

# Controvérsias do *funk* no YouTube: o caso do Passinho do Volante

## Funk music controversies on YouTube: the case of “Passinho do Volante”

### Simone Pereira Sá

Doutora em Comunicação e Cultura pela Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ). Professora do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal Fluminense (UFF).

### Simone Evangelista Cunha

Mestre em Comunicação pela Universidade Federal Fluminense (UFF).

**SUBMETIDO EM:** 24/09/2014

**ACEITO EM:** 20/10/2014

## DOSSIÊ

### RESUMO

O artigo discute as disputas de gosto e valor em torno do funk nas redes sociais a partir do vídeo Passinho do Volante, segundo videoclipe brasileiro mais visto no YouTube em 2013. Analisando comentários negativos postados por usuários no portal, buscamos identificar a circulação e a atualização de estigmas relacionados ao histórico do funk no Brasil. Para tanto, utiliza-se da discussão da sociologia da música em torno das disputas simbólicas que constroem o gosto musical – sobretudo a noção de performance de gosto (Hennion); e aspectos da metodologia oriunda da Teoria Ator-Rede (cartografia das controvérsias).

**PALAVRAS-CHAVE:** Funk; Disputas simbólicas; Performatização de gosto; YouTube; Cartografia das controvérsias.

### ABSTRACT

The article discuss taste and value disputes around Brazilian funk at social network sites analyzing the funk's videoclipe “Passinho do Volante”, the second most viewed music video on YouTube in Brazil during the year of 2013. Focusing on the negative commentaries posted by the video haters on the platform, we try to identify aspects of the circulation and uptades of stigmas related to funk history in Brazil. As theoretical reference, we depart from the discussion of sociology of music on value and taste – more specifically the discussion on taste performance (Hennion); and aspects of the Actor-Network Theory methodology (such as the cartography of controversies).

**KEYWORDS:** Brazilian funk; Symbolic disputes; Taste performance; YouTube; Cartography of controversies.

Setenta reais, um *tablet* e uma coreografia de passos simples repetida pelo jogador Neymar na comemoração de um gol: foram estes os ingredientes que alçaram o vídeo do *funk Passinho do Volante*, do grupo MC Federado e os Leleks, a um dos *hits* de 2013. Gravado no churrasco da comunidade onde moram em Vila Leôncio, na cidade de Niterói, ele foi o segundo vídeo brasileiro mais visto no YouTube em 2013, com 40 milhões de acessos, lançando os jovens ao sucesso instantâneo, cujo ápice foi o momento em que a diva *pop* Beyoncé fez um *cover* da música durante seu *show* brasileiro no Rock in Rio do mesmo ano.

A história de sucesso desse vídeo não é original. Em um momento de reconfigurações da indústria fonográfica mundial, artistas de diversos gêneros musicais optam pela estratégia de circulação de vídeos por meio do YouTube para atingirem as audiências. E alguns veem seus trabalhos explodirem na rede, tornando-se celebridades da noite para o dia. Nesse contexto, o *funk* se transformou em um dos exemplos mais notórios dos novos caminhos de circulação dos produtos musicais. O “batidão” encontrou na web um canal importante para expandir seu público e revelar novos artistas; e não por acaso, na lista dos dez videoclipes brasileiros mais vistos no YouTube em 2013, cinco deles inserem-se entre os subgêneros do *funk*<sup>1</sup>.

Contudo, um olhar mais detido sobre as produções relacionadas ao gênero que conquistaram destaque no YouTube evidencia o fato de que popularidade não significa necessariamente aprovação. Não é incomum encontrar vídeos que ganham visibilidade na plataforma justamente por serem odiados por parte da audiência. *Haters* do gênero constroem páginas no Facebook dedicadas a expressar seu ódio ao *funk* – tais como a página *Eu odeio Funk*, que conta com mais de 64 mil seguidores; e os comentários negativos sobre o gênero no YouTube fornecem pistas expressivas sobre as disputas de gosto e valor que circundam a circulação do *funk* nas redes sociais.

No âmbito da sociologia da música, a existência dessas disputas não chega a ser um fato novo, tampouco nasceu com a Internet. Afinal, como diz Simon Frith, “parte do prazer da música pop está em falar sobre ela” (1998). Entretanto, nossa hipótese é a de que, no caso do *funk*, as manifestações do gosto articulam-se a um conjunto de argumentos pautados claramente pelo preconceito, que associa o gênero às favelas e à discutida visibilidade adquirida pelas classes C e D no Brasil nos anos recentes.

Desta maneira, partindo da premissa de que essas interações estão relacionadas a preconceitos que o gênero carrega historicamente, nosso objetivo neste artigo é o de investigar as disputas simbólicas em torno do *funk*, buscando discutir de que maneira tais sentidos são atualizados ou ressignificados pela sua circulação no YouTube. Para tanto, nosso *corpus* será constituído pelo conjunto de comentários postados sobre o vídeo da música *Passinho do Volante*. Tomando os comentários como rastros – na perspectiva da Teoria Ator-Rede (Latour, 2005) – que revelam aspectos da *performance de gosto* dos atores envolvidos no debate, buscamos identificar as principais “categorias de acusação” relacionadas ao *funk* por seus detratores.

O trabalho foi organizado em três partes: na primeira, fazemos um breve histórico do gênero a partir de suas disputas simbólicas, a fim de identificar na história outros momentos de estigma e demonização do *funk* no Brasil; na segunda, discutimos algumas contribuições teórico-metodológicas da Teoria Ator-Rede (TAR), sobretudo em torno da noção de *performance de gosto* (Hennion, 2001; 2002), para a discussão sobre

<sup>1</sup> Os vídeos são: “Show das Poderosas” – Anitta (1°), “Passinho do Volante” – MC Federado e os Leleks (2°), “Na Pista Eu Arraso” – MC Guime (3°), “O BONDE PASSOU” – MC GUI (4°), “Mais Amor Menos Recalque” + Letra da Música – MC Daleste (9°). Fonte: YouTube.

gosto e valor nas redes digitais e no YouTube; e na terceira parte, analisaremos os comentários do vídeo da música *Passinho do Volante* para sustentar nosso argumento principal.

## 1. ESTIGMA E DEMONIZAÇÃO NO FUNK CARIOCA

Em trabalho anterior, propusemos entender a história do gênero *funk* carioca a partir de três momentos. O primeiro, marcado pela entrada do *Miami Bass* no Brasil, nos anos 1980; o segundo, quando o *funk* se consolida como “baile”, ligado às favelas e aos subúrbios, coincidindo com a criação de músicas com letras escritas em português, referindo-se ao cotidiano das classes populares; e o terceiro, a partir dos anos 2000, quando a vertente “sensual” ganha visibilidade, sobretudo a partir do ponto de vista feminino, sobre o sexo a partir de cantoras como Deise Tigrone e Tati Quebra-Barraco. Mais recentemente, outros subgêneros tornam a cena de *funk* ainda mais diversa, com expressões musicais tais como o “Passinho” e o *funk* ostentação, que adentrou a cena musical paulistana a partir da sua entrada via Baixada Santista (Pereira, 2014).

A partir da análise desse percurso, nosso argumento foi o de que a consolidação do *funk* como expressão dos subúrbios e favelas cariocas não implicou em reconhecimento cultural estendido. Pelo contrário, durante sua trajetória, ainda que ampliando sua penetração entre diferentes segmentos da sociedade brasileira, ele é alvo de um processo continuado de perseguição por parte da mídia, das forças de segurança do Estado e dos formadores de opinião oriundos de camadas médias urbanas, que acenam reiteradamente com os argumentos do pânico moral para analisar o fenômeno. Assim, seja durante o episódio conhecido como “arrastão” nos anos 1990; seja na crítica ao erotismo da vertente “sensual”, ou na persistente associação do *funk* à violência e ao tráfico de entorpecentes nas favelas, que mais recentemente sustentou a proibição dos bailes nos territórios ocupados pelas forças das Unidades de Polícia Pacificadora no Rio de Janeiro, a história do *funk* é marcada por episódios de estigma, preconceito e “demonização” (Herschmann, 2000).

A noção de estigma suscita uma discussão cujo aprofundamento ultrapassa os limites deste artigo. Contudo, para os fins de nosso trabalho, caberia retomarmos brevemente a discussão de Goffman, que por sua vez remete-nos à Grécia para iniciar seu debate. “Os gregos (...) criaram o termo estigma para se referirem a sinais corporais com os quais se procurava evidenciar alguma coisa de extraordinário ou mau sobre o status moral de quem os apresentava” (Goffman, 1988, p.5). O estigmatizado era “uma pessoa marcada, ritualmente poluída, que devia ser evitada; especialmente em lugares públicos” (Goffman, 1988, p.5). E essa estratégia se mantém na modernidade, quando aspectos raciais ou corporais – tais como a cor da pele ou certas características étnicas tais como o desenho dos olhos característicos dos povos do Oriente – servem de base para o discurso preconceituoso e segregador.

Com base nesse argumento, propomos estender a definição de estigma não só para certas “marcas visuais”, mas também para certas “marcas sonoras”. Demonizado em alguns círculos sociais desde os primeiros acordes, o *funk* apresenta exemplos concretos dessas marcas, como os motoristas que são alvos de xingamentos por escutarem o gênero nos carros, em alto volume, durante seu percurso urbano – fato corriqueiro da vida carioca.

O advento das redes digitais, conforme já mencionamos, amplia os espaços de circu-

lação desse gênero. Contudo, ao contrário do que sugeriram os primeiros estudiosos do ciberespaço – ao apostarem no potencial “democrático” das comunidades virtuais no acolhimento à diferença (Lévy, 1998; Reinghold, 1996; Negroponete, 2005) – no mesmo compasso da maior visibilidade do *funk* nas redes sociais, também ganham visibilidade as controvérsias. Nesse contexto, estigmas que se consolidaram ao longo da história do *funk*, como a relação com a pobreza e a criminalidade, são acionados por aqueles que desejam expressar seu repúdio ao gênero. Pois, conforme discutiremos na terceira parte deste trabalho, as “marcas” sonoras e visuais associadas ao *funk* têm papel central nas disputas simbólicas traçadas entre *haters* e fãs do gênero na plataforma de vídeos.

### 3. GÊNEROS, CENAS E PERFORMANCE DE GOSTO

Produzir, distribuir e consumir música são ações que fazem parte do circuito de circulação de manifestações culturais, mas também se inserem dentro de um contexto mais amplo. Experiências relacionadas à classe, à etnia e localização geográfica fazem parte dos significantes compartilhados pela música popular, refletindo-se em todas as etapas que dizem respeito à forma como determinada música circula. Em uma via de mão dupla, esses valores e sentimentos também são afetados pelo fazer musical.

Assim, é possível entender a música como parte de um sistema de comunicação, engendrada em múltiplas formas de agenciamento social (DeNora, 2003). Neste sentido, ressaltamos o papel da música enquanto “uma forma de pensamento e ação no mundo” (Blacking, 1995, p. 235), uma manifestação organizadora de percepções globais e individuais que “pode nos dizer coisas sobre a História que não estão acessíveis por meio de nenhum outro meio” (McClary, 1991, p.29). Em um primeiro momento,

(...) é possível afirmar que a música se escuta e que todos os seus usos se relacionam com essa escuta. No entanto, quando se tenta definir o que é se escuta e quando se escuta, verifica-se até que ponto grupos socioculturais ou indivíduos distintos ouvem coisas absolutamente distintas quando o objeto de escuta é o mesmo (Fischerman, 2004, p.22).

As diferenças na percepção de objetos de escuta podem ser explicadas pelas múltiplas dimensões de agenciamento social nas quais a música está inserida (DeNora, 2003). Em uma relação dinâmica com o cotidiano, a música pode reforçar ou criar novos modos de agência, tanto na esfera individual quanto na coletiva. Em consonância com a autora, McClary afirma que todos os julgamentos em torno das manifestações artísticas que se enquadram na categoria musical – sejam elas classificadas como boas, ruins, de elite, eruditas, populares, comerciais ou artísticas – são produto da sociedade e, paralelamente, produzem efeitos sociais: “como qualquer outro discurso social, a música tem significado precisamente enquanto ao menos algumas pessoas acreditem nele e ajam de acordo com essa crença” (McClary, 1991, p.21).

O universo simbólico em torno dos gêneros musicais tem um papel fundamental na forma como ouvimos uma música ou o trabalho de um artista isoladamente. De acordo com Frith (1998), as expectativas e convenções atribuídas aos gêneros são centrais para orientar as escolhas de acordo com o cenário musical, influenciando diretamente nos modos de produção e consumo da música. Em diálogo com o autor, Janotti Jr. (2005) destaca as negociações e disputas em torno da definição dos gêneros e o papel da demarcação negativa e/ou comparação com outros gêneros neste processo.

(...) analisar um produto midiático através dessa perspectiva pressupõe perceber as relações entre esse produto e outros de diferentes gêneros, compará-lo com expressões canônicas ou similares dentro do mesmo paradigma. Os gêneros são dinâmicos justamente porque respondem a determinadas condições de produção e reconhecimento, indicativos das possibilidades de produção de sentido e de interação entre os modos de produção/circulação/consumo dos produtos midiáticos (Janotti Jr., 2005, p.5).

Nessa direção, entendemos que o que está em jogo, na polêmica em torno do *funk*, à luz da sociologia da música, é a discussão sobre processos de rotulação, valores, legitimidade e disputa simbólica ao redor dos gêneros e cenas musicais tanto quanto os modos de legitimação dentro da cultura popular.

Como desdobramento da questão, cabe ainda destacar o argumento de Hennion (2003; 2007) de que o gosto não é um elemento estável, construído “de uma vez e para sempre” a partir da classe social, e “imposto” aos indivíduos, conforme propôs Bourdieu. Na direção oposta, ele sublinha a *dimensão performática* da noção de gosto e o papel dos diversos mediadores envolvidos no processo performativo tanto quanto o caráter coletivo, compartilhado e mediado desse processo:

To produce a sociological analysis of taste does not mean to acknowledge the existence of some general underlying social mechanisms responsible for the presumably stable and necessary relationship between self-enclosed works and pre-existing tastes. Rather, taste, pleasure and meaning are contingent, conjunctural and hence transient; and they results from specific yet varying combinations of particular intermediaries, considered nor as neutral channels through which pre-determined social relations operate, but as productive entities which have effectivities of their own (Hennion, 2003, p. 82).

A discussão do autor em torno dos afetos que circulam e são expressos pelos amantes de música erudita sublinha os modos complexos por meio dos quais os sujeitos delimitam seu pertencimento a uma cena musical. Modos que são marcados por uma dimensão ao mesmo tempo *simbólica* – uma vez que dizem respeito aos valores éticos e estéticos do grupo; e *material*, uma vez que passam também pelos objetos produzidos e consumidos pelos atores. Assim, ser fã, aficionado ou amante de um gênero musical – palavras que Hennion toma como sinônimos –, é antes um processo ou um evento – sempre inacabado, sempre em disputa com grupos rivais. Processo no qual *actantes*<sup>2</sup> atualizam seus afetos e sensações a partir de mediações bastante heterogêneas – do álbum tocado em vinil ao pedaço de papel que foi guardado por anos por conter o autógrafo de um músico famoso, por exemplo –, que dão concretude ao amor pela música. Comparando amantes de vinhos e de música, Hennion sintetiza a questão quando observa que ambos os grupos nos permitem perceber o gosto *em processo ou ação*:

It's not about liking music or being a wine taster, but being touched by this piece or liking this bottle, here, now, with these people: a strange activity, the conditions of which are continuously discussed by amateurs themselves. It relies closely upon moments, places, opportunities: taste is not only an activity, it is an event, over-sensitive to the problematic relationship between – as they nicely say – a combination of circumstances (Hennion, 2003, p.90).

Assim, em diálogo com Hennion, entendemos os sites de redes sociais – tais como Facebook ou YouTube – enquanto ambientes centrais para a observação dos proces-

<sup>2</sup> Na terminologia da TAR, actantes ou atores são todos os agentes humanos ou não humanos, que atuam produzindo efeitos e alterando o curso das ações de uma rede sócio-técnica (Latour; 2005).

tos que envolvem as performances de gosto na atualidade, uma vez que os atores deixam rastros – definidos a partir da Teoria Ator-Rede enquanto “inscrições de ações” (Bruno, 2012) – na forma de posts, comentários e outras formas visíveis de manifestação que expressam os afetos, sendo eles positivos ou negativos.

Finalmente, destacamos também a importância da discussão em torno das noções de antifãs e *haters* de um gênero musical (Gray, 2003; Amaral; Monteiro, 2012) para refletir sobre as disputas simbólicas no âmbito do YouTube. Conforme os autores, os antifãs apresentam sentimentos fortes contra textos ou gêneros por considerá-los como algo fútil, estúpido, moralmente falido ou esteticamente condenável (Gray, 2003, p. 70). A criação de espaços para a divulgação desses sentimentos negativos exemplifica, na prática, o poder de mobilização desse grupo de pessoas, também denominado *antifandom*. Para Gray (Gray, 2003, p. 70), os *antifandoms* podem ter um investimento emocional comparável ao dos grupos de fãs. Se fãs e antifãs parecem representar lados opostos da mesma moeda, a multiplicidade de interações na rede complexifica as relações e os sujeitos envolvidos nas disputas.

Baym (2013) ratifica a presença do ódio na formação da identidade, ressaltando que embora o conflito entre fãs e antifãs já existisse, ganhou muito mais força e visibilidade por meio da Internet. Para a autora, é possível que a dissonância seja um novo tipo de engajamento ao redor da cultura pop na rede que ocorre em paralelo à adoração dos fãs. Ao conectar todo tipo de atores sociais em torno de vídeos, o YouTube se torna um ambiente ideal para manifestações de grupos rivais, sobretudo quando se trata de gêneros musicais ou artistas específicos.

Assim, a análise das interações nas páginas de vídeos de *funk* mostra que os internautas não apenas constroem discursos com a finalidade de reclamar de seus produtores e fãs, mas se unem em prol de assegurar a existência de uma agenda comum em torno do ódio ao alvo escolhido. Nesses casos, o engajamento que produz comentários depreciativos nas páginas dos vídeos também mobiliza grupos de indivíduos a acompanharem o trabalho do(s) artista(s) repudiados para produzir novas manifestações de gosto que reafirmem sua posição crítica. Desta forma, o comportamento dos antifãs (não apenas de *funk*, mas de qualquer manifestação cultural que seja eleita como uma ameaça) indica que o objeto da discórdia, seus representantes e defensores devem ser ativamente combatidos, conforme veremos no caso do *Passinho do Volante*.

### 3. PERFORMANCES DE GOSTO EM TORNO DO PASSINHO DO VOLANTE

O videoclipe que viria a se tornar uma febre em 2013 foi lançado, como tantos outros vídeos que se tornam virais, sem grandes pretensões. Gravado com o apoio de dois empresários do grupo *MC Federado e os Leleks* (a alcunha foi adotada após a explosão do *hit*), o vídeo traz os quatro jovens e seus vizinhos em diferentes locações na Vila Leôncio. A comunidade já havia ajudado a inspirar o quarteto para a criação da letra de “Passinho do Volante”, escrita a partir da gíria “lelek”, repetida à exaustão por lá<sup>3</sup>. Na época, os jovens já faziam sucesso com a coreografia do “passinho” durante bailes funk em diferentes pontos da Região Metropolitana do Rio de Janeiro.

O vídeo foi postado em janeiro de 2013 no YouTube e se popularizou rapidamente<sup>4</sup>.

<sup>3</sup> A gíria aparece no refrão: “Aaaaaaaaah lelek lek lek lek lek lek lek lek lek/Girando, girando, girando prum lado/Girando, girando, girando pro outro/No passinho do volante/Quero ver o baile todo”

<sup>4</sup> Disponível em: <[https://www.youtube.com/watch?v=E1AC\\_k9izjY](https://www.youtube.com/watch?v=E1AC_k9izjY)>. Acesso em setembro de 2014.

O refrão “Ah, lelek, lek, lek” já começava a circular em sites e blogs na Internet quando o jogador Neymar escolheu a coreografia para comemorar um gol no início de fevereiro. Pouco tempo depois, o *hit* foi eleito “funk do verão” pelo jornal O Globo<sup>5</sup> e virou notícia em diversos veículos de mídia<sup>6</sup>. Em um primeiro momento, a mediação de Neymar foi o principal gancho para o interesse da mídia, logo substituído pela curiosidade em torno do sucesso de um vídeo feito por desconhecidos com tão pouco recurso.

A consolidação da popularidade alcançada veio com o surgimento de diversas paródias e apropriações da música. Em uma trajetória comum a outros fenômenos do YouTube, o *Passinho do Volante* se tornou um meme<sup>7</sup> na Internet brasileira. O vídeo ganhou novas coreografias, versões traduzidas para o sertanejo e o *heavy metal* e até se tornou trilha sonora publicitária para uma polêmica campanha promovendo um automóvel de luxo<sup>8</sup>. Entretanto, os quinze minutos de fama do grupo foram abreviados por uma disputa judicial com a produtora Furacão 2000, que reivindicou os direitos autorais sobre a música. Proibidos de se apresentar sob o nome de MC Federado e os Leleks e de executar publicamente a coreografia que os trouxe ao estrelato, os jovens fluminenses não puderam aproveitar a visibilidade para lançar novos *hits*. Apesar disso, o videoclipe continuou com audiência expressiva ao longo do ano, principalmente após a execução da música pela cantora Beyoncé durante o Rock in Rio de 2013.

A fim de refletir sobre a questão das disputas entre fãs e *haters* do vídeo, optamos por analisar os comentários da página que concentra maior visualização – em setembro de 2014, eram mais de 41 milhões de acessos. Foram coletados comentários postados entre a data de lançamento (24/01/2013) e julho de 2014. Neste período, a página somava mais de 86 mil comentários.

A partir de uma primeira filtragem, utilizamos como metodologia a análise e filtragem dos comentários mais “agressivos” – tendo por critérios o uso de adjetivos ou expressões depreciativas em relação ao gênero musical, seus produtores e consumidores. A investigação permitiu uma categorização dos tipos de críticas mais comuns feitas pelos *haters* do *funk* carioca. De modo geral, essas manifestações estão ligadas aos seguintes aspectos: 1) Preconceito racial; 2) Preconceito sócio-territorial; 3) Crítica estética e repúdio ao *funk* como manifestação cultural; 4) Popularização do *funk* como “ameaça” para o progresso do país. Abaixo, descrevemos como essas questões aparecem nos rastros examinados.

### 1) Preconceito racial

“Negrada da puta que pariu” (por @emersonfh7)

“Vão se fuder cambada de macaco!!!!!!!!!!” (por @EricoPereira1)

5 “Funk do verão, ‘Ah lelek’ espalha o passinho do volante pelo Brasil”. O Globo, 20/02/2013.

6 Exemplos: “Da Coronel Leôncio para o mundo: ‘Passinho do volante’ faz MC Federado e os Lelekes virarem ídolos em favela de Niterói”. Extra, 24/02/2013. “O funk Passinho do volante é o novo viral da internet”. Diário de Pernambuco, 21/02/2013. “Passinho do Volante’ vira febre e versões com famosos ‘dançando’ o funk estouram na web”. Site do canal Multishow, online.

7 Tomamos como referência a definição de Susan Blackmore para a palavra meme. De acordo com a pesquisadora, trata-se de “tudo aquilo que você aprendeu de outra pessoa através da imitação” (2000, p. 6, apud Fontanella, 2009, p.4) e é passado adiante, ganhando vida própria. Para mais informações sobre memes, ver: Fontanella: 2009 (*O que é um meme na Internet? Proposta para uma problemática da memefera*).

8 O sucesso do grupo chamou a atenção da montadora alemã Mercedes Benz, que decidiu utilizar a música como parte da estratégia de lançamento de um novo veículo no Brasil, o “Mercedes Classe A”. Em um vídeo produzido apenas para o YouTube, uma peça publicitária veiculada na televisão ganhou nova trilha sonora, o Passinho do Volante. Entretanto, a ação gerou polêmica: houve grande rejeição à associação entre o produto e um gênero relacionado às periferias. A repercussão negativa levou a Mercedes Benz a retirar o vídeo da Internet.

“I hate favela monkeys.” (por @ xSpeyedur)

“... pelo menos não traficam mais... só nesse clipe ia ter um bando inteiro” (por @bob-saba1)

Os comentários relacionados ao preconceito racial trazem, de modo geral, referências bastante explícitas. Embora o racismo seja considerado crime inafiançável e imprescritível no Brasil, inclusive no caso de ofensas realizadas por meio da Internet, o uso de termos como “macacos”, “negrada” e “neguinhos” denota total falta de censura ao expressar opiniões preconceituosas. A sensação de anonimato trazida pelas representações identitárias construídas na internet (Turkle, 1997), sobretudo no caso do YouTube, um site com funções de rede social pouco dependente de representações identitárias persistentes (Recuero, 2009), pode contribuir para este tipo de comportamento. No vídeo em questão, o fato de que os protagonistas da produção são negros, assim como a maior parte de seus figurantes na comunidade, parece “incomodar” ainda mais. A relação histórica entre *funk* e violência – seja por meio do processo de estigmatização ou pela difusão de músicas “proibidas” que narram a ação de facções criminosas – converge com o racismo, uma vez que o gênero permanece associado à juventude das favelas, majoritariamente negra.

## 2) Preconceito sócio-territorial

“No Brasil os costumes da favela é exaltado acima da alta cultura. Quero saber quem vai responsabilizar-se pelo rumo da geração que cresce ouvindo funk. #LIXO” (por @ maykonFinizola)

“Pobre favelado é foda kkkkkkkkk só faz merda” (por @KaibaGames)

“Pobre é uma desgraça, se contenta com essa barulheira infernal que chamam de música.um atentado aos tímpanos...coisa horrível!!!!” (por @oliver9800410)

“Brasil=Mendigos. Sério, que merda, só mendigos!” (por @PlayMatty)

Ao longo das últimas décadas, o *funk* passou por diversas modificações em termos sonoros e discursivos. Entretanto, a identificação com as periferias cariocas onde o gênero surgiu manteve-se em relativa estabilidade. Por isso, embora o *funk* que faça sucesso na segunda década do século XXI seja muito diferente daquele que se popularizou na década de 1990, que abordava questões ligadas ao cotidiano das favelas, as músicas ainda são consideradas como músicas feitas “por pobres e para os pobres”.

No caso do vídeo *Passinho do Volante*, esse estereótipo volta a ser acionado pelos críticos do *funk*. O teor dos comentários associados à questão territorial sugere que a representação da favela no videoclipe é apropriada por esses comentaristas como forma de reforçar o discurso preconceituoso em torno da produção. Com o uso de expressões como “favelados”, “bando de favelados” e menções relacionando favela ao mau gosto e à criminalidade, o discurso de parte dos *haters* retoma o estigma como forma de desqualificar o gênero. Tal posicionamento ecoa uma visão da cultura “legítima” como uma instituição associada ao poder aquisitivo dos sujeitos. Além disso, diversos comentários deixam transparecer uma crítica ao momento de valorização vivido pela cultura popular – sobretudo relacionada à favela. Neste sentido, o grande número de visualizações no YouTube ou a visibilidade alcançada pelo quarteto flumi-



nense em programas de TV são apropriados como argumentos para performances de gosto que “denunciam” a degradação da cultura brasileira pelos pobres.

### 3) *Crítica estética e repúdio ao funk como manifestação cultural*

“Grande canção, pobre Chico Buarque!” (por @MarcioBotelho)

“Tem certeza que é cultura? Definitivamente o jeito é devolver o Brasil para os índios e pedir desculpas, ou voltar em 1499 e desviar o navio de Cabral pra Argentina por que a coisa está feia!” (por @estranhaoquadrado )

“Prefiro morrer do que aderir essa cultura brasileiro nojenta” (por @Tiago Mazzini)

“(…) não passa uma mensagem de reflexão para as pessoas” (por @lucassousa)

“(Que) porcaria de cultura é essa, Brasil? Bota música que preste nesse país” (por @CanalDGE.com.br)

A crítica aos critérios estéticos associados aos produtores e consumidores do *Passinho do Volante* surge em diversos comentários, como acontece de modo geral em qualquer vídeo postado no YouTube. Entretanto, no caso da produção analisada, essas colocações são frequentemente relacionadas a um posicionamento que renega o gênero musical como manifestação cultural. Para além de um debate sobre as definições em torno da noção de cultura, que não desenvolveremos aqui por falta de espaço, as críticas em questão reforçam o lugar das artes eruditas em antítese direta ao *funk* carioca. De modo geral, quando não se limitam a expressar seu desgosto, os haters reprovam o vídeo sob o ponto de vista discursivo, sonoro e performático. Tal debate se torna ainda mais forte quando há uma relação de oposição entre fãs desse gênero e fãs de rock, manifestação marcada por uma certa proximidade com os ideais da música erudita<sup>9</sup>. A comparação direta com ícones da MPB também aparece como argumento para deslegitimar o *Passinho do Volante* como expressão da cultura brasileira.

### 4) *Popularização do funk como “ameaça” para o progresso do país*

“Bando de alienados enquanto vcs assistem essa merda milhões de reais estão sendo roubados dos cofres públicos (...) Esses moleques nem gostam de estudar aí vão cantar funk pra ganhar dinheiro fácil no Brasil (...)” (por @AnonyBr09 no vídeo da música *Passinho do volante*)

“A cantora [Beyoncé] cantou uma música brasileira e representou a nossa cultura? Representou o nosso país? Espalhou nossa cultura? ou espalhou o lixo de músicas que temos aqui? E agora, o mundo inteiro sabe dessa vergonha.” (por @JuniordaSilva)

“Dizem que devemos respeitar o funk, mas como respeitar algo que denigre a cultura do meu país? Não é à toa que somos mal vistos no exterior, conhecidos como o país do futebol, carnaval e prostituição. Parabéns ao grupo por seu português correto e sua grande contribuição a cultura brasileira. (por @MatheusGouveia)”

<sup>9</sup> Em trabalho anterior, identificamos uma associação criada pelos fãs de heavy metal entre o gênero e características associadas à música erudita. Essa relação se reflete em comentários de haters que destacam o viés “intelectual” do heavy metal em oposição à “falta de cultura” do funk.

“Malditos funkeiros, quando vocês vão se tocar q a sua “cultura” só prejudica vocês (...) e envergonha o país?” (por @ruizgabriel)

A noção de cultura como base para o desenvolvimento nacional aparece com frequência nas manifestações de *haters* coletadas. Neste caso, o argumento dominante é de que o sucesso de produções como o *Passinho do Volante* contribui para um suposto “atraso” do Brasil. Tal estigma foi acionado principalmente após a performance da cantora Beyoncé no Rock in Rio e durante a preparação e realização da Copa do Mundo de 2014, momentos nos quais o vídeo adquiriu visibilidade mais ampla da audiência internacional. De acordo com esses críticos, a atração de espectadores de outros países seria um motivo de vergonha, uma “prova” de que o país nunca poderá atingir o grau de desenvolvimento de outras nações.

### 3.1 Haters vs fãs de funk

Em grande parte dos casos, as críticas dos *haters* englobam duas ou mais categorias representadas, sugerindo uma articulação entre as desqualificações que reflete e atualiza os múltiplos processos de estigmatização em torno do *funk*. Outras questões relativas à crítica mais generalista sobre o gênero, como a representação sexualizada da mulher e o uso de termos politicamente incorretos (críticas que não são aplicáveis ao *Passinho do Volante* especificamente) também foram mencionadas, assim como reprovações relacionadas a uma suposta valorização do corpo em detrimento do intelecto por parte dos funkeiros. Tal posicionamento ignora o fato de que, tal qual o brega recifense analisado por Fontanella (2005) e diversos outros gêneros (samba, música eletrônica, rock etc.), o *funk* tem como característica marcante a fruição por meio de uma sensibilidade corporal.

“Pobre nunca vai mudar. Vão sempre viver de Bolsa Família e o pior de tudo, quando resolvem cantar,,,cantam e se vestem como primatas” (por @oliver9800410)

“(...) song is abrasive and everything about this video reinforces every applicable stereotype of South American people. Two thumbs down.” (por @DaltonChanek)

“Carniça dos inferno... bando de preto estragando nosso país” (por @Erico Pereira)

“Como alguém pode gostar disso? Aff vergonha de ser brasileiro. Odeio funk, morte ao funk (por @Lucas Ribeiro)

“(...) é música pra retardado, tenho vergonha de viver num país onde isso aí em cima é cultura, gringo vem cá no Brasil e fica chamando a gente de macaco não sei porque, né? (...) Parece que brasileiro só gosta do que é LIXO” (por @Jeniffer Fernandes)

Também destacamos que os estigmas mencionados são lembrados frequentemente por parte de fãs de rock. Em confronto direto com fãs de *funk*, esses *haters* utilizam a página do vídeo em questão para uma performance de gosto que enfatiza sua distinção em relação aos “rivais” ao mesmo tempo em que os desqualifica por suas preferências musicais. Em nossa análise, observamos que as críticas deste grupo foram atualizadas e os conflitos com os fãs de *funk* foram acirrados a partir da performance de Beyoncé. Tais disputas foram pautadas por críticas segundo as quais o Rock in Rio deveria manter-se fiel ao gênero musical que carrega no nome.

“Esse malditos estrangeiros achando que isso é uma música “ótima” aqui no Brasil...

(...) Não culpo nem a Beyoncé, mas sim esses organizadores de MERDA! Imagina que louco se o Rock in Rio tivesse apenas Rock?!" (por @twoGTA Ibrahimovic)

"Só vim nessa merda de vídeo pra dar dislike...Vamos curtir um Avenged Sevenfold" (por @rogerrojão)

Pontuamos ainda o fato de que a consolidação do *funk* como expressão cultural das periferias, sobretudo do Rio de Janeiro, também é apropriada pelos fãs do gênero nas respostas aos críticos. O estereótipo da favela como fonte de alegria em meio às dificuldades do dia a dia surge como um elemento que ajuda a legitimar a performance de *MC Lelek e os Federados*. Muitos defensores também acenam com as disputas simbólicas presentes dentro do próprio gênero ao elogiar o *Passinho do Volante* a partir da comparação com a vertente mais sensual do funk.

"As pessoas não entendem que o funk também faz parte da cultura local. (...) Os garotos usaram de muito bom gosto, sem cenas apelativas, além da participação dos moradores, o clima de alegria foi muito intenso." (por @SraAraujo)

"Vocês têm ideia do quanto isso é relevante? Eles mobilizaram as pessoas da comunidade pra gravar um vídeo onde eles estão visivelmente se divertindo e cantando um funk onde não há palavrões e pouca vergonha. (...) Prova de que aqui no Brasil vive gente feliz apesar das dificuldades e desigualdades sociais que enfrentamos todos os dias." (por @MinhaFúria)

#### 4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A teoria Ator-Rede tem sido também definida como a Teoria das Controvérsias. Conforme argumentam seus principais autores, as controvérsias são momentos privilegiados para observarmos os rastros dos actantes em ação na construção dos coletivos ou redes sócio-técnicas, identificando ao mesmo tempo as relações de força, os embates e as mediações atualizadas no processo. A partir deste esforço de mapeamento, as associações que chamamos de sociais não são mais tomadas como um "dado", um ponto de partida ou um lugar seguro de observação (o do cientista social). Ao contrário, elas tornam-se produtos da ação dos atores/actantes – sejam eles os humanos ou os não-humanos.

Com base nesta proposta, buscamos cartografar aspectos de uma controvérsia em torno do funk do Brasil a partir da análise dos comentários postados no Youtube como respostas ao vídeo da música *Passinho do Volante*. E observamos que frente à crescente visibilidade do *funk* nessa plataforma, apresenta-se também uma reação dos adversários do gênero musical, que se expressam de maneira extremamente agressiva, reproduzindo estigmas e preconceitos que acompanham o *funk* ao longo de sua história e encontram no Youtube um ambiente facilitador desta expressão imediata de ódio.

Esse embate não apenas é viabilizado, mas mediatizado a partir de dinâmicas particulares estabelecidas no ambiente *online*, no qual, por exemplo, a possibilidade do anonimato (mesmo que relativo) garante a impunidade dos *haters* que expressam livremente comentários contendo impropérios e graves ofensas, passíveis de punição severa pela legislação brasileira. Nesse sentido, é possível entender o YouTube como

um “importante mecanismo de mediação para a esfera cultural pública” (Burgess; Green, 2009, p. 107). Espaço de circulação de vídeos representantes das mídias tradicionais, organizações diversas, celebridades e pessoas comuns, o site se constitui como um “instrumento de viabilização de encontros de diferenças culturais e o desenvolvimento de uma audição política entre sistemas de crenças e identidades” (Burgess; Green, 2009, p. 107).

Contudo, no caso do *funk* carioca, enfatizamos neste artigo antes os “desencontros” do que os “encontros de diferenças culturais”, uma vez que a popularização do gênero na Internet trouxe não apenas novas vertentes e discursos afirmativos, mas também fortes expressões de rejeição ao gênero que problematizam e complexificam o cenário no qual o mesmo circula.

O ciberespaço emerge, desta forma, como mais uma arena de disputas simbólicas, estratégias discursivas e representações de poder de diferentes grupos sociais. Assim, embora a Internet tenha contribuído decisivamente para a disseminação de uma cultura de nichos (Anderson, 2006) que ultrapassa a lógica anterior da parada de sucessos e permite a visibilidade de novos atores, cartografar as controvérsias nesses ambientes nos leva a novas questões em torno das comunidades emocionais – pautadas muitas vezes em emoções negativas tais como as que foram aqui identificadas – apontando para a necessidade de aprofundamento da discussão em futuros trabalhos.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AMARAL, A.; MONTEIRO, C. **“Esse roquero não curte”**: performance de gosto e fãs de música no Unidos Contra o Rock do Facebook – Trabalho apresentado ao GT de Comunicação e Cibercultura da XX Compós. ANAIS. UFJF, Juiz de Fora, 2012.

ANDERSON, C. **A cauda longa: do mercado de massa para o mercado de nicho**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2006.

BAYM, Nancy. **Fãs ou Amigos? Enxergando a mídia social como fazem os músicos**. In: Revista Matrizes, São Paulo, v.7, n.1, 2013. Disponível em: <http://www.matrizes.usp.br/index.php/matrizes/article/view/429>. Acesso em: 15/09/2014.

BLACKING, J. **How musical is man?** Seattle: University of Washington Press, 1995 [1973].

BRUNO, F. **Rastros digitais: o que eles se tornam quando vistos sob a perspectiva da teoria ator-rede**. In: Encontro Compós 2012, 2012, Juiz de Fora.

BURGESS, J.; GREEN, J. **YouTube e a Revolução Digital: como o maior fenômeno da cultura participativa transformou a mídia e a sociedade**. São Paulo: Aleph, 2009.

CUNHA, E. S. **“É som de preto, de favelado!”: gosto e disputas simbólicas em torno do funk no YouTube**. 2014. 122 p. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Universidade Federal Fluminense, Niterói.

DENORA, T. **After Adorno: Rethinking Music Sociology**. Cambridge: Cambridge

University Press, 2003.

FONTANELLA, F. **A estética do Brega: cultura de consumo e o corpo nas periferias do Recife.** Recife: O autor, 2005.

FRITH, S. **Performing Rites. On the value of Popular Music.** Cambridge, Mass. USA: Harvard Univ, Press, 1998.

GRAY, J. **New audiences, new textualities: antifans and non-fans.** In: International Journal of Cultural Studies. London, 2003, p. 64-81.

GOFFMAN, E. **Estigma: notas sobre a manipulação da identidade deteriorada.** 4ª ed. Rio de Janeiro: LTC, 1988.

HENNION, A. **Music and Mediation: Towards a new Sociology of Music.** In: The Cultural Study of Music: A Critical Introduction. 2002. M. Clayton, T. Herbert, R. Middleton eds. London: Routledge.

\_\_\_\_\_. **Music Lovers. Taste as performance.** In: Theory, Culture, Society 18. 5 (2001) 1-22.

HERSCHMANN, M. **As imagens das galeras funk na imprensa.** In: C. A. M. Pereira et al. Linguagens da violência. Rio de Janeiro: Rocco, 2000.

JANOTTI Jr, J. **À procura da batida perfeita: a importância do gênero musical para a análise da música popular massiva.** Revista Eco-Pós. Rio de Janeiro. Pós-Graduação em Comunicação e Cultura. UFRJ. Vol. 6, n.2, 2003, p31-46.

\_\_\_\_\_. **Dos gêneros textuais, dos discursos e das canções: uma proposta de análise da música popular massiva a partir da noção de gênero midiático.** In: XIV COMPÓS. Rio de Janeiro: UFF, 2005.

LATOUR, B. **Reassembling the Social – An Introduction to Actor-Network-Theory.** Oxford University Press, 2005.

LÉVY, P. **A inteligência coletiva.** São Paulo: Edições Loyola, 1998.

McCLARY, S. **Feminine Endings.** Minnesota: University of Minnesota Press, 1991.

NEGROPONTE, N. **A vida digital.** São Paulo: Cia. das Letras, 1995.

PEREIRA, A. B. **Funk Ostentação em São Paulo: Imaginação, consumo, e novas tecnologias da informação e da comunicação.** Revista de Estudos Culturais, nº 1, p.1-17, EACH, USP, 2014.

PEREIRA DE SÁ, S. **Will Straw: cenas musicais, sensibilidades, afetos e a cidade.** In: JANOTTI Jr, J.; GOMES, I.M.M. (orgs) – Comunicação e Estudos Culturais. Salvador, EDUFBA, 2011. pp147-162

\_\_\_\_\_. **Funk carioca: música eletrônica popular brasileira?!** Brasília, Revista E-Compós, vol.10, 2007.

\_\_\_\_\_. **Apropriações Low-Tech no Funk carioca: a Batalha do Passinho e a Música Popular de Periferia.** ANAIS do XXXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Intercom. Fortaleza, 2012.

RECUERO, R. **Redes sociais na internet.** Porto Alegre: Sulina, 2009.

THORNTON, S. **Club cultures. Music, media and subcultural capital.** Connecticut: Wesleyan University Press, 1995.

TURKLE, S. **La vida em la pantalla.** Barcelona: Paidós, 1997.