



# O *FUNK* OSTENTAÇÃO SOB A PERSPECTIVA DA TEORIA CRÍTICA DA SOCIEDADE

Regiane de Ávila Chagas<sup>1</sup>

## RESUMO

*Este trabalho tem como propósito identificar os elementos da indústria cultural presentes no funk ostentação. Foram analisadas as letras dos funks e as danças presentes nos recursos audiovisuais envolvidos em (15) quinze videocliques. O que evidenciamos foi que, para além da música ligeira que promove a dança, é evidente certa standardização dos temas musicais como também de uma estética do movimento.*

*PALAVRAS-CHAVE: Indústria Cultural; Funk Ostentação; Dança.*

## 1 INTRODUÇÃO

Alternativa frente ao *funk* carioca, o *funk* ostentação se consolida hoje como um estilo musical brasileiro. Criado em 2008 na cidade de São Paulo, trata-se de uma vertente<sup>2</sup> do *funk* carioca que alcançou proporções nacionais no ano de 2011. A partir de temas que estimulam o consumo e a ostentação, suas letras discorrem sobre carros de luxo, bebidas, motocicletas, objetos de valor (relógios, uísques, camaros, lamborghinis, mansões, joias, óculos etc.), mulheres (na condição de mercadorias prontas a serem consumidas), como também sobre a ambição de sair da favela em busca de uma vida luxuosa.

A presença forte da dança neste movimento não nos é novidade. Influenciados pela lógica do *funk* carioca cujos espetáculos são denominados de Bailes *Funk*, o próprio nome já indica a presença da dança. No caso do *funk* ostentação, a dança sugerida por esta vertente ganha maior visibilidade por conta do formato audiovisual<sup>3</sup> que passa a ser um dos principais veículos de circulação do estilo que, inclusive, irá promover a primeira exibição nacional em 2011, com o videoclipe “Megane”, do MC Boy do Charmes.

## 2 ASPECTOS METODOLÓGICOS

Frente a essa breve caracterização do *funk* ostentação, nosso objetivo consiste em realizar uma análise da dança promovida por este estilo musical a partir de

1 Faculdade de Educação da Universidade Federal de Goiás (FE/UFG), regianeavila@yahoo.com.br

2 O *funk* apresenta uma leve distinção entre seus produtos. Há o *funk* melody, cuja exaltação da mulher é o tema central das músicas. Há o *funk* proibidão, cuja lírica gira em torno da criminalidade e dos conteúdos com apelos sexuais e, por último, o *funk* dos paulistas, hoje difundido como *funk* ostentação cujos mc's se espelham nos rappers norte-americanos da chamada velha escola do *Hip Hop*.

3 Konrad Dantas, 26 anos, conhecido como Kondzilla é o principal produtor de cliques do *funk* ostentação.

definições básicas do *Marxismo* e dos elementos da *Teoria Crítica da Sociedade da Escola de Frankfurt*, especialmente sob os estudos da indústria cultural, pensado e sistematizado por Theodor Adorno e Max Horkheimer. A pergunta que orienta toda essa investigação pode ser assim traduzida: quaiselementos da indústria cultural podem ser evidenciados na produção e reprodução da dança no *funk* ostentação?

A parte empírica da pesquisa foi formada pela *playlist* do *funk* ostentação no ano de 2015, referente ao período de janeiro a setembro, sugerida por sites musicais. Foram analisadas as letras dos *funks* e as danças presentes nos recursos audiovisuais envoltos nos videocliques. Dentre os principais artistas estão Anitta, Mc Ludmilla, Lexa, Mc Nego do Borel, Mc Gui, Mc Sapão, Mc Guimê, dentre outros.

### 3 A DANÇA COMO PRODUTO DA INDÚSTRIA CULTURAL: O MOVIMENTO DO *FUNK* OSTENTAÇÃO

Adorno e Horkheimer, no ano de 1947, discorreram sobre a indústria cultural com o fim de revelar a situação da arte na sociedade em que predomina o modo de produção capitalista. Sob a denominação “produtos culturais”, articulados e ao mesmo tempo independentes, - o cinema, televisão, rádio, revistas, jornais etc. - compõem o monopólio da indústria cultural e a “utilizam para legitimar o lixo que propositalmente produzem” (ADORNO, 1985, p. 57).

No universo dos produtos da indústria cultural o nosso interesse é a dança. Para isso, analisamos os videocliques de um produto cultural específico: o *funk* ostentação. Os produtos culturais produzidos por essa indústria da cultura se limitam à condição de mercadorias, que é, “antes de tudo, um objeto exterior, uma coisa que, pelas suas propriedades, satisfaz necessidades humanas de qualquer espécie [...] tenham a sua origem no estômago ou na fantasia, a sua natureza em nada altera a questão” (MARX, 2013, p. 157).

Do mesmo modo, na sociedade contemporânea a dança vem sendo largamente difundida em forma de espetáculo por diversos setores daquilo que conhecemos por indústria cultural<sup>4</sup>. Associada a valores múltiplos, muitas vezes vinculados à disciplina, ao controle e domínio corporal, a indústria cultural assume determinadas concepções estéticas de corpo e do próprio movimento e, ainda, mesmo que em menor intensidade e frequência, sustentam concepções estéticas atreladas à resistência cultural de certos grupos sociais, promovendo a pseudo individualização.

Em *O Fetichismo da Música e a Regressão da Audição* (1996), Adorno irá defender basicamente duas teses: a decadência do gosto musical, de um lado e, de outro, o fetichismo da música. Ambas as teses podem ser estendidas para a problemática da dança. No que diz respeito à decadência do gosto musical, o autor afirma que todos tendem a obedecer cegamente à moda musical, isso porque “o gostar e o não gostar já não correspondem ao estado real ainda que a pessoa interrogada se exprima em termos de gostar e não gostar” (ADORNO, 1996, p. 173). O que hoje predomina acerca do gosto musical não é outra coisa que

4 Neste grupo, podemos citar estilos de danças que vão do forró ao sertanejo, do *axé music* ao *funk*. Alguns de seus personagens são identificados como as loiras do Tchan e o seu “Jacaré”, os Tigrões (“*Esse é o bonde do Tigrão*”) e suas Cachorras (“*Au! Au! Au! Au! Au! Só as cachorras*”), as Tchutchucas, lacraias e periquitas, e tantos outros bichos presentes no universo midiático da dança. (TOMAZZONI, 2005).

não a identificação e consequente aceitação do produto musical pelo ouvinte consumidor e, por conseguinte, a própria dança.

No texto supracitado, é possível extrair os mecanismos que implicam no gostar ou não gostar de uma dança de sucesso. Tal mecanismo pode ser assim representado: repetição – reconhecimento – aceitação. Segundo este mecanismo, a coreografia de sucesso é repetida inúmeras vezes nos veículos da indústria cultural. A mesma música que promove a dança é tocada em torno de dez vezes por dia na rádio de forma direta ou inúmeras vezes de maneira indireta via propaganda radiofônicas, aparecendo em novelas e/ou filmes, em programas de humor, pelos jogadores de futebol em comemoração aos gols, enfim, exaustivamente repetida. Essa repetição, em demasia, gera no ouvinte certo reconhecimento do *hit* e do movimento e, com isso, a aceitação da coreografia. Está aí a lógica da indústria cultural e, portanto, do próprio *funk* ostentação.

Quanto ao aspecto da regressão da audição, portanto, regressão da formação cultural dos sujeitos, o papel publicitário que a música ligeiramente assumindo no cenário atual contribui de maneira expressiva para a morte da linguagem musical<sup>5</sup> e consequentemente da própria dança que promove, especialmente quando este se insere de maneira cada vez mais incisiva como fundo de anúncios publicitários. Simplesmente os ouvintes são orientados, ou seja, treinados a não dar a devida atenção àquilo que ouvem e, por conseguinte, se transformam em mero cliente e consumidor apático.

Diante do exposto e da fundamentação teórica que sustenta esta reflexão, os hábitos de audição da música ligeira se traduzem em hábitos regressivos. E neste caminho, quando o sujeito consegue exercer sua autonomia e resistência frente a este produto cultural, deixando claro não gostar de um *hit* muito tocado e difundido é, para grande parte da sociedade, sinônimo de uma pessoa doente, estranha, contrária à socialização.

No desenvolvimento das análises dos videocliques, fica claro para nós que para além da *música ligeira* que promove a dança, é evidente certa padronização de uma estética do movimento, como também, de uma estética musical. Essa dança promovida pela *funk* ostentação se apresenta sempre semelhante e idêntica. Mesmo assim, a indústria cultural cria no sujeito que dança a sensação de este poder escolher com liberdade o que lhe é apresentado. Ledo engano, uma vez que a coreografia mais conhecida se torna a mais famosa e não necessariamente a produção de melhor qualidade ou que, ao menos, expresse autonomia na criação.

Como já anunciamos anteriormente, os temas musicais talvez sejam os principais elementos de standardização evidente nesta vertente do *funk*. Em sua maioria, as letras incentivam o consumo de drogas, a ostentação de objetos de riqueza (carros, joias e mansões), a busca pela vida de luxo e o forte apelo sexual que se traduz no alto teor de erotismo, pornografia e vulgaridade de todo tipo.

Diante do exposto e da fundamentação teórica que sustenta esta reflexão, os hábitos de audição do *funk* ostentação se traduzem em hábitos regressivos. No *funk* ostentação, sendo ele produto da indústria cultural, não há nada de “novo”

5 Comercial da Camisinha Olla veiculado na televisão com a música “Show das Poderosas” da funkera Anitta. [https://www.youtube.com/watch?v=qMuR\\_Ytevnk](https://www.youtube.com/watch?v=qMuR_Ytevnk). Visitado em 15 de agosto de 2017.

no processo de criação de seus movimentos, ou seja, o ouvinte já tem claro os movimentos dos quais se tratam e, especialmente, os esforços assumidos pelo sujeito. É idêntico tanto a forma como o conteúdo do movimento. Por esforço estamos entendendo ser este a “pulsão de atitudes que se expressa em movimento visível, imprimindo-lhe variadas e expressivas qualidades. (...) é o ritmo dinâmico do movimento do agente”. (RENGEL, 2005, p. 60). Este esforço acaba expressando a totalidade do sujeito que produz dança, seja em seu físico, em suas emoções, seja em sua racionalidade, a dinâmica da dança parte “de uma atitude interna do agente para com os fatores de movimento e de sua maneira de responder ao mundo”, e que por isso, “desenvolve-se o esforço que comunica a qualidade expressiva do movimento”. (RENGEL, 2005, p. 60).

No caso do *funk* ostentação a dança se apresenta a partir de elementos idênticos do movimento. Isso quer dizer que tanto os elementos de expressão como também os elementos da estrutura e da forma do movimento estão articulados de modo a expressar certa erotização, sensualidade e, por vezes, a denotação de movimentos característicos do ato sexual de relações heterossexuais. Este apelo sexual contido tanto nas letras como nos movimentos do *funk* parece querer resgatar o significado etimológico do *funk* que remete ao odor do corpo durante as relações sexuais.

A partir da padronização dos elementos do movimento evidenciados no *funk* ostentação, não há nenhuma expectativa na apreciação deste estilo, mesmo porque um dos critérios para o sucesso da coreografia, ou seja, para o consumo da dança, é justamente a produção de um ritmo óbvio. Na dança promovida por esta indústria, fica evidente no *funk* que até os improvisos adotam regras uniformizadas, sendo sempre a erotização quem irá orientar a criação do movimento. Em assim sendo, fica fácil compreender agora porque que “*quando toca ninguém fica parado*”<sup>6</sup>, já que uma música repleta de elementos standardizados acaba por promover também reações standardizadas, dentre elas, a própria dança.

Infelizmente esta padronização do movimento alcança as coreografias do forró, da salsa, do samba, do funk, dentre outras, uma vez que é na própria produção da dança que tais características são determinadas e são as mesmas qualidades que sustentam a lógica mercantilista da dança.

#### **4 CONSIDERAÇÕES FINAIS**

No desenvolvimento deste trabalho, a estética evidenciada na música, no corpo e no movimento da dança se mostrou condizente com a lógica da indústria cultural, ou seja, a lógica do capital. Marcuse (1973), ao problematizar a ideologia da sociedade industrial avançada, afirma que a estética, ou melhor, a estatização, se tornou objeto de consumo, inclusive do próprio corpo. Este culto ao corpo que, em certa medida, traduz a preocupação do sujeito consigo próprio, encontra na estética uma maneira de demarcação de identidade, de pertencimento, mas que acaba por se traduzir em mera individualização, que se desenvolve em meio a um falso processo de individuação, já que a estética que se desenvolve na música, no movimento e no próprio corpo se revela de modo padronizado, como mera objetivação ou pura exteriorização.

6 Trecho da música “Som de Preto” do Mc Amilckar e Chocolate.

## EL FUNK OSTENTACIÓN EN LA PERSPECTIVA DE LA TEORÍA CRÍTICA DE LA SOCIEDAD

*RESUMEN: Este trabajo tiene como objetivo identificar los elementos presentes en la industria cultural promovida por el funk ostentación. Fueron analizadas las letras del Funk y las danzas presentes en los recursos audiovisuales envueltos en (15) quince vídeos. Lo que hemos observado es que, además de la música ligera que promueve la danza, es evidente cierta normalización de una estética de los temas musicales como, también, de una estética del movimiento.*

*PALABRAS-CLAVES: Industrial Cultural; Funk Ostentación; Danza.*

## THE FUNK OSTENTATION IN THE PERSPECTIVE OF THE CRITICAL THEORY OF SOCIETY

*ABSTRACT: This work aims to identify the elements of the cultural industry present in the funk ostentation. The letters of the funks and the dances present in the audiovisual resources wrapped in (15) fifteen video clips were analyzed. What we have shown is that, in addition to the light music that promotes dance, it is evident that there is a certain standardization of an aesthetic of the movement and one standardization of musical themes.*

*KEYWORDS: Cultural Industry; Funk Ostentation; Dance.*

## REFERÊNCIAS

ADORNO, Theodor W. Sobre música popular. In: COHN, G. (Org.). **Sociologia**. São Paulo: Ática, 1994, p.115-146.

\_\_\_\_\_. O Fetichismo na Música e a Regressão da Audição. In: **Os Pensadores**. São Paulo: Nova Cultural, 1996.

ADORNO, Theodor W. HORKHEIMER, Max. **Dialética do esclarecimento**: fragmentos filosóficos. Trad. Guido Antônio de Almeida. Rio de Janeiro: Zahar, 1985.

MARCUSE, H. **A ideologia da sociedade industrial**: o homem unidimensional. Rio de Janeiro: Zahar. (Original publicado em 1964), 1973

MARX, Karl. **O Capital**. São Paulo: Boitempo, 2013, v. 1.

RENGEL, L. **Dicionário Laban**. São Paulo: Annablume, 2005.

TOMAZZONI, Airton. O zoológico dançante da TV: lacraias, cachorras, tigrões e outros bichos. **Lições de dança nº. 5**. Rio de Janeiro: UNIVERSIDADE, 2005.