

Rafael Zincone*

Pesquisador Independente

Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, Brasil



Funk ostentação e os anos Lula e Dilma: um estudo de economia e cultura à luz das controvérsias do desenvolvimento



Recebido em: 29 nov. 2023

Aprovado em: 28 fev. 2024

Publicado em: 05 jul. 2024

DOI: <https://doi.org/10.29327/2148384.18.34-4>

Este artigo absorve reflexões produzidas originalmente em: ZINCONE, Rafael. *Funk ostentação e os anos Lula e Dilma: cultura brasileira, políticas desenvolvimentistas e subjetividade neoliberal*. 2023. Tese (Doutorado em Comunicação) – Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2023.

- * Pesquisador independente. Doutor em Comunicação pela Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro; Mestre em Mídia e Cotidiano pela Universidade Federal Fluminense; graduado em Economia pela Universidade Federal do Rio de Janeiro. E-mail: rafaelzincone@gmail.com
 <http://lattes.cnpq.br/9371020032989010>  <https://orcid.org/0009-0006-5850-2574>

Resumo

Este artigo propõe-se a analisar o fenômeno cultural do funk ostentação à luz das controvérsias do modelo de desenvolvimento econômico capitaneado em governos petistas de Luís Inácio Lula da Silva (2007-2010, segundo mandato) e Dilma Rousseff (2011-2014, primeiro mandato). O problema que se coloca é de que modo o consumo hiperbólico simbolicamente presente nessa estética musical periférica evidenciou contradições de um modelo de desenvolvimento embasado, entre outros fatores, no projeto de inclusão social via consumo. Metodologicamente, este artigo dialoga com os estudos culturais críticos de tradição dialética envolvendo os temas do desenvolvimento econômico, das transformações da indústria na música nas últimas décadas e, também, das tecnologias de comunicação e informação (TICs).

Palavras-chave: Funk Ostentação. Governo Lula. Governo Dilma Rousseff. Consumo e Inclusão Social. Neodesenvolvimentismo.

Rafael Zincone*

Independente Researcher

Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, Brazil



Funk ostentation and the Lula and Dilma years: a study of economy and culture in the light of development controversies


Received: 29th Nov. 2023

Approved: 28th Feb. 2024

Published: 05th July 2024

DOI: <https://doi.org/10.29327/2148384.18.34-4>

* *Independent researcher. PhD in Communication from the Pontifical Catholic University of Rio de Janeiro; MSc in Media and Daily Life from Fluminense Federal University; BSc in Economics from the Federal University of Rio de Janeiro. Email: rafaelzincone@gmail.com*

 <http://lattes.cnpq.br/9371020032989010>

 <https://orcid.org/0009-0006-5850-2574>

Abstract

This article aims to analyze the cultural phenomenon of ostentation funk in the light of the controversies of the economic development model led during the PT governments of Luís Inácio Lula da Silva (2007-2010, second administration) and Dilma Rousseff (2011-2014, first administration). The problem that arises is how the hyperbolic consumption symbolically present in this peripheral musical aesthetic highlighted contradictions in a development model based, among other factors, on the project of social inclusion via consumption. Methodologically, this article dialogues with critical cultural studies of a dialectical tradition involving the themes of economic development, transformations in the music industry in recent decades and also communication and information technologies (ICTs).

Keywords: *Ostentation Funk. Lula Government. Dilma Rousseff Government. Consumption and Social Inclusion. Neodevelopmentalism.*

Introdução

Este artigo trata de pesquisa teórica dialética sobre aspectos desenvolvimentistas dos governos Lula e Dilma e seus desdobramentos no campo da cultura: em destaque, na música. O recorte temporal selecionado se justifica pela retomada de uma agenda econômica desenvolvimentista por parte de governos do Partido dos Trabalhadores (PT) em lugar da proeminência da agenda econômica liberal que caracterizou governos anteriores desde a redemocratização do país.¹ No caso, políticas desenvolvimentistas ganharam maior destaque no segundo mandato de Lula em relação ao primeiro. Dentro desse processo, destaco o fenômeno do aumento do mercado de consumo de massas no Brasil e as principais controvérsias em torno do fenômeno conhecido como inclusão social via consumo.

Em meio a outras manifestações culturais da época, a escolha do funk ostentação se justifica por tratar-se de um fenômeno das periferias urbanas de cidades brasileiras que ilustrou, de algum modo, o processo (também contraditório) de melhorias das condições de consumo da classe trabalhadora, então bastante propagandeado nos governos do PT como fenômeno da nova classe média. A pergunta central que aqui se coloca é: de que modo esse fenômeno evidenciou contradições de um modelo de desenvolvimento embasado no aumento – temporário – do consumo privado em segmentos periféricos brasileiros, que em momento de crise econômica apresentou um ponto de esgotamento?

Parto, portanto, de contribuições teóricas advindas de estudos referentes ao modelo de desenvolvimento em destaque em conexão com a vertente materialista dos Estudos Culturais, aqui em diálogo com a Economia Política da Comunicação e da Cultura. Nessa pesquisa, a análise econômica apresentou-se como fonte da análise cultural e, simultaneamente, as representações e discursos presentes no fenômeno cultural em destaque são matéria de leitura do contexto socioeconômico.

1 Fernando Collor (1990-1992), Itamar Franco (1993-1994), Fernando Henrique Cardoso (1995-2002) e o primeiro mandato de Luís Inácio Lula da Silva (2003-2006).

Metodologicamente, o estudo possui centralidade na teoria crítica e dialoga com os estudos culturais de tradição dialética envolvendo os temas do desenvolvimento econômico, das transformações da indústria na música nas últimas décadas e também das tecnologias de comunicação e informação (TICs). Trata-se, assim, de abordar a produção cultural pelo viés da crítica da economia política, isto é, analisar a arte como processo produtivo e enquanto produção de mercadorias culturais (Borja, 2023) – considerando as lógicas de produção presentes no país *vis-à-vis* seu contexto temporal.

Cultura e desenvolvimento

Dentro de sua teoria do desenvolvimento e do subdesenvolvimento, Celso Furtado pretendeu formular um sistema de cultura que consistia em “analisar a partir de uma dinâmica processual o impacto do contínuo fluir de inovações tecnológicas sobre os demais elementos da cultura, ressaltando os elementos materiais e não materiais” (Borja, 2013, p.138). No livro *O mito do desenvolvimento econômico* (1974), Furtado ampliou o conceito de desenvolvimento desde sua dimensão estritamente material/estrutural, passando pela dimensão de poder e, enfim, chegando à dimensão cultural. Tamanho esforço apresentou continuidade nas obras *Criatividade e dependência na civilização industrial* (1978) e *Cultura e desenvolvimento em época de crise* (1984). Borja (2013, p. 125) sintetiza a definição de desenvolvimento de Furtado no momento em que sua obra adquiriu maior maturidade: “desenvolvimento econômico enquanto parte do processo de mudança cultural”.

A respeito das experiências de desenvolvimento na América Latina entre as décadas de 1960 e 1970, Jesus Martín-Barbero em seu livro *Dos meios às mediações* (2021), perguntou, na época, qual era o papel dos meios

massivos na então nova fase do continente.² Em outros termos, perguntava quais eram as mudanças produzidas na massificação com relação às mídias e em relação às massas. Inspirado por estas questões colocadas em um contexto de fim dos ciclos desenvolvimentistas nos países latino-americanos, pergunto quais foram/são essas mudanças no Brasil recente. Isto é, de que modo essas indagações referentes ao recente processo de retomada de projetos desenvolvimentistas enunciaram novos modos de experienciar a comunicação e a cultura? Que impactos o aumento do mercado de massas nas periferias urbanas brasileiras, o acesso massivo a novos dispositivos técnicos, teriam em novos modos de fazer cultural? E quando esse aumento, quantificável no crescimento econômico e na expansão desses mercados, estancou – ou mesmo retrocedeu dentro de uma conjuntura de crise?

Sublinhando o fato de que o campo cultural apresenta uma dinâmica própria, Raymond Williams (1979; 2005; 2011) reforça que a esfera econômica exerce sim uma determinação sobre esse campo, mas não em sentido teleológico. Não se trata de uma causa externa que prefigura e prevê tudo, mas uma determinação enquanto experiência da prática social, uma noção de determinação como algo que estabelece limites e exerce pressões. Stuart Hall (2013), igualmente, estabelece uma diferença entre determinação (*determinancy*) enquanto localização e orientações históricas e determinação (*determination*) que “implica em modelo de sistema econômico capitalista integrado e autotransformador, que arrasta outras dimensões da sociedade consigo, definindo-as no caminho” (p. 17).

Para Furtado (1974), o debate sobre as opções de desenvolvimento exigia uma reflexão sobre a cultura brasileira. Dizia que era preciso “indagar as relações que existam entre a cultura como sistema de valores e o processo de desenvolvimento, entre a lógica dos fins, que rege a cultura, e a dos meios, razão instrumental inerente à acumulação” (Furtado, 1974, p.31).

2 Pesquisador e teórico da Comunicação, o pensador colombiano escreveu a primeira edição do livro em 1987 - momento coetâneo às reflexões de Furtado sobre a dimensão cultural dos processos de desenvolvimento econômico.

Anos Lula e Dilma e o projeto de inclusão social via consumo

O governo Lula foge a qualquer classificação *a priori* entre governo neoliberal *versus* governo desenvolvimentista. Com êxito e embora lentamente, o mesmo teria realizado uma política híbrida, inclusive ao colocar em prática várias políticas recomendadas pelo que na época convencionou-se chamar de “novo-desenvolvimentismo” (Fonseca; Cunha; Bichara, 2013).³ Independentemente dessa controvérsia, contudo, a política econômica de Lula em seu segundo mandato (2007-2010) e do primeiro mandato de Dilma Rousseff (2011-2014) caracterizaram-se por maior intervenção estatal na economia, em destaque, o Programa de Aceleração do Crescimento (PAC) de forte inspiração keynesiana.

No período desenvolvimentista do governo Lula, diferentemente, o processo de redução de desigualdades explicou-se, essencialmente, por mudanças na base da pirâmide, resultado em boa parte das políticas de transferência de renda e de valorização gradual e progressiva do salário mínimo. Conforme Carvalho (2018), essas transformações repercutiram no padrão de consumo das famílias brasileiras: produtos e serviços antes consumidos de modo restrito pelo segmento mais rico da população passaram a ser consumidos também pela população de baixa renda. Tais mudanças levaram, por exemplo, à queda na participação de alimentos e artigos de vestuário no consumo total desses segmentos e ao aumento na participação relativa com gastos em habitação, transporte, saúde, higiene, serviços e cuidados pessoais. Conforme a autora, o peso de hábitos de consumo que permaneceram restritos aos grupos mais ricos, como educação, lazer, cultura e fumo, caiu em relação aos demais.

No entanto, tratando do setor cultural, notadamente produção musical, Micael Herschmann (2010) indicou, no decorrer desses anos, um crescimento

3 Notadamente, os autores referem-se aos mandatos encerrados no ano de 2010.

expressivo do mercado de shows ao vivo junto a um processo contínuo de digitalização da indústria fonográfica. Trabalhou com a hipótese de que a música ao vivo se tornava o maior negócio da música gerando uma economia da cultura que estava para além dos números (promovendo comércio local e gerando diversidade cultural). Se, por um lado, isso ocorria com concertos de massa e de música independente voltados para um público de classe média, semelhante fenômeno ocorria também em rodas, bailes e festas nas periferias e fora dos circuitos dos megaeventos. Para além disso, com o aumento de vendas de smartphones no país e aumento do acesso à internet de banda larga em meados de 2013/2014, os relatórios da Federação Internacional da Indústria Fonográfica (IFPI) indicavam o Brasil como destino para desenvolvimento do mercado de música digital (De Marchi, 2016). Tratou-se, na época, de um esforço de construção de um mercado digital na indústria da música brasileira em meio a um cenário de forte crise do mercado de discos físicos.⁴

O estímulo ao consumo nos anos de maior crescimento econômico não foi consequência somente do aumento do nível de renda, mas também da oferta de crédito bancário – considerando que o país também havia passado por um processo expressivo de inclusão financeira.⁵ E, de fato, a ação do Estado em torno do PAC dinamizou as diversas cadeias da economia brasileira do período, tanto no setor de bens de consumo duráveis (computadores, smartphones, etc.) e de serviços (produção cultural, aumento de shows em espaços privados e públicos, etc.). O barateamento do dólar, por sua vez, impactou no aumento de vendas de computadores e de smartphones nas periferias urbanas e regionais promovendo mudanças nos hábitos de

4 Conforme De Marchi (2016; 2023), tal reticência abriu espaço para novas experiências de negócio de conteúdos digitais: as *startups* brasileiras e os artistas autônomos (o que apresentaria curto prazo de validade frente à entrada e operação das grandes plataformas internacionais no país).

5 Conforme Carvalho (2018), o saldo acumulado de operações de crédito, que representava 25,5% do PIB em janeiro de 2002, alcançou 49,2% do PIB em dezembro de 2012.

consumo, na produção e circulação de comunicação e cultura, especialmente nas regiões consideradas periféricas (Carvalho, 2018).

Hermano Vianna pontuou que embora, em momentos anteriores, as gravadoras não tivessem incorporado o funk em um contexto ainda de muito poder no mercado musical, logo depois, o barateamento e a disseminação de tecnologias digitais, com microcomputadores e softwares de produção musical, tornaram possível a existência de pequenos estúdios em favelas e periferias do Brasil. Com efeito, muita gente começou a produzir sua própria música, sem necessidade de intermediários, sobretudo no momento de maior popularização da internet (entre o final da década e início dos anos 2000).⁶ Isso teria facilitado a divulgação de arquivos sonoros cada vez mais compactados pela rede, com forte desdobramentos para as décadas subsequentes:

Hoje, o funk paulistano existe por causa da internet, é um nativo digital que inventou novos modelos de negócios online. Nenhum dos artistas mais importantes do funk paulistano teve apoio de grandes gravadoras no início da carreira. E a medida do sucesso começou a ser *views* no YouTube, número de seguidores no Facebook e tudo mais. A significação e as posteriores ressignificações das novas tendências culturais hoje acontecem de forma descentralizada, simultaneamente em várias redes sociais (Vianna, 2014, p. 10. Grifos nossos).

No momento em que o crescimento econômico adquiriu maior velocidade, no segundo mandato de Lula, o termo “nova classe média” não só ganhou espaço em instituições de pesquisa como encontrou amplo apoio e divulgação no regime discursivo das mídias (jornais, revistas, noticiário, programas de televisão). À época, o trabalho do economista Marcelo Neri e de seu grupo da FGV ocupou posição hegemônica nas pesquisas e análises da estrutura social brasileira de então. Como estimava: “entre 1993 e 2011, 59,8

6 Sobre a pulverização dos polos de produção da indústria fonográfica e a diversificação do mercado musical no âmbito da produção, ver Vicente (2002).

milhões de brasileiros (o equivalente a uma França) chegaram à condição de *nova classe média*" (2012, p. 257. Grifos no original).⁷ Sob outro viés teórico, Marilena Chauí (2013) constatou que entre 2003 e 2011, as classes D e E diminuíram consideravelmente, passando de 96,2 milhões de pessoas a 63,5 milhões; enquanto no topo da pirâmide houve crescimento das classes A e B, que passaram de 13,3 milhões de pessoas a 22,5 milhões. A expansão verdadeiramente espetacular, segundo a autora, teria ocorrido na classe C, que passou de 65,8 milhões de pessoas a 105,4 milhões.

Conforme Carla Barros (2017), antropóloga e especialista em estudo de consumo, o "novo indivíduo consumidor" dos estratos emergentes passava a ser eleito por profissionais de marketing como público-alvo. De acordo com a autora, havia até o final dos anos 1980 um estado de "invisibilidade" dos segmentos de baixa renda no contexto mercadológico (já que os negócios do país estavam voltados maciçamente para consumidores/as das classes médias e altas). Além do marketing e agências de publicidade, o poder de compra da população de baixa renda chamou atenção de diversos institutos de pesquisa de mercado. Naquele contexto, institutos de pesquisa passaram a se especializar no perfil de consumo desse segmento populacional, como por exemplo, o *Datapopular* e *A Ponte*. Promoveram pesquisas apenas dentro desse estrato social (algumas encomendadas por empresas interessadas nesse filão), ficando reconhecidos e legitimados como aqueles que entendiam da nova classe média (Yaccoub, 2011).

Tratando do consumo de TICs, cerca de 50% da classe média brasileira tinha, na época, acesso à internet, considerando a média da população incluída nessa categoria. No entanto, quando considerada a faixa etária dos internautas da classe C, também chamada de nova classe média, constatou-se que usuários/as com média de idade de 65,8 anos puxavam a média para baixo já que no momento em que foi realizada a pesquisa, apenas 7% das

7 No entanto, para além da visão de Neri, amplamente divulgada em seu livro, destacaram-se outras vozes nesse debate como: Jessé de Souza (2010), Márcio Pochmann (2012), Dawid Bartelt (2013) e Marilena Chauí (2013). Todas elas, se opunham à abordagem de Neri dizendo tratar-se não de classe média, mas sim de uma classe trabalhadora com maior poder de consumo.

pessoas dessa faixa estavam conectadas à rede mundial de computadores. Em contraposição, 72% de jovens com média de idade de 22,5 anos estavam conectados/as. Em 2013, a venda de smartphones no Brasil cresceu 122%, sendo que 58% dos aparelhos no país estavam nas mãos das classes C, D e E. Estas mesmas classes possuíam 60% de todos os computadores do país e 46% dos *tablets*.⁸

Conforme Gabriel Albuquerque (2020), o efeito desta inclusão digital apareceu na lista dos nomes mais buscados no Google naquele ano: dentre os 10 nomes mais buscados, três eram funkeiros, como MC Daleste, que fora assassinado em cima do palco durante show em julho daquele ano e estava no topo da lista. Em janeiro de 2014, o mesmo Instituto Data Popular divulgou uma pesquisa apontando que os “jovens do rolê” eram os que tinham o maior potencial de consumo entre todas as classes sociais. Segundo a reportagem de *El País* (Rossi, 26 jan. 2014),⁹ os jovens *da classe média* concentravam sozinhos um poder de consumo de 129 bilhões de reais, enquanto jovens das classes A e B somavam 80 bilhões, e os/as da classe D, 19,9 bilhões. A pesquisa ainda mostrou que 16,6 milhões de brasileiros e brasileiras entre 16 e 24 anos frequentavam um dos 495 shoppings do país, em uma média de três vezes ao mês. Metade (54%) desse público era da classe média, que tinha na lista dos produtos mais desejados o *notebook*, seguido do *smartphone* e do *tablet*. Inclusive, na época em que *Funk Ostentação – O Filme* (2012) foi produzido, Konrad Dantas¹⁰ falou da necessidade de demonstrar esse nicho de mercado periférico às grandes marcas, sobretudo de vestuário. Isto é, o minidocumentário por ele produzido e postado em seu

8 Dados divulgados na revista *Veja* em 2014, edição 2358, ano 47, nº 5, 29 de janeiro de 2014, p. 64.

9 “Os jovens da classe C são os maiores consumidores do Brasil” (Rossi, 26 jan. 2014. Disponível em: https://brasil.elpais.com/brasil/2014/01/26/politica/1390771527_418106.html. Acesso em: 4 dez. 2020).

10 Konrad Dantas, conhecido pelo nome artística KondZilla, é fundador da produtora e selo de funk KondZilla Records e do maior canal do YouTube da América Latina com mais de 37 bilhões de visualizações. Cf.: KondZilla. (Artigo). *Wikipédia*. [S. d.]. Disponível em: <https://pt.wikipedia.org/wiki/KondZilla>. Acesso em: 16 nov. 2023.

canal do YouTube, não objetivava somente falar do estilo musical então em ascensão, mas sublinhar a existência de um nicho de consumo para produtos antes restritos a um mercado de elites já consolidado. Em suas palavras,

o estilo está crescendo, mas a gente viu que tinha algumas limitações aí né. *As marcas ainda via (sic) isso como uma coisa que não era muito legal, associar essa classe C, D e E, um pouco da B, com um gênero que é de comunidade com marcas de luxo.* Então, quer dizer, a gente acabou fazendo esse documentário, acabou despertando essas marcas, que existe um movimento que move milhões de pessoas, milhões de acessos, *citando essas marcas* e eles, quando não muitas das vezes, não tão nem ciente (sic) que está acontecendo, que rola esse movimento, que existe uma cena. (Grifos nossos).¹¹

Para além disso, os espaços geográficos das *lanhouses* constituíram, na época, vetores fundamentais de democratização do consumo digital em favelas (Passos, 2013). Em incursão etnográfica no ano de 2011 dentro dos bairros da Brasilândia e do Jardim Ângela, o pesquisador Kauê Lopes dos Santos (2014) trouxe alguns dados relevantes sobre esses usos no contexto da periferia da grande São Paulo. Segundo o autor, 66% dos moradores garantiram que a internet – utilizada principalmente pelos jovens nas *lanhouses* – era a principal novidade nos hábitos de lazer, seguida pelo baile funk (7%) e pela televisão. Dentro do que Pâmella Passos (2013) denominou de “pseudo-democracia de rede” surgiram eventos como os chamados “rolezinhos” que transpuseram os desejos e práticas desses jovens para espaços físicos (shoppings) antes destinados às classes média e alta. Tratava-se, no caso, de uma espécie de *flash mob* que envolvia coordenar encontros nesses locais entre centenas ou milhares de jovens. Os rolezinhos ganharam destaque no noticiário brasileiro devido a reações de hostilidade de setores da classe média, evidenciando a desigualdade social e racial no país.

11 *Quarto Mundo 2012 - Programa 6 - Funk Ostentação.* São Paulo: TV USP, 13 mar. 2013. 24 min. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=hyTsZZ19BIQ>. Acesso em: 22 dez. 2022.

No campo musical, o fenômeno socioeconômico de caráter nacional apresentou alguns desdobramentos: por exemplo, o barateamento de equipamentos para a organização de estúdios caseiros e, conseqüentemente, a disseminação e o pirateamento de *softwares* de produção musical como o Fruity Loops e de edição de vídeos como o Final Cut e Vegas e, também, a troca de arquivos digitais pela internet (Albuquerque, 2020). Para Gabriel Albuquerque (2020), a democratização do acesso material a esses dispositivos técnicos junto a uma dinâmica comunicacional mais descentralizada a partir destes próprios meios, imersos a uma cultura digital, permitiu a artistas e produtores das periferias um maior alcance de suas produções em circuitos autônomos. Isto é, por meio de sites e redes sociais, circuitos locais se fortaleceram à revelia das grandes gravadoras e dos grandes meios de comunicação.

Funk ostentação: ambivalências e contradições sob o contexto de neodesenvolvimentismo

O funk paulista surgiu no contexto do aumento do poder de compra das chamadas classes C, D e E, nos fluxos e bailes de São Paulo e da Baixada Santista entre 2007 e 2008. No entanto, foi por volta de 2011 que a vertente estourou e se expandiu online como um todo e, nesse cenário, os MCs paulistas produziram seus primeiros videoclipes. A produtora KondZilla despontou e teve seu primeiro momento de consagração. Fundada em 2012 com sede em São Paulo, a KondZilla é uma produtora de videoclipes que ocupa o epicentro da irrupção das músicas periféricas no cenário do YouTube. Desde o fenômeno do funk ostentação, a KondZilla consolidou uma hegemonia nesse mercado para além do funk paulista. Conforme Albuquerque (2020), somando os 30 vídeos do *Top 10* músicas do YouTube no Brasil entre 2016 e 2019, nove foram feitos e publicados pela produtora, isto é, 22,5% do total. Antes disso, o funk ostentação serviu de trilha sonora dos rolezinhos espalhando-se por diversos vídeos na internet.

Entre diversas características, essa vertente do funk valorizava, em

primeiro plano, itens de consumo como artigos de luxo: de roupas de grife a carros importados. O primeiro grande sucesso da então nova vertente foi, por exemplo, *O Bonde da Juju*, da dupla MC Backdi e Bio G3. Esse hit, do ano de 2009, apresentava refrão com propaganda (gratuita) dos óculos da marca americana Oakley. Para além das letras de música, esse objeto aparecia nos rostos de jovens em bailes da periferia de São Paulo. A fala do MC Bio G3 no documentário *Funk Ostentação – o filme* (2012) é bastante ilustrativa: “Nossas letras falam das coisas que queremos ter. Quem não gosta de usar produtos caros?”.¹² MC Guimê, por exemplo, deixou de cantar músicas que falavam de armas e crimes como *Especialista em Fugas* para cantar músicas como *Plaquê de 100*. No lugar de versos que destacavam palavras como “malote”, “tanque” e “fuzil”, ganharam destaque termos que aludem a bens de consumo como “*plaquê de 100*”, “Hornet” e “Citroën”. O termo “*plaquê de 100*” diz respeito a bolos de notas de 100 reais que MC Guimê exibe em clipe homônimo, enquanto Hornet e Citroën referem-se a marcas de moto e carro respectivamente. Em entrevista à revista *Veja São Paulo*, Guimê justificou essa mudança alegando que as pessoas não queriam mais saber de *coisa errada*, mas sim interessadas em letras sobre marcas de roupas e de coisas que, em suas palavras, iriam deixá-las “bem na fita”.¹³

Na obra *A razão neoliberal: economias barrocas e pragmática popular* (2018), a socióloga argentina Verónica Gago apresenta o argumento de que processos políticos e econômicos não vêm apartados das subjetividades de cidadãos e que, nesses processos de transformações, *variações de sentidos* ocorrem no campo da cultura, a partir das manifestações individuais de membros de determinada população. Recorda que o neoliberalismo não é o reino da economia sem a política, mas a criação de um modo político (regime de *governamentalidade*) que surge como *projeção* das regras e

12 *Funk Ostentação – O Filme*. Direção de Konrad Dantas e Renato Barreiros. São Paulo: KondZilla, 2012. 36 min. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=PW6q1ALAcFQ>. Acesso em: 3 jan. 2023.

13 MC Guimê: o funkeiro emergente. *Veja São Paulo*, São Paulo, 27 set. 2013. Disponível em: <https://vejasp.abril.com.br/cidades/mc-guime-funk-ostentacao-o-funkeiro-emergente/>. Acesso em 9 de outubro de 2022.

requerimentos do mercado competidor.¹⁴

Nessa conjuntura, Gago (2018) propôs o conceito de “neoliberalismo de baixo para cima”, compreendendo-o como um conjunto de condições que se concretizam para além da vontade de um governo, de sua legitimidade ou não, mas que se transformam diante das condições sobre as quais opera uma rede de práticas e saberes que assume o cálculo como matriz subjetiva principal.¹⁵ Conforme a autora, isso funciona como motor de uma poderosa economia popular que mistura saberes comunitários de autogestão e intimidade com o saber-fazer na crise como tecnologia de uma “autoempresarialidade de massas”. Acentua que a força do neoliberalismo pensado dessa maneira acaba se enraizando nos setores que protagonizam a chamada economia informal como uma “pragmática vitalista”. Isto é, pesem as políticas neodesenvolvimentistas dos governos de esquerda presentes no continente a partir dos anos 2000, uma parte expressiva da população de países latino-americanos, inclusive setores da classe trabalhadora, absorveu o discurso neoliberal do empreendedorismo e da meritocracia, gerando o que Gago (2018) denomina de “neoliberalismo de baixo para cima”.

Sobre o caso brasileiro, Mariana Pfeifer (2014) demonstrou que a lógica colocada pelo projeto neodesenvolvimentista dos anos Lula no Brasil veio delimitar uma nova política social calcada em uma nova forma de neoliberalismo.¹⁶ Tratou-se, no caso, da implementação de medidas redistributivas voltadas para a inclusão de amplos setores populacionais ao

14 Por essa razão, alerta para o equívoco em muitas análises, sobretudo no recente contexto de países latino-americanos, em separar abstratamente a sequência liberalismo-mercado-política de desenvolvimentismo-estado-política, e supor que o segundo pode por si só corrigir e substituir o primeiro.

15 O contexto da obra de Gago (2018) é a economia informal e os bairros periféricos de Buenos Aires. Dentro desse escopo, a autora trata do enraizamento do neoliberalismo nas subjetividades populares inseridas nessa região e sua persistência na América Latina como um todo. Cita marginalmente o caso brasileiro.

16 Vale lembrar que, como bem demonstraram Cepêda (2012) e Fonseca (2015), o neodesenvolvimentismo dos governos petistas não eram puramente desenvolvimentistas tal como a tradição do conceito de desenvolvimento da CEPAL dos anos 1960.

consumo, consubstanciando o que denominou de “inclusão social via consumo de massa”, confirmando um modelo de política social como fator de crescimento econômico. Conforme Pfeifer (2014) esta inclusão social deveria ocorrer via consumo de bens e serviços sociais que satisfizessem as necessidades humanas: “as políticas sociais precisam colocar nas mãos da população os meios de pagamento necessários para tal – diga-se, dinheiro” (p. 759). Desse modo, Pfeifer afirma que os dados apontados por governos petistas significam efetivamente que a família brasileira passou a ter meios para pagar plano de saúde, universidade e escola privadas, financiamento habitacional, financiamento de carro, entre outros, mesmo que à custa de endividamento desenfreado.

À título de ilustração, destaco algumas falas de protagonistas desse movimento que contextualizam esse aumento do poder de compra nas periferias em contraste com um cenário de precarização ainda existente. Em entrevista para estudantes da USP, Konrad Dantas fala do sentimento de satisfação em adquirir determinados bens sobrepondo-se ao sentimento de protesto antes generalizado na cena paulista:¹⁷

acaba sendo meio que o lance de eu ainda morar num lugar onde não tem muito saneamento básico, onde a rua ainda não é asfaltada completamente. Ainda tem buraco, *mas tudo bem, eu tô com o meu carro x, com a motona legal, você chega na porta da balada, com o carro x, o carro y, porque ninguém sabe onde você mora*. E a gente está no capitalismo né, você é o que você tem, se você mostra que você tem um carro importado, que você tem uma uma jóia, cara, que você tenha uma motoneta, isso quer dizer que você tem poder. (Grifos nossos).¹⁸

17 O corpus completo da pesquisa referente aos discursos dos MCs e principais atores da cena encontram-se em Zincone (2013).

18 *Quarto Mundo 2012 - Programa 6 - Funk Ostentação*. São Paulo: TV USP, 13 mar. 2013. 24 min. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=hyTsZZ19BIQ>. Acesso em: 22 dez. 2022.

A partir de seu estudo, Pfeifer (2014) tornou evidente que os elementos do projeto neodesenvolvimentista acerca do desenvolvimento social se apresentaram de forma extremamente contraditória e alega que é justamente nessa contradição que se construiu uma hegemonia pois incorporaram, por um lado, as históricas bandeiras dos movimentos populares e setores críticos mais radicais e, por outro, congregaram simultaneamente demandas das elites empresariais e setores da direita. Com maior atenção ao objeto das políticas sociais, a autora argumenta que esse projeto acabava despolitizando os processos sócio-históricos de sua conquista ao levá-las para dentro do “pacto neodesenvolvimentista”.

Pinheiro-Machado e Scalco (2022), por sua vez, argumentam que os efeitos da inclusão pelo consumo parecem ser mais complexos do que um caminho homogêneo para “a individualização, a clientelização da cidadania ou a despolitização” (p. 7. Tradução nossa). Pelo fato da financeirização ter ocorrido no Brasil paralelamente a um movimento de redistribuição branda de renda, inclusão social, ampliação da cidadania, garantia de direitos, etc., foi possível observar um paradoxo. Se, de um lado, o lulismo estava entrelaçado com uma financeirização feroz que reduzia a intervenção estatal, acreditam que o consumismo de massa surgiu em “uma era de politização e empoderamento dos pobres, que reformulou os significados da subalternidade no Brasil” (*Idem*).

Com efeito, o argumento que aqui se delineia é de que tamanha ambivalência se encontra, também, no campo da estética musical e da produção cultural. Se, de um lado, o consumo hiperbólico presente nas narrativas do funk configurou novos espaços de expressão de uma juventude periférica, negra em sua maioria; de outro, reforçava o ideal individualista de “vencer na vida” reforçando um discurso meritocrático.

Considerações finais

Como pôde se observar, o funk ostentação, a partir do estado de São Paulo, apresentou uma estética nova no cenário nacional em contexto de

expansão do mercado de consumo nas periferias e de popularização da plataforma de vídeos YouTube. Nesse artigo, dirigi maior atenção ao fenômeno da “inclusão social via consumo” e suas contradições: de um lado, o aumento do mercado de consumo nas periferias e, de outro, seu próprio prazo de validade quando esse ciclo de prosperidade se esgotou. No caso, não se tratava apenas do fim do ciclo das *commodities*. De modo concomitante, uma crise econômica e uma fase marcada pelo aumento de desemprego não mais se harmonizavam com a expectativa de consumo que muitos conquistaram.

MC Guimê, mais conhecido MC dessa cena, ilustrou matéria do *G1*, publicada com o título: “MC Guimê diz que crise nacional' fez fãs se afastarem do funk ostentação” (Ortega, 28 nov. 2016).¹⁹ Na publicação, afirmou que *crise nacional* fez público focar em outras ideias para além dos carros, das motos e das joias recorrentemente apresentados em produções musicais e audiovisuais daquele estilo. Disse:

“Essa crise nacional faz com que o público acabe pensando em outras coisas. Em 2010, 2011, lembro de amigos que trabalhavam duro e passavam apertados, mas conseguiam parcelar uma moto, um carro, pegar um dinheiro e ir para o baile”, lembra, sobre a época do auge do funk ostentação, em que emplacou a icônica *Plaquê de 100* (Ortega, 28 nov. 2016).

No campo do simbólico, essa contradição se explicitou no fato do funk ser uma manifestação cultural periférica e plural que agencia marcadores de classe social e de raça, compondo uma narrativa na contramão de estereótipos exclusivamente associados à miséria e violência. No caso, o funk ostentação configurou uma outra matriz “simbólico-dramática” (Albuquerque, 2020) que permitiu jovens periféricos alimentarem uma imaginação de horas

19 Disponível em: <http://g1.globo.com/musica/noticia/2016/11/mc-guime-diz-que-crise-nacional-fez-fas-se-afastarem-do-funk-ostentacao.html>. Acesso em: 11 nov. 2022.

de prazer e riqueza contrariando a realidade que viviam e estigmas impostos pela elite (Brás, 2018). Por outro lado, as múltiplas narrativas presentes no fenômeno cultural serviram como práticas de governamentalidade na construção do imaginário de um “eu vencedor” neoliberal (Gago, 2018; Pfeifer, 2014) – consideravelmente dissociado de um entorno social que, a despeito de um ciclo de maior prosperidade econômica, continuou caracterizado por intensa precarização. O receituário de sucesso, de felicidade e de formas de estar no mundo, certamente tiveram ótimos garotos-propaganda dada a visibilidade que esses MCs e Konrad Dantas alcançaram naquele momento. Muitos deles chegaram ao tão sonhado topo, no entanto, resta saber qual proporção distanciou, nesse universo, campeões de derrotadas.

Nesse sentido, esse fenômeno ideológico contribui na reflexão sobre como processos socioeconômicos não apresentam uma relação de causa e efeito sobre o campo cultural e simbólico, mas sim determinações (*determinacies*) estruturais (Hall, 2003; Williams, 1978; 2005; 2011). Entre o campo da economia e o universo das manifestações culturais – ainda que não duais e integrantes de uma mesma totalidade –, existem diversas formas de mediações (Williams, 1978; 2005; 2011; Barbero, 2021), hibridações e negociações. Do mesmo modo que a economia apresenta dinâmica própria, as formas de comunicação e de produção cultural assumem seus movimentos e processos, mas que não se desconectam de suas dimensões socioeconômicas. No caso, as políticas neoliberais de consumo não produzem necessariamente impactos políticos lineares, totalizantes e homogêneos. A depender do contexto, a inclusão dos pobres no consumo de massa pode provocar consequências não intencionais, desde formas de politização do prazer à exacerbação do consumo conspícuo (Pinheiro-Machado; Scalco, 2022). Conforme Brás (2018), o consumo até produz cidadania, inclusão, porém cobra uma parcela significativa para isso.

Assim, o funk que se conectou simbolicamente a esse universo de consumo não equivale a uma fotografia estática e apresenta, portanto, seus movimentos e uma dialética própria – esta, contudo, não integralmente independente. Em um mesmo movimento identificado como funk ostentação,

foi possível identificar um universo tático de jovens de periferia *hackeando*/pirateando os processos de produção musical e audiovisual (Brás, 2018) por meio do acesso material a bens tecnológicos mais baratos. De outro, viu-se também a produtora KondZilla expandir o funk ostentação no mercado *mainstream* de música em um contexto socioeconômico de expansão do mercado de bens de consumo.

Referências

- ALBUQUERQUE, Gabriel. *Kondzilla e redes de música pop periférica: estética, mercado e sentidos políticos*. 2020. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Universidade Federal de Pernambuco, Recife, 2020.
- BARROS, Carla. A nova classe média nas telenovelas brasileiras: aspectos culturais e representações sociais nas mudanças em curso. In: BARTELT, Dawid; DE PAULA, Marilene (Orgs.). *É o fim da nova classe média? Trabalho, religião e consumo em tempos de crise*. Rio de Janeiro: Fundação Heinrich Boll, 2017, p. 82-94.
- BARTELT, Dawid Danilo (Org.). *A nova classe média no Brasil como conceito e projeto político*. Rio de Janeiro: Fundação Heinrich Böll, 2013.
- BORJA, Bruno. Cultura popular no capitalismo dependente: entre resistências e incorporações. *Temporalis*, v. 23, p. 32-48, 2023.
- BORJA, Bruno. Notas sobre a dimensão cultural na obra de Celso Furtado. In: D'AGUIAR, Rosa Freire (Org.). *Celso Furtado e a Dimensão Cultural do Desenvolvimento*. Rio de Janeiro: E-papers; Centro Internacional Celso Furtado, 2013.
- BRÁS, João Marcelo. *Funk Ostentação SP-ZN*. Curitiba: Appris, 2018.
- CARVALHO, Laura. *A valsa brasileira: do boom ao caos econômico*. São Paulo: Todavia, 2018.
- CEPÊDA, Vera Alves. Inclusão, democracia e novo-desenvolvimentismo – um balanço histórico. *Revista Estudos Avançados*, n. 26, p. 77-90, ago. 2012.
- CHAUÍ, Marilena. Uma nova classe trabalhadora. In: SADER, Emir. *10 anos de governos pós-neoliberais no Brasil: Lula e Dilma*. São Paulo: Boitempo, 2013.
- DE MARCHI, Leonardo. *A destruição criadora da indústria fonográfica brasileira, 1999-2009: dos discos físicos ao comércio digital de música*. Rio de Janeiro: Folio, 2016.
- DE MARCHI, Leonardo. *A indústria fonográfica digital: formação, lógica e tendências*. Rio de Janeiro: Mauad X, 2023.

- FONSECA, Pedro Cezar Dutra. Desenvolvimentismo: a Construção do Conceito. In: DATHEIN, Ricardo (Org.). *Desenvolvimentismo: o conceito, as bases teóricas, as políticas*. Porto Alegre: Ed. UFRGS, 2015.
- FONSECA, Pedro Cezar Dutra; CUNHA, André Moreira; BICHARA, Julimar da Silva. O Brasil na Era Lula: retorno ao desenvolvimentismo? *Nova Economia*, UFMG, v. 23, p. 403-428, 2013.
- FURTADO, Celso. *Criatividade e dependência na civilização industrial*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1978.
- FURTADO, Celso. *Cultura e desenvolvimento em época de crise*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1984.
- FURTADO, Celso. *O mito do desenvolvimento econômico*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1974.
- GAGO, Verônica. *A razão neoliberal: economias barrocas e pragmática popular*. São Paulo: Elefante, 2018.
- HALL, Stuart. *Da diáspora: identidades e mediações culturais*. Belo Horizonte; Brasília: Ed. UFMG; Unesco Brasil, 2003.
- HERSCHMANN, Micael. *Indústria da música em transição*. São Paulo: Estação das Letras e das Cores, 2010.
- LOPES DOS SANTOS, Kauê. Uma nova pobreza urbana? A financeirização do consumo na periferia de São Paulo. *Revista Brasileira de Estudos Urbanos e Regionais*, v. 16, n. 1, p. 153-167, maio 2014.
- MARTÍN-BARBERO, Jesús. *Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia*. Rio de Janeiro: Ed. UFRJ, 2009.
- NERI, Marcelo. *A nova classe média: o lado brilhante da base da pirâmide*. Rio de Janeiro: Ed. FGV; Saraiva, 2012.
- ORTEGA, Rodrigo. Mc Guimê diz que "crise nacional" fez fãs se afastarem do funk ostentação. *G1*. (Site). Publicado em: 28 nov. 2016. Disponível em: <https://g1.globo.com/musica/noticia/2016/11/mc-guime-diz-que-crise-nacional-fez-fas-se-afastarem-do-funk-ostentacao.html>. Acesso em: 11 nov. 2022.
- PASSOS, Pâmella S. *Lan house na favela: cultura e práticas sociais em Acari e no Santa*

- Marta. 2013. Tese (Doutorado em História) – Universidade Federal Fluminense, 2013.
- PFEIFER, Mariana. O “social” no interior do projeto neodesenvolvimentista. *Serviço Social & Sociedade*, n. 120, p. 746–766, dez. 2014.
- PINHEIRO MACHADO, Rosana; SCALCO, Maria Lúcia. The right to shine: Poverty, consumption and (de) politicization in neoliberal Brazil. *Journal of Consumer Culture*, v. 22, p. 1-19, 2022.
- POCHMANN, Márcio. *Nova classe média?* O trabalho na base da pirâmide social. São Paulo: Boitempo, 2012.
- ROSSI, Marina. Os jovens da classe C são os maiores consumidores do Brasil. *El País*. (Site). Publicado em: 26 jan. 2014. Disponível em: https://brasil.elpais.com/brasil/2014/01/26/politica/1390771527_418106.html. Acesso em: 4 dez. 2020.
- VIANNA, Hermano. Entrevista com Hermano Vianna. [Entrevista concedida à Felipe Sussekind, Fernando Lima Neto e Jonas Lana]. *Desigualdade & Diversidade*, Departamento de Ciências Sociais da PUC-Rio, n. 14, p. 217-224, jan.-jun. 2014.
- VICENTE, Eduardo. *Música e disco no Brasil: a trajetória da indústria nas décadas de 80 e 90*. 2002. Tese (Doutorado) – Universidade de São Paulo, São Paulo, 2002.
- WILLIAMS, Raymond. *Cultura e materialismo*. São Paulo: Ed. UNESP, 2011.
- WILLIAMS, Raymond. Base e superestrutura na teoria cultural marxista. *Revista USP*, São Paulo, n. 65, mar.-maio 2005.
- WILLIAMS, Raymond. *Marxismo e literatura*. Rio de Janeiro: Zahar, 1979.
- YACCOUB, Hilaine. A chamada “nova classe média”: cultura material, inclusão e distinção social. *Horizontes Antropológicos*, Porto Alegre, v. 17, n. 36, p. 197-231, dez. 2011.
- ZINCONI, Rafael. *Funk ostentação e os anos Lula e Dilma: cultura brasileira, políticas desenvolvimentistas e subjetividade neoliberal*. 2023. Tese (Doutorado em Comunicação) – Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2023.