

A woman with long, dark braids is posing in a pink bikini. She is sitting on a ledge, looking upwards with a serene expression. The background shows a dense, multi-story favela with various balconies and windows, set against a backdrop of trees and a clear sky. The overall tone is warm and artistic.

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PAMPA

VAI MALANDRA

DA FAVELA PARA O MUNDO

**ANÁLISE DA PERCEPÇÃO DOS USUÁRIOS DO INSTAGRAM
SOBRE GÊNERO FEMININO E FUNK**

Mateus dos Santos da Silva

**São Borja
2018**

MATEUS DOS SANTOS DA SILVA

VAI MALANDRA, DA FAVELA PARA O MUNDO:

Análise da percepção dos usuários do Instagram sobre gênero feminino e funk.

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao
Curso de Comunicação Social – Habilitação em
Publicidade e Propaganda, da Universidade
Federal do Pampa,

Orientadora: Prof^a Dr^a Merli Leal Silva

São Borja

2018

MATEUS DOS SANTOS DA SILVA

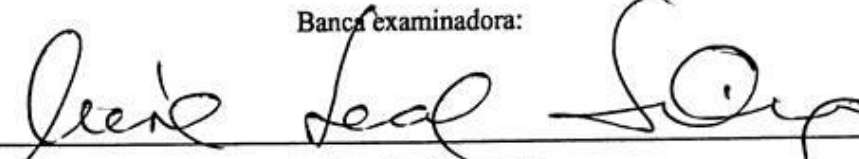
VAI MALANDRA, DA FAVELA PARA O MUNDO:

Análise da percepção dos usuários do Instagram sobre gênero feminino e funk.

Monografia apresentada como requisito parcial para
obtenção do título de Bacharel em Publicidade e
propaganda, pela Universidade Federal do Pampa –
UNIPAMPA.

Trabalho de Conclusão de Curso defendido e aprovado em: 11/12/2018

Banca examinadora:



Prof. Dra. Merli Leal Silva

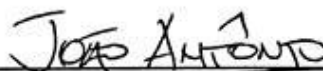
Orientadora

Unipampa



Prof. Dra. Denise Aristimunha de Lima

Unipampa



Prof. Dr. João Antônio Gomes Pereira

Unipampa

Dedico este trabalho a minha mãe e a minha vó, por todo ensinamento e apoio quanto às minhas escolhas e pelo incentivo de sempre buscar mais conhecimento.

AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente a Deus, por essa oportunidade e por essa etapa da minha vida, que teve muitos altos e baixos, mas que foi concluída. Nada disso também não existiria se não fosse a minha Mãe e minha Vó, que acreditaram no meu potencial e investiram durante árduos anos, desde antes de entrar em uma universidade pública. Eu só tenho a agradecer vocês duas, por tudo, por sempre estarem ao meu lado, que me darem todo suporte necessário, e todo respeito possível. Especificamente o papel das duas foram uma criação incrível, fazendo papéis de pai-mãe e vó. O carinho, a admiração, e o respeito que tenho por vocês são inexplicáveis.

Agradeço aos colegas que estiveram comigo durante esses anos, fazendo companhias de tudo um pouco. Colegas que se tornaram amigos que levarei em minha memória com momentos incríveis, e pretendo manter o máximo de contato possível, em especial, Amanda Gallina, Lorenzo Luzardo, Lucas Portilho, Rennes Paniagua, Guilherme Félix, Pedro Frizzo, William Silva e Leonardo Artioli.

Agradeço aos amigos que criei laços na cidade de São Borja, que cuidaram de mim, me mimaram, me fizeram enxergar o mundo totalmente diferente, em especial Tiago Goia e Henrique Éspor, amo vocês.

Sou eternamente agradecido também por ter feito parte do melhor grupo de agência que já existiu na Unipampa São Borja, no curso de Publicidade e Propaganda. Colegas que viraram amigos com o passar do tempo e a convivência. Obrigado por tudo, e desculpa alguma coisa, eu carregarei vocês comigo em minha memória para sempre, em especial João Henrique, Larissa Teixeira, Larissa Thomaz e Pamela Braz, amo vocês.

Agradeço também a oportunidade de ter trabalhado na empresa júnior de comunicação integrada, a agência três aspas, que foi grande colaborada para desenvolver na prática os conceitos aprendidos na sala de aula. Agradecendo especialmente ao coordenador e orientador da agência, João Antônio Gomes Pereira e aos colegas e amigos que participaram comigo durante os anos de permanência na agência, em especial Danielly Engelmann.

Agradeço a grande família da mamãe Mila, por todo apoio e os momentos compartilhados juntos, tornando esses momentos, memórias inesquecíveis. Cada membro dessa família foram meus companheiros durante os anos de graduação, e que agora carrego o imenso carinho por cada um. Levando em particular cada lembrança vivida com eles. Pretendo revê-los inúmeras vezes e construir mais momentos incríveis. Em especial, a

minha afilhada Luana Kasper, Mila Vançan, Levi Carvalho, Gabriel Prestes, Pedro Cobra, Rafael Ataíde, Lucas Ribeiro, João Victor Souza.

Gostaria de agradecer também as pessoas que colaboram de forma positiva para o enriquecimento e manutenção desse estudo, em especial Renata Jesuino, Ítalo Bruno, Thaisy Finamor, Vitória Ayala e Luís Hermínio, pessoas que são extremamente importantes para minha jornada universitária em São Borja.

Agradeço também em especial a Tábata Corrêa, por toda parceria durante os anos que estava em São Borja, por todo carinho trocado, e o cuidado que tínhamos um com o outro. Mesmo distantes, mantemos contato durante todos os anos, e sempre aquela amizade sincera e verdadeira, obrigado de coração, eu te amo!

Sou eternamente grato aos meus grandes apoiadores durante os anos de graduação, que foram meus amigos de Descalvado, que sempre acreditaram em mim e no meu potencial, sempre tiraram um tempinho para me escutar, apoiar, e me salvar de situações extremantes difíceis, e quando eu estava na cidade procuravam sempre estar comigo. Em especial Juliana Morgado, Caio Henrique Seite Moreira, Gabriela Ruiz, Leylane Angelucci, Marina Braghim e Richard Valério e Lucas Barbalho. Esses nomes, que levarei não só aqui em um agradecimento, mas para vida toda, obrigado a vocês, por tudo. Eu amo vocês.

Agradeço também ao curso por proporcionar uma das maiores experiências da minha vida, com qualidade e dedicação dos docentes. Em especial a minha ex orientadora Denise Silva, João Antônio Gomes Pereira, Camila Pereira e Denise Aristimunha Lima. Agradecendo também a pessoa que faz parte da docência e uma das mais importantes para trajetória final, a minha orientadora Merli Leal Silva, obrigado por ter encarado essa corrida acirrada contra o tempo comigo. Pessoa extremamente alto astral e que me puxou para alcançar essa conquista, sempre mostrou disposta a me ajudar e a me dar todo o suporte necessário. Obrigado de coração! Criei um carinho imenso por você e te guardarei como um ídolo que pretendo seguir como profissional.

“Faço de mim, casa de sentimentos bons
Onde a má não faz morada
E a maldade não se cria
Me cerco de boas intenções
E amigos de nobres corações
Que sobram e abrem portões
Com chave que não se copia
Observo a mim mesmo em silêncio,
Porque é nele onde mais e melhor se diz
Me ensino a ser mais tolerante
Não julga ninguém, e com isso ser mais feliz
Sendo aquele que sempre traz amor,
Sendo aquele que sempre traz sorrisos
E permanecendo tranquilo aonde for
Paciente, confiante, intuitivo”

Forfun

RESUMO

A presente pesquisa tem como objetivo compreender através das observações no meio online, especificamente no Instagram, a percepção da figura feminina do funk no Instagram. Desse modo analisaremos a percepção dos seguidores da cantora Anitta, a partir da categoria central gênero. O estudo analítico dar-se-á nas postagens do videoclipe vai malandra. O estudo utiliza a metodologia de pesquisa bibliográfica e documental, com a técnica de análise de conteúdo, de abordagem qualitativa. A pesquisa traz reflexões sobre cenário acadêmico e mercadológico, debatendo novas mídias sociais e a forma como o gênero musical e o gênero feminino são retratados nesse contexto. Sendo percebido por esse estudo a presença de comentários machistas e o não reconhecimento da mulher enquanto representante do gênero musical funk.

Palavras-Chave: Gênero feminino; Anitta; Funk; Interação.

ABSTRACT

This research aims to understand through the online environment observations, specifically on *Instagram*, the funk's female figure perception on Instagram. Thereby will be analysed the singer Anitta's followers perception, from the gender studies. The analytic study will be on the *Vai Malandra* video clip posts. The study uses the documental and bibliographic research methodology, with the content analysis technique, of qualitative approach. The research brings reflections about the academic and marketing scenario, debating new social medias and the way how the musical genre and the feminine gender are portrayed on this context.

Keywords: Feminine gender; Anitta; Funk; Interaction

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO.....	12
2. MÚSICA.....	14
2.1 A influência da música.....	14
2.2 Videoclipe e Publicidade.....	15
2.3 Contextualização do funk.....	16
2.4 Funk Brasil.....	17
3. A REDE.....	21
3.1 Redes sociais.....	21
3.2 Usuário de interação.....	23
3.3 Celebidades fomo formadores de opinião.....	24
3.4 Instagram como ferramenta de propaganda.....	26
4. MULHER E FUNK.....	29
4.1 Identidade e gênero.....	29
4.2 Estereótipo.....	31
4.3 Comunicação e a representação feminina.....	32
5. PERCURSO METODOLÓGICO E ANALÍTICO.....	34
5.1 Coleta de dados.....	37
5.2 Análise de dados.....	39
5.3 Análise e interpretação.....	41
6. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	59
7. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	63

1. INTRODUÇÃO

O estudo aqui apresentado tem como ponto de partida o interesse pelo Funk, gênero musical que sofre com estigmas culturais e é marginalizado por grande parte da sociedade, inclusive na internet. O que chama atenção no funk é justamente ser pensado de forma preconceituosa, enquanto música comercial, vulgar e sem valor cultural, sendo alvo do machismo e o segregacionismo presentes na sociedade (ALVES, 2014).

Esse gênero musical, é conhecido como um movimento social de identidade própria, que desde de o seu surgimento no Brasil em 1980, era um gênero representado predominantemente por homens, em um ambiente extremamente machistas. Após alguns anos, com a expansão do funk nas periferias do Brasil, ele começou a ser representado também por mulheres, mas com forte apelo erótico e conotação sexual (ALVES, 2014).

A união dos gêneros, feminino e masculino, permitiu força ao movimento social do funk, possibilitando a representação de ambos em momentos de luta contra a descriminalização e críticas da sociedade; permitindo que a retratação a realidade periféricas, sejam vistas realmente como são, como vestimentas, coreografia e comportamentos específicos (ALVES, 2014).

A cantora Anitta, desenvolve uma modalidade mais comercial, denominada de Funk Pop ou funk melody em 2017, elaborou o *Checkmate*, nome dado para seu projeto, que teve como principal intuito promovê-la internacionalmente, ocorrendo nos meses de Setembro à Dezembro de 2017, trazendo o lançamento mensal de quatro *singles*¹ com videoclipes, com participações especiais e músicas em português, espanhol e inglês. Sendo o último clipe “Vai malandra”, um funk pop que trouxe críticas sobre a criminalização do funk e da mulher como objeto, são os elementos constitutivos dessa pesquisa.

De acordo com a compositora e cantora, sua intenção era mostrar a sensualidade e os diversos tipos de beleza das mulheres brasileiras, que fogem ao padrão ditado pelas revistas e expande-se para as mulheres com curvas, chamadas popularmente de *plus size* e valoriza também diversas etnias.

Anitta utilizou a rede mundial de computadores para promover o clipe nacional e internacionalmente, exibindo-o em plataformas digitais e redes sociais. Podendo ser percebidos nas redes sociais a identificação e a influência da música nos seguidores/usuários, através das críticas que desenvolveram. De acordo com Adorno (2011), vivemos a era da

¹Termo para se referir a uma canção considerada viável comercialmente o suficiente pelo artista e pela companhia gravadora para ser lançada individualmente.

informação, a tecnologia vem avançando de forma abundante e crescente, por isso cada vez mais o mercado está tentando se adequar às novas tendências.

As críticas dos seguidores em relação ao artista, proporcionam, a interação entre eles, estabelecendo laços sociais. É um reflexo comunicativo entre o indivíduo e seus pares, como reflexo social (RECUERO, 2010). Essa interação é notada através dos comentários realizados, que podem ser interpretados de diferentes formas.

Desse modo, a pesquisa parte para observações sobre a percepção no meio online, especificamente no Instagram. Apesar dos diferentes posicionamentos sobre o funk, limita-se nesse estudo, a análise sobre a percepção da figura feminina no funk, através da rede social Instagram, especificamente nas publicações relacionadas a música Vai Malandra, da cantora Anitta, em participação com Mc Zaac, Maejor Ali, Tropkillaz e Yuri Martins.

Assim, nosso problema de pesquisa procura investigar como os seguidores no Instagram, percebem a figura feminina no funk, através dos comentários nas publicações da cantora Anitta?

Desse modo, o objetivo geral do estudo é analisar como se dá a percepção da figura feminina no Instagram, a partir dos comentários de seguidores da cantora Anitta. Como objetivos específicos, (1) analisar postagens relacionadas ao videoclipe Vai Malandra. (2) construir categorias das falas dos seguidores e analisá-las a partir do referencial teórico.

O estudo utiliza a técnica de pesquisa bibliográfica e documental, além da técnica de análise de conteúdo, a abordagem desse estudo é qualitativa.

A pesquisa investiga uma problemática, pertinente para área da comunicação, especificamente na publicidade, o estudo do comportamento humano através da influência online, que são relacionadas ao funk, e a presença do público feminino, sua origem no mundo e no Brasil; redes sociais como meio de propaganda;

Em relação às contribuições empíricas, vale ressaltar a importância das organizações/empresas detectarem e analisarem em que medida e de que forma a influência de um movimento cultural impacta o comportamento de compra de seus clientes.

Adorno (2011) afirma que as pessoas procuram cada vez mais realizar suas atividades via internet para otimização de seu tempo. Isso explica o fato de atualmente existir uma vasta gama de empresas que comercializam produtos e executam ações de publicidade e propaganda por meio da internet, a sociedade tem mostrado uma mudança de comportamento, afinal, hoje em dia as trocas de experiências e informações entre as organizações e os consumidores podem ocorrer de maneira muito mais rápida. Por isso entende-se a importância

de identificar a percepção das pessoas em relação a determinados assuntos para poder direcionar a comunicação de forma efetiva e eficaz.

2. MÚSICA

Segundo Santaella (2001) a pesquisa científica exige, pelo menos como pano de fundo, um certo estado de alerta para as questões filosóficas e teóricas que fundamentam a pesquisa realizada, especialmente questões epistemológicas, sobre as leis que regem o conhecimento, sua busca, aquisição, validade etc.

Neste capítulo realizaremos reflexões teóricas sobre os principais conceitos de música funk; videoclipe.

2.1 A influência da música

Acredita-se que a música já existia na pré-história, estando aliada a sociedade desde as primeiras civilizações. Era utilizada em rituais como: nascimento, casamento, morte, recuperação de doenças e fertilidade. É uma linguagem universal que se estende até os dias de hoje, promovendo a estimulação do movimento corporal e mental do homem, conforme afirma Weigel (1988, p. 10):

Cada um dos aspectos ou elementos da música corresponde a um aspecto humano específico, ao qual mobiliza com exclusividade ou mais intensamente: o ritmo musical induz ao movimento corporal, a melodia, estimula a afetividade; a ordem ou a estrutura musical (na harmonia ou na forma musical) contribui ativamente para a afirmação ou para restauração da ordem mental no homem.

A música está presente desde tribos indígenas, até em grandes cidades, sendo considerada uma das principais formas de artes em todo o mundo. Segundo o site Pequeno Guro:

A música está presente na nossa vida mais da qualquer outra representação artística, muitas vezes assumindo o papel de destaque em momentos marcantes em nossas vidas. Não é exagero dizer que a música está presente na nossa vida tanto quanto oxigênio, comida e um filminho com pipoca no final de semana. Ela não apenas existe, ela é essencial. Não é à toa, a música é uma das maiores fontes de prazer das pessoas do mundo todo, e é quase impossível encontrar alguém que não goste de pelo menos um estilo.

Ela desperta emoções no ser humano, que o levam de certa forma a identificação, como por exemplo: tristeza, alegria, nostalgia, raiva. Conforme ressalta Gainza (1988, p.22): “A música e o som, enquanto energia, estimulam o movimento interno e externo no homem; impulsionam-no a ação e promovem nele uma multiplicidade de condutas de diferentes qualidades e graus”.

Os inúmeros sentimentos despertados pelas letras das músicas, promovem desta forma movimentos sociais que debatem questões sociais e emocionais, como por exemplo: o funk, rock, punk e o grunge. Muitos destes movimentos buscam a liberdade de expressão e reconhecimento como parte da sociedade. Segundo Houaiss apud Brescia (2003, p.25) a música se conceitua como uma forma “[...] combinação harmoniosa e expressiva de sons e como a arte de se exprimir por meio dos sons, seguindo regras variáveis conforme a época, a civilização etc. [...]”

A música serve como um estímulo para a sensibilidade humana, na qual são encontrados elementos que levam o homem a acreditar na importância de sua existência e o norteia para o futuro. Segundo Gardner (1995, p.83) “dificilmente alguém que esteve inteiramente associado à música pode se abster de mencionar suas implicações emocionais: os efeitos que ela exerce sobre indivíduos”. Entendo dessa maneira, que a música influencia o ser humano, tanto na estimulação de emoções, quanto de pensamentos e identificações, permitindo a música ser algo único e individual de cada pessoa.

2.2 Videoclipe e Publicidade

O videoclipe musical é uma versão filmada, de uma canção conforme verificamos os conceitos de Pedro Pontes:

O que é um videoclipe? Diremos que videoclipe é um pequeno filme, um curta metragem, cuja duração está atrelada (mas não restrita) ao início e fim ao som de uma única música. Para ser considerado um videoclipe, este curta-metragem não pode ser jornalístico, não é a simples filmagem da apresentação de um ou mais músicos. Ele é a ilustração, a versão filmada, de uma canção. (PONTES, 2003, p. 48)

Focando no valor do funk enquanto produto musical e cultural brasileiro, o videoclipe analisado neste estudo, contém elementos dos quais através da ‘publicidade’ realizada pela cantora Anitta, são expostos e trabalhados como crítica a sociedade.

Para Coutinho (2004, p. 16) “A linguagem audiovisual, como a própria palavra expressa, é feita da junção de elementos de duas naturezas: os sonoros e os visuais”. Baseando-se então, no som e nas imagens em movimento presentes no filme, que unidos são articulados a fim de montar uma narrativa.

Segundo o site Cultura Genial (2017) “No início do vídeo, Anitta pula na garupa de um mototáxi com a placa ‘1256’. Esse é número do projeto de lei que pretendia criminalizar o funk, enquanto atentado à ‘saúde pública de crianças, adolescentes e à família”. Percebendo dessa maneira, a intenção da artista de articular as imagens e letra como forma de criticar.

Segundo Rose (2002, p. 343) “os meios audiovisuais são um amálgama complexo de sentidos, imagens, técnicas, composição de cenas sequência de cenas e muito mais”. O audiovisual é a junção de todos esses elementos, que tem por finalidade mostrar para o telespectador uma história com começo, meio e fim, através de uma série de imagens escolhidas para compor a obra

Em "Vai Malandra", o site Cultura Genial (2017) afirma que “a militância de Anitta vai além da aceitação do funk como estilo musical e manifestação da cultura de massas. Abrange também questões presentes nas pautas feministas como a aceitação do próprio corpo e a representação de corpos reais na cultura popular”.

Embora a letra da música não transmita outra mensagem além do clima de festa, descontração e diversão, o vídeo de "Vai malandra" parece se importar com várias questões atuais. Segundo o site Cultura Genial (2017) “Anitta, a cantora, a funkeira, a antiga moradora do Vidigal vem reclamar o funk como tesouro da cultura brasileira”. Anitta, com "Vai Malandra" mostra um lado do Brasil que as elites não querem ver nem mostrar para o resto do mundo: a alegria, a diversidade, a força de um povo e o corpo feminino como ele realmente é, sem edições.

2.3 Contextualização do funk

O funk tem a sua origem através da junção entre a música negra norte-americana, o soul music e influências do R&B, o nome “funk” era/é assimilado ao sexo e as batidas, trata-se de uma gíria sobre o odor do corpo humano durante as relações sexuais. O funk já era conhecido no cenário do jazz na metade do ano de 1930, e só foi alcançar a popularização, décadas depois entre 1950 e 1960.

Os descendentes do funk, vem do soul, blues e do jazz, nascendo oficialmente na década de 60, através do cantor e compositor James Brown, graças à mudança rítmica tradicional de 2:4 para 1:3, acrescentando uma base conhecida por pessoas “brancas” daquele período, devido a segregação racial existente. Além de adicionar metais à melodia, criando então o chamado funk ou “funky” como era conhecido na época. (MEDEIROS, 2006).

Aparentemente, o fenômeno do funk poderia ser interpretado como mais uma “imposição” da indústria cultural.

Segundo o site Ache Tudo e Região ²(2017): “Os músicos negros norte-americanos primeiramente chamavam de *funk* à música com um ritmo mais suave”. Esta forma inicial de música estabeleceu o padrão para músicos posteriores: uma música com um ritmo mais lento, *sexy*, solto, orientado para frases musicais repetidos. As variações desse gênero musical foram diversas, como Funk melody; funk psicodélico; Electro Funk; etc. Ainda afirma o site Ache tudo e região (2017):

Devido à conotação sexual original, a palavra funk era normalmente considerada indecente. Até o fim dos anos 50 e início dos 60, quando "funk" e "funky" eram cada vez mais usadas no contexto da soul music, as palavras ainda eram consideradas indelicadas e inapropriadas para uso em conversas educadas”.

Essa essência da expressão musical negra norte-americana tem suas pluralidades e suas raízes, como exemplos de canções de trabalho, nos gritos de louvor, no gospel e no blues. Na música mais contemporânea, o gospel, o blues e suas variantes tendem a fundir-se. O funk se torna assim um amálgama do soul, do jazz e do R&B.

2.4 Funk Brasil

No Brasil, o funk surge na década de 1970, onde seu principal palco era o Canecão³, conhecido como templo da MPB. Esse gênero musical perdeu esse espaço após alguns anos, mas ganhou espaço no subúrbio do Rio de Janeiro, em clubes e quadras esportivas que chegavam a reunir até 15 mil pessoas por baile. O cenário mais uma vez se modificou devido às equipes de som, sendo dominadas por grupos como furacão 2000 e Cashbox (ALVES, 2014).

²Disponível em: <https://www.achetudoeregiao.com.br/tj/rio_de_janeiro/Funk.htm> Acesso em: 20 de novembro de 2018.

³Canecão foi uma tradicional *casa* de espetáculos localizada em Botafogo, *Rio de Janeiro*.

Em 1989, o DJ Marlboro realizou uma viagem para Londres, onde disputou um concurso de DJs, e trouxe com ele, as últimas novidades dos gêneros dance, electro e black, e além de vários aparelhos eletrônicos. Começando o movimento de música eletrônica brasileira, com letras audaciosas. Possibilitando então a oportunidade do lançamento de seu primeiro disco, o Funk Brasil, permitindo dessa maneira a música se tornar o Funk Brasileiro, explorando os cenários sociais, como a favela, onde se encontrava e onde se encontra hoje (MEDEIROS 2006).

Confirmando esse movimento no cenário do funk, o autor Hermano Vianna, um dos pioneiros nos estudos sobre esse gênero musical (1988), afirma que os bailes funks, no final da década 1980, alcançaram público aproximado de mais de um milhão de jovens, principalmente jovens da periferia carioca.

Atualmente em 2017, como na época de 1980, não se tem exatidão quanto ao número de pessoas que frequentam bailes funks, mas é incontestável a afirmação de que esse fenômeno se espalhou pelo Brasil graças ao número expressivo de novos adeptos.

O mercado musical sofreu uma reviravolta, segundo Hermano Vianna (1988), o mercado do funk foi criado nas últimas décadas sem ajuda da indústria cultural vigente “(...) é um exemplo da virada mercadológica na cultura pop contemporânea. O funk agora tem números claros, que mostram uma atividade econômica importante, que pode assim ser levado”.

O funk se tornou parte da cultura popular brasileira, e apresenta de forma evidente as dicotomias entre a cultura popular e a cultura da elite, sendo esta homogênea quando convém à indústria cultural vigente e como cultura popular quando exposta e julgada de maneira vulgar ou promíscua.

Esse gênero musical que conquistou o Brasil desde o ano de 1980, sofre com tentativas de cerceamento, enquadrando-o ou impondo sanções administrativas aos bailes ou outras manifestações deste gênero musical. Em 2017 foi alvo do senado, através da sugestão legislativa 17, do Portal E-Cidadania, que queria tornar o funk em crime de saúde pública sendo levantadas 22 mil assinaturas, segundo o Site Aprendiz Uol o funk foi classificado como “falsa cultura”, alegando que os bailes funks realizados serviam como forma de recrutamento organizado para atender “criminosos, estupradores e pedófilos, entre outros crimes”. A matéria afirma também que é “um fato difundido inclusive por diversos veículos de comunicação, embora não cite fontes ou explique como o funk pode ser um crime de saúde pública que fere crianças e adolescentes”.

Contrapondo essa sugestão legislativa, afirma Bruno Ramos, produtor cultural e um dos fundadores da Liga do funk que:

O Funk sofre preconceito porque é um movimento de periferia e aborda questões que as pessoas não estão acostumadas a lidar. Além disso, fala dessas questões de uma maneira muito aberta, ao invés de usar os jogos de palavras típicos das músicas produzidas durante a ditadura, por exemplo.

Os artistas do funk, se uniram em 2017 para defender o seu gênero musical, lutando contra sua criminalização. A cantora Anitta, que foi alçada ao sucesso cantando funk, foi uma das convidadas para as audiências públicas contra a criminalização do gênero musical. Embora não tenha confirmado presença, Anitta manifestou-se no Twitter sobre a ideia legislativa. Disse ela: “22 mil desinformados que estão precisando sair do conforto de seus lares para conhecer um pouquinho mais do nosso país. [...] O funk gera trabalho, gera renda para tanta gente... uma visitinha nas áreas menos nobres do nosso país e vocês descobririam isso rápido”. A cantora Valesca Popozuda também se declarou contrária ao projeto e pretende comparecer às audiências.

Desde 1980, o funk retrata o contexto social e racial dos morros do Rio de Janeiro. No decorrer da evolução do funk nas periferias e com seu alcance nos grandes centros, foram necessárias modificações nas produções e letras realizadas, devido à essas implicações judiciais realizadas, para tratar o funk como crime (VIANNA, 1988).

Apesar desta dificuldade de aceitação do funk enquanto cultura popular brasileira, em 2009 foram criados movimentos importantes contra o preconceito e criminalização do funk, sendo eles a Associação de Profissionais e Amigos do Funk (APAFunk) e o movimento “Funk é Cultura”. Movimento que além de se contrapor às manifestações preconceituosas e tentativas de criminalização, também auxiliam os MCs e DJs nos seus direitos políticos enquanto artistas à exercerem a sua profissão, alcançando também o reconhecimento do funk enquanto um movimento cultural.

Os movimentos conseguiram revogar a lei estadual que proibia a realização dos bailes funks no Rio de Janeiro. Foram realizadas alianças com outros movimentos como MST (Movimento Sem Terra) e movimentos que apoiam a democratização, luta dos direitos humanos e diversidade cultural. Assim o funk tornou-se não só uma luta para a livre expressão, mas pela diversidade, contra a discriminação e direito ao reconhecimento enquanto cultura. Deixando de ser visto como movimento popular alienante, mas sendo inserido em um contexto social mais amplo (LOPES, 2001).

Apesar da evolução do movimento, o funk apresenta outras divergências como no caso do chamado “funk proibidão”, com letras de alta absorção e conotação sexual, no que retratam a mulher como objeto sexual. Esse gênero dentro do funk, apesar de ter ficado restrito por um tempo há alguns bairros de subúrbio, passou a ter espaços em programas de auditório e rádios, justamente pela sua fácil memorização, mas essa midiaticização do funk proibidão levanta inúmeras críticas do funk enquanto cultura.

Vale frisar que o investimento nesse modelo de funk coloca em contraponto as várias vertentes que podem possuir o funk, pois os investimentos colocados no movimento apresentam padrões comerciais, como é o caso do Funk Pop ou os funks conscientes que estão restritos a artistas consolidados ou que apresentam uma tendência para o padrão elitista da sociedade brasileira (CAETANO, 2010).

Deve-se levar em conta neste estudo essas manifestações, pois são elas que estão lutando para se impor no seu devido lugar, sem ter que passar por julgamentos da Indústria cultural. Segundo o autor (VIANNA, 1988) que parte do pressuposto que:

As manifestações, como por exemplo o funk e o hip hop (no Brasil e nos Estados Unidos) e o punk (na Inglaterra) têm contribuído para evidenciar o intenso processo de fragmentação que vem marcando a dinâmica sociocultural contemporânea.

De acordo com essa afirmação do autor, entendemos que esse processo é contínuo, e busca evidenciar cada vez mais o funk enquanto cultura popular, sendo um participante ativo da Indústria cultural brasileira.

Segundo uma entrevista da pesquisadora Carla Rodrigues, professora do departamento de filosofia da Universidade Federal do Rio de Janeiro para o site El País “O direito à liberdade sexual é uma luta histórica do feminismo. Ao dizer ‘o nosso corpo nos pertence’ as funkeiras estão, anos e anos depois, fazendo ecoar o que as feministas reivindicavam já na década de 1970” a pesquisadora também ressalta que “O surgimento e popularização de mulheres funkeiras numa cultura machista como a nossa é parte de um processo de atualização da luta” (RODRIGUES, 2017).

A integrante da Frente Nacional de Mulheres do Funk, Renata Prado⁴, acredita que “essa falta de infraestrutura, políticas públicas, e projetos de lei como esses, que criminalizam o Funk, demonstram a falta de representatividade negra e periférica nesses espaços de poder”

⁴Disponível em: <<https://www.almapreta.com/editorias/da-ponte-para-ca-na-batida-da-lei-por-que-querem-criminalizar-o-funk>> Acesso em: 20 de novembro de 2018.

De acordo com essa afirmação, ela ainda sustenta que esse movimento segue um padrão: primeiro a sociedade reprime, depois apropria. “Qualquer manifestação cultural proveniente do povo preto e periférico é reprimida nos seus primeiros anos de existência, depois é inserida nas boates de luxo e passam a ser legitimadas como cultura” (PRADO, 2017).

Como forma de luta, alguns artistas e as comunidades periféricas começaram a realizar ações, como o “Funk do Bem”, com o objetivo de serem aceitos pela sociedade e o mercado. MC Mano Teko diz que essas mudanças não vão fazer o Funk deixar de ser criminalizado. “Não importa o que a gente cante, a questão é origem, é preto quem produz! ”.

3. A REDE

Nesse capítulo conceituaremos Redes sociais, e entenderemos os principais conceitos que colaboram com o estudo presente, sendo divididos 3 subcapítulos. Assim, utilizaremos a autora Recuero (2011) como referência teórica.

3.1 Redes sociais

O advento da Internet trouxe diversas mudanças para a sociedade (RECUERO, 2011). Uma dessas mudanças foi a interação entre os usuários, especificamente para nossa pesquisa, os participantes do gênero musical, funk. Os artistas do funk, considerados influenciadores de seus fãs, trazendo questões como identificações pessoais, sociais e raciais encontradas neste gênero musical.

O estudo de redes sociais nos permitirá levantar algumas ideias e reflexões, para compreender como as redes sociais, particularmente o *Instagram*, estão modificando os processos sociais e informacionais da nossa sociedade (RECUERO, 2011), como é o caso da figura feminina no funk.

A abordagem de redes sociais possui como intuito de perceber a construção empírica tanto qualitativa quanto quantitativa, entendendo através da observação sistemáticas dos fenômenos, a verificação de padrões e teorizar sobre os mesmos (RECUERO, 2011).

Uma rede social é definida como um conjunto de elementos: atores, que seriam pessoas/celebridades, instituições ou grupos, levando o nome de nós da rede, e o segundo elemento sendo as conexões, que seria as interações dos usuários ou os laços sociais

(RECUERO, 201). A rede pode observar os padrões de conexão de um grupo social, a partir de conexões estabelecidas com os usuários, como forma de interação.

Conforme a problemática da pesquisa seja entender a relação de ordem estrutural, compreendendo como os seguidores de determinada rede estabelecem conexões entre a celebridade, a qual faz o uso de tal rede como forma de expor sua personalidade e vida pessoal, podendo ser visto tanto a sua carreira, quanto suas horas de lazer. Segundo Recuero (2011 p. 27), a rede serve como um espaço de interação, lugares de fala construídos pelos atores de forma a expressar elementos de sua personalidade ou individualidade.

Segundo Raquel Recuero (2011), existem dois tipos de redes sociais: as redes sociais emergentes e as redes associativas. As do tipo emergente (1) só existem no momento em que dois ou mais atores interagem da mesma forma, deve haver uma troca mútua. A autora também sustenta, “esse tipo de interação proporciona a criação de laços sociais e dialógicos, que, no decorrer do tempo, poderiam gerar laços mais fortes” (RECURO, 2011, p. 94). Em outra perspectiva temos as redes associativas (2), também chamadas de redes de filiação, que não precisa da troca.

A presença de uma celebridade, pode ser considerada de *digital influencer*, em uma rede, expandindo conexões e interações. Permitindo dessa maneira que a mesma utilize a rede para manter interações com seus seguidores, sendo um lugar de fala de ambos os lados, tanto da celebridade quanto para seus seguidores.

Judith Donath (1999) afirma que a percepção do outro é essencial para a interação humana. Ela mostra que no ciberespaço, pela ausência de informações que geralmente permeiam a comunicação face a face, as pessoas são julgadas e percebidas por suas palavras. Essas palavras, que podem ser expressões de determinada pessoa, que são validadas pelos grupos sociais, construindo as percepções que os indivíduos têm em relação ao outro. Podem ser compreendidos como os indivíduos que agem através de representações performáticas de si mesmos, como seus *fotologs*⁵.

Tendo em vista que o ciberespaço permite a performance dos atores/pessoas sociais através da interação com os seguidores, a conexão será grande aliada nesta pesquisa, sendo sustentada pela a autora Recuero (2011) que as conexões são o principal foco do estudo das redes sociais, pois é sua variação que altera as estruturas desses grupos.

⁵É um *site* de fotografias, onde seus usuários podem mandar todas suas fotografias e compartilhar com os amigos. Com o tempo, foi perdendo espaço para outras redes sociais, especialmente Facebook e Instagram.

Assim, compreender como os atores constroem nesse espaço e que tipo de representações e percepções são colocadas é fundamental. Possibilitando entender como um gênero musical tão criticado e discriminado, é visto sendo representado por uma figura feminina, que eram retratadas no decorrer da história do funk como objetos sexuais.

As percepções dos usuários em relação a mulher e o funk, permitem inúmeras discussões, sendo uma delas, o erotismo presente no meio. Porém mesmo que haja um avanço da expressão feminina quanto a sua sexualidade, alguns fatores ainda estão presentes, já que a recepção e interpretação dessa sexualidade são recebidas nos padrões conservadores (CAETANO, 2010).

Para esse estudo, foi identificado o perfil dos usuários que seguem a cantora Anitta, verificando que grande parte são mulheres e jovens entre 15 a 30 anos. Mas também identificado que a cantora possui seguidores homens entre 20 a 40 anos de idade.

3.2 Usuário de interação

Como visto no capítulo de redes sociais, os atores/pessoas são percebidos através da observação das formas de identificações destes usuários na internet. Segundo Raquel Recuero (2011, p. 15). É possível entender os atores e observar as interações e conexões entre eles.

De acordo com essa afirmação, essa pesquisa tem como intuito investigar a percepção dos usuários de uma rede social, em relação a determinado assunto. A estruturação desta investigação é possível graças aos rastros sociais dos indivíduos. Segundo Recuero (2011), esses rastros sociais, estão destinados a permanecer no ciberespaço, permitindo ao pesquisador a percepção das trocas sociais, no tempo e espaço e de onde foram realizadas.

Para os autores Parson e Shill, ainda, a interação, como tipo ideal, implicaria sempre uma reciprocidade de satisfação entre os envolvidos e compreende também as intenções e atuações de cada um.

Entretanto a relação envolve uma quantidade grande de interações dos usuários/seguidores. Por exemplo, quando alguém solicita e recebe suporte em um *fatolog*, existem três ações envolvidas que a autora Recuero sustenta: a de solicitar suporte, a de receber suporte e a de dar suporte. As três ações podem ser resultado de um sem número de interações ou mesmo uma única e constituem-se em uma relação social. Dar suporte por exemplo, pode acontecer através de um papo (várias mensagens trocadas) na ferramenta de mensagens ou mesmo de um comentário (uma única mensagem), ou de ambos. Receber

suporte também é resultado dessas interações. As relações não precisam ser compostas apenas de interações capazes de construir, ou acrescentar algo. Elas também podem ser conflituosas ou compreender ações que diminuam a força do lado social.

A interação social, no âmbito do ciberespaço, pode dar-se de forma síncrona ou assíncrona, segundo Reid (1991). Essa diferença refaz à diferença de construção temporal causada pela mediação, atuando na expectativa da resposta de uma mensagem.

A comunicação síncrona “é aquela que simula uma interação em tempo real. Desse modo, os envolvidos têm uma expectativa de resposta imediata ou quase imediata, estão ambos presentes (online, através da medição do computador) no mesmo momento temporal” (RECUERO, 2011, p. 32). É o caso, por exemplo, dos canais de chat, disponíveis nas plataformas digitais. Já por exemplo, um e-mail ou um fórum, possuem características mais assíncronas, pois a expectativa não é de uma resposta imediata. Entretanto a autora Raquel Recuero afirma que fica a critério do ator modificar as características de ferramentas, possibilitando síncrona ou assíncrona, dependendo do seu uso.

Para Primo (2003), existem duas formas de interação, a interação mútua e a interação reativa. Essas formas podem variar de acordo com o relacionamento mantido entre os agentes envolvidos. Ressalta (PRIMO, 2003)

(...)interação mútua é aquela caracterizada por relações interdependentes e processos de negociação, em que cada interagente participa da construção inventiva e cooperada da relação, afetando-se mutuamente; já a interação reativa é limitada por relações determinísticas de estímulo e resposta (p. 62).

A interação promovida pelos agentes envolvidos, nos leva a entender que a interação no ciberespaço pode ser compreendida como uma forma de conectar pares de atores e de demonstrar que tipo de relações esses atores possuem, podendo ser diretamente ligadas aos laços sociais.

A pesquisa em relação a interação dos usuários com a artista, fazem um resgate do que já foi dito através dos comentários, possibilitando a explicação de “regularidade ou padrões, as interações fazem surgir estruturas” (WASSERMAN; FAUST, 1994, p.7). Esses são os padrões de interação que definem uma relação social dos comunicadores em determinada rede.

3.3 Celebidades como formadores de opinião

O contexto em que um indivíduo está inserido tem relação direta com seu jeito de consumir seja virtualmente ou fisicamente. Segundo (SPINK, 1993):

As representações sociais, segundo definição clássica apresentada por Jodelet (1985), são modalidades de conhecimento prático orientadas para a comunicação e para a compreensão do contexto social, material e ideativo em que vivemos. São, conseqüentemente, formas de conhecimento que se manifestam como elementos cognitivos — imagens, conceitos, categorias, teorias (SPINK, 1993)

Ao longo da história, diversos estudos buscaram entender essa relação. Gerando técnicas que construirão e constroem o ambiente mercadológico, com a finalidade do constante crescimento capital. Segundo Solomon (2008), as pessoas não compram produtos pelo que eles fazem, mas principalmente pelo que significam. Neste sentido, ressalta Martins (2004) que, uma marca é a união dos atributos tangíveis e intangíveis, gerenciados de forma adequada, que criam influência e geram valor, através da percepção do consumo cultural que um dos objetos desse estudo.

Desde os anos 50, o uso de celebridades em propagandas é uma estratégia recorrente e valorizada no universo da comunicação. Ao associar um rosto famoso a uma marca, espera-se influenciar o comportamento do consumidor e impactar sua intenção de compra. Segundo um estudo da Forebrain, empresa especialista em *neuromarketing*, concluiu-se que através da neurociência, há a valorização da presença das celebridades, assim como o uso de propostas de conteúdo que adotam representações realistas dos famosos são estratégias consideradas eficientes para potencializar o impacto das celebridades nas peças avaliadas.

Para Castells (1999), o processo de construção de significados fundamentados em atributos culturais, se dá pela a construção de identidades que utilizam suprimentos oriundos de diversas áreas tais como: história, geografia e religião. Utilizando essas áreas a memória coletiva e das ‘fantasias pessoais’ que por sua vez também fazem parte da memória coletiva, como por exemplo as celebridades que detém certa influência em seu público. Dessa forma homens e mulheres procuram-se identificar com um grupo, de modo a se sentirem integrados e parte de um coletivo.

Com o advento da internet e a globalização, as pessoas do mundo inteiro puderam ouvir e serem ouvidas, sendo assim, esse cenário possibilitou a formulação de opinião em relação à temas de gosto particular de cada indivíduo.

Podemos associar o crescimento da internet e do gênero musical funk, a visão da indústria cultural como instrumento de dominação (VIANNA, 1996), podendo ser exemplificada pela seguinte passagem do livro, o que é cultura popular, de Antonio Augusto Arantes (1983, p. 44):

Refletindo sobre a nossa sociedade, sobressaem a esse respeito, de imediato, a indústria cultural e as políticas culturais oficiais. Realmente através desses e outros mecanismos socialmente bastante arraigados embora imediatamente pouco visíveis (ex. a família, a formação profissional, etc.) padrões cognitivos, estéticos e éticos, produzidos por especialistas e do interesse das classes dominantes, são difundidos para toda a sociedade”.

Quando falamos de celebridades, podemos dizer que as mesmas possuem reputação em determinado assunto, ou seja, são também atores sociais. Para Goffman (1975 apud RECUERO, 2011) reputação é a consequência das impressões que um indivíduo emite, não está apenas baseada em nossas ações, mas também na compreensão dos outros geram sobre essas ações. No campo digital, pelo fato das redes sociais permitirem um maior controle das impressões que são emitidas e dadas, elas acabam fazendo com que a construção de reputação seja mais fácil e efetiva (GUERRA, 2016).

3.4 Instagram como ferramenta de propaganda

Segundo o site do Instagram (2015), o aplicativo foi lançado oficialmente em outubro de 2010 pelo norte-americano Kevin Systrom e pelo brasileiro Mike Krieger. Atualmente, se consagrou uma das maiores redes sociais da atualidade e chegou a 150 milhões de usuários ativos com menos de 3 anos.

Trata-se de um aplicativo gratuito que pode ser baixado para smartphones e, a partir dele permite-se tirar fotos do próprio celular, editá-las no mesmo momento e, em seguida, compartilhar as imagens. A rede social tem recursos de edição de fotos e vídeos, diversos filtros digitais, emojis⁶, adesivos e atualmente gifs⁷ resultando assim em uma experiência única para cada usuário. Ao entrar no Instagram, o usuário cria um perfil, no qual pode compartilhar imagens com outros usuários, através da sua própria página, interagindo com outras pessoas por meio de curtidas ou comentários. Ainda há a possibilidade de postar essas imagens editadas com filtros em outras redes sociais, como o Facebook, Twitter e LinkedIn.

⁶ Símbolo usado caracterizar emoções, no ambiente virtual.

⁷ Junção de quadros que formam imagens animadas.

Piza (2012, p. 19) sustenta que o Instagram é fruto da evolução tecnológica e também das diversas e constantes mudanças nas redes. Essas mudanças, que ocorreram nas formas que a rede e a internet são apresentadas e utilizadas, fazem com que o usuário possua mais poder, no sentido em que ele deixa de ser o consumidor passivo de televisões e rádios, para tornar-se o produtor de conteúdo para outros consumidores, aprimorando para nosso estudo, o consumo da cultura do movimento do funk

Diferente de outras redes sociais, a fotografia é a principal ferramenta do Instagram. Seus usuários postam fotos do cotidiano a todo momento, são mais de 16 bilhões de fotos postadas até hoje na rede segundo o próprio site da rede Instagram (2014). Além disso, uma pesquisa realizada em 2014 pelo site Maximize Social Business, aponta que 57% dos usuários dessa rede acessam a plataforma todos os dias, sendo que 35% o fazem mais de uma vez por dia.

O Instagram se tornou bastante popular entre os brasileiros que têm acesso à internet móvel. De acordo com a própria rede social, desde 2015, a presença de brasileiros na plataforma é maior do que a média global. Segundo o site Kantar (2016) naquele ano, 55% dos usuários de internet estavam presentes na rede social de fotografias, mais do que a média global de 32%. Em 2016, esse número subiu para 75%, mais do que os 42% da média global do mesmo ano. Segundo especialistas, um dos motivos para a grande presença de brasileiros em mídias sociais e aplicativos como o Instagram é a combinação de um país bastante social com uma crescente penetração de smartphones no Brasil. Curiosamente, não se trata apenas de uma rede social utilizada pelos jovens - 57% dos usuários brasileiros de internet na faixa dos 55 aos 65 anos também usam o Instagram.

Dentro de uma postagem, existem ferramentas que buscam ampliar a comunicação entre os usuários, como a ferramenta de marcação de locais. Com essa opção o usuário pode marcar o local onde a foto foi tirada, como estabelecimentos ou até mesmo locais públicos. Após a postagem com a utilização dessa ferramenta, qualquer usuário que consulte a marcação do local específico, pode ver todos os usuários que marcaram esse ambiente em suas postagens.

Para aprimorar ainda mais a experiência do usuário dentro do aplicativo, é possível adicionar hashtags às fotos. A pesquisa de dados sobre o Instagram realizada pelo site Maximize Social Business (2014), aponta que 87% dos usuários utilizam hashtags em suas postagens. Esse tipo de marcação, utilizada em grande parte das redes sociais e em outros meios, serve para associar uma informação a um tema. Geralmente, as hashtags tornam-se

links que se transformam em mecanismos de busca. Isso permite que os demais usuários possam clicar nessas marcações ou procurá-las e assim, visualizam imagens, vídeos e conteúdos relacionados a essas palavras. Essa ferramenta permite a interação de temas com um alcance muito maior, facilitando a busca direcionada por determinado assunto.

O Instagram, como aplicativo e rede social, teve recentemente o seu conteúdo expandido para além destes sistemas móveis estando agora disponível também em computadores pessoais, nomeadamente com sistema operativo Windows, o que abrange novos usuários.

Buscando atender as demandas do seu público o Instagram passou por uma reforma estrutural na qual, a sequência de fotos que aparece no mural do usuário é classificada da mais relevante para a menos relevante, o que segmenta e personalizar mais ainda o conteúdo visto pelo usuário. A criação dos *Stories*, fotos e vídeos personalizados com emojis, desenhos coloridos feitos a mão e textos que somem após 24h, trouxe consigo novas formas de interação fazendo que aqueles que usem da rede social possam utilizá-la a todo momento sem necessariamente precisar postar uma foto no seu mural, mas sim no seu *stories*.

Uma das atualizações feitas em junho de 2013, foi o lançamento oficial do suporte à vídeos com 15 segundos de duração. São 13 opções de filtros desenvolvidos especialmente para a nova função. Novas opção de edição e de correção de ângulos, melhoria das ferramentas para web e anúncios no *feed* dos usuários também foram implantados. Seguindo com as melhorias na plataforma, o Instagram, em setembro de 2015, liberou a ferramenta de 'Instagram Ads' para todos os usuários que vinculado com o Facebook permite com que qualquer um possa criar um anúncio na rede social. Os anúncios são criados através de uma plataforma dentro do Facebook e são de 3 tipos: cliques no site, visualização de vídeo e envolvimento com aplicativo.

Uma das últimas atualizações feitas pela plataforma digital foi realizada em dezembro de 2017, o Instagram aprimorou o seu buscador, fazendo com que seus usuários acessem mais rapidamente os temas relacionadas a seus interesses. Esse sistema tem como base a interação de seus usuários através de pessoas seguidas, seguidores, hashtag's e localidades. Também foi adicionado uma sincronização automática o Facebook, Microsoft Exchange, Outlook e Agenda de contatos do seu smartphone, tornando mais fácil de encontrar pessoas. A última atualização do Instagram foi uma das que mais reconfiguraram a maneira de interagir com a plataforma. Em junho de 2018, foi disponibilizado aos usuários o IGTV que é um aplicativo para vídeos mais longos, e abre disputa com YouTube para atrair criadores de vídeos.

4. MULHER E FUNK

Nesse capítulo abordaremos questões sobre o gênero feminino e a sua inserção como representante do mundo funk. Sendo divididos 3 subcapítulos. Assim, como principal autora desse capítulo, trouxemos Judith Butler (1990) para contextualizar identidade e gênero, possibilitando uma base de sustentação da teoria para iniciarmos a discussão sobre Estereótipos e representatividade feminina.

4.1 Identidade e gênero

No trabalho de Judith Butler "Atos Performativos e Constituição de Gênero: Um Ensaio em Fenomenologia e Teoria Feminista", a autora descreve que "a identidade de gênero é uma realização performativa compelida pela sanção social e tabu". Assim, gênero é constituído por uma série de "atos" repetitivos ao longo do tempo, a construção de gênero e sexualidade se dá pela repetição desses discursos, assim criar o gênero, não é algo que o sujeito cria individualmente para si mesmo. Portanto, a identidade de gênero é produzida através da repetição estilizada de atos performativos, e gênero é formado por esta estilização do corpo, ou seja, você teatraliza, através de gestos corporais, como dança e movimentos, falas, papéis ou até mesmo encenações, dando a sensação de um gênero estabelecido, que está em constante transformação.

Por esse entendimento, a própria cultura impõe práticas entendidas como femininas ou masculina, que se chama "performatividade" (BUTLER, 1990, p. 8), excluindo quem não se enquadra nestes comportamentos impostos, para esse princípio Butler denomina "heteronormatividade". Dessa maneira a identidade não descreve a realidade, é imposta. Butler desse modo, o gênero é performativo significa que gênero não é algo que nós somos, mas que continuamente fazemos, através da repetição das normas de gênero, que se cristalizam, imposto por práticas regulatórias. Butler descreve: "Essa repetição é a um só tempo reencenação e nova experiência de um conjunto de significados já estabelecidos socialmente; e também é a forma mundana e ritualizada de sua legitimação" (BUTLER, 1990, p. 200) Quando Butler relata que "Merleau-Ponty defende não só que o corpo é apenas uma ideia histórica, mas também, um conjunto de possibilidades a serem continuamente realizadas. Ao afirmar que o corpo é uma ideia histórica." (BUTLER, 2011, p. 72), descreve

que esse mesmo “corpo não é uma materialidade idêntica a si própria ou meramente fáctida: é uma materialidade que no mínimo, traduz significado” (BUTLER, 2011, p. 72), portanto corpo é uma materialização de possibilidades.

Esse estudo procura explorar questões teóricas que envolvem o gênero feminino e a identidade da mulher dentro do cenário do funk. Quando estabelecemos relações de gênero, também falamos de relações de poder, na qual essa relação entre masculino e feminino são relações assimétricas, mantendo a mulher subjugada ao homem e ao domínio patriarcal (COSTA, 2008). Essa ideia, é encontrada até mesmo debate em questões biológicas, que devido a estudos na área da ciência, que no período paleolítico, o homem representava força por ser ele o responsável pela caça, pelo alimento, e a mulher cuidando dos filhos e recolhendo alimentos. Mesmo que esta afirmação seja recente em relação ao surgimento da terra, marca o início da segmentação entre homem e mulher, fazendo com que a mesma seja protagonista da história.

Um dos pontos que também deve ser observado é que algumas mulheres não são limitadas apenas pelo papel que a obrigam a desempenhar, muitas ainda são invisibilidades e De acordo com Arraes (2013), é importante entendermos que a concepção de mulher “Frágil” faz referência a mulher branca, já que historicamente a mulher negra foi submetida a escravidão tanto braçal quanto sexual. A estrutura patriarcal oprime todas as maneiras, negras e brancas. É importante salientar todas as formas de opressão machista que podem vir de fontes diferentes, porém sempre buscam enaltecer figura masculina, no qual a mulher não detém nenhuma autonomia.

As primeiras a questionarem todos esses estereótipos⁸ e a organizarem movimentos de resistências apareceram na década de 1990, com o progresso dos Estados Unidos da América no debate sobre a teoria que explora conhecimentos sobre gênero, e confirma que a orientação sexual e a identidade sexual, são resultados de uma construção social. As primeiras discussões abordadas em ensaios foram uma crítica ao modelo heteronormativo que colocava o homem heterossexual como a única aceitável.

A teoria queer apresenta relações com os Estudos sociais, no qual questiona, problematiza e transforma colocando as minorias sexuais em discussão. Atualmente as minorias sexuais sejam mulheres, homossexuais ou lésbicas estão mais em pauta, o que tornou a luta mais direta contra os conservadoristas.

⁸Estereótipo: são generalizações que as pessoas fazem sobre comportamentos ou características de outros. Estereótipo significa impressão sólida, e pode ser sobre a aparência, roupas, comportamento, cultura etc.

Buttler (2002 apud COLLING, 2006), dentro da teoria queer diz que se busca compreender como a repetição de discursos normatizadores de forma sistemática geram indivíduos que são a soma dessa repetição, “O gênero é performativo porque é resultando de um regime que regula as diferenças de gênero. Neste regime os gêneros se dividem e se hierarquizam de forma coercitiva. O gênero é culturalmente construído e diferente de sexo. A luta das feministas tem como posição ser contra o senso comum que associa a figura da mulher a fragilidade e submissão.

Logo, aliado aos ideais e as teorias de Buttler (2003) dá-se origem a desconstrução de gênero na qual a autora liberta o sujeito das classificações feitas com base no gênero, abrindo sua identidade para as questões de gênero e sexo.

Baseando-se nas questões de igualdade de gêneros e nas discussões acerca das diferenças sociais dos papéis femininos e masculinos e o contínuo processo de desconstrução dos estereótipos e suas ressignificações culturais, ressaltando a relevância que o debate tem tanto a níveis biológicos quanto aos de classe sociais que buscam dar ao sujeito liberdade de escolha.

4.2 Estereótipo

A consolidação dos movimentos dos grupos sociais nos meios de comunicação massiva se estabelece desde 1960 e constitui pauta principal dos estudos referentes à indústria cultural e seus discursos midiáticos aliados à maneira na qual são retratados é contestada.

A tomada de signos e significados que buscam representar os grupos sociais no campo cultural e midiático é feito por meio de um processo democrático que por sua vez quantifica a vontade da maioria, acerca de temas que buscam representar um determinado ponto de vista.

Segundo Woodward (2000) é por meio do signos e significados que determinamos e atribuímos sentido ao que nos é mostrado e ao que podemos nos tornar, colaborando para a construção das nossas identidades. Os signos e significados chegam até a grande massa através dos meios de comunicação que podem ou não moldar positivamente nossas referências acerca das minorias, quanto as minorias se dão por estruturas e sistemas dominantes que cada vez mais definem o que é ideal é socialmente aceito

Walter Lippman (1992 apud FREIRE FILHO 2004) defende que a estereotipação tem sua relevância quando se trata de ser um processo de informação que mantém uma ideia de ordem seleção em meio ao caos social existente, porém também estimula uma vertente de

pensamento única e singular que pode deixar o indivíduo passivo ao misoginismo⁹, discriminação racial e discriminação social. Dessa maneira, a constante reafirmação dos estereótipos nos veículos de comunicação obstrui o processo democrático, já que as opiniões emitidas em sociedade são baseadas em um significado preestabelecido que se reproduz quase que de forma automática, independente do ambiente ser real ou virtual.

Analisando Lippman é seu pensamento quanto a estereótipos, percebe-se que Geertz (1973) diz sobre as relações que envolvem poder, uma vez que o estereótipo impede a criação de um pensamento livre para debater todas as formas de interpretação, tornando a cultura uma ferramenta de opressão ao diferente.

Todo estereótipo tem como característica o julgamento do comportamento e visão de mundo que se expressa em conflitos e debates generalizantes e preconceituosos. Ao se construir uma representação da sociedade utilizando ideologias estereotipadas temos “uma forma de conhecimento socialmente elaborado e compartilhado, com o objetivo prático, e que contribui para a construção de uma realidade comum a um conjunto social” (JODELET, apud ARRUDA, 2002).

Dessa maneira, o estereótipo também protagoniza a oposição entre o que é considerado de elite e o que é considerado popular. Determinando o que é cultura e o que não é. Ao glamourizar e visibilizar o funk feito por um grupo social periférico, por exemplo, acabam também construindo e reforçando estereótipos sexuais e de violência.

4.3 Comunicação e a representação feminina

Os espaços sociais são construídos por uma significativa influência direta da comunicação de massa que segmenta esses espaços, seja socialmente, culturalmente, por gênero e por faixa-etária. Alterando assim as representações universais em que os indivíduos estão situados. Em diversos espaços há debates acerca da opinião pública, porém não são democraticamente construídas.

Os meios de comunicação de massa devem ser entendidos como uma forma de representação político social (MIGUEL, 2003). Relacionando com as questões de gênero, a mídia prega padrões que visam acentuar a hierarquia masculina que submete a mulher a um papel desigual e injusto na sociedade.

⁹Misoginia: é o ódio, desprezo ou preconceito contra mulheres ou meninas.

A presença massiva da mídia posiciona o sujeito apenas como receptor de ideologias que se sobressaem, ou até mesmo anulam, as experiências vividas por ele mesmo. Todo esse processo transforma o indivíduo em objeto, como qualquer outro produto. A fim de se adequar ao modelo social mais aceito, hoje a busca se dá por encontrar o modelo ideal que é emitido pela mídia de massa, pois é ela que estabelece modelos identificatórios e de apropriação. O aprimoramento feito por Thompson (1995), referente uma estratégia de uso para determinação das normas e dos valores que pertencem tradicionalmente a um contexto histórico, coloca-se então a comunicação como ponto central da apropriação de discursos antigos reformulados para construção de um contexto novo de representação social. Segundo (SPINK, 1993) “As representações são, essencialmente, fenômenos sociais que, mesmo acessados a partir do seu conteúdo cognitivo, têm de ser entendidos a partir do seu contexto de produção.

O cenário que se estabelece torna visível a diferenças de gêneros, expressadas pela mídia por meio de piadas, músicas, videoclipes, novelas, revistas, comerciais, etc. Cria-se então uma cultura de violência simbólica no imaginário coletivo que acreditam na ordem patriarcal reafirmada pela grande mídia. Assim a uma subjetividade e objetividade no corpo que está inserido na cultura opressora e de submissão, questionando o os significados e valores que correspondem aos homens (CRUZ, 2009).

Os estudos feministas sobre a desconstrução da idealização acerca do homem e da mulher, são usadas para homogeneizar o ideal feminino, criando para ele vários significantes. Para o homem também há padrões sociais de origem estética e social, no entanto ainda se faz presente a pensamento hierarquizado da mulher, tornando os ideais feministas em slogans modernos com significações heteronormativas de aceitação (SWAIN, 2001).

O senso cultural construído pela mídia abriga diversas formas simbólicas, como arte, cinema e outras, possibilitando a representação das diferenças entre os gêneros, normatizando discursos (CRUZ, 2008). A figura da mulher que se demonstra domesticada e submissa que a tornaria ideal do ponto de vista masculino tem raízes antigas. Discursos como estes passaram desde Aristóteles e Paulo de Tarso e se mantiveram na idade média até a modernidade.

No mundo contemporâneo, o discurso midiático expressões e ideologias de poder social que buscam excluir ou integrar aspectos da hierarquia que sustentam a heteronormatividade. Segundo Foucault (1988, p. 180), “afinal, somos julgados, condenados, classificados e obrigados a desempenhar tarefas e destinados a certo modo viver ou morrer em função dos discursos verdadeiros que trazem consigo efeitos específicos de poder”.

As relações de poder são construídas de discursos definidos a partir dos contextos históricos e sociais. Assim esse discurso engloba a maneira do gênero feminino e masculino de se relacionar, da mesma maneira que são representações também atuam como formas de atuação na significação real, havendo um constante diálogo entre a produção de discursos que possuem grandes marcas das estruturas sociais (CRUZ, 2008).

Diferente do que se possa acreditar, o indivíduo não se faz totalmente passivo e não crítico. Cria-se um conflito naqueles que procuram a originalidade por meio da identificação de gênero ou social, pois ainda continuam a não aceitar a pluralidade como um todo. Quem recebe a mensagem não aceita passivamente, há uma interpretação e ressignificação de acordo com a forma que recebe a mensagem, a experiência tende a variar de acordo com as experiências socioculturais pessoais (VILHENA, MEDEIROS e NOVAES, 2005).

Walter Lippman (1997) afirma que as ações do sujeito "não são baseadas em conhecimento direto e seguro, mas nas imagens que cada um constrói ou recebe". A representação das imagens que recebemos é feita pelos meios de comunicação que colaboram para uma idealização ao que se refere a vivências e suas significações, estabelecendo parâmetros de julgamentos para cada ação seja em ambientes sociais externos ou virtuais de interação (MIGUEL E BIROLI, 2009).

5. PERCURSO METODOLÓGICO E ANALÍTICO

Este capítulo abordará os procedimentos metodológicos utilizados para a elaboração desta pesquisa. Para Vergara (2010), o método é um conjunto de atividades sistêmicas racionais que permitem que o autor do trabalho alcance os objetivos propostos. Portanto, selecionamos abordagem metodológica descritiva de caráter qualitativo, apropriando-se das técnicas da pesquisa documental, pesquisa bibliográfica e a pesquisa de análise de conteúdo.

Segundo Roesch (2009) e Malhotra (2001), quanto à natureza, as pesquisas dividem-se em qualitativas e quantitativas. As pesquisas qualitativas, segundo Roesch (2009) e Malhotra (2001), utilizam dados padronizados e, dessa forma, permitem que o autor elabore sumários, comparações e generalizações. Por isso, sua análise é feita por estatística, ou seja, é um tipo de pesquisa que busca, como o próprio nome já diz, quantificar dados.

Para Malhotra (2001), a pesquisa qualitativa pode ser definida como uma técnica de pesquisa não-estruturada, exploratória, que normalmente é baseada em pequenas amostras e proporciona melhor compreensão do contexto do problema que estudado.

O estudo utiliza a técnica de pesquisa bibliográfica e documental, além da técnica de análise de conteúdo, a abordagem desse estudo é qualitativa. Desse modo, primeiramente utilizamos a pesquisa documental.

A pesquisa documental assemelha-se muito à pesquisa bibliográfica. A única diferença entre ambas está na natureza das fontes. Enquanto a pesquisa bibliográfica se utiliza fundamentalmente das contribuições dos diversos autores sobre determinado assunto, a pesquisa documental vale-se de materiais que não receberam ainda um tratamento analítico, ou que ainda podem ser reelaborados de acordo com os objetivos da pesquisa. Gil, Antônio Carlos (2008, p.70)

De acordo com a afirmação de Gil, a conceituação de pesquisa documental, é o método utilizado para seleção e coleta de materiais para compor essa pesquisa. A pesquisa documental, junto a pesquisa bibliográfica, permitiu alcançar os resultados deste estudo. Gil (2007), afiança também que a pesquisa bibliográfica procura contato com trabalhos de natureza teórica que são capazes de proporcionar explicações a respeito de um determinado assunto.

No caso deste estudo, os comentários dos seguidores da cantora Anitta, em sua rede social, Instagram.

De acordo com Bardin (1977), a análise de conteúdo é dividida, basicamente, em três etapas:

1. Pré-análise: resume-se na fase de organização do material estudado, onde são escolhidos os documentos a serem analisados. A partir dessa seleção, são formuladas hipóteses e indicadores que fundamentam a interpretação final da análise. Nessa pesquisa realizamos quatro pré-seleções, buscando matérias que estejam interligadas, o (1) assunto/temática da pesquisa, no caso o funk e a mulher. (2) A própria Anitta como representante das mulheres; (3) Seleção da música da cantora, relacionada ao gênero musical, funk. (4) O campo de análise, a rede social Instagram. Ainda na pré análise, elaboramos duas possíveis hipóteses, que serão apresentadas na metodologia deste estudo.

2. Exploração do material: essa etapa se restringe a codificação dos dados coletados, que são transformados e agregados em unidades, as quais permitem uma descrição das características consistentes do conteúdo estudado. Para essa parte do estudo, delimitamos o número mínimo de 30 comentários, por publicação, chegando ao total de 670 comentários analisados, esses comentários foram agrupados e separados, para que dessa forma conseguíssemos chegar ao resultado da pesquisa.

3. Tratamento e análise dos dados: a parte final da análise de conteúdo é a etapa de tratamento dos resultados. Nessa etapa são explorados os principais resultados concebidos pelas etapas anteriores. De acordo com a etapa anterior, foram categorizados os comentários e agrupados, permitindo a análise dos mesmos, através das colaborações dos referenciais teóricos desta pesquisa, em relação aos estudos de gênero e do funk, na internet.

A pesquisa investiga uma problemática, pertinente para área da comunicação, especificamente na publicidade, que é o estudo do comportamento humano através da influência online, que são relacionadas ao movimento social do funk, e a presença do público feminino, sua origem no mundo e no Brasil; redes sociais como meio de propaganda; E como uma celebridade pode ser influenciadora; e qual a visão dos seguidores sobre a mulher e o funk buscando entender questões específicas, como identidade e gênero feminino.

A realização da pesquisa envolve questões do gênero feminino, e de redes sociais, em específico o Instagram, que devido aos poucos temas trabalhados nesse campo, pode ser validar e colaborar para o desenvolvimento da área da comunicação. O fato da rede social, Instagram, tratar-se de uma rede de compartilhamento de fotos e vídeos. Nos auxilia a perceber através dos comentários, ideais, críticas e opiniões a imagem que possuem da mulher no funk e nos apropriando dessa investigação para o nosso estudo.

De acordo com Gil (2008), a pesquisa documental baseou-se na coleta de materiais sobre o tema em meios digitais, como jornais, revistas, sites especializados, relevantes para compor o trabalho.

Utilizaremos a pesquisa bibliográfica que, segundo Gil (2008, p.71), é aquela “desenvolvida a partir de material já elaborado, constituído principalmente de livros e artigos científicos”.

A técnica da pesquisa bibliográfica utilizada, contribuiu para entendermos e contextualizarmos sobre as questões teóricas presentes nesta pesquisa,

Portanto o conjunto desta metodologia adotada visa entender e contextualizar as questões teóricas da pesquisa, através da pesquisa qualitativa no meio online, interligando as pesquisas com a análise de conteúdo, para que dessa forma, alcançássemos nosso objetivo de pesquisa.

A pesquisa qualitativa, conta com o auxílio da análise de conteúdo, que segundo BARDIN (2016):

A análise de conteúdo é um conjunto de técnicas de análise das comunicações. Não se trata de um instrumento, mas de um leque de apetrechos, ou, com maior rigor será um único instrumento, mas marcado

por uma grande disparidade de formas e adaptável a um campo de aplicação muito vasto: as comunicações. (BARDIN, p.95 2016)

O presente estudo apresenta uma perspectiva construtivista/interpretativista. Tipo de visão que está atrelada à pesquisa qualitativa e busca compreender os significados que os indivíduos/usuários atribuem a presença feminina no funk. Creswell (2010) afirma que o objetivo desse tipo de pesquisa se encontra na máxima confiança que é depositada nas impressões que os participantes possuem acerca do problema estudado.

De acordo com o autor Creswell (2010), é necessário destacar que este estilo indutivo advém do método de investigação utilizado, pois por ser uma pesquisa de caráter interpretativo, o pesquisador realiza suas análises a partir das informações obtidas por meio do que observa, ouve e entende.

5.1 Coleta de dados

De acordo com a abordagem metodológica definida e visando o alcance dos objetivos propostos, a coleta de dados foi realizada a partir da combinação de três estratégias de investigação, seleção da artista que irá representar o funk, a escolha da rede social, Instagram) e publicações relacionadas a música Vai Malandra no Instagram.

Conforme a pesquisa refere-se às plataformas de comunicação no ambiente online, as ferramentas de coleta de dados utilizadas foram adaptadas para o ambiente virtual. Parasuraman e Zinkhan (2002) ressaltam que a internet torna a condução de um estudo qualitativo mais conveniente e eficiente do que se conduzido por meio de métodos tradicionais, visto que não é necessário o deslocamento dos participantes e entrevistador.

O objeto de análise deste estudo, procura responder a nossa problemática, e alcançar o objetivo de pesquisa, através dos comentários dos seguidores, conectando as informações coletadas, a partir dos estudos de gênero.

De acordo com o objetivo dessa pesquisa, a análise seleção dos matérias de estudo iniciou-se, partir da análise prévia do perfil da artista, desta forma foram escolhidas publicações do perfil pessoal/comercial da cantora Anitta, sob dois critérios, sendo eles respectivamente: publicações relacionadas a música Vai malandra, devido a classificação da música como funk, e aos temas trabalhados na música/videoclipe, como a desconstrução de estereótipos, e retratação da realidade da favela, local onde o funk possui grande força; E as postagens, que contenham acima de mil comentários.

As unidades de análise foram definidas a partir da problemática de pesquisa, assim, obtiveram-se as seguintes categorias: relacionamento dos seguidores com a artista Anitta; Influência da mulher no funk; e a percepção dos seguidores em relação a artista, a partir do vídeo vai malandra. Vale ressaltar que as publicações utilizadas para análise, foram coletadas através do perfil pessoal/profissional da cantora Anitta, respectivamente:



Fonte: feito pelo autor

Publicação (Foto) – 17 de dezembro de 2017

Mais de 70 mil comentários



Fonte: feito pelo autor

Publicação (Vídeo) – 18 de dezembro de 2017

Mais de 150 mil comentários.



Fonte: feito pelo autor

Publicação (vídeo) – 19 de dezembro de 2017

Mais de 30 mil comentários



Fonte: feito pelo autor

Publicação (video) – 21 de dezembro de 2017

Mais de 30 mil comentários



Fonte: feito pelo autor

Publicação (fotos) – 20 de janeiro de 2018

Mais de 280 mil comentários



Fonte: feito pelo autor

Publicação (foto) – 2 de maio de 2018

Mais de 15 mil comentários

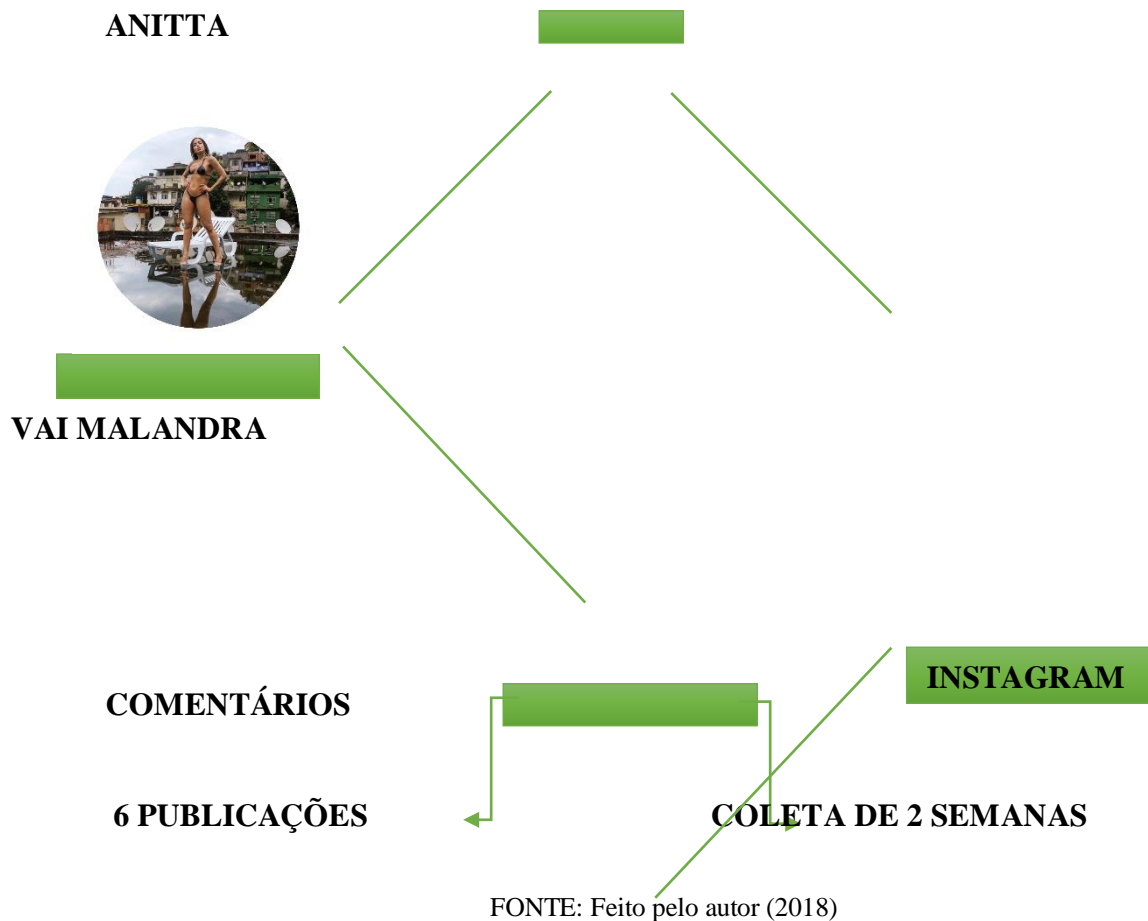
5.2 Análise de dados

De acordo com Gil (2009) a etapa de análise dos dados tem intuito de organizar os resultados obtidos a fim de possibilitar o fornecimento de respostas para o problema central da pesquisa. Assim, para a análise dos dados, referentes a todos os métodos de coleta empregados foi utilizada a técnica de análise de conteúdo, que para Bardin (1979) é um conjunto de técnicas de análise de comunicação que procura entender a inferência de conhecimentos relativos às condições de produção/recepção de mensagem, quais são obtidas através de procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens, podendo ser ou não quantitativos.

A análise de conteúdo consiste na separação de textos em unidades e na consequente classificação dos mesmos por reagrupamento. Nesse contexto, foram considerados, não apenas os significados das palavras, mas também o sentido que os indivíduos atribuíram às mensagens. Ainda segundo Bardin (1979) este tipo de análise envolve três etapas. A primeira é a análise prévia, que diz respeito à organização e escolha dos textos a serem analisados, além da formulação de hipóteses, objetivos, elaboração de indicadores e leitura flutuante. A segunda etapa, chamada de análise exploratória, se refere às codificações e classificações dos textos em temáticas, sendo esta uma etapa longa, porém extremamente importante para o alcance dos objetivos esperados. Essa etapa denominada Pré-análise: resume-se na fase de organização do material estudado, onde são escolhidos os documentos a serem analisados. A partir dessa seleção, são formuladas hipóteses e indicadores que fundamentam a interpretação final da análise. (BARDIN, 2016). Nessa pesquisa realizamos quatro pré-seleções, buscando matérias que estejam interligadas, (1) o assunto/temática da pesquisa, funk e mulher. (2) selecionamos uma representante mulher, a cantora Anitta; (3) seleção da música da cantora, relacionada ao gênero musical funk. (4) seleção do campo de análise, a rede social Instagram; (5) Análise de uma semana de comentários, para cada publicação selecionada. Para finalizar a pré-análise elaboramos duas possíveis hipóteses, sendo elas: Machismo presente nos comentários; Desvalorização da mulher enquanto representante do funk. Como exemplificado no quadro abaixo:

FUNK/MULHER





De acordo com o quadro nos deparamos com a exploração do material que foi previamente selecionado, sendo respeitado o prazo de duas semanas de comentários por publicação, Bardin (2016) afirma que essa segunda etapa da análise, é a chamada de análise exploratória, que se refere às codificações e classificações dos textos em temáticas, sendo esta uma etapa longa, porém extremamente importante para o alcance dos objetivos esperados.

Dessa forma, as codificações foram realizadas a partir do critério de semelhança, ou seja, foram agrupadas as unidades de registro que possuam características em comum, nas quais as palavras-chave foram identificadas e destacadas para a realização da categorização de acordo com o conteúdo presente no referencial teórico. Foram seis publicações analisadas individualmente, que depois foram unidas para elaboração das categorias. Para contribuir na organização dos dados deste estudo, foi mensurado também o sexo dos usuários.

Quadro 1 – Geral sobre gêneros

HOMENS	MULHERES	PERFIS NÃO IDENTIFICADOS	TOTAL
278	362	30	670

Fonte: O autor (2018).

Para elaboração das categorias de análise, nos baseamos no referencial teórico, hipóteses e aos objetivos desse estudo. Dessa forma, todas as publicações analisadas foram divididas em três categorias: gênero e identidade, estereótipo e comunicação e representatividade feminina. O que permitiu agrupar palavras que possuam semelhanças. Excluindo comentários repetidos. Trazendo nos quadros de categorias exemplos de comentários realizados pelos seguidores da cantora Anitta.

Quadro 2 – Exemplo de quadro aplicado para elaboração da pesquisa.

DIMENSÕES	EXEMPLOS DE RESPOSTAS	CITAÇÕES
------------------	------------------------------	-----------------

Fonte: O autor (2018).

Nesse sentido, começamos, portanto, a analisar cada imagem, suas significações e debates acerca das mesmas.

5.3 Análise e interpretação



Fonte: INSTAGRAM¹⁰

A primeira publicação, realizada no dia 13 de dezembro de 2017, foi utilizada como uma prévia da música *Vai malandra* da cantora Anitta e obteve mais de 70 mil comentários e 1 milhão de curtidas, ao decorrer do tempo desde sua postagem. Foram analisadas duas semanas de comentários, procurando entender a recepção dos seguidores com a publicação, dessa forma foram selecionados os comentários do mês de dezembro de 2017, totalizando 81 comentários analisados.

Através do levantamento de dados verificamos que o número de comentários de Homens na publicação é superior ao número de explicações de mulheres. Esses comentários foram agrupados de acordo com a semelhança entre eles. Como podemos verificar no quadro abaixo.

Quadro 3 - Quadro de identificação de gênero

HOMENS	MULHERES	PERFIS NÃO IDENTIFICADO	TOTAL
40	34	5	81 Comentários

Fonte: O autor (2018).

Para Recuero (2011, p.27) “é preciso ser visto para existir no ciberespaço”, é assim que observamos, o conteúdo da publicação, é uma prévia realizada pela cantora Anitta, como

¹⁰Disponível em: < <https://www.instagram.com/p/BcpZ216FDpl/>> Acesso em: 15 de outubro de 2018.

forma de incitar curiosidade e criar expectativas para o lançamento oficial da música e do videoclipe. A publicação traz a cantora com as vestimentas utilizadas no videoclipe “vai malandra” e como legenda a cantora trouxe o próprio nome da música e afirmou que o lançamento oficial está próximo.





Conforme vimos nos capítulos sobre rede social e celebridades como formadoras de opinião, essa abordagem cria uma relação de interação entre a cantora e seus seguidores, permitindo que o seu público potencial crie opiniões sobre a publicação e se manifeste.

Segundo Gade (1998), para o consumidor ser estimulado ele deve entrar em contato com os estímulos, que são formados pelo sistema sensorial, permitindo que, através dele, o indivíduo entre em contato com o mundo, sendo assim, com o mundo dos objetos de consumo, conseguindo decodificar as mensagens que estão sendo enviadas.

O princípio de decodificação e interpretação das mensagens para Gade (1998) faz com que os seguidores atribuam significados as imagens e mensagens da cantora Anitta.

Nas postagens analisamos os comentários mais relevantes, partindo de temas geradores como gênero e identidade, estereótipos e representação feminina, respondendo, assim, aos questionamentos da pesquisa.

Quadro 4 – Comentários realizados na figura 1.

Categorias/ Variáveis de inferência	Material analisado (palavras-chave)	Comentários
	Publicação do dia 13 de dezembro de 2018	81 comentários
Gênero e identidade	-	Não identificado
Estereótipos	Linda, deusa, maravilhosa, poderosa, bonita, perfeição.	 yarafernandessantos Poderosa mesmo. 42w Responder 
Representação feminina	Mulher, cultura, funk, estamos juntas.	 melbysss Cultura brasileira! Eh isso aí... 43w Responder 

Fonte: O autor (2018).

A mulher no funk, busca pela quebra do estigma sexual, através dos seus lugares de fala. A cantora Anitta é vista de forma transgressora justamente por trabalhar em suas músicas e videoclipes a sua sexualidade de forma “vulgar”, no entanto, segundo Cruz (2008) o discurso da cantora inverte representações do patriarcado e assume um papel de dominadora do próprio corpo.

Todavia essa liberdade presente no discurso apresentado por mulheres no funk, causa certa desavença, já que pode ou não ser recebido positivamente. Essa situação envolve muito debate entre a artista e seus fãs.

A construção do indivíduo se dá por meios de vários fatores sociais, assim as coisas existem, porém, seus valores significativos são criados e aprendidos, muitos deles discursivamente e expressados e dessa forma (ALVES *apud* CRUZ, 2008).

O conteúdo da publicação é uma imagem, que traz consigo a representação da mulher, num contexto social marginalizado, que seria a favela, a mulher representada pela cantora está usando um biquíni de fita isolante em uma laje. A imagem remete à uma postura imponderada, de poder, dessa forma notou-se nos comentários como a cantora foi interpretada por seus seguidores, de acordo com as categorias pré-estabelecidas, permitindo dialogar os comentários com a imagem.

Assim, conforme o quadro 1, observou-se que a publicação possui adjetivos atribuídos ao gênero feminino, interpretados nesse estudo como, estereótipos, devido ao encontro de impressões sólidas dos usuários em relação a aparência e roupa da cantora Anitta. Sendo assim, uma das maiores porcentagens das cotas da publicação, com 34%. A maioria realizados por mulheres, que dizem por exemplo “fada”, “gostosa”, “maravilhosa”, essa forma como as mulheres enaltecem a funkeira, nos leva a entender que a mesma está sendo reconhecida de maneira positiva, prevalecendo a aceitação do corpo feminino exposto e até elegendo a artista como representante do gênero.

Notou-se também nesta categoria as postagens possuem características de julgamento, conflitos e preconceito, realizados por mulheres. Como por exemplo a fala de um dos usuários, criticou: “você é nojenta”. Isso pode ser interpretado de duas formas, com violência e a em relação a vestimenta da cantora, que está com fita adesiva nas partes íntimas, simulando um biquíni, o que pode ter sido interpretado como apelativo e vulgar.

Observamos que houve a percepção de apenas um usuário em relação a representatividade feminina no funk. Trazendo de exemplo o comentário: “cultura brasileira é isso aí...” De acordo com os elementos da imagem que retrata a favela do Vidigal.

Alguns comentários foram reações dos usuários, através de *emojis*, totalizando 5% manifestações, que foram interpretadas como positivas.

Concluindo a análise dessa publicação, chegamos que a maioria dos usuários que interage na rede, apoia e valoriza a postura e a forma de exposição da funkeira.

Figura 2 – Publicação realizada pela cantora Anitta.



Fonte: INSTAGRAM¹¹

A segunda publicação disponível em vídeo foi realizada no dia 18 de dezembro de 2017, lançamento da música e do videoclipe. Foram mais de 700 mil curtidas e mais de 160 mil comentários. Nesse estudo, foram analisados os comentários das duas primeiras semanas da publicação no mês de dezembro de 2017, totalizando de 131 comentários analisados.

Através do levantamento de dados, foram analisados os comentários de duas semanas da publicação do lançamento do videoclipe/música, observando que legenda da publicação, foi devido a música Vai malandra, ser a última de seu projeto realizado em 2017. Foi verificado que o número de comentários de Mulheres na publicação é superior ao número de postagens de Homens. Como podemos verificar no quadro abaixo:

Quadro 5 - Quadro de identificação de gênero

HOMENS	MULHERES	PERFIS NÃO IDENTIFICIADO	TOTAL
56	70	5	131 Comentários

Fonte: O autor (2018).

¹¹Disponível em <<https://www.instagram.com/p/Bc2DYo2lbOK/>> Acesso em: 30 de outubro de 2018.

Através do recorte do videoclipe “Vai malandra”, o conteúdo da publicação traz o lançamento videoclipe exibido em um minuto, devido a rede social Instagram suportar apenas esse tempo de vídeo. Os comentários foram agrupados de acordo com a semelhança entre eles.

Quadro 6 - Comentários referentes à figura

Categorias/ Variáveis de inferência	Material analisado (palavras- chave)	Comentários
	Publicação do dia 19 de dezembro de 2017	131 comentários
Gênero e identidade	Mulher	 wick8011 Sensualizaaaaaa... ADORO0000. AS INVEJOSAS NÃO GOSTAM DE MULHER LINDA É SENSUAL ISSO JÁ ESTÁ NO NOSSO SANGUEWUAWUAWUA...    43w 1 curtida Responder
Estereótipos	Corpo; gostosa; delicia; bunda; gostosa; gata; linda; imunda.	 gomesjanildo Delicia de mulher  43w Responder
Representação feminina	Clipe; Música	 santosraissacoelho gostei muito da musica  43w Responder
		 claraana9782 Amei eseu clipe  43w Responder
		 93.14059 Clipe mais lindo  43w Responder

Fonte: (O autor, 2018)

Segundo o site Cultura Genial ¹²(2017) “Em "Vai Malandra", a militância de Anitta vai além da aceitação do funk como estilo musical e manifestação da cultura de massas. Abrange também questões presentes nas pautas feministas como a aceitação do próprio corpo e a representação de corpos reais na cultura popular. Desse modo nota-se no estudo que o protagonismo das mulheres do próprio Vidigal, figurinizadas de biquíni de fita, vestindo roupas curtas, expondo o seu corpo e dançando de forma sensual, trouxe interpretações controversas. Esse teor provocatório tem suscitado desconforto entre as camadas mais conservadoras do público brasileiro, gerando diversos debates, opiniões negativas, pois alimenta os estereótipos da mulher brasileira como objeto sexual, mas também houve o reconhecimento do trabalho realizado pela cantora como quebra dos padrões de beleza impostos pela sociedade.

De acordo com a análise dos comentários, notou-se que nesta publicação assim como a primeira, possui grande quantidade de comentários relacionados ao corpo feminino, permitindo encaixá-los na categoria de estereótipo. Percebendo um equilíbrio de comentários entre homens e mulheres, mas a diferença da forma de expor a sua mensagem na rede, no caso das mulheres adjetivos ao corpo, e no dos homens uma expressão de cunho sexual. Sendo 30% dos comentários relacionados a vulgaridade. Walter Lippman (1992 apud FREIRE FILHO 2004) defende que a estereotipação tem sua relevância quando se trata de ser um processo de informação que mantém uma ideia de ordem seleção em meio ao caos social existente, porém também estimula uma vertente de pensamento única e singular que pode deixar o indivíduo passivo ao misoginismo.

Em relação a categoria de representação feminina, observou-se a presença de mulheres que salientaram a qualidade do clipe, totalizando 4% do total. Walter Lippman (1997) sustenta as ações do sujeito “não são baseadas em conhecimento direto e seguro, mas nas imagens que cada um constrói ou recebe”.

Notou-se que a categoria de gênero e identidade a presença de um comentário, entre os 179 comentários analisados, nos levando a entender que são poucas as pessoas que entendem sobre a identidade de gênero. Segundo Butler: “corpo não é uma materialidade idêntica a si própria ou meramente fáctida: é uma materialidade que no mínimo, traduz significado”(BUTLER, 2011, p. 72).

Observou-se também nessa publicação presença de comentários machistas.

¹²Disponível em: <<https://www.culturagenial.com/musica-e-video-vai-malandra-de-anitta/>> Acesso em: Acesso em: 10 de novembro de 2018.



klebberventurine penso cada besteira
com vc meu amor.....rsrsrs



41w 1 curtida Responder



_luizgustavo05 Zaac teve ter se matado
na Bronha



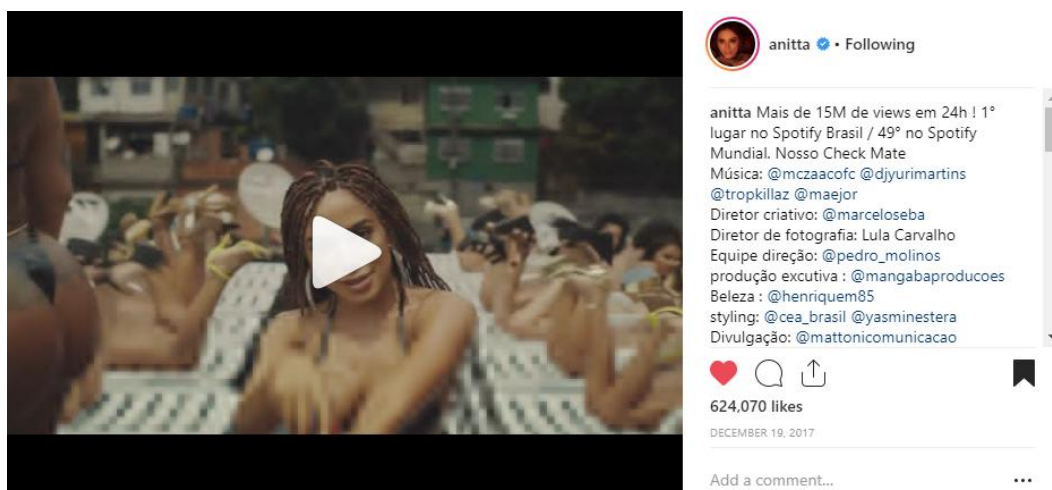
43w Responder

Fonte:(O autor, 2018).

É importante salientar todas as formas de opressão machista que podem vir de fontes diferentes. Segundo Butler (2003) O gênero é culturalmente construído e diferente de sexo. A luta das feministas tem como posição ser contra o senso comum que associa a figura da mulher a fragilidade e submissão. Nesse caso, observou-se que estes pontos de vista possuem uma perspectiva machista, que levam a mulher como um objeto. A funkeira é submetida a esses comentários justamente por expor a sexualidade, no entanto o discurso envolvido em sua prática discursiva e a temática abordada no videoclipe inverte representações do patriarcado e assume um papel de dominadora do próprio corpo (CRUZ, 2008). Essa liberdade presente no discurso apresentado pelas mulheres do funk causa discrepância, já que pode ou não ser recebido positivamente.

Os demais comentários foram reações dos usuários, através de *emojis*, *hashtags*, menção a outro usuário para visualizar a publicação ou que querem repostar o comentário acima, sendo essas manifestações, 32% dos comentários analisados. Essas reações promovem a interação reativa com artistas, e outros usuários para visualização da publicação. De acordo com Primo (2003) a interação reativa é limitada por relações determinísticas de estímulo e resposta (p, 62).

Figura 3 – Publicação realizada pela cantora Anitta.



Fonte: INSTAGRAM¹³

A próxima publicação, realizada no dia 19 de dezembro de 2018, traz outro recorte de 1 minuto do vídeo. A publicação possui mais de 4 milhões de visualizações, mais de 600 mil curtidas e mais de 30 mil comentários.

Foram analisadas duas semanas dos comentários. Dessa forma coletados 119 comentários, sendo excluídos da coleta perfis repetidos, e as palavras que continham semelhanças, foram agrupadas. Notou-se através da análise dos comentários, a presença de mulheres nesta publicação superior à dos homens. Como podemos verificar nos quadros abaixo:

Quadro 7 – Quadro de identificação de gênero

HOMENS	MULHERES	PERFIS NÃO IDENTIFICADO	TOTAL
42	72	5	119 Comentários

Fonte: O autor (2018).

A publicação possui um conteúdo informativo, afirmando que no período de 24 horas a música Vai malandra ocupava o 1º lugar no Spotify Brasil 49º no Spotify mundial, divulgou os colaboradores para criação da música e videoclipe.

Quadro 8 -Comentários referentes à Figura 3.

¹³Disponível em: <<https://www.instagram.com/p/Bc46FTMIL6o/>> Acesso em: 30 de outubro de 2018.

Categorias/ Variáveis de inferência	Material analisado (palavras-chave)	Comentários
	Publicação do dia 19 de dezembro de 2017	119 comentários
Gênero e identidade	-	Não identificado
Estereótipos	.Sempre bela; Gata; Linda; Maravilhosa; Hermosa; Malandra; Sensacional; Gostosa; Perfeito; Bunda.	 vilvilhena Isso não é música brasileira isso é o que Palhaçada 41w 2 curtidas Responder
Representação feminina	Clipe; Música brasileira.	 ped3008 Tutorial de como fazer sucesso: tenha a bunda grande, passa fita no seus seios e bunda e ppk,. E rebole muito 42w 1 curtida Responder

Fonte: O autor (2018).

O recorte do videoclipe nessa publicação, também sexualiza o corpo masculino, mostrando homens de sungas, com óleo no corpo e entrando em uma piscina, junto com a cantora com um biquíni rosa. Nas imagens do vídeo, Anitta, utiliza estereótipos femininos colocados como negativos para reivindicar o poder sobre o próprio corpo. Mostrando estrias e celulites como representatividade e identidade do corpo feminino. Nos comentários procuramos entender como os seguidores perceberam e se houve identificação.

Desse modo buscou-se retratar no quadro 8, os comentários mais relevantes que representam a opinião dos seguidores. A fim de identificar uma relação entre as postagens, procuramos palavras que se repetem entre as três categorias utilizadas para tabulação.

Não encontramos interpretações que identificassem a categoria de gênero e identidade. Mas na segunda categoria, encontramos comentários como: “linda”, “maravilhosa”, “gata”, que envolvem atributos relacionados a cantora Anitta nessa publicação é menor que o número de reações e interações dos usuários. Sendo ocupado 18% do total de comentários analisados dessa publicação, grande parte da porcentagem são mulheres e também comentários de curiosidade feminina em relação aos homens presentes na publicação. Já os homens, foram

coletadas afirmações como: “ficou muito gostosa”, “gostosa” de conotação explicitamente sexual. Na categoria de representação feminina, percebeu-se através da análise, a presença de observações de três mulheres, ocupando a parcela de 2,5% do total dos comentários analisados, sendo apenas um parecer negativo em relação a essa representatividade, que envolve a reputação da cantora Anitta. Para Goffman (1975 apud RECUERO, 2011) reputação é a consequência das impressões que um indivíduo emite, não está apenas baseada em nossas ações, mas também na compreensão dos outros geram sobre essas ações.

As representações também atuam como formas de atuação na significação real, havendo um constante diálogo entre a produção de discursos que possuem os seguidores da cantora Anitta nas estruturas sociais. (CRUZ, 2008).

Figura 4 – Publicação realizada pela cantora Anitta.



Fonte: INSTAGRAM¹⁴

A quarta publicação analisada, foi realizada dia 21 de dezembro de 2017. A publicação possui mais de 2 milhões de visualizações, 300 mil curtidas e 30 mil comentários. Através da publicação foram analisadas ao total de duas semanas, sendo coletados 36 comentários, entre eles, foi observado a presença das mulheres superior à dos homens.

¹⁴ Disponível em: <<https://www.instagram.com/p/Bc-SRSeKli/>> Acesso em: 30 de outubro de 2018.

Quadro 9 - Quadro de identificação de gênero

HOMENS	MULHERES	PERFIS NÃO IDENTIFICADOS	TOTAL
4	31	1	36 Comentários

Fonte: O autor (2018).

A publicação é um vídeo da cantora no palco, junto com os cantores que contribuíram para elaboração a música, trazendo também a coreografia para os fãs que assistem o show. Como legenda traz uma referência ao lançamento da música/videoclipe. Vale ressaltar que foram excluídos perfis repetidos e as palavras que possuíam semelhança entre si. Como podemos verificar nos quadros abaixo:

Quadro 10 - Comentários referentes à Figura 4.

Categorias/ Variáveis de inferência	Material analisado (palavras-chave)	Comentários
	Publicação do dia 21 de dezembro de 2018	36 comentários
Gênero e identidade	-	Não identificado
Estereótipos	Maravilhosa; Poderosa; Linda; Show; Queen.	
Representação feminina	.-	Não identificado

Fonte:O autor (2018).

Visualizando os comentários e buscando analisá-los, pode-se notar que os seguidores realizaram 44% de comentários que possuem reações através de *emojis*, *hashtags*, menção a outro usuário para visualizar a publicação. A outra grande parcela dos comentários analisados,

com 14% são comentários que trazem impressões, pré-conceitos e “rótulos” criados de maneira generalizada e simplificada pelo senso comum. Sendo encaixados esses comentários na categoria de estereótipos, devido ao teor dos comentários em relação a imagem.

Notou-se que nas explanações analisadas, foram identificadas apenas reações e clichês, não sendo visto nesta publicação, a presença de comentários em relação a gênero identidade e representação feminina.

Figura 5 – Publicação realizada pela cantora Anitta.



Fonte: INSTAGRAM¹⁵

A quinta publicação analisada, é uma sequência de seis fotos, publicadas no dia 20 de janeiro de 2018. Para esse estudo observou-se uma semana de comentários, concluindo a coleta de 129 comentários, nos quais notou-se a presença das mulheres superior à dos homens. Foram excluídos os perfis repetidos para coleta e as palavras que continham semelhanças, foram agrupadas. Como podemos verificar nos quadros abaixo:

Quadro 11:Quadro de identificação de gênero



¹⁵Disponível em: <<https://www.instagram.com/p/BeMLkuzFZUI/>> Acesso em: 30 de outubro de 2018.

HOMENS	MULHERES	PERFIS NÃO IDENTIFICADOS	TOTAL
44	80	5	129

Fonte: O autor (2018).

Observa-se que a sequência traz roupas características do videoclipe da música vai malandra, e na legenda da publicação, a Anitta afirma “Vai malandra! Ensaio do bloco das poderosas em São Paulo”. A sequência traz a atrás com as vestimentas e pessoas/celebridades que participaram da filmagem do videoclipe. A publicação possui mais de 1 milhão de curtidas, 200 mil comentários.

Quadro 12 – Comentários referentes a figura 5.

Categorias/ Variáveis de inferência	Material analisado (palavras- chave)	Comentários
	Publicação do dia 20 de janeiro de 2018	129 comentários
Gênero e identidade		 nao_influencer_witwil Meu amor eu sei que vc nem vai vê , por causa de tanta coisa que tem no seu dia a dia , mas sabe alguém que fica feliz em vê tudo que vc faz por outras pessoas ?! Pois é sou eu e imagino que também milhares de pessoas , @anitta a humildade não tá relacionada a jeito de ser ou como você se comporta , isso vem do coração e eu admiro isso , de longe eu sei o quanto você ajuda , é meu amor , você merece o mundo , e nem sei se o mundo consegue entender o quanto alguém pode ser bom e maravilhoso como você é . 40w Responder
Estereótipos	Linda; Maravilhosa; Diva; Rosto estranho; Gostosa; Horrível.	 veronica_w_vasconcelos Tão linda, mas o figurino é muito pobre, p tanta beleza e talento. Só minha opinião. 39w Responder

Representação feminina	Sociedade; Clipe; aceitar.	 mahara_alcantara Vc deu um tapa na cara da sociedade com esse clipe, por sua causa todas nós estamos aceitando nosso corpo e como somos. Simplesmente maravilhosa ❤️❤️💜❤️  39w Responder
---------------------------	-------------------------------	--

Fonte: O autor (2018).

O Conteúdo da publicação traz uma sequencia de 6 fotos da cantora, de acordo com a análise dos comentários notou-se a presença de 27% dos 129 comentários, relacionados a estereótipos, observando também que a maioria dessa porcentagem são mulheres. Possuindo comentários positivos e negativos atribuídos a cantora. Vale ressaltar que estereótipos estão relacionados, sobretudo, aos aspectos físicos, podendo ser errôneas e muitas vezes de teor depreciativo e preconceituoso.


ubirajacutrim Eu já vir falar que alguns homens já falharam na hora H com você ❤️
40w Responder


elisandra_alisson013 Se acha demais e não é porra nenhuma 👍 ❤️
39w 4 curtidas Responder

Fonte: O autor (2018).

De acordo com as imagens da publicação, e os comentários procuramos entender esse estigma social que de fato define esta relação de grupo estabelecido, como identificação feminina a imagem.

É interessante notar que os comentários acima exprimem justamente esse ideal sobre a mulher e que as palavras citadas tendem a ter um significado ofensivo, porém também importante frisar como a mulher no funk se coloca como indivíduo, já que sua postura ironiza as práticas sociais impostas pela sociedade, indo de bela e sedutora à vadia e prostituta, cantando e dançando as músicas sem demonstrar qualquer sentimento de culpa e indignação as formas de tratamento dirigidas a elas.

De acordo com o levantamento de dados da publicação, observou-se que 1% dos usuários, percebem questões que envolvem o gênero e identidade. Segundo Butler (1990) essas questões são produzidas através da repetição estilizada de atos performativos, e gênero é formado por esta estilização do corpo, ou seja, você teatraliza, através de gestos corporais, como dança e movimentos, falas, papéis ou até mesmo encenações, dando a sensação de um gênero estabelecido, que está em constante transformação. Dessa forma o parecer apresentado como exemplo, traz a opinião de um usuário compreendendo essa repetição estilizada de atos performativos produzidos pela cantora.

A categorização de representatividade feminina, ocupa também 1% dos comentários analisados, trazendo o exemplo no quadro 11. O comentário refere-se à representação social que a cantora Anitta buscou trabalhar na música e no videoclipe. Os meios de comunicação que a ela utilizou para divulgar seu produto, devem ser entendidos como uma forma de representação político social (MIGUEL, 2003). Relacionando com as questões de gênero, a mídia prega padrões que visam acentuar a hierarquia masculina que submete a mulher a um papel desigual e injusto na sociedade. Dessa maneira, o comentário realizado por uma mulher, é interpretado como uma identificação e reconhecimento da representatividade feminina no funk e na sociedade.

Notou-se que 13% dos comentários possuem reações através de *emojis*, *hashtags*, menção a outro usuário para visualizar a publicação. Segundo Raquel Recuero (p.15, 2011). “É possível perceber os atores e observar as interações e conexões entre eles”.

Figura 6 – Publicação realizada pela cantora Anitta.



Fonte: INSTAGRAM¹⁶

Para essa análise, foram coletados 178 comentários de duas semanas, identificando a presença de homens superior à das mulheres nessa publicação. Foram excluídos da coleta perfis que tenham repetidos comentários, e foram agrupadas as palavras que possuíam semelhanças entre elas. Como podemos verificar nos quadros abaixo:

Quadro 13:Quadro de identificação de gênero

HOMENS	MULHERES	PERFIS NÃO IDENTIFICADOS	TOTAL
92	75	9	178





Fonte: O autor (2018).

A sexta publicação traz uma foto, que é recorte do videoclipe. Aonde encontra-se a cantora Anitta de biquíni e dois modelos que estão em uma piscina de shorts. Como legenda da publicação Anitta “Vai malandra”. A publicação atingiu mais de 1 milhão de curtidas, e mais de 19 mil comentários.

Quadro 14 – Comentários referentes a figura 6.

Categorias/ Variáveis de inferência	Material analisado (palavras-chave)	Comentários
-------------------------------------	-------------------------------------	-------------

¹⁶Disponível em: <<https://www.instagram.com/p/BiSAofplr2k/>> Acesso em: 30 de outubro de 2018.

	Publicação do dia 2 de maio de 2018	178 comentários
Gênero e identidade	-	Não identificado
Estereótipos	Rabo; Maravilhosa; Gostosa; Top; Diva; Brega; Rainha; Linda	 andersonconceicao10 Maravilhosa. Que corpo  27w 1 curtida Responder
Representação feminina	Admirador; Representação.	 gay_galatas Ai Meu Amoor minha Razão Eu Te Amo tanto respiro vc não como fanaticoais como admirador do seu Sucesso e por tudo que representa  27w Responder

Fonte: O autor (2018).

Nesta última publicação analisada observou-se a presença de dois homens em uma piscina e a cantora de biquíni, mostrando o seu corpo. De acordo com os comentários realizados, buscamos compreender a percepção dos seguidores, trouxemos o quadro 13 para exemplificar melhor.

Observa-se que 17% dos seguidores apresentaram apreciações positivas ou negativas, dessa porcentagem a maioria de comentários é de homens. De acordo as informações, estabelecemos duas vertentes, positivas quando as apreciações são adjetivos positivos atribuídos a cantora Anitta e negativos quando os comentários possuem um viés machista, estereotipando a mulher como um objeto de significação sexual, ou que de certa forma preconceituosa menospreza a imagem da Anitta. Trazemos de exemplos mais comentários realizados por homens e mulheres que comprovam essa negatividade:



fellipe_626 Depois reclama dos machistas.

27w Responder



claudia_mello_ A celulite esta toda escondida em baixo da maquiagem, pelo amor gente onde vcs vêm beleza nesta mulher affff

27w Responder



kevin_mentzing123 É pra deixar de pai duro msm!

25w Responder



jussara_consultora Só chega a 1 🌽 quando tá nua

27w Responder



mariii_caet Acordaaa anitta tem um monte de homem aii brincando e você dormindo com bota. Vaii que eles te empurrarkkk. Kkkk s

27w Responder



Fonte: INSTAGRAM

De acordo com o capítulo de Mulher e Funk, a autora Judith Donath (1999) afirma que a percepção do outro é essencial para a interação humana. Mostrando que ciberespaço, a ausência de informações que geralmente permeiam a comunicação face a face, permite que as pessoas sejam julgadas e percebidas por suas palavras

No levantamento de dados, notou-se que 1% dos seguidores de Anitta, identificaram ela como uma representante feminina social, como observamos o exemplo quadro 13.

Identificamos que a publicação possui 17% dos seus comentários, dedicados a menções a outros usuários, *emojis*, *hashtags*.

Portanto devemos repensar como o debate sobre a sexualidade, o corpo feminino e a mulher em si são de fundamental importância, não só desse estudo, mas para uma proposta social e ideológica. O funk feito por mulheres, que circulam na internet é recebido de forma hostil expressa como a sociedade está inserida na cultura do machismo, seja por um contexto histórico, religioso ou de estereótipo, bem como representa o rompimento e a transgressão das relações de poder masculino.

6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Através da construção desta monografia, acreditamos que desenvolvemos um trabalho pertinente e enriquecedor para pesquisadores e estudantes do campo da comunicação. Através de nossas argumentações e reflexões acerca da percepção feminina no funk, a

problematização desta pesquisa, aprofundou reflexões sobre as o gênero feminino, entendo como outras pessoas perceberam a mulher nas em redes sociais, especificamente no Instagram. Trabalhando e explorando conceitos pertinentes na área da comunicação, que traz a reflexão sobre a importância de pesquisar sobre as linhas de estudo no contexto social e político atual.

Pesquisar e investigar sobre os conceitos abordados foi uma forma de resistência ao contexto atual, que marginaliza, o movimento do funk. Segundo Hermano Vianna (1988, p. 135), diz que o funkeiro é “uma palavra de pode se referir a qualquer pessoa que goste ‘um pouco’ de funk”. O funk possui desde sua raiz um aspecto machista, que traz a mulher como um produto de conotação sexual, conectado ao crescente uso das tecnologias deu voz a essa minoria étnica, oferecendo contribuições valiosas na luta do reconhecimento cultural e social, mudando os discursos da grande mídia com as representações estereotipadas.

Desse modo, através dos objetivos específicos conseguimos alcançar nosso objetivo geral do estudo que era analisar como se dá a percepção da figura feminina do funk no Instagram, a partir dos comentários de seguidores da cantora Anitta.

Durante o processo de produção da pesquisa, conseguimos ampliar e aprofundar nossos conhecimentos sobre os conceitos investigados, o que nos possibilitou agilidade de argumentar e defender as discussões apresentadas no estudo. Acreditamos que essa aprendizagem se deu por consequência dos nossos processos teóricos, ligados aos metodológicos, onde fundamentamos a pesquisa sempre buscando envolver a teoria com as análises empíricas, permitindo uma abertura de conhecimentos com mais facilidade, sempre ligando os argumentos teóricos ao nosso contexto atual.

No processo de construção da parte teórica do trabalho, temos a consciência de que poderíamos apresentar mais contribuições em relação aos conceitos. Acreditamos, ainda, que sempre há algo a mais para acrescentar. Porém, através do nosso movimento metodológico de pesquisa da pesquisa, fundamental para construção do referencial teórico, consideramos que alcançamos o objetivo de conceituar os principais temas abordados no trabalho com compreensibilidade. Conseguindo construir o referencial teórico, que dialogasse com as a nossa pesquisa como um todo. Consideramos que alcançamos nossos objetivos específicos de analisar as postagens relacionadas à musica/videoclipe vai malandra, e a construção de categorias de acordo com o discurso dos seguidores na publicação.

Entendemos que um trabalho de pesquisa futuro, mais maduro e com maior tempo para os processos de investigação, poderemos desenvolver uma pesquisa com maior

fundamentação teórica, contribuindo, inclusive, para expandir os debates sobre os conceitos do movimento do funk e do gênero feminino.

A pesquisa que trouxe a seguinte problemática: investigar como os seguidores no Instagram, percebem a figura feminina no funk, através dos comentários nas publicações da cantora Anitta? Foi solucionada através da construção do referencial teórico e da metodologia aplicada, coletando informações relevantes para o estudo, permitindo a elaboração de categorias que conseguiram nortear o nosso estudo, e verificar quais percepções os seguidores da cantora Anitta, tiveram em relação a presença feminina no funk, através da coleta de dados na rede social Instagram.

De acordo com as análises estruturadas em categorias e o estudo realizado a categorização procurou compreender a influência e os modos como as pessoas agem e pensam sobre uma dada situação, por isso nesse estudo houve a preocupação com a questão da classificação.

Portanto, as expectativas referentes ao processo de construção do conhecimento científico foram conquistadas, e aplicadas. Acreditamos que nossos resultados obtidos respondem à pergunta central, de maneira clara e objetiva, proporcionando um conhecimento científico para possíveis pesquisadores na área, sobre o entendimento de conceitos apresentados ao longo do trabalho. Nesta oportunidade, entendemos também que a investigação de nossa problemática permitiu observar através dos resultados obtidos que maioria das publicações visaram apenas interagir com a cantora emitindo elogios e valorizando seus atributos físicos, não houve foco no cenário social e nem foram tecidas considerações acerca da coreografia, letra ou talento, avigorando os estigmas que acompanham o gênero feminino e a população residentes nas favelas.

A fama midiática da cantora Anitta não está sendo utilizada para quebrar tabus e preconceitos e sim reforçá-los. Segundo Butler: “corpo não é uma materialidade idêntica a si própria ou meramente fáctida: é uma materialidade que no mínimo, traduz significado” (BUTLER, 2011, p. 72). Conforme a autora Butler afirma que traduz um significado, foi percebido que no Instagram, uma rede social imagética e de intensa fluidez acaba contribuindo para reforçar o senso comum, estereótipos e também machismo presentes nos comentários em relação ao gênero feminino, deixando de lado questões como identidade de gênero, performance, e a representatividade feminina no funk.

O funk feito por mulheres representa o reconhecimento não só do movimento funk, mas a reprodução de uma identidade feminina livre de preceitos machistas, livre como indivíduo para ser o que quiser, desse modo a inquietação dos dados adquiridos nas análises, nos faz

compreender que a sociedade é representada pelo contexto ainda machista e sexista, valoriza o pudor e não consegue reconhecer o poder feminino e ainda está ligado ao ideal binário de gênero.

7. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALVES, Wagner. **Funk feminino e a zueira da desigualdade**, estigma cultural gênero e racial pelos os usuários do Facebook. Disponível em: <https://www.academia.edu/7958421/Funk_Feminino_e_a_Zueira_da_Desigualdade_Estigma_Cultural_de_G%C3%AAnero_e_Racial_pelos_Usu%C3%A1rios_do_Facebook> Acesso em: 20 de agosto de 2018.

BARDIN, Laurence. **Análise de Conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 2016.

BORGES, Dulcina Tereza B. RODRIGUES, Jane de Fátima S. Imagens femininas e a liberação do desejo: mídia e sexualidade. In: CABEDA, Sonia T. Lisboa. Carneiro, Nadia Virginia B. Laranjeira, Denise Helena P. (org). **O Corpo ainda é pouco**: seminário sobre a contemporaneidade. Feira de Santana: NUC/UEFS, 2000.

BUTLER, J. **Problemas de gênero**. Feminismo e subversão da identidade. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2010.

BRÉSCIA, Vera Lúcia Pessagno. **Educação Musical**: bases psicológicas e ação preventiva. São Paulo: Átomo, 2003

CAETANO, Mariana Gomes. **Melancia, Moranguinho e Melão, fruta tá na feira. A representação feminina do funk em jornais do Rio de Janeiro**: estigma, indústria cultural e identidade. Universidade Federal de Fluminense. Niterói, 2010.

CASTELLS, Manuel. **A Sociedade em Rede**. São Paulo: Paz e Terra, 2009.

CASTELLS, M. **O Poder da Identidade**. V. 2: a era da informação: economia, sociedade e cultura. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1999.

COUTINHO, Laura. **Audiovisuais**: arte, técnica e linguagem. Brasília: Universidade de Brasília, 2006.

COSTA, Ana Alice. **Gênero, poder e empoderamento das mulheres**. Adolescência. 2008. Disponível em: <<http://www.adolescencia.org.br/empower/website/2008/imagens/>>. Acesso em: 11 de novembro de 2018.

CRUZ, Sabrina Uzêda. **A representação da mulher na mídia: um olhar feminista sobre as propagandas de cerveja**. Dissertação de Mestrado em Comunicação. Universidade Federal da Bahia, 2008. Disponível em: <<http://www.cult.ufba.br/enecult2008/14477.pdf>>. Acesso em: 2 de outubro de 2018.

GADE, Cristiane. **Psicologia do consumidor e da propaganda**. São Paulo: EPU, 1998.

GAINZA, Violeta Hemsy de. **Estudos de Psicopedagogia Musical**. 3. ed. São Paulo: Summus, 1988

GARDNER, Howard. **Inteligências Múltiplas: a teoria na prática**. Porto Alegre: Artes Médicas, 1995.

GIL, A. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

GOFFMAN, E. **A representação do eu na vida cotidiana**. Petrópolis: editora vozes, 2001.

HERSCHMAN, Micael. “Um tapinha não dói. Funk - zona de contato da cidade do Rio de Janeiro. In: VILLAÇA, Nízia & GÓES, Fred (orgs.), **Nas Fronteiras do Contemporâneo**. Rio de Janeiro: Maud, 2001.

HERSCHMANN, Micael. O funk e o hip hop invadem a cena. Rio de Janeiro: Ed.UFRJ, 2005.

LOPES, Adriana Carvalho – **Funk-se quem quiser: no batidão negro da cidade carioca** – Ed. Bom Texto, 2011

MIGUEL, Luis Felipe. BIROLI, Flávia. **Mídia e representação política feminina**: hipóteses de pesquisa. Opin. Pública vol. 15 no.1. Campinas 2009. Disponível em: <www.dx.doi/10.1590/50104-627620090001000003>. Acesso em: 15 de novembro de 2018.

MEDEIROS, Janaína. **Funk Carioca**: Crime ou Cultura? O som dá medo. E prazer. São Paulo: Editora Terceiro Nome, 2006.

RECUERO, R. **Redes sociais na internet**. 2 eds. Porto Alegre: Sulina, 2011.

ROSE, Diana. Análise de imagens em movimento. In: BAUER, Martin e GASKELL, George. **Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som**: um manual prático. 2ª Ed. Petrópolis: Vozes, 2002.

PIZA, Mariana Vassalo. **O Fenômeno Instagram**: considerações sob a perspectiva tecnológica. Brasília: Universidade de Brasília, 2012

PRIMO, A. **O aspecto relacional das interações na web 2.0**. *Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação*. v. 9, 2007. Disponível em: <<https://www.lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/1264/000548498.pdf?sequence=1>>. Acesso em: 5 de setembro de 2018.

PONTES, Pedro. **Linguagens dos videoclipes e as questões do indivíduo na pós modernidade**. Porto alegre, 2003. Disponível em: <<http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/famecos/article/viewFile/799/608>> Acesso em: 20 de novembro de 2018.

VIANNA, Hermano. **O mundo funk carioca**. Rio de Janeiro: Zahar, 1988.

WEIGEL, Anna Maria Gonçalves. **Brincando de Música: Experiências com Sons, Ritmos, Música e Movimentos na Pré-Escola**. Porto Alegre: Kuarup, 1988.