a desigualdade social além do preconceito racial (FORNACIARI, 2011). A partir daí os bailes funks se tornaram um lazer para os moradores dessa zona, sendo também uma forma de expressão. De acordo com Herschmann (2005), foi o Dj³ Marlboro o principal autor da nacionalização do funk, visto que

³ Segundo Fornaciari (2011) um Dj pode exercer várias funções, tais como: empresário, produtor de evento, apresentador de programa de rádio e produtor musical, além disso é também o responsável por inovar o mercado funk, introduzindo novas batidas de outros gêneros musicais.

anteriormente no gênero não existia letras em português. Além disso, em 1989 com a produção de um disco denominado como “Funk Brasil nº1”, Marlboro deu uma nova dimensão para o funk, atraindo jovens para trazer a realidade do subúrbio nas músicas, fazendo com que abandonassem a vergonha e saíssem do “desconhecido”. Apesar disso, nos anos 1990 o funk ficou conhecido negativamente, a criminalização era o que assombrava o gênero naquele tempo. Arrastões começaram a acontecer no Rio de Janeiro, isso fez com que a população pensasse que o funk era um estilo de criminosos/vândalos. Nesse tempo o funk ficou conhecido de forma negativa, culminando na forte repressão aos bailes (FORNACIARI, 2011).

Nos anos 2000, os bailes começaram a ficar mais pacíficos, os frequentadores só possuíam uma intenção: dançar. Segundo Fornaciari (2011), as músicas começaram a ficar cada vez mais erotizadas, relatando posições sexuais, além da mudança também das coreografias se tornando mais sensuais. Começa então a terceira fase do funk no Brasil, onde foi criado o furacão 2000, um festival de funk onde os principais MC’s⁴ cantavam suas músicas (FORNACIARI, 2011).

Em 2008 os bailes foram proibidos pela Lei Álvaro Lins, ficando então proibido os bailes funks em toda região do Rio de Janeiro. Tempos depois ela foi revogada e os bailes continuaram, além disso foi criada a APAFUNK (Associação de Profissionais e Amigos do Funk) no qual lutavam pela valorização cultural do funk (FORNACIARI, 2011).

Segundo um estudo⁵ da Fundação Getúlio Vargas os bailes funk movem, cerca de R\$1,5 milhões por finais de semana no Brasil, tudo isso dividido entre MCs, DJs, técnicos de som, motoristas, seguranças, entre outras equipes. De acordo com Fornaciari (2011, p.38) “atualmente, esse gênero musical encontra-se amplamente disseminado por todo o Brasil, perpassando espaços de convívio desde as classes mais baixas até as mais altas, e também espalhadas geograficamente em nossa sociedade”.

Na década de 1990 o funk passou a ter mais visibilidade e espaço na mídia, porém esse gênero desde o início da disseminação ficou conhecido negativamente, não só pelos arrastões que aconteceram na época, como também pelas letras que retratam a rotina na favela, em alguns momentos fazendo apologia a drogas e armas (FORNACIARI, 2011). Esse gênero musical se tornou conhecido e apreciado não só no Brasil como também no exterior, onde artistas como Anitta, MC Catra, Kevinho fazem shows, levando o funk para fora do país.

⁴ Conforme Fornaciari (2011), o Mc (Master of Cerimony) possui a função de criar rimas, reunindo características de compositor e cantor, é o principal ator do mundo funk.

⁵ “Configurações do Mercado no Baile Funk Carioca”, Fundação Getúlio Vargas, Rio de Janeiro: 2008.

O gênero musical possui uma diversidade de estilos, basicamente dez subgêneros, são eles: Funk Carioca, Funk Proibidão, Funk Consciente, Funk Melody, Funk Ostentação, Funknejo, Pop funk, Eletrofunk, Funk Rasteirinha e Funk norte-americano. A partir do ano de 2000 o funk começou a se diferenciar dos ritmos em que se originou, hoje ele retrata realidades diferentes, seja nas batidas da música como também na letra.

Os estilos mais conhecidos são o Funk Melody/Carioca, Funk Proibidão, Funk Consciente e o Funk Ostentação. Abaixo, conceituaremos e traremos exemplos dos dez subgêneros existentes para o funk.

Segundo Oliveira (2016), o Funk Ostentação discursa sobre o sucesso e uma vida de luxo, rodeada de dinheiro, roupas de grife, joias e carros importados. As letras retratam alguém que alcançou o sucesso e se deu bem na vida, fazendo com que os jovens sintam desejo pelo o que é retratado. Essa vertente foi criada na baixada santista,⁶ em São Paulo, na década de 1990, a qual passou por vários momentos.

Contando os plaque de 100, dentro de um Citroën
 Ai nós convida, porque sabe que elas vêm
 De transporte nós tá bem, de Hornet ou 1100
 Kawasaki, tem Bandit, RR tem também (MC GUIMÊ, 2012)

O funk melody surgiu nos anos 1990, originando-se do *free style*, com letras mais românticas e sem conotação sexual, fazendo o uso de uma batida menos acelerada. Diferentemente do funk carioca, que possui letras com sentido duplo e que foi influenciado por outro estilo musical, o *Miami bass*. Como por exemplo, na música “Me leva” do cantor Latino, na qual fica explícito o quão romântico esse estilo se caracteriza.

Moça, eu não sei mais o que pensar
 A razão que fez nos separar
 Será o destino quem quis assim?
 Só eu sei como é duro suportar
 A dor no peito por me deixar
 Seu coração falará por mim (LATINO, 1990).

Já o funk carioca foi o estilo musical que foi criado nas favelas do Rio de Janeiro, foi a partir dele que os outros subgêneros começaram a ser adaptados. Com influência do *Miami bass*, esse estilo teve origem na década de 1970 com o começo dos bailes, onde o funk e *soul* eram os únicos estilos de músicas tocadas. Alguns anos depois, com a criação dos outros subgêneros, os DJ's começaram a reproduzir outros tipos de ritmos. Diferentemente dos funk

⁶ Segundo documentário “Funk Ostentação” produzido pela Kondzilla.

melody, esse subgênero possui uma batida mais acelerada e letras com duplo sentido, podendo serem erotizadas ou não.

Delano lançou mais uma
Pra todas as novinhas
Eu tô lançando mais uma
Pra todas as novinhas
Ela quica, ela para
Rebola, ela trava (DELANO, 2012).

Para Herschmann (2000, p.169), o Funk Proibidão são as “versões piratas de raps de grande sucesso, homenageando membros de organizações criminosas locais”. Já para Russano (2006, p.11) “primeiro, ele conota poder, força – trata-se de algo muito proibido, ligado ao banditismo; e segundo, confere certa “leveza” humorística à repercussão e ao escândalo que a venda de um CD feito com baixíssima qualidade técnica, de forma caseira, ganhou na mídia”. O Funk Proibidão deixa explícito em suas letras o tráfico de drogas e o crime existente nas favelas, além das brigas com os grupos rivais que disputam o mesmo tipo de trabalho. Esse subgênero retrata duelos entre favelas distintas, que ficam presentes em algumas músicas o quão importante alguns moradores julguem-se fazer parte de determinado “grupo”. Como por exemplo, na música exposta abaixo, o termo “alemão” se refere a um grupo de uma determinada favela, no qual pode-se perceber que é citado alguns nomes de operações policiais “Bope”, “DRE”, “Exército Civil”, “PM”, fica explícito a relação entre policial e traficante, expondo os conflitos existentes e se vangloriando dos atos criminosos.

Morro do Dende é ruim de invadir
Nós com os alemão vamos se divertir
Por que no Dende eu vou dizer como é que é
Aqui não tem mole nem pra Dre
Pra subir aqui no morro até a Bope Treme
Não tem mole pro Exército,Civil nem pra Pm
Eu dou o maior conceito para os amigos meus (CIDINHO E DOCA, 1995).

Observamos que hoje as letras também abordam temas ligado a sexualidade, fazendo questionamentos sobre a moral vigente. Apesar disso nesse subgênero, existem duas versões onde o que se difere são as letras, que se baseiam no “light” e no “proibidão”, sendo o light um subgênero que não retrata aspectos ligado a sexualidade, constituindo-se em uma versão com a letra mais “suave”.

O Funk Consciente retrata o dia-a-dia dos moradores da favela, o sofrimento e o preconceito existente com essa população, além da polícia e seus ataques. Esse subgênero busca trazer a realidade da pobreza e a violência existente no tráfico, conscientizando as pessoas sobre

como é a vida que os moradores vivem ou vivenciam. Se distingue dos demais estilos por meio de suas letras, segundo Dayrell (2001, p.38) “em Belo Horizonte, por exemplo, o Funk ganhou força no final da década de 80, quando os Mc’s adaptaram as letras denunciativas do RAP à batida mais dançante dos funks”.

O subgênero consciente, possui vários cantores, tais como: Mc Bó da Catarina, Mc Martinho, Mc Bochecha, Mc Carol, Mc Mayara, Valesca Popozuda, Mc Queer, Mc Xuxu, Mc Garden. A música “Rap da Felicidade” dos cantores Cidinho e Doca escolhida como exemplo fez bastante sucesso na década de 1990, pois além de ser criada em uma época na qual os moradores denunciavam o tratamento da polícia, ela também foi trilha sonora do filme “Tropa de Elite”, com o qual ganhou mais visibilidade.

Minha cara autoridade, eu já não sei o que fazer
Com tanta violência eu sinto medo de viver
Pois moro na favela e sou muito desrespeitado
A tristeza e alegria aqui caminham lado a lado
Eu faço uma oração para uma santa protetora
Mas sou interrompido à tiros de metralhadora
Enquanto os ricos moram numa casa grande e bela
O pobre é humilhado, esculachado na favela
Já não aguento mais essa onda de violência
Só peço a autoridade um pouco mais de competência (CIDINHO E DOCA, 1995).

O Funknejo mistura dois gêneros musicais: o funk e o sertanejo, dois estilos bastante conhecidos no Brasil. Nesse subgênero encontram-se artistas como: João Lucas e Marcelo, Cacio e Marcos, Kevinho, Naiara Azevedo, Lucas Lucco, Wesley Safadão, Mc Lan, Nego do Borel, Mc Bin Laden, Anitta, Mc Guimê, Tati Zaqui. A música “Tá tarada” dos cantores Cacio e Marcos, por exemplo, traz essa combinação de gêneros que é conhecida por fazer parcerias entre Mc’s e cantores sertanejos. Se por um lado o proibidão fala em temática a aspectos ilegais, por outro, o subgênero Funknejo aborda uma temática mais ligada a relacionamento.

Tá tarada, tá tarada, tá tarada
Rebola, pisca o olho e faz cara de safada
Tá tarada, tá tarada, tá tarada
Cácio e Marcos perguntou, ela disse: tô empolgada (CACIO E MARCOS, 2001).

No Pop funk é uma mistura de dois ritmos: funk e pop, com letras mais sensuais e batida menos acelerada. Nesse subgênero há artistas como Mc Gui, Mc Naldo, Mc’s Pikeno e Menor, diferentemente do funk proibidão as letras não fazem apologia a drogas, crimes ou a vida luxuosa.

Avistei uma foto sua no meu Instagram

Fiquei enfeitiçado
 Confesso não acreditei, 'to sonhando acordado!
 Hoje posta uma cartinha no meu Facebook
 E todas as minhas fotos você também curte (MC GUI, 2014)

O Eletrofunk mistura o funk carioca e a música eletrônica, tendo uma importância maior no ritmo da música, uma batida mais acelerada. Nesse subgênero, um estilo pouco explorado pelos artistas, encontram-se alguns nomes como Mc Catra, Mc Pedrinho.

Se o som é viciante ela tá tendo overdose
 Ela tá ficando instigante, olha só a metamorfose
 Ela é louca, se transforma
 Chegou quietinha agora é a mais gostosa louca louca (MC CATRA, 2006).

Já o Funk Rasteirinha mistura três ritmos: o funk, axé e forró. É um ritmo mais “dançante”, surgiu em 2012 e possui bastante semelhança com as músicas latinas, nesse estilo as batidas da música são menos aceleradas. Esse subgênero possui artistas como Mc Romântico, Mc Laís e Mc Nandinho. É a vertente mais nova do funk e a mais diferente, onde o que muda é apenas a batida da música.

As novinha tão sensacional
 As novinha tão sensacional
 Descendo gostosa, prendendo legal
 Subindo gostosa, prendendo legal
 Rebola gostosa, prendendo legal
 Isso aqui 'tá gostoso, 'tá sensacional (MC ROMÂNTICO, 2004).

Por fim, o Funk norte-americano é inspirado no blues e jazz, com bastante instrumentos, como por exemplo, saxofone e bateria. Os artistas mais conhecidos desse gênero são James Brown e Prince, citados anteriormente nesse trabalho, James Brown é bastante conhecido por criar a primeira música funk.

Além desses funks citados acima, existem outros subgêneros que estão sendo explorados comercialmente, como por exemplo, funk gospel e funk feminista. O funk feminista retrata o empoderamento feminino e a independência da mulher, artistas como Mc Mayara, Mc Valesca Popozuda, Mc Carol e Ludmilla são conhecidas por explorarem esse novo subgênero. Já o funk gospel utiliza da batida acelerada desse ritmo, com letras sem nenhum teor sexual e com retórica voltada para a expressão de uma fé religiosa.

2.2 Funk, cultura e representação

O conceito de cultura é estudado em várias áreas, neste trabalho utilizaremos como autor base Stuart Hall com o livro *Cultura e representação*. Para Hall (2016) a cultura possui um uso mais corrente na qual é pensada como um conjunto de grandes ideias, integrando o que de melhor foi pensado e afirmado em um povo. Possuindo uma definição mais atual, a cultura também se refere às formas em que são abundantemente distribuídas as músicas populares, literatura, além das atividades que constroem o cotidiano das pessoas, essa forma se denomina como “cultura popular” ou “cultura de massa” de um determinado tempo (HALL, 2016).

Diante disso, durante um tempo havia o enfrentamento entre a cultura popular e alta cultura no qual enxergavam o popular como degradado e a alta cultura como algo arruinado, onde esses tipos de culturas eram ligados a poder e valor (HALL, 2016). Podemos observar esse enfrentamento presente ainda nos dias atuais, quando o gênero musical funk é apresentado, na qual o preconceito com essa cultura popular, que é advinda dos bairros menos favorecidos do Rio de Janeiro, permanece. Tendo uma definição mais aproximada das ciências sociais o termo cultura começou a ser utilizado de forma antropológica, se referindo as particularidades a respeito de um modo de vida de um povo, como também para retratar segundo Hall (2016, p.19) “os valores compartilhados de um grupo ou sociedade”.

O autor Hall (2016, p.20) afirma que “a cultura diz respeito à produção e ao intercâmbio de sentidos - o compartilhamento de significados - entre membros de um grupo”, tornando-se então dependente da interpretação e do significado que as pessoas dão às coisas. Visto que, em cada cultura existe vários significados sobre algum assunto e também várias formas de interpretar e representar o que foi visto/afirmado. Além disso, a cultura traz significados culturais que segundo Hall (2016, p.20) “organizam e regulam práticas sociais, influenciam nossa conduta e conseqüentemente geram efeitos reais e práticos”. Dado que diante do significado de qualquer tema a interpretação e a representação se tornam importantes, segundo Hall (2016, p.32) “representar algo é descrevê-lo ou retratá-lo, trazê-lo à tona na mente por meio da descrição, modelo ou imaginação”. Essa representação existente no funk, traz por exemplo, o dia a dia dos moradores da favela apresenta, uma diferente realidade para quem faz parte de outra classe social, conforme Fornaciari:

Com uma linguagem cheia de neologismos e elementos sígnicos alterados, com criação de dados vocabulares e imagéticos próprios e singulares, o movimento funk revela um lado muitas vezes escondido da nossa sociedade, a face pobre, esquecida, invisível nas grandes metrópoles. Essa face pobre do Brasil revelada pelo funk é, justamente, o fator que determina a sua grande aceitação, muitas vezes propiciada também pela própria ignorância de outras possibilidades (FORNACIARI, 2011, p.39).

A representação, conforme Hall, (2016, p.34) é “a produção do significado dos conceitos da nossa mente por meio da linguagem, a conexão entre conceitos e linguagem que permite nos referirmos ao mundo “real” dos objetos, sujeitos ou acontecimentos”. Assim, existem dois processos de representação, primeiro o sistema no qual toda ordem e acontecimentos é relacionada com as representações mentais que trazemos, a segunda é como um “sistema de representação” onde compõe-se nos diferentes modos de organizar, classificar os conceitos, formando pensamentos e ideias visto que eles são organizados em distintos sistemas classificatórios (HALL, 2016).

Existem representações que constroem verdades, no funk podemos observar o preconceito ainda existente com essa cultura, fato que fica visível na criminalização do funk e na discriminação contra as periferias. Ou seja, essa é uma representação que afirma e traz uma realidade ainda presente, as pessoas passam pelos dois processos de representação e assim acabam formando e organizando seus pensamentos sobre o funk, após essas etapas é criado o mapa conceitual onde a interpretação está localizada.

Cada indivíduo carrega consigo um mapa conceitual na cabeça, nesse mapa é onde se localizam os sentidos e interpretações, pois segundo Hall (2016, p.36) “somos capazes de nos comunicar porque compartilhamos os mesmos mapas conceituais, dando sentido ou interpretando as coisas de formas semelhantes”. A linguagem é o segundo sistema de representação que auxilia na elaboração desses sentidos, o nosso mapa conceitual deve ser traduzido com uma linguagem comum, para que os conceitos sejam relacionados com palavras escritas, imagens, sons.

Stuart Hall (2016, p.41) afirma que o sentido “não está no objeto, na pessoa ou na coisa, e muito menos na palavra. Somos nós quem fixamos o sentido tão firmemente que depois de um tempo ele parece natural”, ou seja, o sentido é construído pelo sistema de representações, estabelecendo uma ligação entre o nosso mapa conceitual e a nossa linguagem. Hall (2016) ressalta que:

Um jeito de pensar a cultura é nos termos desses mapas conceituais compartilhados, sistemas de linguagem compartilhada e códigos que governam as relações de tradução entre eles. Os códigos fixam as relações entre conceitos e signos. Estabilizam o sentido dentro de diferentes linguagens e culturas. O inverso também é verdadeiro: os códigos nos dizem quais conceitos estão em jogo quando ouvimos ou lemos certos signos (HALL, 2016, p.42).

Portanto, o sentido, linguagem e representação são elementos essenciais para estudar a cultura, isso porque, segundo Hall (2016, p.43), “pertencer a uma cultura é pertencer ao mesmo

universo conceitual e linguístico, saber como conceitos e ideias se traduzem em diferentes linguagens”.

A disseminação da representação do funk é realizada de variadas formas, tais como: novelas, séries e nas redes sociais. O *YouTube* é uma plataforma na qual vários canais propagam essa cultura, divulgando videoclipes e quebrando o estereótipo criado em torno do gênero e, de algum modo, construindo outros estereótipos. O número de pessoas que acompanham esses canais é altamente elevado, porém para a mídia de massa estas expressões da cultura ainda são ignoradas. Além do *YouTube*, também temos a televisão, onde várias novelas já retrataram histórias sobre o funk carioca, bailes funks, dj's, dia a dia na favela, moradores da favela, como por exemplo, a novela Partido Alto (1984), Vidas Opostas (2006), Duas Caras (2008), Salve Jorge (2013), I Love Paraisópolis (2015). Indo além do *YouTube*, o canal Kondzilla informou que está preparando uma série⁷ em parceria com a Netflix, denominada “Sintonia”. A série deve explorar a interconexão da música, tráfico de drogas e da religião nas favelas de São Paulo.

Hall (2016) afirma que o significado não pode ser fixado, apesar de fazermos grandes esforços para que isso aconteça através da representação. Através desses esforços é que surgem as estratégias de estereotipagem: a inversão de estereótipos, imagens positivas e negativas, através do olhar da representação.

A inversão de estereótipo tem como objetivo, segundo Hall (2016, p. 214) “inverter a avaliação dos estereótipos populares”, por exemplo, no funk o estereótipo é de que há muita marginalidade devido a vários fatores, um deles é a classe social, a etnia que faz parte dessa cultura, para invertermos isso devemos mostrar o contrário. Na favela não existem só negros, existem brancos, existem pessoas de classe média que possuem dinheiro, que se dão bem na vida, ou seja, invertemos os papéis.

Conforme Hall (2016, p.216), a segunda estratégia é a tentativa de “substituir as imagens negativas, que continuam a dominar a representação popular, por imagens positivas”. Ou seja, essa estratégia tenta construir uma imagem positiva de algo que já é visto como negativo, aceitando a diferença e partindo para a celebração, como por exemplo, na frase “Black is Beautiful”, acabamos lendo o negativo de forma positiva (HALL, 2016).

O funk é uma cultura onde há muita luta e resistência, desde o começo quando funk significava modo de vestir, falar e também passou a ser significado de orgulho por ser negro. Nos dias atuais ainda há muito preconceito em relação ao funk quando tratado como cultura, o estereótipo negativo do funk faz com que as pessoas tenham em mente que todo funkeiro faz

⁷ Disponível em: < <https://exame.abril.com.br/estilo-de-vida/netflix-anuncia-serie-em-parceria-com-o-kondzilla/> >

parte de uma vida criminosa, trabalha em uma facção, assalta, anda armado e faz “arrastão”. Marcos importantes para essa cultura vão acontecendo e aos poucos as pessoas vão se familiarizando com ele. Em maio de 2018, foi aprovada na Câmara dos Deputados uma lei na qual o funk passou a ser considerado como uma manifestação cultural, pelo Projeto de lei 4124/08⁸, no qual fica assegurado aos “artistas do funk o respeito aos seus direitos, e ao movimento funk a livre realização de suas atividades e de manifestações como festas, bailes e reuniões”. Atualmente, existem alguns canais na plataforma *YouTube* que produzem videoclipe de funk, os quais mostram realmente como é a favela, o dia a dia de MC’s, de moradores e toda a celebração existente nela; Além de videocliques, ainda existem alguns canais de moradores da favela que realizam vlogs.

⁸ Disponível em: <<http://www2.camara.leg.br/camaranoticias/noticias/EDUCACAO-E-CULTURA/557886-CAMARA-APROVA-FUNK-COMO-MANIFESTACAO-DA-CULTURA-POPULAR.html>>

3 O *YOUTUBE* E A REPRESENTAÇÃO DO FUNK PELO CANAL KONDZILLA

Neste capítulo será apresentada a plataforma *YouTube*, além de suas ferramentas e transformações nestes 13 anos de existência. Na segunda parte, apresentamos o objeto de pesquisa deste trabalho, o canal Kondzilla, trazendo o histórico e as características da produção do canal.

3.1 O *YouTube*

Neste momento, apresentaremos a plataforma *YouTube* utilizando como base o livro “*YouTube e a revolução digital: Como o maior fenômeno da cultura participativa está transformando a mídia e a sociedade*”, de Jean Burgess e Joshua Green.

O *YouTube* foi fundado por Chad Hurley, Steve Chen e Jawed Karim, lançado oficialmente em junho de 2005 e adquirido pelo Google em 2006, pretendia eliminar as barreiras técnicas que existiam e impossibilitavam o compartilhamento de vídeos na internet. A plataforma possui um *layout* descomplicado e de fácil entendimento, possibilitando que o usuário faça *upload* ou visualize os vídeos sem precisar possuir muito conhecimento (BURGESS; GREEN, 2009).

Desde a sua criação o *YouTube* sofreu algumas alterações, em outubro de 2006 o Google comprou a plataforma por 1,65 bilhão de dólares, um ano depois (em novembro de 2007) ficou conhecido como o maior site de entretenimento do Reino Unido. A plataforma começou a crescer de maneira relevante, segundo Burgess, Green (2009) o *YouTube* chegou a se tornar um dos dez sites mais visitados do mundo (BURGESS; GREEN, 2009).

Segundo Jawed Karim, o terceiro cofundador do *YouTube*, o sucesso da plataforma se deve à implementação de quatro recursos: recomendações de vídeos por meio do “Vídeos Relacionados”, um link que permite o compartilhamento dos vídeos, comentários e também um reprodutor de vídeo que pode ser incorporado (BURGESS; GREEN, 2009).

Conforme Burgess e Green (2009, p.21), “Como empresa de mídia, o *YouTube* é uma plataforma e um agregador de conteúdo, embora não seja uma produtora do conteúdo em si”. Apesar da plataforma não produzir conteúdo, ela proporciona que os usuários produzam seu próprio material, com qualquer temática ou linguagem. Para os autores, o *YouTube* é “uma plataforma conveniente e funcional para compartilhamento de vídeos” (BURGESS; GREEN, 2009, p.21)

Indo além de apenas compartilhar vídeos, a plataforma *YouTube* possui várias ferramentas para incentivar e inspirar o usuário a utilizar o serviço, como por exemplo, a escola de criadores de conteúdo na qual são ofertados *workshops*, cursos, eventos, além de prêmios e benefícios. Esse criador de conteúdo tem a possibilidade de introduzir a publicidade em seus vídeos, podendo escolher o público de interesse. A plataforma auxilia o usuário nos primeiros passos, tendo recursos para instruí-lo. Além dessas ferramentas citadas acima, o *YouTube* ainda disponibiliza aplicativos para o público infantil, gamer e também a opção de gravação das transmissões ao vivo dos canais (YOUTUBE, 2018).

Além disso, foi lançado em 2018 o *YouTube Premium*, com a assinatura mensal o usuário tem acesso a vários benefícios nas ferramentas da plataforma, tais como: *YouTube Music*, *YouTube Originals*, *YouTube Kids*, *YouTube Gaming*, *Google Play Música*. No *YouTube Music*, o usuário tem a opção de criar playlist e de ouvir músicas sem interrupções, além da possibilidade de poder fazer o *download*. No *YouTube Originals*, é oferecido ao usuário um catálogo de séries e filmes, no qual pode ser feito o *download* para visualizar *offline*. No *YouTube Kids*, é disponibilizado ao usuário vídeos para o público infantil sem qualquer anúncio. No *YouTube Gaming*, o usuário pode visualizar o conteúdo sem anúncio. Por fim, o aplicativo *Google Play Música* é incluído sem custo adicional para o usuário utilizar em seu celular (YOUTUBE, 2018).

Podemos observar que os produtores de conteúdo da plataforma *YouTube* atendem os mais variados públicos, seja na idade como também na temática. Existem canais que abordam diferentes assuntos, como por exemplo: culinária, maquiagem, idiomas, aula para vestibulandos, tutoriais, mundo dos *gamers*, música, humor, *booktubers*. Esses produtores de conteúdo acabam influenciando no comportamento dos usuários e também auxiliam aqueles que, por exemplo, utilizam a plataforma para estudo. O segundo canal com mais inscrito no Brasil, é do comediante Whindersson Nunes, que conta, em 16 de outubro de 2018, com mais de 31 milhões de seguidores, no mundo o canal com mais inscritos é do gamer PewDiePie, que conta com mais de 66 milhões de seguidores.

Segundo Burgess e Green (2009), a maioria dos vídeos é constituído de vlogs (mais de 40%) onde famosos fazem vídeos falando sobre o dia a dia e também sobre determinados assuntos, com a linguagem totalmente coloquial, é o exemplo citado logo acima, o Whindersson Nunes é o segundo canal com mais inscritos e realiza vlogs. Outros tipos de conteúdos também incluem a música (15%), vídeos de fãs de anime (13%), conteúdo informativo (10%) (BURGESS;GREEN, 2009).

Conforme Burgess e Green (2009, p.77) “há várias tendências estéticas observadas ao longo da variedade dos conteúdos criados por usuários”. Podemos observar o uso do chroma - key, telas subdivididas, uso de “vozes engraçadas” para atrair os usuários, além também do uso da tecnologia para a edição desses materiais.

A chegada da web 2.0, na qual o usuário cria e compartilha o próprio conteúdo, fez com que as mídias se adequassem e se aproximassem mais do público. O usuário se tornou mais presente, podendo interagir com a marca, se tornando também em alguns casos co-responsável pelo conteúdo. A produção e o compartilhamento do usuário, citado anteriormente faz relação com a concepção de Jenkins, Green e Ford (2014) diante da cultura participativa na web 2.0, na qual o usuário e o produtor começam a se modelar novamente.

Inicialmente o termo cultura participativa era utilizado para distinguir os tipos de grupos, os de fãs e os outros públicos (JENKINS, 1992). Com o tempo o conceito evoluiu, segundo Jenkins (2014, p. 24) a cultura participativa começou a se referir a uma “variedade de grupos que funcionam na produção e distribuição de mídia para atender a seus interesses coletivos”. O público está cada vez mais presente no fluxo de mídia, diante disso os produtores e gerentes das marcas começam a perceber a importância de entender e escutar as necessidades deles.

O usuário, agora produtor de conteúdo, adota as plataformas conforme o surgimento delas, posto que a partir dessas plataformas acontece as interações culturais e sociais, por exemplo, a plataforma *YouTube* se consolida a partir da web 2.0, oferecendo recursos da cultura participativa. É a partir da separação de temas e da identificação do público de determinado canal, assim conseguindo uma boa audiência, que o *YouTube* produz e dissemina conteúdo no contexto da cultura participativa na web 2.0. É importante ressaltar que, os aspectos técnicos e estéticos também são importantes nessa produção de conteúdo.

Hoje, o *YouTube* possui mais de 1,9 bilhão de usuários, quase um terço da internet está nessa plataforma utilizando os serviços. Os usuários possuem de 18 a 34 anos e a plataforma está disponível em 91 países e em 80 idiomas. Além disso, o número de horas de visualização de vídeo todos os dias no *YouTube* ultrapassa um bilhão de horas assistidas (YOUTUBE, 2018).

3.2 Linguagem *videoclíptica*

Visto que o objeto de interesse da pesquisa é um canal especializado em produção de videoclipes do gênero funk, é indispensável falarmos da linguagem *videoclíptica* e de sua

constante evolução. Buscamos apresentar um histórico do videoclipe, além de suas características de produção e criação.

O videoclipe faz com que a possibilidade da conexão entre os meios aconteça, apresentando particularidades de linguagem do cinema e do vídeo. Da mesma maneira que o vídeo e o cinema, o videoclipe possui características próprias, advindas das transformações e introduções de elementos (do cinema ou do vídeo) (FARO, 2010).

Inicialmente o videoclipe era apenas um vídeo para a indústria musical, no qual o que era mostrado eram os cantores e as bandas realizando performances em frente as câmeras, sem nenhum tipo de encenação ou efeito. As características que ficaram marcadas daquela época eram a rapidez e instantaneidade presente nos vídeos, a produção podia ser também apenas uma justaposição de imagens. Hoje em dia é considerado uma composição audiovisual com características importantes. A evolução desse gênero começou quando o cantor Michael Jackson iniciou o uso de tecnologias para aperfeiçoar o trabalho, utilizando da edição e projeções (FARO, 2010).

O videoclipe surgiu na década de 80 no canal de televisão MTV, tendo uma visibilidade maior. Nesse canal de televisão os videoclipes eram transmitidos de forma contínua 24 horas por dia, o público acabou se acostumando com esse gênero (OLIVA, 2013). Pontes (2003) define videoclipe como:

[...] videoclipe é um pequeno filme, um curta metragem, cuja duração está atrelada (mas não restrita) ao início e fim do som de uma única música. Para ser considerado um videoclipe, este curta-metragem não pode ser jornalístico, não é a simples filmagem da apresentação de um ou mais músicos. Ele é a ilustração, a versão filmada, de uma canção. Há intenções artísticas em sua realização, e, quase sempre, ausência de linha narrativa (PONTES, 2003, p.48).

Arlindo Machado (2000) propõe uma reflexão diante do videoclipe como um novo espaço audiovisual que cria linguagens e expressões. Além disso, o autor analisa o videoclipe como um lugar no qual surgem várias tendências, possibilitando então novas definições e particularidades. Um exemplo é o uso de determinada linguagem em um videoclipe, podendo ser uma dança ou movimento qualquer, no funk temos uma amostra no videoclipe do cantor Mc Bin Laden com a música “Tá Tranquilo, Tá Favorável”⁹, no qual o símbolo “*hang loose*” que é feito com as mãos ficou famoso e habitual entre o público, sendo também uma gíria utilizada para expressar sentimento de aprovação, de tranquilidade.

⁹ Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=9CuH8IHFGsA>> Acesso em: 24 de outubro de 2018.

A mudança na produção e nos procedimentos para a realização do videoclipe foi um marco importante para o campo audiovisual, vários procedimentos que antes não eram utilizados começaram a ser explorados por esse meio. Os efeitos especiais, os efeitos de edição, o *chroma-key*, as tipografias utilizadas, como também a criação de personagens e narrativas para determinados videoclipes são alguns exemplos.

[...] são vários os elementos técnicos utilizados para compor o videoclipe. No campo das linguagens, ele pode comportar elementos do cinema, do documentário, da televisão, da publicidade, da animação ou ainda da videoarte. Percebe-se que as técnicas mais encontradas no videoclipe vêm do cinema e da publicidade. Ele tem um formato televisual utilizado para promover a venda da música (CD, DVD) (CORRÊA, 2008, p. 3).

As imagens produzidas para o videoclipe, na maioria das vezes, são interpretações da música, podendo ser uma narrativa linear ou não, seguindo a letra da música e tornando ela como referência para a edição do videoclipe. Há ainda alguns videoclipes em que as produções não são baseadas na letra da música, partindo para outro tipo de criação.

[...] com sua crescente popularização nos meios de comunicação de massa sobretudo a partir dos anos 1980, os videoclipes tornaram-se um dos principais gêneros midiáticos de expressão cultural e estética da contemporaneidade, marcando e modelando nossa cultura cotidiana: filme, arte, literatura, publicidade – todos claramente se acham sob o impacto dos clipes em sua estética, seus procedimentos técnicos, mundos visuais ou estratégias narrativas (KEAZOR: WÜBBENA, 2010, p. 7).

Os procedimentos para compor um videoclipe seguem etapas que contribuem para um bom resultado, como por exemplo, na produção a iluminação pode auxiliar o cantor a ficar mais evidente, mas também pode ser utilizada uma iluminação mais natural, sem sobressair nenhum objeto ou pessoa que faz parte do cenário. No figurino ou cenário, pode-se fazer uma referência a algum artista ou a alguma determinada época ou tendência, mas também existe a possibilidade de criar figurinos conforme o cantor e seu estilo ou também seguindo o roteiro do videoclipe. Na pós-produção as transições podem ser realizadas de diversas maneiras, dispondo de vários programas que oferecem recursos de computação gráfica que podem ser introduzidos nas produções (CORRÊA, 2008).

[...] os videoclipes tornaram-se um novo referencial para a apreciação estética da música associada a uma forma de oferecer um produto ao consumo. Inegavelmente, pela indústria fonográfica, vídeos musicais são formas de exposição de um produto que está à venda, um apelo ao consumo. Sua estética une técnicas apuradas do cinema e da publicidade, a liberdade de criação de film makers e um universo

simbólico que visa à expressão do sentido da canção e da personalidade do artista (BRANDINI, 2006, p.4).

Essas técnicas utilizadas nos videoclipes são advindas do cinema e da publicidade, visto que o objetivo é a venda da música. Sendo assim, o videoclipe se configura como uma peça de divulgação publicitária (CORRÊA, 2008). Apesar disso, o videoclipe possui outra finalidade, não sendo apenas para divulgar um novo trabalho do artista, ele também é visto como uma oportunidade pelas marcas para anunciar produtos, sendo uma alternativa usada também pelos artistas que buscam patrocinadores para financiar parte da produção audiovisual do clipe. Segundo Joseph Plambeck (2010), a pesquisa da PQ Media concluiu que:

[...] dinheiro gasto na inserção de publicidade de produtos em clipes musicais cresceu 8% em 2009 em comparação com o ano anterior, enquanto a propaganda paga de produtos em geral caiu 2,8% para US\$ 3,6 bilhões. O dinheiro geralmente é usado para pagar os custos do vídeo que em geral são divididos entre o artista e a gravadora (PLAMBECK, 2010).

A linguagem videoclíptica apresenta uma constante evolução das produções e criações dos videoclipes, trazendo também tendências ao universo da moda, como por exemplo na música “Rabiola” de Mc Kevinho, no qual o diretor afirma em entrevista¹⁰ ter utilizado as cores tendências do verão 2018 para a elaboração do clipe. Além disso, os videoclipes realizados na atualidade utilizam muitos efeitos gráficos, que eram poucos explorados na década de 1980.

3.3 O fenômeno Kondzilla

A Kondzilla é uma empresa multiplataforma, que administra segmentos, tais como: Kondzilla Filmes, Kondzilla Records, Kondzilla Wear, além de um site onde é comentado e discutido o jovem na favela (KONDZILLA, 2018). A Kondzilla Filmes atua na área do audiovisual, sendo uma produtora renomada no ramo musical, produzindo videoclipes que são divulgados na plataforma *YouTube*, no canal da marca. A Kondzilla Records corresponde a uma gravadora de funk paulista, na qual é gerenciada a carreira dos artistas. A Kondzilla Wear¹¹ oferece ao público uma loja da marca Kondzilla, na qual são ofertadas bermudas, camisetas, bonés e relógios. O site “Portal Kondzilla” foi criado em 23 de março de 2017 e discute as produções do canal, disponibiliza entrevistas com os cantores, *making-off* de videoclipes, como também propaga a história do funk, bem como sua evolução.

¹⁰ Disponível em: < <https://www.kondzilla.com/mc-kevinho-anuncia-o-verao-com-musica-rabiola/>>

¹¹ Disponível em: <<https://loja.kondzilla.com/>>

Segundo observações feitas na descrição do mesmo no dia 16 de outubro de 2018, o canal possui mais de 41 milhões de inscritos, totalizando 863 vídeos com em média 200 mil visualizações diárias. Sendo então, o terceiro maior canal musical no *YouTube* do mundo e o maior canal do *YouTube* brasileiro, devido ao número de inscritos.

O canal do *YouTube* é dirigido por Konrad Dantas, empresário, produtor de cena e roteirista, um amante do audiovisual que busca representar através da indústria fonográfica o mundo musical, além de também ter um objetivo de se comunicar com o público jovem de periferia, fazendo com que eles se sintam representados¹². Um dos objetivos de Konrad, como afirma em entrevista ao Meio e Mensagem, é dar visibilidade para uma parcela da população que é invisível no ramo musical, tanto pela qualidade musical do cantor quanto pela produção audiovisual que ao ser elaborada faz com que o canal se torne conhecido e também promova a marca/cantor.

No começo da carreira a ideia inicial de Konrad era trabalhar com música e esportes radicais, experimentando cada estilo para assim visualizar onde seria mais aceito. Ao começar a trabalhar com o funk, o diretor em seu segundo videoclipe, com a música “Megane”, de Mc Boy do Charmes, obteve 1 milhão de visualizações em 28 dias; no terceiro videoclipe, com a música “Tá Patrão”, de Mc Guimê, obteve 1 milhão de visualizações em duas semanas. Após estes sucessos, ficou determinado que o objetivo da produtora era entregar conteúdo musical para os bailes funks. A partir da definição do direcionamento da produtora, Konrad deixou a produção por conta do cliente, fazendo então a filmagem, finalização e montagem dos videoclipes. Após algum tempo começou a reproduzir a marca Kondzilla no começo de seus vídeos, pois queria promover a marca, constituindo um claro exemplo de autorreferência. Além disso, a produtora possui algumas exigências, tais como: toda a produção da marca Kondzilla deve ser publicada no canal Kondzilla, a marca exige um *royalty* de 50% do conteúdo.

A Kondzilla Records gerencia vários artistas, são eles: Kevinho, Mc Kekel, Dani Russo, Mc Dede, Mc Guimê, Mc Rodolphinho, Mc MM, Mc Menor MR, Mc Hollywood, Dj RD, JottaPê, Junior Lord, Mc Gustta, Mítico Dj, Gui Andrade, Mc Negão do Arizona, Mc Ale, NGKS, Matheuzinho, Jé Santiago, Dj Douglinhas, Mc Vinny, Mc Brankim, Mc Lukkas, Mc Japa, Mc Pack e Tati Zaqui (KONDZILLA, 2018). Dentre esses artistas há vários subgêneros do funk, desde o funk consciente até o funk ostentação, a produtora gerencia os mais variados estilos.

¹² Conforme entrevista de Konrad para o Meio e Mensagem. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=KSxoqda1a9A>>

Ao observar o canal Kondzilla no *YouTube*, vimos que os subgêneros que se destacam são o funk ostentação e funk carioca, possuindo vários videoclipes de diferentes artistas, como por exemplo, “Deixa Rolar”, de Mc Kekel do subgênero carioca e “Passei de Oakley”, de Mc Dede, do subgênero ostentação. Além disso, no canal há outras produções, como por exemplo, “Oh Quem Voltou”, de Dani Russo e Mc Pocahontas Feat Naiara Azevedo; “Olha a Explosão”, de Mc Kevinho e Wesley Safadão; “Tem que Respeitar”, de Pedro Paulo & Alex Feat Tati Zaqui, do subgênero funknejo; “Favelado Chique” de WC no Beat, MC Marks, Cacife Clan, MCs Jhowzinho e Kadinho aliando o rap e o funk, como também de cantores do gênero pagode que produziram videoclipes com Mc’s, “Agora C Quer” de Pixote e Jerry Smith; “Bandida” Mc Livinho e Péricles.

A evolução da produção de videoclipes do canal é evidente, desde a estética como também na criação. O primeiro videoclipe elaborado pela produtora foi “É o Fluxo” de Nego Blue¹³, no qual visualizamos os efeitos que foram utilizados, os planos, o roteiro e também a tipografia utilizada. Podemos observar que no começo do videoclipe a marca apresenta-se em cor diferente, na cor branca, juntamente com os nomes de toda a equipe de produção e pós-produção da música. Nas produções atuais, a marca Kondzilla aparece em todos os começos de videoclipes com a cor dourada, permanecendo a mesma tipografia do começo do canal. Além disso, podemos notar que as produções começaram a se aperfeiçoadas, valorizando cada artista e fazendo o canal ser consolidado no meio musical.

Figura 1 - Marca utilizada no videoclipe “É o Fluxo” (2012)



Fonte: Canal Kondzilla/ YouTube

¹³ Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=fzGf061Envk>>

Figura 2 – Marca utilizada nos vídeos desde 2014 até os dias atuais



Fonte: Canal Kondzilla/YouTube

A produção do canal Kondzilla realiza videoclipes temáticos, fazendo o uso de algum tema específico para despertar atenção do público, como por exemplo na música “Só Quer Vrau” de Mc MM e Dj RD que utiliza dos personagens e da história da série La Casa de Papel¹⁴ do site Netflix¹⁵ para a montagem do roteiro do videoclipe. Esse videoclipe elaborado pela Kondzilla, é inspirado na série e possui características da mesma, os figurantes e o cantor vestem roupa vermelha e utilizam a máscara do Salvador Dalí, além do cenário ser similar com o local onde La Casa de Papel é filmada.

Ainda sobre a produção do canal, ao observarmos os dez videoclipes com mais acessos, vimos que apenas um conta com a participação de uma Mc mulher, com a música “Amor de Verdade” de Mc Kekel e Mc Rita que ocupa a terceira posição em vídeos populares no canal. A presença das mulheres no canal é reduzida apesar do público maior ser do gênero feminino¹⁶, após a Mc Rita só então no 16º vídeo aparece uma produção que é propriamente de uma Mc, a música “Envolvimento” de Mc Loma e as Gêmeas Lacração, um dos videoclipes que fazem parte do *corpus* de análise do presente trabalho.

Konrad, criador do canal, está em busca de exportar a batida do funk para outros países. Ele participou do *South by Southwest* (SXSW), um dos maiores festivais de música e tecnologia do mundo, em Austin, nos Estados Unidos, onde afirmou possuir interesse de expandir seu trabalho internacionalmente¹⁷.

¹⁴ A série La Casa de Papel retrata a história de oito ladrões que traçam um plano para roubar a Casa da Moeda da Espanha, mantendo os reféns em cárcere privado, onde todos utilizavam uma roupa da cor vermelha acompanhada de uma máscara do pintor Salvador Dalí.

¹⁵ Netflix oferece um serviço de assinatura de filmes e séries na internet, no dia 13 de novembro contava com mais de 100 milhões de assinantes.

¹⁶ Disponível em: < <http://www.kondzilla.com/o-mundo-e-delas-inclusive-o-mundo-dos-videoclipes/>>

¹⁷ Disponível em: < <https://link.estadao.com.br/noticias/geral,depois-do-brasil-kondzilla-quer-o-mundo,70002231745>>

4 DESCRIÇÃO DO *CORPUS* DE ANÁLISE

Neste momento, faremos a descrição do *corpus* de análise com o intuito de esclarecermos cada etapa da produção e o motivo pelo qual foram selecionados para a análise.

A análise proposta está composta a partir de dois videoclipes, são eles: “Bumbum Tamtam” de Mc Fioti ¹⁸ e “Envolvimento” de Mc Loma e as Gêmeas Lacração¹⁹, postados na plataforma *YouTube* no canal “Kondzilla”, postados respectivamente em março de 2018 e fevereiro de 2018.

A seleção do primeiro videoclipe se deu pelo fato de ser a produção com o maior número de acesso do canal, totalizando mais de um bilhão de visualizações. Para o segundo videoclipe o critério utilizado foi pelo fato de ser o videoclipe mais visualizado de uma Mc mulher.

O videoclipe “Bumbum Tamtam”, de Mc Fioti foi lançado no dia 8 de março de 2017, no dia 16 de setembro de 2018 alcançou 1 bilhão de visualizações²⁰, em 18 meses de audiência se tornou o primeiro vídeo brasileiro com esse número de acessos. Além disso, a produção é acessada em média 1,3 milhão por dia no *YouTube*²¹.

Já o videoclipe “Envolvimento”, de Mc Loma e as Gêmeas Lacração foi lançado no dia 9 de fevereiro de 2018 e até o dia da observação (26 de outubro de 2018) possuía 29.043.004 visualizações²². Além disso, a produção atingiu o topo de visualizações no YouTube e hoje se mantém na 16ª posição em vídeos populares no canal da produtora KondZilla. O vídeo teve rápida ascensão tendo aproximadamente 9 milhões de visualizações nas 24 horas após ser postado no canal Kondzilla na plataforma *YouTube*²³.

4.1 Análise do *corpus* a partir das categorias

Neste momento, apresentamos a análise proposta neste trabalho. A pesquisa foi realizada a partir de categorias pré-estabelecidas: Composição da imagem que contempla os enquadramentos, planos e ângulos; Iluminação; Paleta de cores e Uso de tipografia.

O enquadramento, segundo Coutinho (2010, p.337), é “o recorte feito pelo produtor do registro visual para comunicar sua mensagem”, ou seja, é a decisão de qual cena se adequa

¹⁸ Disponível em: < https://www.youtube.com/watch?v=_P7S2IKif-A>. Acesso em: 24/10/2018

¹⁹ Disponível em: < <https://www.youtube.com/watch?v=lgJOJAmXIBw>> Acesso em: 24/10/2018

²⁰ Disponível em: < <https://www.kondzilla.com/bum-bum-tam-tam-alcanca-1-bilhao-de-visualizacoes/>>

²¹ Disponível em: < <https://g1.globo.com/pop-arte/musica/noticia/2018/09/15/como-bum-bum-tam-tam-de-mc-fioti-se-tornou-o-1o-clipe-brasileiro-a-alcancar-1-bilhao-de-views-no-youtube.ghtml>>

²² Disponível em: < <https://www.youtube.com/watch?v=lgJOJAmXIBw>> Acesso em: 24/10/2018

²³ Disponível em: < <https://f5.folha.uol.com.br/musica/2018/02/apos-viral-caseiro-mc-loma-e-as-gemeas-lacrao-gravam-clipe-ostentacao-e-atingem-10-mi-de-visualizacoes.shtml>> Acesso em: 24 de outubro de 2018.

melhor para a transmissão do tema. Conforme Gerbase (2012, p.95) “enquadrar é decidir o que faz parte do filme em cada momento de sua realização”.

Além disso, Gerbase (2012) afirma que o enquadramento depende de três elementos: o plano, a altura do ângulo e o lado do ângulo. Na altura do ângulo existem três posições que são essenciais: ângulo normal, *plongée*, *contra-plongée*. Em relação ao lado do ângulo, existem quatro posições básicas: frontal, $\frac{3}{4}$, perfil e de nuca.

Para Gerbase (2012), o enquadramento é o processo mais importante da linguagem cinematográfica, pois ao pensarmos nele é preciso levar em consideração o público que vai consumir o videoclipe, é a partir do enquadramento que a produção será vista pelo público.

Dentro do enquadramento, ressaltamos os tipos de planos e ângulos, que, segundo Gerbase (2012), são nomeados como Plano Geral (PG), Plano Conjunto (PC), Plano Médio (PM), Plano Americano (PA), Meio Primeiro Plano (MMP), Primeiro Plano (PP), Primeiríssimo Plano (PPP) e Plano Detalhe (PD). Como ressalta Gerbase (2012, p. 95) “o plano é quando determinamos a distância entre a câmera e o objeto que estamos querendo filmar”.

A composição da imagem é o processo pelo qual acontece uma seleção dos objetos que farão parte de determinada cena, sendo importante para auxiliar não só na estética como também no entendimento do videoclipe. Segundo Hamburger (2014):

A funcionalidade dos objetos de cena é questão importante no [audiovisual]. Fazer o espectador acreditar que as coisas realmente se passam como a narrativa conta, mesmo que isso aconteça mediante efeitos especiais, é essencial para que ele "embarque" na história (HAMBURGUER, 2014, p. 46).

De acordo com Farina (2011, p.85), “além de atuar sobre a emotividade humana, as cores produzem uma sensação de movimento, uma dinâmica envolvente e compulsiva”, ou seja, as cores irão transmitir sensações e emoções ao receptor do videoclipe. As luzes e as cores para Hamburger (2014) são usadas para dar um significado à imagem. Já a paleta de cores combina tons que podem ser utilizados para colaborar na construção de algum significado específico, além de auxiliar na transmissão de alguma ideia.

A iluminação possui a função de criar climas e emoções, construindo sentidos e se tornando parte principal da produção. Federico Fellini (2000) afirma que:

A luz é ideologia, sentimento, cor, tom, profundidade, atmosfera, história. Ela faz milagres, acrescenta, apaga, reduz, enriquece, anuvia, sublinha, alude, torna acreditável e aceitável o fantástico, o sonho, e ao contrário, pode sugerir transparências, vibrações, provocar uma miragem na realidade mais cinzenta, cotidiana. Com um refletor e dois celofanes, um rosto opaco, inexpressivo, torna-se inteligente, misterioso, fascinante. A cenografia mais elementar e grosseira pode, com

a luz, revelar perspectivas inesperadas e fazer viver a história num clima hesitante, inquietante; ou então, deslocando-se um refletor de cinco mil e acendendo outro em contraluz, toda a sensação de angústia desaparece e tudo se torna sereno e aconchegante. Com a luz se escreve o filme, se exprime o estilo (FELLINI, 2000, p. 182).

Com isso, entendemos o quão importante a iluminação é em uma produção audiovisual, possuindo várias características, que auxiliam seja qual for o ambiente ou situação. A iluminação pode ser natural ou artificial, segundo Fellini (200). Para melhor entendimento, apresentamos a tabela 1 onde se encontra o *corpus* de pesquisa juntamente com a sinopse dos videoclipes escolhidos.

Tabela 1: *corpus* de pesquisa

Videoclipes	Sinopses
Videoclipe 1: Bumbum Tam tam - Mc Fioti (2017)	O videoclipe Bumbum Tam tam retrata a história de um homem que ao tocar uma flauta faz com que as mulheres se sintam atraídas por ele.
Videoclipe 2: Envolvimento – Mc Loma e as Gêmeas Lacração (2018)	O videoclipe Envolvimento apresenta uma jovem mulher que embarca em um Uber (táxi de luxo) para encontrar duas amigas em frente a uma mansão. As três cantam, dançam e se divertem em frente a mansões e dentro delas, mostrando luxo e ostentação ora através dos carros, ora através de joias e roupas.

Fonte: elaboração da autora

4.1.1 Uso dos Enquadramentos

O videoclipe 1, “Bum bum Tam tam” de Mc Fioti foi baseado no livro da “As mil e Uma Noites”. Na produção pode-se observar algumas referenciais a tal livro, tais como: Aladim, gênio da lâmpada, árabes, dança do ventre. Além disso, o cenário remete ao luxo,

riqueza e a cultura árabe, mais uma questão a ser observada, auxiliando na construção e no entendimento do videoclipe.

Ao observarmos o videoclipe, nota-se o uso da metáfora da lâmpada maravilhosa de um conto chamado “Aladim e a Lâmpada Maravilhosa”, presente no livro “As mil e Uma Noites”, onde o Aladim concede desejos para o cantor Fioti, entregando então a flauta mágica para ele utilizá-la. A partir desse momento Fioti utiliza o instrumento para conquistar as mulheres, levando-as para o harém que é mostrado nas primeiras cenas do videoclipe.

Além disso, o personagem masculino possui um papel central na produção, aparecendo sempre em posições de poder. A figura feminina aparece como submissa ao homem, em vários momentos podemos observar a mulher realizando os desejos do cantor, servindo a ele. Outrossim visualizamos que a quantidade de mulheres é maior do que a de homens no videoclipe, idealizando o pensamento de harém, mencionada anteriormente.

A presença da mulher no videoclipe encontra-se de forma em que o rosto aparece poucas vezes, nas aparições surge geralmente com o efeito desfocado, focando apenas na presença masculina. Além do mais, o corpo feminino se apresenta fragmentado em vários momentos, aparecendo apenas partes do corpo, utilizando o plano detalhe para exibir, por exemplo, os seios e as bundas das figurantes.

4.1.1.1 Clipe “Bumbum Tam Tam”

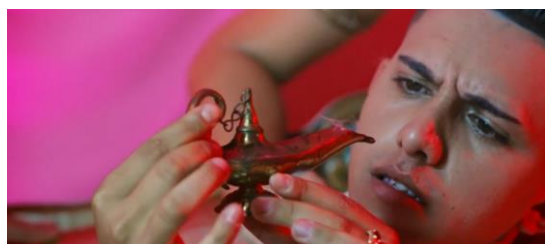
O Primeiríssimo Plano (PPP) conforme Gerbase (2012, p. 101) é utilizado quando “ a figura humana é enquadrada dos ombros para cima”. A utilização do Primeiríssimo Plano é feita em diversos momentos do videoclipe. Nas figuras 4 e 6 o cantor Fioti aparece com o semblante de curiosidade e inquietude. Já na figura 3 gesticula o manuseio de uma flauta, fazendo referência ao videoclipe e a letra da música. O plano é usado para provocar o efeito de aproximação, realçando as expressões faciais.

Figura 3 – Videoclipe 1/ PP



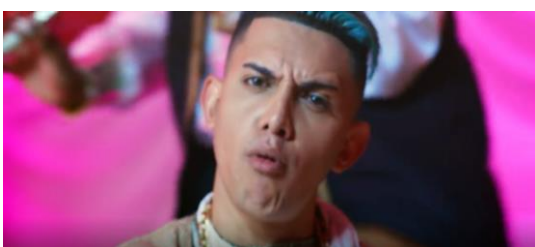
Fonte: Canal Kondzilla/ *YouTube*

Figura 4- Videoclipe 1/ PP



Fonte: Canal Kondzilla/ *YouTube*

Figura 5 – Videoclipe 1/ PP



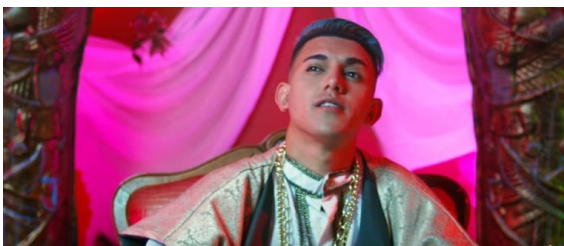
Fonte: Canal Kondzilla/ *YouTube*

Figura 6 – Videoclipe 1/ PP



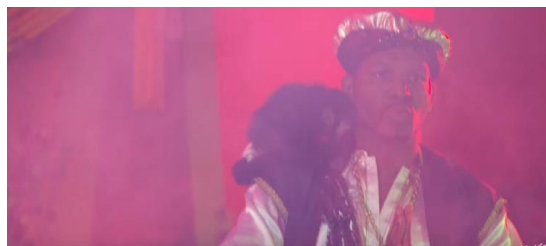
Fonte: Canal Kondzilla/ *YouTube*

Figura 7 – Videoclipe 1/ Primeiro Plano



Fonte: Canal Kondzilla/ *YouTube*

Figura 8 – Videoclipe 1/ Primeiro Plano



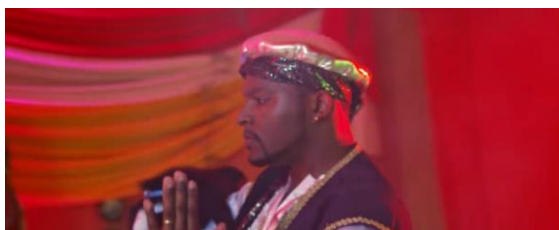
Fonte: Canal Kondzilla/ *YouTube*

De acordo com Gerbase (2012, p.100) o Primeiro Plano (PP) realiza-se quando “a figura humana é enquadrada do peito para cima”. Percebemos que na figura 7 Fioti aparece com a fisionomia de admiração e poder. Já na figura 8 e 9 o figurante surge no videoclipe, com uma fantasia do personagem Aladim e com um macaco no pescoço, mais uma composição de cena em que faz referência a história “Aladim e a Lâmpada Maravilhosa”, citado anteriormente. Apesar de ser o mesmo plano, o ângulo se diferencia na figura 9, onde o lado do ângulo se configura como “perfil”, neste caso segundo Gerbase (2012) a câmera vira em um ângulo de 90 graus com o nariz da figura humana.

O Primeiro Plano além de trazer a tona a expressão dos participantes do audiovisual, também nos possibilita a visão do local (GERBASE, 2012). Visualizamos o ambiente em que a figurante está inserida, sendo um ambiente externo, no qual o cantor Fioti aparece atrás desfocado, além de conseguirmos identificar onde está acontecendo a cena. Ao mudar

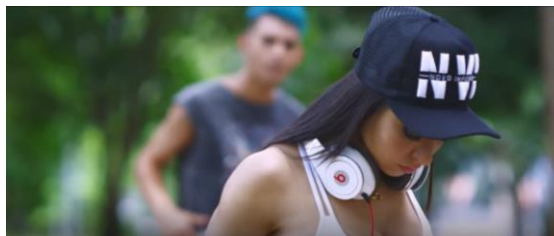
novamente de ambiente, voltando ao ambiente interno, percebemos várias mulheres entrando em um local com vestimentas árabes, remetendo a um harém (Figura 11), transmitindo a ideia de várias mulheres para poucos homens (Figura 12).

Figura 9 – Videoclipe 1/ Primeiro Plano



Fonte: Canal Kondzilla/ *YouTube*

Figura 10 – Videoclipe 1/ Primeiro plano



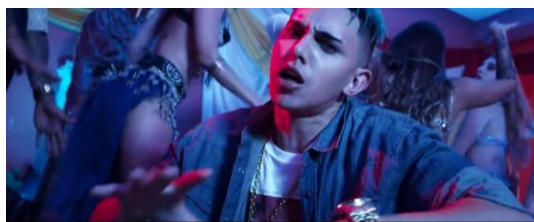
Fonte: Canal Kondzilla/ *YouTube*

Figura 11 – Videoclipe 1 – Primeiro Plano



Fonte: Canal Kondzilla/ *YouTube*

Figura 12 – Videoclipe 1/ Primeiro Plano



Fonte: Canal Kondzilla/ *YouTube*

Conforme Gerbase (2012, p. 100) Meio Primeiro Plano (MPP) é realizado quando “a figura humana é enquadrada da cintura para cima”. Esse plano possibilita a visualização das expressões corporais dos participantes do audiovisual, sendo um ângulo de movimentação (GERBASE, 2012). Na figura 13 observamos Fioti olhando para alguém, além do cenário presente com objetos que remetem a cultura árabe, como por exemplo, o narguile ao lado do cantor, como também o figurino dele e dos figurantes (Figura 13). Além disso, na figura 14 Fioti caminha com o instrumento musical na mão, na figura 15 duas figurantes caminham no mesmo ambiente que Fioti, as duas figuras possuindo as características do plano, mostrando movimentação e começando uma aproximação aos personagens. Já na figura 16 a imagem acontece com a altura do ângulo *plongée*, que segundo Gerbase (2012) ocorre quando a câmera fica posicionada de forma em que esteja acima da altura dos olhos, voltada para baixo.

Figura 13 – Videoclipe 1/ MPP



Fonte: Canal Kondzilla/ *YouTube*

Figura 14 – Videoclipe 1/ MPP



Fonte: Canal Kondzilla/ *YouTube*

Figura 15 – Videoclipe 1/ MPP



Fonte: Canal Kondzilla/ *YouTube*

Figura 16- Videoclipe 2/MPP



Fonte: Canal Kondzilla/ *YouTube*

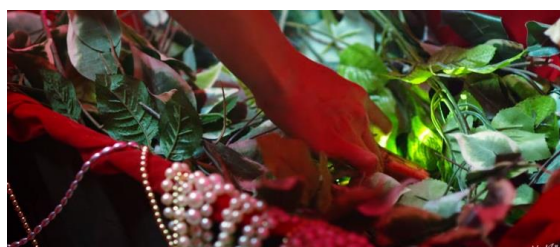
O Plano Detalhe é utilizado segundo Gerbase (2012, p.101) quando “a câmera enquadra uma parte do rosto ou do corpo”, também é usado para enquadrar objetos pequenos. Podemos visualizar esse plano quando as mulheres dançam, nas figuras 17, 21 e 22 é enquadrado partes do corpo, na maioria das vezes a cintura, bunda e seios das mulheres. Além disso, na figura 19 a figurante entrega para o Fioti a lâmpada mágica, na figura 20 visualizamos ele esfregando a mão no instrumento para realizar seus pedidos.

Figura 17 – Videoclipe 1/ Plano Detalhe



Fonte: Canal Kondzilla/ *YouTube*

Figura 18 – Videoclipe 1/ Plano Detalhe



Fonte: Canal Kondzilla/ *YouTube*

Figura 19 – Videoclipe 1/ Plano Detalhe

Figura 20- Videoclipe 1/ Plano Detalhe



Fonte: Canal Kondzilla/YouTube

Figura 21 – Videoclipe 1/ Plano Detalhe

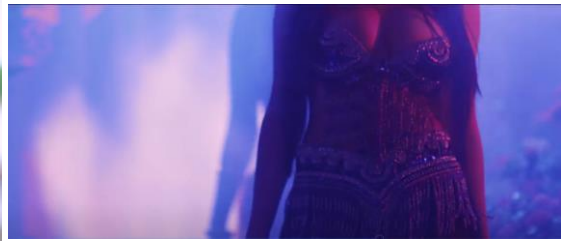


Fonte: Canal Kondzilla/YouTube

Figura 22 – Videoclipe 1/ Plano Detalhe



Fonte: Canal Kondzilla/ YouTube



Fonte: Canal Kondzilla/ YouTube

De acordo com Gerbase (2012, p. 98) o Plano Conjunto é utilizado quando “a câmera revela uma parte significativa do cenário à sua frente e a figura humana ocupa um espaço relativamente maior na tela”. Na figura 25 podemos observar que é mostrado o cantor e os figurantes juntamente com o ambiente. Na figura 24 a figurante aparece sozinha no cenário. Já nas figuras 23 e 26 o cantor ocupa um lugar maior na cena, porém as figurantes ainda aparecem, mesmo que de forma desfocada ou mutilada.

Figura 23 – Videoclipe 1/ Plano Conjunto



Fonte: Canal Kondzilla/ YouTube

Figura 24 – Videoclipe 1/ Plano Conjunto



Fonte: Canal Kondzilla/ YouTube

Figura 25- Videoclipe 1/ Plano Conjunto



Fonte: Canal Kondzilla/ *YouTube*

Figura 26 – Videoclipe 1/ Plano Conjunto



Fonte: Canal Kondzilla/ *YouTube*

O Plano Americano conforme Gerbase (2012, p.99) é realizado quando “a figura humana é enquadrada do joelho para cima”. Na figura 27 a figurante caminha em encontro ao cantor, já na figura 28 o cantor está sentado em uma poltrona com as figurantes em seus lados, nas duas figuras as pessoas tem como característica o corte no joelho dos personagens.

Figura 27– Videoclipe 1/ Plano Americano



Fonte: Canal Kondzilla/ *YouTube*

Figura 28 – Videoclipe 1/ Plano Americano



Fonte: Canal Kondzilla/ *YouTube*

4.1.1.2 Clipe “Envolvimento”

O videoclipe 2, “Envolvimento”, de Mc Loma e as Gêmeas Lactação apresenta uma menina, a cantora Mc Loma, sentada em uma cadeira esperando seu Uber (táxi de luxo) para encontrar as amigas. Ao receber uma ligação, Loma reclama da espera, segundos depois seu táxi chega, ela embarca e se desloca até o condomínio onde suas amigas estão a esperando. As três amigas encontram-se em frente a uma mansão, onde iniciam a coreografia da música. No videoclipe existem seis cenários diferentes: sorveteria; as ruas do condomínio quando Loma embarca no Uber; em frente a mansão; cômodo no qual Loma está sentada em uma poltrona; sala com a iluminação em luz negra; como também em um ambiente no qual ela se encontra com vestimenta egípcia.

A produção foi realizada no município de Guarujá em São Paulo, em um condomínio de luxo. Percebemos que os objetos que compõem as cenas caracterizam o videoclipe como um subgênero ostentação, visto que em vários momentos aparecem jóias e roupas que remetem ao

ouro, bem como os carros e o próprio condomínio de luxo o qual é utilizado para as gravações do videoclipe. Ainda visualizamos o cenário baseado na cultura egípcia, possuindo objetos de cena nas cores dourado e branco, como também figurantes vestidos com o figurino egípcio (Figura 31). Outro cenário que exhibe a ostentação é o da figura 32, no qual Loma aparece sentada em uma poltrona vermelha exibindo uma posição de poder, com muitas joias e roupas de luxo.

As três amigas em todo o videoclipe realizam coreografias em diferentes lugares, exibindo riqueza através das roupas, dos cenários e dos objetos que os compõem, joias e pinturas no corpo (Figura 44). O videoclipe é realizado de forma não linear, ou seja, não seguindo uma ordem cronológica. Faremos agora a análise dos enquadramentos encontrados no videoclipe “Envolvimento” de Mc Loma e as Gêmeas Lacação.

O Primeírrimo Plano é utilizado para dar evidência às expressões da cantora e das dançarinas, onde apenas o rosto é enquadrado. Nas figuras 31 e 32 percebemos que a Loma realiza movimentos com as mãos, coreografando a música. Já nas figuras 30 e 33, Loma e as Gêmeas Lacação são enquadradas de forma que as pinturas faciais apareçam.

Figura 29- Videoclipe 2/ PP



Fonte: Canal Kondzilla/ YouTube

Figura 30- Videoclipe 2/ PP



Fonte: Canal Kondzilla/ YouTube

Figura 31- Videoclipe 2/ PP



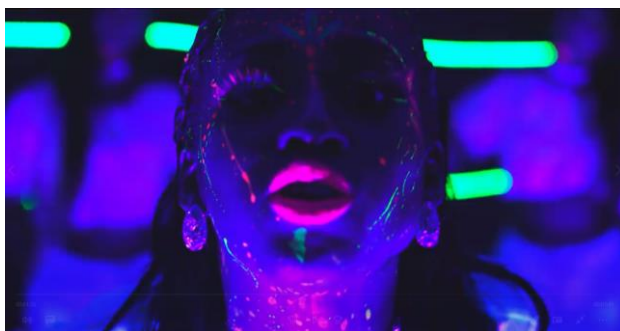
Fonte: Canal Kondzilla/ YouTube

Figura 32 – Videoclipe 2/ PP



Fonte: Canal Kondzilla/ YouTube

Figura 33 - Videoclipe 2/ PP



Fonte: Canal Kondzilla/ *YouTube*

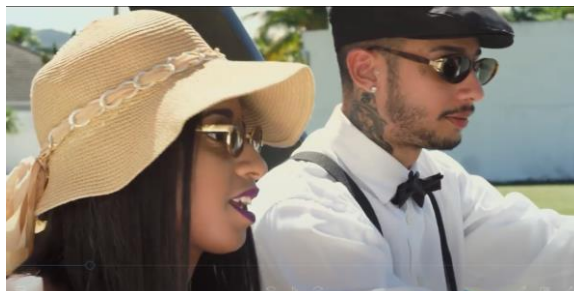
A utilização do Primeiro Plano (PP) mostra Mc Loma em diferentes cenários interpretando e dançando a música, evidenciando os gestos e as expressões de modo em que o ambiente ou algum objeto em cena que seja importante apareça. Como, por exemplo, nas figuras 34 e 36 nas quais Loma gesticula e canta a música em frente a uma mansão, já na figura 38 as atuações continuam as mesmas porém em um cenário diferente. Em todos os enquadramentos realizados das figuras 34 a 38 podemos visualizar o ambiente no qual está sendo gravado o videoclipe.

Figura 34 – Videoclipe 2/ Primeiro Plano



Fonte: Canal Kondzilla/ *YouTube*

Figura 35 – Videoclipe 2/ Primeiro Plano



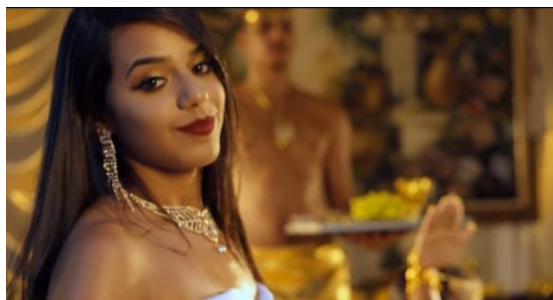
Fonte: Canal Kondzilla/ *YouTube*

Figura 36 – Videoclipe 2/ Primeiro Plano



Fonte: Canal Kondzilla/ *YouTube*

Figura 37 – Videoclipe 2/ Primeiro Plano



Fonte: Canal Kondzilla/ *YouTube*

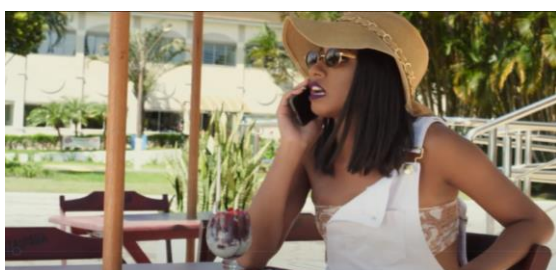
Figura 38 - Videoclipe 2/ Primeiro Plano



Fonte: Canal Kondzilla/ *YouTube*

O Meio Primeiro Plano (MPP) foi utilizado em poucos momentos do videoclipe, com o objetivo de exibir as movimentações de Loma existentes na cena, além de mostrar também o ambiente. Já o ângulo nas figuras 39 e 40 se distinguem, o lado do ângulo na figura 40 se configura como “de nuca”, segundo o autor Gerbase (2012, p 105) a “câmera está em linha reta com a nuca da pessoa filmada”, no caso, Mc Loma ao esperar seu Uber sentada em uma mesa da sorveteria é filmada nesse ângulo.

Figura 39 - Videoclipe 2/ MPP



Fonte: Canal Kondzilla/ *YouTube*

Figura 40 - Videoclipe 2/ MPP



Fonte: Canal Kondzilla/ *YouTube*

O Plano Detalhe foi um dos mais utilizados no videoclipe, produzindo um destaque nos objetos que compõem a cena. Pulseiras, anéis, cintos, pinturas no corpo, cálices e taças são alguns dos objetos que foram enquadrados neste plano, transmitindo ao público a ideia de luxo, glamour e ostentação (Figuras 43, 44, 45 e 46). O Plano Detalhe também é percebido em cenas que dão ênfase para as pinturas faciais (Figura 47 e 48). Na figura 47 a boca de Mc Loma é destacada, já na figura 48 parte do rosto de uma das Gêmeas Lacreção fica evidenciado.

Figura 41 - Videoclipe 2/ Plano Detalhe



Fonte: Canal Kondzilla/ *YouTube*

Figura 42 - Videoclipe 2/Plano Detalhe



Fonte: Canal Kondzilla/ *YouTube*

Figura 43 - Videoclipe 2/Plano Detalhe



Fonte: Canal Kondzilla/ *YouTube*

Figura 44 - Videoclipe 2/ Plano Detalhe



Fonte: Canal Kondzilla/ *YouTube*

Figura 45 - Videoclipe 2/ Plano Detalhe



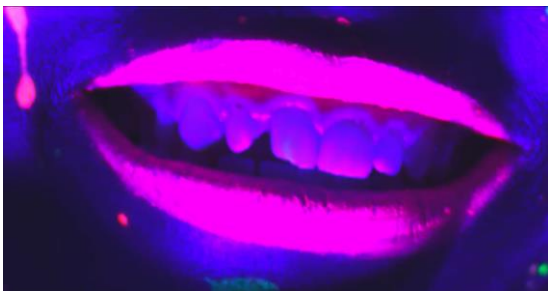
Fonte: Canal Kondzilla/ *YouTube*

Figura 46 - Videoclipe 2/ Plano Detalhe



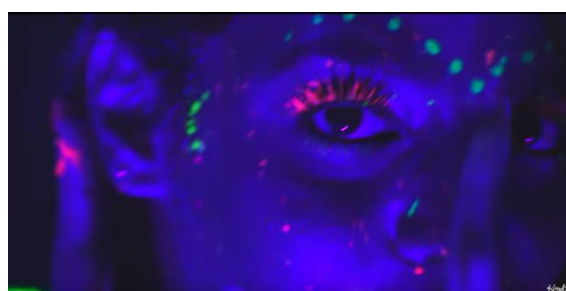
Fonte: Canal Kondzilla/ *YouTube*

Figura 47 - Videoclipe 2/ Plano Detalhe



Fonte: Canal Kondzilla/ *YouTube*

Figura 48 - Videoclipe 2/ Plano Detalhe



Fonte: Canal Kondzilla/ *YouTube*

Figura 49 - Videoclipe 2/ Plano Detalhe



Fonte: Canal Kondzilla/ YouTube

O Plano Conjunto no videoclipe 2 é utilizado para exibir o cenário, porém com a presença de alguma figura humana na cena, no caso as ruas por onde Loma e o motorista percorrem para chegar na mansão (Figura 50), como também os momentos em que Loma embarca e desembarca do Uber (Figura 51, 52). A Figura 53 também se caracteriza a partir do mesmo plano, no qual podemos perceber que Loma se encontra em um cenário diferente com outro figurino.

Figura 50 - Videoclipe 2/ Plano Conjunto



Fonte: Canal Kondzilla/ YouTube

Figura 51 - Videoclipe 2/ Plano Conjunto



Fonte: Canal Kondzilla/ YouTube

Figura 52 - Videoclipe 2/ Plano Conjunto



Fonte: Canal Kondzilla/ YouTube

Figura 53 - Videoclipe 2/ Plano Conjunto



Fonte: Canal Kondzilla/YouTube

O Plano Americano é utilizado para favorecer a visualização do movimento dos personagens em cena. Na figura 55 visualizamos Loma sentada em uma poltrona vermelha, juntamente com as Gêmeas Lacração ao lado dela, sendo enquadrada do joelho para cima, transmitindo uma ideia de poder. Já na figura 54 Loma recebe o auxílio do motorista para embarcar no táxi de luxo, novamente os dois são enquadrados do joelho para cima.

Figura 54 - Videoclipe 2/ Plano Americano Figura 55 - Videoclipe 2/ Plano Americano



Fonte: Canal Kondzilla/ YouTube



Fonte: Canal Kondzilla/YouTube

Segundo Gerbase (2012, p. 98) “o Plano Geral é um ângulo aberto que enquadra a figura humana com espaço reduzido na tela”. Esse Plano é utilizado apenas no começo do videoclipe, onde Loma aguarda seu Uber degustando um açaí. Podemos visualizar o cenário em que está sendo gravado o videoclipe, uma sorveteria, Loma aparece de forma reduzida.

Figura 56 - Videoclipe 2/ Plano Geral



Fonte: Canal Kondzilla/ YouTube

O Plano Médio conforme Gerbase (2012), enquadra a figura humana dos pés a cabeça, tendo um ar de “respiro” sobre a cabeça e os pés. No videoclipe visualizamos que esse Plano é utilizado para mostrar as três meninas dançando e se divertindo na frente das mansões, onde é mostrado não só as figuras humanas, como também o carro e parte da mansão.

Figura 57 - Videoclipe 2/ Plano Médio



Fonte: Canal Kondzilla/YouTube

Por fim, conseguimos identificar os planos utilizados e as apropriações deles conforme Gerbase (2012) nos dois videocliques, em diferentes cenários e ângulos. Podemos observar o quão parecidas as produções são, mesmo que de músicas e artistas diferentes. Os dois videocliques são produções do subgênero ostentação, no qual possuem planos e composições da imagem que apresentam características de luxo e grandeza. No videoclipe 1, Fioti usa anéis, colares e um relógio dourado, além do próprio cenário possuir composições de imagem que fazem referência a riqueza. O mesmo se repete no videoclipe 2, no qual Loma exibe carros de luxo em um condomínio, além de em algumas cenas a produção ser realizada em frente a mansão (Figura 57), como também um cenário (Figura 53) onde existem composições de cena na cor dourada remetendo à ideia de riqueza (Figuras 43, 44, 45 e 46).

Além disso, os próprios enquadramentos utilizados no cenário onde o cantor do videoclipe 1 (Figura 28) e a cantora do videoclipe 2 (Figura 55) estão sentados na poltrona são iguais, sendo um plano americano, enquadrando os cantores acima do joelho e os dois cantores possuem um semblante de poder. As poltronas utilizadas nos dois videocliques são semelhantes, se distinguindo apenas na cor.

O cantor Fioti em todo o videoclipe possui papel central, sendo um personagem que possui poder diante do contexto em que está inserido, o mesmo acontece no videoclipe 2, no qual percebemos que, surgem homens segurando folhas para abaná-la. A cantora também porta a aparência de poder, que pode ser percebida através dos enquadramentos, ângulos e composição de cenas.

4.1.2 Uso da tipografia

A tipografia é utilizada em todos os começos dos vídeos, onde a marca Kondzilla, na cor dourada é apresentada para o público (Figuras 59 e 61). Após a inserção da marca, é exibido o nome da música e do artista produtor da canção, para cada produção uma arte é criada, como

podemos visualizar na Figura 58 no Videoclipe 1 e na Figura 62 no Videoclipe 2. Ao final de cada videoclipe uma arte contendo o número de telefone para a realização de shows do artista é exibido (Figuras 60 e 62). No videoclipe 2, antes do contato para shows ser exibido, é posicionado um balão (Figura 63) onde a frase dita pela cantora “Escama só de peixe, uai!” é apresentada.

A tipografia utilizada para o “Bum bum Tam Tam” no nome do artista é uma fonte orgânica e irregular (Figura 58 e 60), possuindo o uso de ícones como o microfone estilizado e uma caixa de som, remetendo à música e aos bailes funks, por conta da saída de som que espalha traços que representam o som alto dos bailes. A fonte usada no nome da música é com as letras em caixa alta e com serifa. As cores utilizadas, branco e amarelo, segundo a Psicologia das cores a cor branca remete a divindade, simbolizando a luz, já a cor amarela significa calor e descontração (FREITAS, 2007).

Figura 58 - Videoclipe 1/ Tipografia



Fonte: Canal Kondzilla/ YouTube

Figura 59 - Videoclipe 1/ Tipografia



Fonte: Canal Kondzilla/YouTube

Figura 60 - Videoclipe 1/ Tipografia



Fonte: Canal Kondzilla/ YouTube

Já o videoclipe 2, “Envolvimento”, possui uma tipografia sem serifa, mais animada com cores mais vivas, lembrando a juventude das próprias cantoras. As cores utilizadas são amarelo neon, rosa neon e azul neon, tendo um destaque maior pelo fato de serem “neon”, já que são mais chamativas e fortes. O rosa simboliza juvenildade e energia, o azul representa a

feminilidade, juntos com o amarelo transmitem alegria e diversão (FREITAS, 2007). Podemos destacar também na figura 63 o desenho animado (balão) e a tipografia utilizada, transmitindo algo divertido.

Figura 61 - Videoclipe 2/ Tipografia



Fonte: Canal Kondzilla/ YouTube

Figura 62 - Videoclipe 2/ Tipografia



Fonte: Canal Kondzilla/ YouTube

Figura 63 - Videoclipe 2/ Tipografia



Fonte: Canal Kondzilla/ YouTube

Figura 64 - Videoclipe 2/ Tipografia



Fonte: Canal Kondzilla/ YouTube

4.1.3 Uso da Iluminação

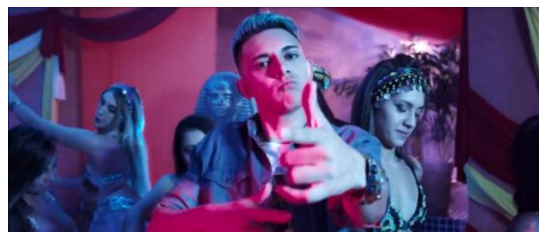
A iluminação natural é utilizada em ambiente externo no videoclipe 1 no momento em que Fioti chega a um parque com a flauta mágica (Figura 69 e 70). A iluminação através de luzes artificiais é utilizada nos ambientes internos da produção de Bumbum Tamtam, onde nas figuras 65 e 66 podemos visualizar uma luz vermelha compondo a cena. O mesmo acontece nas figuras 67 e 68, na qual visualizamos uma fumaça e também o uso de luz artificial.

Figura 65 - Videoclipe 1/ Iluminação



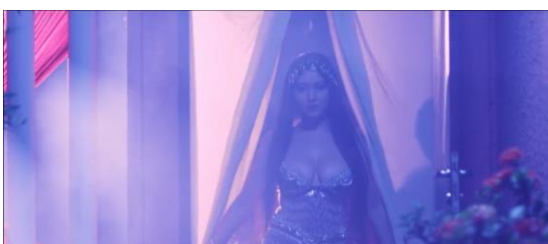
Fonte: Canal Kondzilla/ *YouTube*

Figura 66 - Videoclipe 1/ Iluminação



Fonte: Canal Kondzilla/ *YouTube*

Figura 67 - Videoclipe 1/ Iluminação



Fonte: Canal Kondzilla/ *YouTube*

Figura 68 - Videoclipe 1/ Iluminação



Fonte: Canal Kondzilla/ *YouTube*

Figura 69 - Videoclipe 1/ Iluminação



Fonte: Canal Kondzilla/ *YouTube*

Figura 70 - Videoclipe 1/ Iluminação



Fonte: Canal Kondzilla/ *YouTube*

Já no videoclipe 2, a iluminação natural é usada em vários momentos da produção, como por exemplo, quando Loma recebe uma ligação (Figura 71) e também quando Loma encontra suas duas amigas em frente a mansão (Figura 72). A iluminação artificial é utilizada em três cenários quando Loma está deitada em um sofá (Figura 73), quando Loma e as amigas se divertem em um ambiente interno onde a iluminação é com luz negra (Figura 74) e quando a cantora e as amigas interpretam a música em um ambiente interno (Figura 75).

Figura 71 - Videoclipe 2/ Iluminação



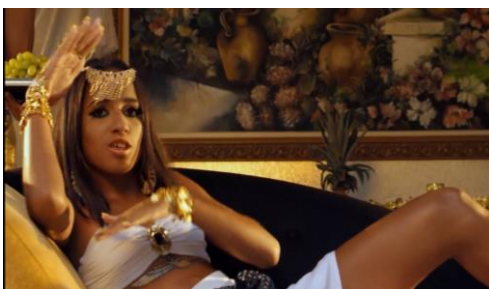
Fonte: Canal Kondzilla/ *YouTube*

Figura 72 - Videoclipe 2/ Iluminação



Fonte: Canal Kondzilla/ *YouTube*

Figura 73 - Videoclipe 2/ Iluminação



Fonte: Canal Kondzilla/ *YouTube*

Figura 74 - Videoclipe 2/ Iluminação



Fonte: Canal Kondzilla/ *YouTube*

Figura 75 - Videoclipe 2/ Iluminação



Fonte: Canal Kondzilla/ *YouTube*

4.1.4 Uso da Paleta de cores

As cores auxiliam na composição da imagem, sendo um ponto representativo nas produções. Além disso, as cores quando pensadas e usadas em união juntamente com a iluminação e objetos que compõem o cenário propagandeam estímulos, definindo contextos já que possuem infinitos significados. Segundo Farina, Perez, Bastos (2006) a cor exerce três funções: impressionar, expressar e construir, provocando emoções e comunicando ideias.

Figura 76- Videoclipe 1/ Paleta de Cores



Fonte: Canal Kondzilla/ *YouTube*

Figura 77- Videoclipe 1/ Paleta de cores



Fonte: Canal Kondzilla/ *YouTube*

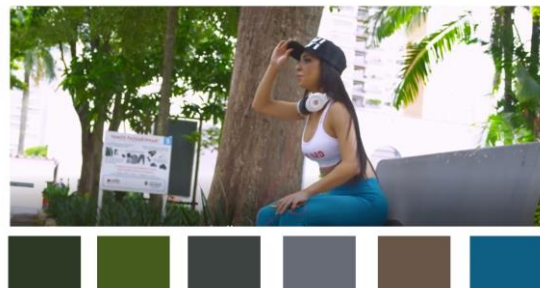
No videoclipe 1, observamos o uso das cores quentes em duas figuras, transmitindo a sensação de calor e sexualidade (Figuras 76 e 77). Como também no ambiente externo a utilização das cores branco e verde (Figuras 79 e 80), remetendo a tranquilidade e natureza.

Figura 78- Videoclipe 1/ Paleta de cores



Fonte: Canal Kondzilla/ *YouTube*

Figura 79- Videoclipe 1/ Paleta de cores



Fonte: Canal Kondzilla/ *YouTube*

Figura 80 - Videoclipe 1/ Paleta de cores



Fonte: Canal Kondzilla/ *YouTube*

Já no videoclipe 2 percebemos a utilização de tons frios, trazendo à tona a sensação de conforto e tranquilidade (Figura 82). Nas figuras 84 e 86 visualizamos uma paleta de cores bem semelhante, por exemplo, o marrom e dourado, transmitindo abundância e luxo. A cor rosa é utilizada em dois momentos do videoclipe (Figuras 83 e 85), nas roupas e também nas pinturais faciais de Loma e as Gêmeas Lactação, exprimindo felicidade e diversão.

Figura 81 - Videoclipe 2/ Paleta de cores



Fonte: Canal Kondzilla/ *YouTube*

Figura 82 - Videoclipe 2/ Paleta de cores



Fonte: Canal Kondzilla/ *YouTube*

Figura 83 - Videoclipe 2/ Paleta de cores



Fonte: Canal Kondzilla/ *YouTube*

Figura 84 - Videoclipe 2/ Paleta de cores



Fonte: Canal Kondzilla/ *YouTube*

Figura 85 - Videoclipe 2/ Paleta de cores



Fonte: Canal Kondzilla/ *YouTube*

Figura 86 - Videoclipe 2/ Paleta de cores



Fonte: Canal Kondzilla/ *YouTube*

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Tendo influência da cultura africana, europeia, latina e norte-americana o funk carrega consigo muitas lutas e avanços, foi a questão racial que norteou a criação desse gênero, lutando pela questão étnica e pela cultura negra (FORNACIARI, 2011). O funk é um movimento cultural que aos poucos vai sendo mais aceito pela população, devido à internet que dissemina essa cultura, como também a mídia que insere o funk em suas programações.

O canal Kondzilla possui uma alta relevância para o Brasil, sendo o terceiro maior canal musical no *YouTube* do mundo e o maior canal do *YouTube* brasileiro, fazendo com que a cultura funk se expanda em diversos estados e países. Visto que o objetivo principal de Konrad, produtor do canal, é de se comunicar e representar o público jovem de periferia, é notável a relevância de um canal que produz vídeos do gênero funk, gênero que ainda sofre muito preconceito, ter se desenvolvido e possuir, nos dias atuais, uma visibilidade maior e talvez mais positiva na internet. Esse foi um dos motivos da escolha do canal para a pesquisa deste trabalho, pela importância e conquista de conduzir um movimento cultural que ainda sofre preconceito em alguns espaços sociais.

O objetivo geral da pesquisa foi “Caracterizar como o canal Kondzilla constrói uma representação do funk”, ao final pode-se observar que o objetivo foi cumprido a partir da análise dos enquadramentos, tipografia, iluminação, paleta de cores. Com isso, concluímos que a partir das produções analisadas, o canal Kondzilla transmite em suas produções audiovisuais o glamour e riqueza do subgênero funk ostentação.

Os objetivos específicos da pesquisa, que eram: a) Descrever o funk e suas transformações b) Compreender a plataforma *YouTube* como disseminadora de conteúdo; c) Analisar e descrever as representações do funk no canal Kondzilla do *YouTube*. Foram também respondidos ao longo do trabalho, no qual trouxemos o histórico do funk no capítulo dois, além da apresentação da plataforma *YouTube* no terceiro capítulo e por fim o capítulo analítico onde compreendemos as representações presentes no canal.

Percebemos que no videoclipe 1 o homem possui papel central, tornando o cantor Mc Fioti um personagem principal dentro da história retratada na produção. Os enquadramentos realizados em plano fechado são bastante utilizados, colocando em evidência as partes do corpo das mulheres, são poucas as vezes em que aparecera o rosto de alguma figurante de forma focada. O roteiro para essa produção é algo fantasioso, onde notamos que o figurino utilizado na primeira parte do videoclipe não é o mesmo da última parte, sendo que é o mesmo cenário e a mesma história, nos transmitindo a ideia de fantasia/sonho.

Já no videoclipe 2, os enquadramentos utilizados mostram as três amigas se divertindo em cenários diferentes, sendo que em dois deles Loma possui um papel principal. A produção possui vários planos detalhes em elementos que representam a ostentação, como mansões, carros e joias. Diferentemente do videoclipe 1 onde os planos detalhes eram no corpo da mulher, mostrando-a como objeto. Percebemos que o videoclipe 2 transmite mais jovialidade, no qual é possível observar essas características até mesmo na tipografia, que é chamativa e alegre. Além disso, destacamos a importância da iluminação nas duas produções audiovisuais, no qual visualizamos o quanto as luzes, seja artificial ou natural, auxiliam nas produções, transmitindo sensações e enriquecendo o resultado final.

Concluimos que a existência de produções audiovisuais de homens no canal Kondzilla, é maior do que a de mulheres. Embora pouco analisado neste trabalho, observamos que os 10 vídeos mais populares do canal e em nenhum havia a produção solo de uma mulher. Essa ausência reflete e influencia na representação do canal no funk, transmitindo a ideia de que o funk é um universo masculino, no qual as mulheres são utilizadas para serem tratadas apenas como objeto. Porém, existe no canal produções do subgênero funk feminista, como por exemplo a artista Karol Conká com a música “O Rolê é nosso”, nos quais as mulheres procuram diminuir o machismo, empoderando umas às outras. Ao finalizar o trabalho percebemos que duas outras categorias poderiam ser relevantes e contribuir para a análise dos clipes, como figurino e cenografia.

A partir das teorias estudadas e da análise dos vídeos foi possível perceber a importância desse estudo para a área da produção audiovisual, no qual percebemos a importância de cada etapa da produção, bem como suas características. Além disso, percebemos a necessidade de repensar as representações dos gêneros a partir das questões audiovisuais, visto que o canal Kondzilla ainda retrata o homem em posição superior a mulher.

REFERÊNCIAS

BRANDINI, V. Panorama histórico – MTV Brasil. In: PEDROSO, Maria Goretti & MARTINS, Rosana. **Admirável Mundo MTV Brasil**. São Paulo: Saraiva, 2006, p. 04.

BURGESS, J. **Youtube e a Revolução Digital: como o maior fenômeno da cultura participativa transformou a mídia e a sociedade** / Jean Burgess e Joshua Green ; com textos de Henry Jenkiss e John Hartley ; tradução Ricardo Giassetti. – São Paulo: Aleph, 2009.

CORRÊA, L. J. A. **Videoclipe: potencialidade da experimentação de linguagens no campo do audiovisual**. 2008. 11f. Dissertação – Universidade Federal de Mato Grosso, Cuiabá, 2008.

DAYRELL, J. **O rap e o funk na socialização da juventude**. UFMG, departamento de sociologia e antropologia, 2001. Tese (Doutorado).

ESSINGER, S. **Batidão – uma história do funk**. Rio de Janeiro, RJ: Editora Record, 2005.

FARINA, M; PEREZ, C; BASTOS, D. **Psicodinâmica das cores em comunicação**. 5. Ed. São Paulo, SP. Editora Edgard Blucher LTDA, 2006.

FARO, P. Cinema, vídeo e videoclipe: relações e narrativas híbridas. **Rumores – Revista Online de Comunicação, Linguagem e Mídias**, v. 4, n. 8, 6 dez. 2010.

FELLINI, F. **Fazer um Filme**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2000.

FONSECA, J. **Tipografia & design gráfico: design e produção gráfica de impressos e livros** / Joaquim da Fonseca. – Porto Alegre : Bookman, 2008.

FORNACIARI, C. **Funk da gema: de apropriação a invenção, por uma estética popular brasileira**. Belo Horizonte. Edição da Autora. 2011.

FREITAS, A. K. M. **Psicodinâmica das cores em comunicação**. NUCOM, ano 4, n° 12, outubro-dezembro, 2007. Disponível em:>
http://www.iar.unicamp.br/lab/luz/ld/Cor/psicodinamica_das_cores_em_comunicacao.pdf>.
Acesso em: 10 nov 2018.

GERBASE, C. **Cinema - Primeiro Filme: descobrindo - fazendo - pensando**. Porto Alegre: Artes e Ofícios, 2012.

GERHARDT, T. (Org.); SILVEIRA, D. (Org.). **Métodos de Pesquisa**. 1. ed. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2009. 120 p.
Disponível em:<<http://www.ufrgs.br/cursopgdr/downloadsSerie/derad005.pdf>>. Acesso em: 22 nov 2018.

GIL, A.C. **Como elaborar projetos de pesquisa**/ Antônio Carlos Gil. - 4 ed. – São Paulo: Atlas, 2002.

GUEDES, M. **A música que toca é nós que manda: um estudo do proibidão**. Rio de Janeiro: PUC-RIO, 2007.

HALL, S. **Cultura e representação**/ Stuart Hall; Organização e revisão técnica: Arthur Ituassu; Tradução: Daniel Miranda e William Oliveira. – Rio de Janeiro ; Ed. PUC – Rio: Apicuri, 2016.

HAMBURGUER, V. **Arte em cena, a direção de arte no cinema brasileiro**. São Paulo, SP. Edidota Senac São Paulo, 2014.

HERSCHMANN, M. **O funk e o hip-hop invadem a cena** . Rio de Janeiro: UFRJ, 2000.

IDGNOW. **YouTube atinge marca de 1,8 bilhão de usuários mensais**. Disponível em: <http://idgnow.com.br/internet/2018/05/04/youtube-atinge-marca-de-1-8-bilhao-de-usuarios-mensais/>

JENKINS, H; FORD, S; GREEN, J. **Cultura da Conexão: criando valor e significado por meio da mídia propagável**. Tradução Patrícia Arnaud. São Paulo: Aleph, 2014.

KEAZOR, H.; WÜBBENA, T. Introduction. In: KEAZOR, H.; WÜBBENA, T. (Eds.). **Rewind, play, fast forward: the past, present and future of the music video**. Piscataway (NJ): Transaction Publishers, 2010. p. 7-31.

KONDZILLA. **Funk ostentação – O filme**. Disponível em: <https://www.kondzilla.com/funk-ostentacao-o-filme/> Acesso em: 10 de nov de 2018.

LETRAS. **Beija ou não beija**. Disponível em:< <https://www.lettras.mus.br/mc-gui/beija-ou-nao-beija/>> Acesso em: 15 set 2018.

LETRAS. **Me leva**. Disponível em:< <https://www.lettras.mus.br/latino/101927/> >Acesso em: 20 ago 2018.

LETRAS. **Morro do Dendê**. Disponível em: <<https://www.lettras.mus.br/cidinho-e-doca/1117060/>> Acesso em: 15 set 2018.

LETRAS. **Na ponta ela fica**. Disponível em: < <https://www.lettras.mus.br/mc-delano/na-ponta-ela-fica/>> Acesso em: 15 set 2018.

LETRAS. **Plaque de 100**. Disponível em: <https://www.lettras.mus.br/mc-guime/contando-os-plaques-de-100/> Acesso em: 15 de set 2018.

LETRAS. **Rap da felicidade**. Disponível em: <<https://www.lettras.mus.br/cidinho-e-doca/235293/>> Acesso em: 15 set 2018.

LETRAS. **Tá tarada**. Disponível em: <https://www.lettras.mus.br/cacio-emarcos/1902714/>> Acesso em: 15 set 2018.

MOZDZENSKI, L. **As Configurações Genéticas e Multimodais do Videoclipe**. Santa Cruz do Sul: Signo, 2013. 18 p. Disponível em: <http://www.ufrgs.br/cursopgdr/downloadsSerie/derad005.pdf>>. Acesso em: 22 nov. 2018.

NEXO JORNAL. **Popular e perseguido, funk se transformou no som que faz o Brasil dançar.** Disponível em: <<https://www.nexojornal.com.br/explicado/2017/10/22/Popular-e-perseguido-funk-se-transformou-no-som-que-faz-o-Brasil-dan%C3%A7ar>> Acesso em: 10 set 2018.

OLIVA, R. **Onde o Videoclipe Encontra o Cinematográfico: Um Olhar Pelo Viés da História.** 2013. Dissertação - Universidade Tuiuti do Paraná, Curitiba, 2013.

PEREIRA, Amilcar Araújo. **“O Mundo Negro”: a constituição do movimento negro contemporâneo no Brasil (1970-1995).** Tese de doutorado apresentado no Programa de Pós-Graduação em História da Universidade Federal Fluminense, 2010.

PLAMBECK, Joseph. **“Publicidade vai para dentro dos vídeos”.** 2010. Disponível em: <<http://www.estadao.com.br/noticias/impreso,publicidade-vai-paradentro-dos-videos,579100,0.htm> >

SANTAELLA, L. **Comunicação e Pesquisa: Projetos para mestrado e doutorado.** São Paulo: Hackers, 2001.

TUDO CELULAR. **Olha a explosão! Funk sai das favelas cariocas para o mundo e cresce mais de 3.000% no Spotify.** Disponível em: <<https://www.tudocelular.com/android/noticias/n125651/spotify-funk-carioca-baile-cala-inimigas.html>> Acesso em: 6 set 2018.

VAGALUME. **Senta em câmera lenta.** Disponível em: <<https://www.vagalume.com.br/mc-jair-da-rocha/senta-em-camera-lenta-part-mr-catra.html>> Acesso em: 15 set 2018.

VAGALUME. **As novinha tão sensacional.** Disponível em: <<https://www.vagalume.com.br/mc-romantico/as-novinha-tao-sensacional.html>> Acesso em: 15 set 2018.

VIANNA, Hermano. **O Mundo Funk Carioca.** RJ, Jorge Zahar Editor: 1988. p.27

YOUTUBE. **Bumbum Tamtam.** Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=_P7S2IKif-A> Acesso em: 20 set 2018.

YOUTUBE. **Canal Kondzilla.** Disponível em: <<https://www.youtube.com/user/CanalKondZilla>> Acesso em: 20 ago 2018.

YOUTUBE. **Envolvimento.** Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=lgJOJAmXIBw>> Acesso em: 20 set 2018.

YOUTUBE. **É o fluxo.** Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=fzGf061Envk>> Acesso: 21 set 2018.

YOUTUBE. **Plaque de 100.** Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=gyXkaO0DxB8>> Acesso em: 21 set 2018.

YOUTUBE. Só quer Vrau. Disponível em:

<<https://www.youtube.com/watch?v=sbXg6CWUXuo>> Acesso: 21 set 2018.

YOUTUBE. Tá Tranquilo Tá Favorável. Disponível em:

<<https://www.youtube.com/watch?v=REWH-q-3XL8>> Acesso: 21 set 2018.