

O Funk Ostentação e a Questão de Gênero: cidadania que fala ou silencia?¹

Camilla Rodrigues Netto da Costa ROCHA²

Rosilene Moraes Alves MARCELINO³

Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM), São Paulo, SP

Resumo

O presente artigo investiga, a partir do cenário do funk ostentação na região paulista, as distinções evidenciadas para esta prática sociocultural, a partir das mediações de gênero, masculino e feminino. Assim, busca compreender quais seriam essas distinções e de que modo tais diferenças se intersectam com duas perspectivas cidadãs, articuladas a partir de Baccega (2010) e de Orozco Gómez (2014). Para tanto, mobiliza, enquanto aporte metodológico, pesquisas documentais e bibliográficas, investigando, além do conceito de cidadania, a cultura da mídia, a partir de autores como Kellner (2001) e Silverstone (2011).

Palavras-chave: cultura da mídia; cidadania; gênero; funk ostentação.

Introdução

O presente artigo desdobra-se de uma pesquisa monográfica que pretendeu compreender o funk ostentação no Estado de São Paulo, detendo-se, mais especificamente, ao gênero feminino, sob os vieses da produção e da recepção. Com esse desdobramento, nos propomos a trazer um recorte que reflita acerca das distinções entre os universos masculino e feminino, no funk ostentação. Questionamos quais as intersecções dessas diferenças, com as duas perspectivas cidadãs que trazemos, a partir dos autores Baccega (2010) e de Orozco Gómez (2014).

No que concerne a vertente musical a qual nos atemos – funk ostentação –, e a nossa região de interesse, a paulista, podemos dizer que o movimento “deixa de lado o funk romântico, o consciente, o pornográfico e o proibidão” (ANTONACCI; MARCELINO, 2013, p. 2) e inaugura um novo subgênero, denominado funk ostentação. Em 2011, mais de

¹ Trabalho apresentado na Divisão Temática 7 – Comunicação, Espaço e Cidadania, GP Comunicação para a Cidadania, evento componente do XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Mestranda em Comunicação e Práticas de Consumo pela ESPM/SP. E-mail: camilla@costarocha.com.br

³ Orientadora do trabalho. Doutoranda em Comunicação e Semiótica pela PUC-SP. Mestre em Comunicação e Práticas de Consumo pela Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM) e professora da ESPM-SP, e-mail: rosilene.marcelino@outlook.com

70 (setenta) cliques já haviam sido colocados na *web*⁴ e muitos deles ultrapassaram a marca dos 20 milhões de visualizações no *YouTube*⁵.

As autoras Marcelino e Antonacci, em artigo acadêmico apresentado ao Comunicom de 2013, intitulado *Comunicação e Práticas de Consumo: Em Perspectiva, o Funk Ostentação*⁶, nos situam cronologicamente quanto à criação da vertente musical e nos dizem, com base em reportagem da Revista *Época*⁷ que:

o funk paulista praticamente se limitava aos funkeiros da Baixada Santista. A principal inspiração eram os cariocas MC Frank e Menor do Chapa, astros do proibidão, gênero que faz apologia das armas e do crime. Em junho de 2011, o MC paulistano Boy do Charme lançou no YouTube a canção ‘Mégane’, referência à marca de um carro. Imagina eu de Mégane (...) invadindo os bailes/Não vai ter pra ninguém, diz a letra. Os 3 milhões de acessos no YouTube chamaram a atenção de outros funkeiros de São Paulo, e a ostentação converteu-se em regra’ (ÉPOCA, 2012, apud ANTONACCI, MARCELINO, 2013, p. 2)

O funk ostentação se diferencia dos demais subgêneros do movimento por fazer apologia ao consumo. Algumas letras já mencionavam o ato de consumir, porém, na ostentação, é esse o fulcro de todas as músicas. Além disso, não há a presença excessiva de palavras, pornografia, apologia ao crime, que são traços comuns no funk pancadão, pornográfico e proibidão. Outras características que podemos apontar com relação a esse subgênero do funk: os funkeiros da ostentação chamam seus carros de luxo de *naves* e ressaltam a importância de ostentar o *kit*, ou seja, os acessórios de vestuário que, segundo acreditam, conferem status e prestígio social.

Importante ressaltar que, desde 2008, o funk é reconhecido no Estado do Rio de Janeiro como movimento cultural popular⁸, por meio da Lei nº 5543/2009⁹ e, em São Paulo,

⁴ A *web* compreende um espaço dentro do ciberespaço que pode ser descrito como sendo as “Funções comunicativas pós-massivas que permitem a qualquer pessoa, e não apenas empresas de comunicação, *consumir, produzir e distribuir informação*, sob qualquer formato em tempo real e para qualquer lugar do mundo sem ter de movimentar grandes volumes financeiros ou ter de pedir concessão a quem quer que seja” (LEMOS, LEVY, 2010, p. 25).

⁵ “Fundado por Chad Hurley, Steve Chen e Jawed Karim, ex-funcionários do site de comércio on-line PayPal, o site YouTube foi lançado oficialmente sem muito alarde em junho de 2005. A inovação original era de ordem tecnológica (mas não exclusiva): o YouTube era um entre os vários serviços concorrentes que tentavam eliminar as barreiras técnicas para maior compartilhamento de vídeos na internet” (BURGESS; GREEN, p. 17).

⁶ ANTONACCI, Andréa; MARCELINO, Rosilene. *Comunicação e Práticas de Consumo: em Perspectiva, o Funk Ostentação*. COMUNICOM, 2013, São Paulo, SP.

⁷ Disponível em: <http://revistaepoca.globo.com/cultura/noticia/2012/09/o-funk-da-ostentacao-em-sao-paulo.html>. Acesso em abr. 2015.

⁸ Não adentraremos na problemática política, por muito debatida, no que concerne ao reconhecimento do funk como cultura, se isto é ou não é uma decisão com finalidades outras que não a que se apresenta. O que interessa, para esse

por sua vez, ainda existem tentativas para desconsiderar a legitimidade da sua existência. As justificativas repousam em uma possível associação com a violência e a bagunça. Existe, por exemplo, a lei nº 15.777/13, conhecida como “lei dos pancadões”, que proíbe a emissão de ruídos sonoros enquadrados pela legislação como de alto nível, pelos veículos automotores.

Se em dezembro de 2013 o prefeito da cidade de São Paulo, Fernando Haddad, sancionou a “lei dos pancadões”, em 08 de janeiro de 2014, vetou projeto de lei que pretendia proibir a realização dos bailes funks na capital paulista, apresentando como justificativa que “o funk é uma expressão legítima da cultura urbana jovem, não se conformando com o interesse público, a toda evidência, sua proibição de maneira indiscriminada nos logradouros públicos e espaços abertos”¹⁰. Por ora, o funk resiste, tanto nos sucessos de seus expoentes paulistas quanto nas decisões do poder executivo.

Aportes Metodológicos

O presente artigo norteia-se por dois eixos de pesquisa. Em um primeiro momento, faz uso da pesquisa documental, a partir da qual busca dados e informações referentes ao universo do funk ostentação. Resulta, prioritariamente, de uma pesquisa em *sites* tanto de entretenimento quanto de conteúdos informativos, buscando coletar subsídios sobre a presença das mulheres no funk ostentação no Estado de São Paulo.

Em um momento posterior, adota-se, como eixo metodológico, a pesquisa bibliográfica. Tendo constatado a realidade que permeia o universo do funk ostentação, nos debruçamos em teorias a fim de localizarmos, junto aos autores selecionados, contribuições que possibilitem refletirmos acerca das distinções entre os universos masculino e feminino, no funk ostentação, e, em havendo, quais as intersecções delas com as duas perspectivas cidadãs que trazemos.

estudo, é compreender o panorama do movimento, desde seus primórdios até os dias atuais, contextualizando-o para que os recortes propostos possam ser realizados.

⁹ Disponível em: <http://gov-rj.jusbrasil.com.br/legislacao/819271/lei-5543-09>. Acesso em mai 2015.

¹⁰ Disponível em: <http://oglobo.globo.com/cultura/haddad-veta-projeto-de-lei-que-proibia-bailes-funk-em-sp-11246735>. Acesso em mai. 2015.

Trasladar social

Como dissemos, a vertente do funk ostentação é originada e predominante no Estado de São Paulo. Uma distinção que particularmente nos interessa quanto aos polos paulista e carioca diz respeito ao seu eixo temático: enquanto o primeiro é considerado o palco da ostentação, o segundo caracteriza-se como sendo o da paquera e da sensualidade (SANTOS; PAIVA, 2013).

Em contrapartida, identificamos um ponto convergente entre o funk paulista e o carioca, a plataforma *web*, na qual clipes são veiculados e visualizados por milhares de internautas¹¹. O MC¹² Guimê, por exemplo, com a música *Plaquê de Cem* tem 46.764.068¹³ de acessos no *YouTube* e o MC Boy do Charmes com a composição *Onde Eu Chego Paro Tudo* atingiu a marca de 27.301.404 visualizações¹⁴. No Rio de Janeiro o funkeiro MC Menor da Chapa, com o clipe da música *Firma Milionária*, tem 2.190.588 acessos¹⁵ e o MC Nego do Borel, tem a marca de 765.163 acessos com o clipe *Eu Gasto Mesmo*¹⁶.

A reportagem da Revista *Época*, de 08 de setembro de 2012¹⁷, intitulada *O funk da ostentação em São Paulo: jovens MC's transformam o estilo criado no Rio de Janeiro num hino à exaltação da riqueza*, também nos mostra o trasladar social trazido pelo funk ostentação à vida dos MC's, que deixam de exercer funções como a de *office boy* e receber a remuneração de um salário mínimo ao mês, para a protagonização de aproximadamente 50 (cinquenta) shows mensais e um cachê que oscila entre 5 mil e 30 mil reais por show.

¹¹ Nome dado ao usuário da internet. Disponível em: <http://www.torque.com.br/internet/glossario.htm#I> Acesso em set. 2015.

¹² A expressão MC's significa "masters of ceremony" e tem sua historicidade ligada à região norte de Nova York, o gueto negro caribenho, conhecido como Bronx. Vindo da Jamaica para o Bronx, no final dos anos 60, pelo disk-jockey Kool Herc, a técnica do "sound system", marcou uma reação autêntica do black: não se tocavam discos apenas mas usava-se o aparelho de mixagem para a construção de novas músicas. Daí é que se originou o "scratch" (arranhar do vinil com a agulha no sentido anti-horário), introduzido por Grandmaster Flash (um dos discípulos de Herc). Além dessa técnica instrumental, Flash "entregava um microfone para que os dançarinos pudessem improvisar discursos acompanhando o ritmo da música (uma espécie de repente-elétrico que ficou conhecido como rap – os 'repentistas' são chamados de rappers ou MC's, isto é, 'masters of ceremony'". (VIANNA, 1988, p. 46).

¹³ Disponível em <http://www.youtube.com/watch?v=gyXkaO0DxB8>. Acesso em: abr. 2015.

¹⁴ Disponível em <http://www.youtube.com/watch?v=M095niM05iw>. Acesso em abr. 2015.

¹⁵ Disponível em <http://www.youtube.com/watch?v=k2fS8L7o4LE>. Acesso em mai. 2015.

¹⁶ Disponível em <http://www.youtube.com/watch?v=B9DEyi0ehgs> Acesso em mai. 2015.

¹⁷ Disponível em: <http://revistaepoca.globo.com/cultura/noticia/2012/09/o-funk-da-ostentacao-em-sao-paulo.html>. Acesso em abr. 2015.

Podemos observar esse trasladar nas histórias de vida dos principais expoentes do funk ostentação da atualidade: MC Guimê, MC Lon e MC Gui, que tiveram a entrada no mundo do funk ostentação possibilitada pelos MC's Boy do Charmes e Daleste, percussores do subgênero musical.

Wellington França, conhecido sob a alcunha de MC Boy do Charmes, consagrou-se com a canção *Mégane*, conforme mencionado no capítulo anterior. Wellington nasceu em 1985 na comunidade do Charmes, em São Vicente e, antes de ser cantor e compositor de funk, exerceu as funções de porteiro, servente de pedreiro e faxineiro. Na entrevista que concedeu ao site *globo.com*¹⁸, pode-se perceber o trasladar social do MC e sua opção por morar na comunidade para servir de exemplo de trabalho e de fé (conforme ele mesmo diz), aos mais jovens. Na metade de 2013, o artista se apresentou nos Estados Unidos, Suíça e em Portugal. Além de *Mégane*, outra música que lhe garantiu projeção foi *Onde eu chego eu paro tudo*, que atingiu quase 30 milhões de visualizações no *YouTube*¹⁹.

Outro precursor do funk ostentação foi o artista assassinado em julho de 2013, Daniel Pedreira Senna Pellegrine, conhecido como MC Daleste. O início de sua carreira, aos 17 anos, foi marcado por letras que exaltavam o crime, como por exemplo *Apologia*²⁰. Em 2012, MC Daleste passa a cantar a ostentação, ajudando a popularizar o subgênero com canções como *Ostentação Fora do Normal*²¹, *Deusa da Ostentação*²², *Mais Amor Menos Recalque*²³, entre outras. Ele, no auge de sua carreira, chegou a faturar 200 mil reais mensais, realizando em média 40 (quarenta) shows.

Na nova geração do funk ostentação, que também marca o subgênero e o projeta tanto nacional quanto internacionalmente, estão, como mencionado acima, MC Guimê, MC Lon e MC Gui, sendo que o MC Guimê é hoje considerado o maior nome do funk ostentação.

¹⁸ Disponível em: <http://g1.globo.com/sp/santos-regiao/jornal-tribuna-1-edicao/videos/t/edicoes/v/conheca-a-historia-do-mc-boy-do-charmes/2541837/>. Acesso em: mai. 2015.

¹⁹ Disponível em: <http://www.youtube.com/watch?v=M095niM05iw>. Acesso em: mai. 2015.

²⁰ Disponível em: <http://letras.mus.br/mc-daleste/1655703/>. Acesso em: mai. 2015.

²¹ Disponível em: <http://letras.mus.br/mc-daleste/ostentacao-fora-do-normal/>. Acesso em: mai. 2015.

²² Disponível em: <http://letras.mus.br/mc-daleste/deusa-da-ostentacao/>. Acesso em: mai. 2015.

²³ Disponível em: <http://letras.mus.br/mc-daleste/mais-amor-menos-recalque/>. Acesso em: mai. 2015.

Nascido em Osasco, em 1992, Guilherme Aparecido Dantas, trabalhou em uma quitanda dos 13 aos 16 anos, quando começou a cantar. Ele realiza em torno de 50 (cinquenta) shows por mês, o que lhe garante uma renda de 500 mil reais mensais²⁴. Os cliques que produz para o *YouTube* têm como marca as visualizações na casa dos milhões. Sua canção, *Plaquê de 100*, foi uma das mais vistas no canal em 2012²⁵. É em decorrência deste sucesso, que Guimê hoje está frequentemente na mídia, tendo inclusive uma de suas músicas, *Pais do Futebol*²⁶, como tema de abertura da novela das sete da emissora de televisão Rede Globo (que pertence ao grupo das Organizações Globo Roberto Marinho e é hoje a segunda maior do mundo)²⁷.

Junto ao MC Guimê no sucesso e na projeção está o MC Lon. Airon de Lima, nascido em Pernambuco, na cidade de Belo Jardim, em 1992, chegou ao sucesso logo após o seu primeiro clipe *Novinha vem que tem*, que ultrapassou a marca de trinta e cinco milhões de visualizações no *YouTube*²⁸. Antes do funk, MC Lon era cabelereiro e ganhava 3 reais por corte de cabelo. Hoje está na mídia em emissoras de televisão como Rede Globo²⁹, Rede TV³⁰, entre outras.

Outro expoente deste subgênero que não podemos deixar de mencionar é o MC Gui, atualmente com 15 anos. Guilherme Kaue Castanheira Alves, nascido em São Paulo, no bairro Vila Carrão, alcançou notoriedade com sua música *Ela Quer*³¹. Em participação no programa *Esquenta*, da Rede Globo, MC Gui contou à apresentadora Regina Casé que suas fãs se autodenominam *guináticas* e que ele conta hoje com 28 (vinte e oito) fãs clubes³².

²⁴ Disponível em: <http://g1.globo.com/musica/noticia/2013/05/mc-de-funk-ostentacao-de-sp-faz-maratona-de-ate-50-shows-por-mes.html>. Acesso em: mai. 2015.

²⁵ Disponível em: <http://entretenimento.r7.com/musica/fotos/confira-os-dez-videos-mais-vistos-da-semana-20120909-5.html>. Acesso em: mai. 2015.

²⁶ Disponível em: <http://g1.globo.com/musica/noticia/2013/11/mc-guime-lanca-clipe-completo-de-pais-do-futebol-com-ney-mar-veja.html>. Acesso em: mai. 2015.

²⁷ Disponível em: <http://top10mais.org/top-10-maiores-emissoras-tv-mundo/>. Acesso em: out. 2015.

²⁸ Disponível em: <http://www.youtube.com/watch?v=HB68xTF7k7M>. Acesso em: mai. 2015.

²⁹ Disponível em: <http://globoTV.globo.com/rede-globo/altas-horas/v/mc-lon-se-apresenta-no-programa-altas-horas/2781108/>. Acesso em: mai. 2015.

³⁰ Disponível em: http://www.redetv.uol.com.br/Video.aspx?39,9,356564.entretenimento_redetvi-entretenimento_mc-lon-coloca-as-novinhas-para-requebrar-5. Acesso em: mai. 2015.

³¹ Disponível em: <http://letras.mus.br/mc-gui/ela-que/>. Acesso em: mai. 2015.

³² Disponível em: <http://globoTV.globo.com/rede-globo/esquenta/v/com-apenas-15-anos-mc-gui-conta-como-entrou-no-funk/2691970/>. Acesso em: mai. 2015.

Diante desses números (das mais diferentes ordens): shows, fãs, cachês e visualizações de clipes, podemos verificar que o funk ostentação cresceu e assumiu espaço. Antes que os apressados busquem condená-lo como pornografia, máfia, escória, mau gosto, tomamos a liberdade de trazer a conceituação de cultura, segundo a autora Simionatto (2008): “Entendida de forma crítica, a cultura é instrumento de emancipação política das classes subalternas, o amálgama, o elo de ligação entre os que se encontram nas mesmas condições e buscam construir uma contra-hegemonia” (SIMIONATTO, 2008, p. 94).

Partindo, portanto, deste entendimento quanto ao papel do funk ostentação na contemporaneidade, no que concerne à possibilidade que confere a seus expoentes, de adquirirem maior capacidade socioeconômica, adentramos em seguida ao exame da inserção das mulheres neste universo. É isonômica essa ascensão e igualitária, entre homens e mulheres, no Estado de São Paulo?

Mulheres: qual o espaço ocupado pelo feminino no universo do funk ostentação?

Quando iniciada a pesquisa documental, em busca de informações sobre a presença das mulheres no funk ostentação no Estado de São Paulo, nos deparamos com a escassez de subsídios. Pudemos coletar informações e, com estas, concluir pela predominante presença masculina nesse universo – tal como verificamos acima.

No que concerne às mulheres, entretanto, não foi possível localizar informações que nos permitissem compreender a produção feminina profissional do funk ostentação em São Paulo – quando nos referimos ao termo profissional, remetemos àquelas pessoas que tem no funk a sua fonte de renda.

Na região paulista, não localizamos nenhuma artista feminina profissionalizada desse subgênero. Descobrimos, assim, a incipiência daquilo que havíamos traçado como nosso objeto. O que poderia, de um lado, ter sugerido fragilidade, de outro, já nos trouxe de valoroso a percepção quanto à dificuldade da inserção feminina neste universo do funk ostentação em São Paulo. Ou seja, se nossa intenção era a de olhar as mulheres, a pesquisa começa por nos mostrá-las: estão a margem.

Na tentativa de localizarmos MC’s profissionais do sexo feminino, realizamos pesquisas na internet em sites como o *Google*, *Google Acadêmico* e o *YouTube*, por exemplo, com os termos de pesquisa “mulheres no funk ostentação”; “artistas

paulistas/paulistanas de funk”; “MC’s paulistas/paulistanas”, entre outros. Encontramos apenas a Mulher Pimenta, cujo subgênero não é o funk ostentação, mas sim o pornográfico.

Com o decorrer dessas pesquisas documentais, verificamos que as mulheres, no cenário do Estado de São Paulo, emergem como dançarinas, frequentadoras de baile ou mesmo como cantoras do subgênero erótico. Temos como exemplo a Mulher Pimenta, que leva à sua plateia letras e performances que, por vezes, denotam o ato sexual³³. Ou seja, aqui, em São Paulo, não localizamos uma MC profissional do subgênero que nos propusemos a pesquisar: o da ostentação.

E essa margem a que nos referimos tem contornos, tem forma: nossa pesquisa nos leva a acreditar que a mulher, em São Paulo, é para ser vista. Enquanto mulher, ela pode curtir o baile, pode dançar, pode ser bailarina, como de fato muitas o fazem e são. Mas, em querendo atuar profissionalmente, ainda é exigido dessa mulher que se associe ao pornográfico, à putaria. O público quer que o conteúdo de suas músicas esbanjem o sexual e o sensual e não a ostentação.

No Rio de Janeiro, em contrapartida, a mulher se faz presente: como a Valesca Popozuda, a MC Pocahontas, a MC Marcelly, a MC Filet, a MC Britney, entre outras. Vale ressaltar que, dentre as artistas mencionadas, apenas a MC Pocahontas canta o funk ostentação em terras cariocas.

Ou seja, é imperioso observar que sim, há distinções perpetradas a partir dos universos masculino e feminino. O funk ostentação na região paulista, podemos dizer, é predominantemente exercido, enquanto profissão, por homens. Essa vertente musical possibilita aos mesmos, uma melhor condição socioeconômica e às mulheres, uma posição a margem.

Cultura da Mídia

Estamos alinhados com Baccega (2001) quando a autora nos diz sobre a necessidade de desvelarmos o mundo de modo a apreendermos o seu sentido (que é diverso daquele que nos é apresentado pela mídia):

O desafio, hoje, é a interpretação do mundo em que vivemos, uma vez que as relações imagéticas estão carregadas da presença da mídia. Trata-se de um mundo

³³ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=MkxghnMTkIE>. Acesso em: mai. 2015.

construído pelos meios de comunicação, que selecionam o que devemos conhecer, os temas a serem pautados para discussão e, mais que isso, o ponto de vista a partir do qual vamos compreender esses temas (BACCEGA, 2001, p. 9).

Aceitamos o desafio e o incentivo proposto pela autora quanto a percorrermos o caminho inverso, qual seja, desvendar os mecanismos da edição promovida pelos meios de comunicação para então conhecermos o mundo “desvelado” e agirmos com e sobre ele e, para isso, propomos refletir sobre a cultura da mídia (BACCEGA, 1994).

Kellner (2001) em sua obra *A cultura da mídia* demarca a cultura em seu sentido mais amplo como “uma forma de atividade que implica alto grau de participação, na qual as pessoas criam sociedades e identidades. A cultura modela os indivíduos, evidenciando e cultivando suas potencialidades e capacidades de fala, ação e criatividade” (KELLNER, 2001, p. 11).

Dada ser esta uma definição em sentido amplo, nos cabe aprofundar, ainda segundo este autor, para o que vem a ser a cultura da mídia. Kellner (2001) a define como sendo aquela veiculada pelos meios de comunicação. Podemos verificar que tanto uma – em sentido amplo – como a outra – a da mídia –, tem como consequência comum a influência que exercem na formação das identidades.

Portanto, levando-se em conta a presença dos meios de comunicação em nosso dia a dia, é de se supor a importância dos estudos sobre a mídia na contemporaneidade. É este o pensamento de Kellner (2001), que aponta também outro fundamento que justifica tal relevância, qual seja, o de que não podemos considerar os textos veiculados pela mídia como espelhos da ideologia dominante nem tampouco descartá-los como puro entretenimento, despidos de significação e influência.

E no que concerne à presente pesquisa, esta relevância repousa também no fato de ser necessário compreender, a partir da análise do funk ostentação, quais os significados dali emergentes posto que “entender o porquê da popularidade de certas produções pode elucidar o meio social em que elas nascem e circulam, podendo, portanto, levar-nos a perceber o que está acontecendo nas sociedades e nas culturas contemporâneas” (KELLNER, 2001, p. 14).

Em síntese, reconhecemos, nesta pesquisa, a importância dos estudos da cultura da mídia tanto para propiciar reflexões, tal como Kellner (2001) nos propõe, de modo a não

condenar nem tampouco *inocentar* os meios de comunicação sumariamente e, também, a fim de compreender o meio social onde o funk nasceu e por onde circula.

E nos deixamos guiar pelo ensinamento de Silverstone (2011), ao nos lançarmos nesses estudos. Diz este autor ser nosso dever, se queremos entender o que a mídia faz, estudá-la para além de números, para além da superfície: precisamos perceber sua onipresença em nosso cotidiano, de maneira a apreender sua importância. Este autor nos traz a noção da mídia como parte do que ele denomina *textura geral da experiência*, referindo-se àqueles aspectos corriqueiros de nossas experiências mas que mesmo assim devem subsistir a fim de possamos viver e nos comunicar (SILVERSTONE, 2011).

E adentrando ainda mais em seu raciocínio, para além do que ele considera como necessário compreender a mídia por constituir-se esta, em parte de nossa experiência, está a crítica que o mesmo elabora quanto ao pensamento de parte de nossos autores sobre a contemporaneidade. Para alguns, esse tempo e, teria como qualidade, o fato de ser fonte para fissuras identitárias, instanteadades, liquidez, exacerbação de desejos, sendo assim denominado como *pós-moderno*³⁴. Silverstone (2011) nos coloca que:

Não posso negar tudo isso, mas penso que muita coisa aí é fantasia: uma projeção irônica e irreflexiva que ignora, principalmente, a materialidade tanto do símbolo como da sociedade. Ela compreende mal a capacidade dos textos de convencer, moldar significado, propiciar prazeres, criar comunidades; também compreende mal as realidades da produção de significado e os prazeres reivindicados e sustentados diferentemente, é claro, conforme a classe, a idade, o gênero e a etnicidade, mas, ainda assim, reais para todos (SILVERSTONE, 2011, p. 84).

É importante, portanto, compreendermos as considerações de Kellner (2001) e Silverstone (2011) no que diz respeito ao papel do sujeito quando se depara com a mídia. Assim podemos, a partir dos indivíduos, refletir acerca das consequências advindas das produções sobre o meio social, nos dizeres de Kellner (2001) e sobre as comunidades que se formam e as reivindicações que ali são feitas, como nos ensina Silverstone (2011).

Kellner (2001) inspira-se nos pensadores Adorno e Horkheimer, como ele mesmo afirma, na medida em que nos convoca, quanto ao seu livro, que “este estudo deve ser lido como exemplo de crítica cultural a fornecer fragmentos de uma teoria crítica da sociedade e – esperemos – alguma inspiração para uma nova política futura de libertação” (KELLNER, 2001, p. 20).

³⁴ Não vamos nos lançar, neste estudo, à consideração das diferentes investidas acerca do conceito de pós modernidade; por isso nos limitamos a colocar o tema, sobre o qual repousam diversos entendimentos conceituais, em itálico.

No entanto, a despeito dessa inspiração, Kellner (2001) difere dos pensadores alemães ao permitir a existência do paradoxo do sistema; para ele “não é um sistema de doutrinação ideológica rígida que induz à concordância com as sociedades capitalistas existentes, mas sim os prazeres propiciados pela mídia e pelo consumo” (KELLNER, 2001, p. 11).

E complementa, mais adiante, que cabe ao público o poder de resistir às mensagens dominantes, de modo a “criar sua própria leitura e seu próprio modo de apropriar-se da cultura de massa, usando a sua cultura como recurso para fortalecer-se e inventar significados, identidade e forma de vida próprios” (KELLNER, 2001, p. 11).

É sob esta perspectiva que Kellner (2001) concebe a mídia como aquela que oferece significados: “As narrativas e as imagens veiculadas pela mídia fornecem os símbolos, os mitos e os recursos que ajudam a constituir uma cultura comum para a maioria dos indivíduos” (KELLNER, 2001, p. 9). É o que Silverstone (2011) nos traz com o conceito de mediação, que é a própria circulação de significados entre *vidas mediadas* e a *mídia viva* (SILVERSTONE, 2011, p. 32). E, ainda, o autor chama nossa atenção para as diferenças que emergirão, na produção de significado, conforme as *mediações* de classe social, idade, gênero, etnicidade.

Acreditamos vigorar possibilidades a partir da mídia, ou seja, não somos reféns dos meios de comunicação, pois que podemos participar a partir da mídia assim como esta participa para construção da nossa experiência. O senso comum é um elemento ao qual a mídia recorre mas, em contrapartida, devemos reivindicar a capacidade reflexiva do público diante da tessitura dele nas narrativas veiculadas. A propósito, Silverstone nos alerta que precisamos estar atentos a fim de identificarmos falhas na mediação realizada pela mídia, em seu poder de persuadir, o que reclama de nós, nos dizeres do autor, “atenção e resposta” (SILVERSTONE, 2011, p. 43).

O movimento do funk ostentação comunga, em nosso entender, o duplo aspecto que ventilamos com os autores acima mencionados, qual seja, traz o caráter reivindicatório destes jovens da periferia – funcionando aí como um recurso a contribuir para o fortalecimento deste grupo social –, além de mostrar-se uma construção midiática (posto ser via *web*). Isso evidencia um caráter participativo tanto no pólo da produção, quanto em relação ao público (vide milhares de acessos dos clipes) e demonstra ser o funk ostentação parte da mídia assim como a mídia é parte do movimento do funk ostentação.

Considerações Finais: potenciais perspectivas cidadãs

A partir do que pudemos apreender com as pesquisas documental e bibliográfica, cabe indagar, dentro desse contexto, quais são as possíveis intersecções existentes entre as distinções verificadas para os gêneros masculino e feminino, na vertente do funk ostentação, com as perspectivas cidadãs que aqui trazemos.

Debruçamo-nos em dois entendimentos acerca da cidadania, de modo a denominá-la, então, de perspectivas cidadãs. Isso porque não pretendemos eleger uma única concepção mas, antes, deixá-la em aberto, de modo a ser portanto necessário designá-la como *perspectivas*.

Com Orozco Gómez (2014), nos alinhamos para trazer uma perspectiva que está para além de uma cidadania que articula direitos e obrigações. Para o autor, ao falar das telas e, em um contexto maior, ao falar da própria mídia, emerge a questão de uma cidadania comunicativa. Tal perspectiva nos conduz a refletir acerca dos ditames das telas: “Como se representam os cidadãos em seus diferentes cenários? Quem está presente nos relatos audiovisuais cotidianos e quem foi excluído?” (OROZCO GÓMEZ, 2014, p. 99).

Fica posto então, que devemos pensar na invisibilidade colocada à mulher no cenário paulista do funk ostentação. A partir daí, somos instados a refletir, imediatamente, sobre a narrativa que essa mulher faz dela própria.

Nesse momento, comungamos com uma segunda perspectiva cidadã, alinhada ao campo dos direitos e das obrigações. Segundo nos ensina Baccega (2010), a cidadania pode ser entendida a partir de três passos: o sujeito ter consciência de que tem direitos, conhecê-los e ter garantido o seu exercício.

A partir do momento que à mulher paulista não é conferido espaço no cenário profissional do funk ostentação, ela tem o veto, portanto, quanto às práticas sociais e culturais que desse subgênero emergem. E, em consonância com o que nos ensina Canlini (*Apud* Baccega, 2010), vetado está também o seu sentido de pertencimento da comunidade profissional que se forma a partir do funk. Tal comunidade, inclusive, está apta para fazer de seus membros sujeitos com uma capacidade socioeconômica ampliada – como vimos acontecer com os MC’s.

Pereira, Maia e Azevedo (2015), ao refletirem sobre o fenômeno da batalha do passinho, trazem a nova condição do jovem da favela, em relação ao cenário midiático:

Se antes acompanhávamos certa invisibilidade midiática, seguida de uma visibilidade pela via da marginalidade e do banditismo, o que passamos a vislumbrar, nos últimos anos, é a emergência de uma representação de um jovem da favela que se destaca por sua produção cultural: dita moda, música, dança. Passa a participar de programas de TV, apresenta seu ‘estilo’, seu modo de vestir, de se portar e de se relacionar. Por sua representação desejada e incentivada passa, também, a protagonizar documentários e campanhas publicitárias” (PEREIRA; MAIA; AZEVEDO, 2015, p. 225)

Ora, à mulher não só não é conferida a visibilidade midiática, a partir do funk ostentação, como, e mais elementar ainda, lhe é negado o direito de se consolidar enquanto profissional nesta vertente. O apelo a ela é para exibir seu corpo, cantar *putaria*, destilar sensualidade.

Em sua obra acerca da questão do corpo, em que Louro (2000) nos transmite ensinamentos sobre pedagogias da sexualidade, ela nos coloca a condição do sexo feminino para além da norma definida socialmente, qual seja, o homem branco, heterossexual, de classe média e cristão. À parte disto, nos diz a autora, encontram-se os demais e inclusive as mulheres. Em sua concepção, a estas cabe a representação do *segundo sexo* assim como aos homossexuais, o rótulo de desviantes do comportamento sexual tido como *normal* (LOURO, 2000, p. 9).

Buscando compreender a hierarquização da qual nos fala Louro (2000), encontramos em outro autor, Lipovetsky (2000), um panorama daquilo que ele cunha como primeira, segunda e terceira mulher. Advindo da concepção de que a era contemporânea inaugura um novo tempo para a mulher, o autor conceitua as três fases do feminino que vislumbra ao longo da História: a figura da primeira mulher, que perdura até o século XIX, crava-se como um “mal necessário, confinado nas atividades sem brilho, ser inferior sistematicamente desvalorizado ou desprezado pelos homens” (LIPOVETSKY, 2000, p. 234). A concepção da segunda mulher, surgida já desde a Idade Média e que paulatinamente substitui a primeira, traz a idolatria como atmosfera que cerca o feminino: ao invés de demonizadas, elas são idolatradas, sacralizadas: “nunca a mulher foi tão venerada, adorada, idealizada: criatura celeste e divina, ‘objetivo do homem’ (Novalis), mãe sublime, ‘futuro do homem’ (Aragon), musa inspiradora, ‘mais alta possibilidade do homem’ (Breton)” (LIPOVETSKY, 2000, p. 235).

A terceira mulher, o autor considera como sendo a que prevalece na sociedade atual descrevendo-a como aquela “sujeita de si mesma” (LIPOVETSKY, 2000, p. 237) e complementa:

Ali onde as determinações eram mecanicistas, há lugar agora para escolhas e arbitragens individuais. Antes os modelos sociais impunham imperativamente papéis e lugares, agora já não criam mais que orientações facultativas e preferências estatísticas. Aos papéis exclusivos sucederam as orientações preferenciais, as escolhas livres dos protagonistas, a abertura das oportunidades (LIPOVETSKY, 2000, p. 239)

Concordamos com Louro (2000) quanto à norma social vigente, assim como assentimos com as concepções de Lipovetsky (2000), especialmente no que tange a terceira mulher na contemporaneidade. Porém, ressaltamos que, quanto ao universo do funk ostentação, em São Paulo, tal concepção não se realiza, uma vez que, na cena paulista, a mulher não é sujeito visível e nem apto a escolher livremente a vertente que bem lhe aprouver, para profissionalização – tal como é permitido aos homens.

Deste modo, quando falamos de funk ostentação no cenário paulista, concluímos ser à mulher vetado o exercício das práticas sociais e culturais emergentes desse subgênero. O que nos leva a concluir que, em se tratando das perspectivas cidadãs que levantamos, aos homens cabe falar em possibilidade de comunicação como ponte para o exercício de sua cidadania, já quanto a mulher, não. Ou seja, os MC’s da ostentação, ao contrário das MC’s, estão visíveis na cena midiática e, também, em seu seio social, podendo transitar na esfera da cidadania a ponto de “ditar” modas, ritmos, tendências, bem como estão hábeis a sentirem-se “parte”. E quanto a elas, permanece o silêncio, a invisibilidade e a exclusão.

Referências Bibliográficas:

Livros

GREEN, Joshua; BURGESS, Jean. **YouTube e a revolução digital:** como o maior fenômeno da cultura participativa transformou a mídia e a sociedade. São Paulo: Aleph, 2009. p. 17.

KELLNER, Douglas. **A cultura da Mídia – estudos culturais: identidade e política entre o moderno e o pós-moderno.** São Paulo: EDUSC, 2001. p. 9-43

LIPOVETSKY, Gilles. **A terceira mulher:** permanência e revolução do feminino. São Paulo: Companhia das Letras, 2000. p. 231-239.

LEMOS, André, LEVY, Pierre. **O Futuro da Internet**. São Paulo: Paulus, 2010. p. 25.

LOURO, Guacira Lopes (org.). **O corpo educado**. Pedagogias da sexualidade. 2ª ed. Belo Horizonte: Autentica, 2000. p. 07-34.

OROZCO-GÓMEZ, Guillermo. **Educomunicação: recepção midiática, aprendizagem e cidadania**. São Paulo: Paulinas, 2014.

PEREIRA, Cláudia; MAIA, Aline; AZEVEDO, Marcella. Celebidades do passinho: mídia, visibilidade e reconhecimento dos jovens da periferia. In: PEREIRA DE SÁ, Simone; CARREIRO, Rodrigo; FERRARAZ, Rogerio, Org(s). **Cultura pop**. Salvador: EDUFBA, Brasília: Compós, 2015. p. 211-228.

SILVERSTONE, Roger. **Por que estudar a mídia?** São Paulo: Loyola, 2002.

SIMIONATTO, Ivete. Sociedade civil, hegemonia e cultura: a dialética gramsciana entre estrutura e superestrutura. In: BACCEGA, Maria Aparecida (org.). **Comunicação e Culturas do consumo**, São Paulo: Atlas, 2008. p. 88-104.

Artigos/Dissertações

ANTONACCI, Andréa; MARCELINO, Rosilene Moraes Alves. **Comunicação e Práticas de Consumo: Em Perspectiva, o Funk Ostentação**. COMUNICOM, São Paulo, SP, 2013.

BACCEGA, Maria Aparecida. Do mundo editado à construção do mundo. **Comunicação & Educação**, Brasil, n. 1, p. 7-14, dez. 1994. ISSN 2316-9125. Disponível em: <<http://www.revistas.usp.br/comueduc/article/view/36194/38914>>. Acesso em: 17 Jun. 2015.

BACCEGA, Maria Aparecida. Da Comunicação à comunicação/educação. **Comunicação & Educação**, Brasil, n. 21, p. 7-16, ago. 2001. ISSN 2316-9125. Disponível em: <<http://www.revistas.usp.br/comueduc/article/view/36972/39694>>. Acesso em: 17 Jun. 2015.

BACCEGA, Maria Aparecida. Construindo a cidadania nas interrelações comunicação, educação e consumo. **Revista Iberoamericana de Comunicación (Conexiones)**, Espanha, v. 2, n. 2, p. 29-40, 2010.

SANTOS, Bárbara Marina Almeida dos; PAIVA, Shemilla Rossana de Oliveira. **Ostentação fora do normal. Quem tem motor faz amor, quem não tem passa mal: Uma análise sobre o Funk da Ostentação**. Intercom, 2013, Mossoró, RN.

VIANNA, Hermano Paes. **O Baile Funk Carioca: Festas e Estilos de Vida Metropolitanos**. 1988. 108 fls. Tese (mestrado em antropologia) – Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, RJ.