



II Seminário Internacional de Pesquisas em Mídia e Processos Sociais

**“VOCÊS PENSARAM QUE EU NÃO IA MILITAR HOJE?”
CULTURA POPULAR, GÊNERO E CLASSE NO FUNK VAI MALANDRA**

**“DID YOU THINK I WAS NOT GOING TO PROTEST TODAY?”
POPULAR CULTURE, GENDER AND CLASS AT THE FUNK SONG VAI
MALANDRA**

Guilherme Libardi¹
Luiz Henrique Castro²

Resumo: Este estudo tem como objeto o videoclipe *Vai malandra*, da cantora de funk Anitta. A partir deste produto audiovisual, endereçamos discussões acerca das potencialidades políticas das representações de gênero e de classe no âmbito da cultura popular. Para isso, realizamos uma pesquisa documental e bibliográfica, nos amparando em autores e autoras vinculadas à perspectiva dos Estudos Culturais e à Teoria Feminista. Como resultado, identificamos que o videoclipe apresenta signos de protesto de ordem social e política, sugerindo formas subversivas de experienciar identidades, de viver o/no próprio corpo, bem como críticas à criminalização do funk. Ainda que consideremos estas práticas de representação como algo positivo, também apresentamos possíveis contradições e efeitos colaterais quando estas pautas políticas são midiaticizadas.

Palavras-chave: Cultura popular; Gênero; Classe; Funk; Anitta.

Abstract: This study has as object Anitta's video clip *Vai malandra*. From this audiovisual product, we address discussions involving political potentialities about representation of gender and class within popular culture. For that, we realized documental and bibliographic research, supported by authors associated to the perspective of Cultural Studies and to the Feminist Theory. As a result, we identified that the video clip presents signs of protest of social and political order, suggesting subversive forms of experience identities, of living (in) the own body, as well as critics

¹ Publicitário (ESPM-Sul), Mestre em Comunicação e Informação (Universidade Federal do Rio Grande do Sul) e Doutorando no mesmo programa e instituição. Bolsista CAPES. Vinculado ao Núcleo de Pesquisa Cultura e Recepção Midiática. E-mail: glibardi@gmail.com.

² Graduando em Comunicação Social – habilitação em Publicidade e Propaganda/ FABICO – UFRGS (Universidade Federal do Rio Grande do Sul). Vinculado ao Núcleo de Pesquisa Cultura e Recepção Midiática (UFRGS). E-mail: luizhenriquescastro@gmail.com.



II Seminário Internacional de Pesquisas em Mídia e Processos Sociais

regarding criminalization of funk music. Though we consider these representation practices as something positive, we also present possible contradictions and collateral effects when these political issues are mediatized.

Keywords: Popular culture; Gender; Class; Funk; Anitta.

1 Introdução

O título deste estudo faz referência à fala da cantora carioca Anitta no festival de música *Villa Mix*, que aconteceu na cidade de São Paulo em 13 de novembro de 2016. Na ocasião, a artista proferiu um desabafo criticando o preconceito contra a música funk e o machismo que sofria por ser uma cantora do gênero.

Uma vez eu peguei um cara que disse assim pra mim: “se tu fosse a minha mulher, a primeira coisa que eu ia mudar é isso aí de você rebolar na frente dos outros, isso ia acabar”. Aí eu falei: “Ah, entendi. **Pra me pegar é legal. Pra ser a sua mulher não dá**”. Hipocrisia que não dá. Sabe por quê? **Eu prefiro ficar sozinha do que ser subordinada.** [...] pra essas pessoas que acham que só porque a gente faz funk, a gente é menor, eu tenho uma coisa pra falar: **Vocês pensaram mesmo que eu não ia rebolar a minha bunda hoje, né?** (AnittaHD, 2016, grifo nosso).

Neste texto, situamos o funk, cena musical³ na qual a cantora está inserida, como uma manifestação cultural que emerge da cultura popular. Localizamos a nossa noção do termo “popular” concordando com Hall, que o entende “como aquelas formas e práticas excluídas do ‘valorizado’ ou do ‘cânone’, ou opostas a estes, pelo funcionamento das práticas simbólicas de exclusão e fechamento” (2003, p.228). Ou seja, compreendemos a cultura popular como um fenômeno situado em uma tensão contínua com a cultura dominante, travando embates e confabulando interesses ao passo em que uma transforma a outra neste processo de mão-dupla. (HALL, 2003; MARTÍN-BARBERO, 2001). Deste modo, nos distanciamos da perspectiva do “popular” como algo massivamente consumido⁴, e nos aproximamos do seu âmbito sociológico,

³ Cenas musicais dizem respeito ao conjunto de práticas e atores que compõem uma manifestação cultural que se dá tendo a música como elemento central (Sá; Janotti Júnior, 2013).

⁴ García Canclini (1989) critica esta noção mercadológica do “popular” que emana nos meios de comunicação.



II Seminário Internacional de Pesquisas em Mídia e Processos Sociais

vinculando-nos à perspectiva dos Estudos Culturais. Na esteira desse pensamento, compreendemos o funk como uma cena musical que emerge e que se desenvolve a partir de uma cultura popular brasileira periférica.

O funk no Brasil nasceu nas periferias cariocas no início da década de 1990. Até os dias atuais, retrata os modos de vida, sonhos e medos de uma parcela da população que vive em condições de vida precárias. Entre o lúdico, o escrachado, o hipersexualizado e até o melodramático, realiza seus protestos e conquista visibilidade nos meios de comunicação tradicionais e na internet, legitimando seu espaço na mídia de massa a partir de artistas que reúnem legiões de fãs. Portanto, entendemos que o funk, a partir da sua circulação na mídia, funciona como um articulador de questões que dizem respeito a um modo de vida de uma cultura popular que, de modo corriqueiro, não é representada legitimamente nos veículos de comunicação (Hansen, 2006). Desse modo, compreendemos que as pautas da cultura popular periférica encontram no funk um veículo para ganharem visibilidade, algo que é potencializado pelo cenário de midiatização (Hjarvard, 2012).

Delineado este contexto, traçamos como objetivo analisar de que modo o funk *Vai malandra* (Anitta, 2017) funciona como um produto midiático endereçador de crítica social em um contexto de midiatização, desvelando suas potencialidades e contradições.

2 Procedimentos Metodológicos

Para cumprir com o objetivo, foi realizada uma pesquisa documental, que trata da coleta de dados que não obtiveram um tratamento científico, como músicas e fotografias (Moreira, 2006). A fim de embasarmos nossa análise teoricamente, realizamos uma pesquisa bibliográfica que, diferentemente da documental, diz respeito a busca por documentos cientificamente verificados (Stumpf, 2008). Os dados e as teorias são articulados entre si a partir de uma análise documental com enfoque à linguagem visual do videoclipe *Vai Malandra*. A análise documental contribui para “a identificação, a verificação e a apreciação de documentos para determinado fim” (Moreira, 2006, p.271). Ao combiná-la com a análise de linguagem visual, exploramos este documento na tentativa de construir um “conhecimento e compreensão das características discursivas da grande narrativa em que aquele registro visual se insere”



II Seminário Internacional de Pesquisas em **Mediatização** e Processos Sociais

(Coutinho, 2006, p.341). Apresentados os procedimentos metodológicos, seguimos com a apresentação dos dados coletados.

3 Descrição do *corpus*: cenários, objetos e corpos

O videoclipe e a música *Vai malandra* fazem parte de um projeto lançado por Anitta chamado de *Check Mate*⁵. O *single* foi lançado em 18 de dezembro de 2017, em parceria com o MC Zaac, o *rapper* americano Maejor, os produtores Tropkillaz e o DJ Yuri Martins. Com direção geral do norte-americano Terry Richardson e criativa do brasileiro Marcelo Sebá, o videoclipe busca representar a autêntica favela carioca unindo elementos do cotidiano deste espaço. Além deste cenário periférico, o produto audiovisual vai além, representando signos de protesto ao cenário político brasileiro e de reivindicação sobre o corpo feminino.

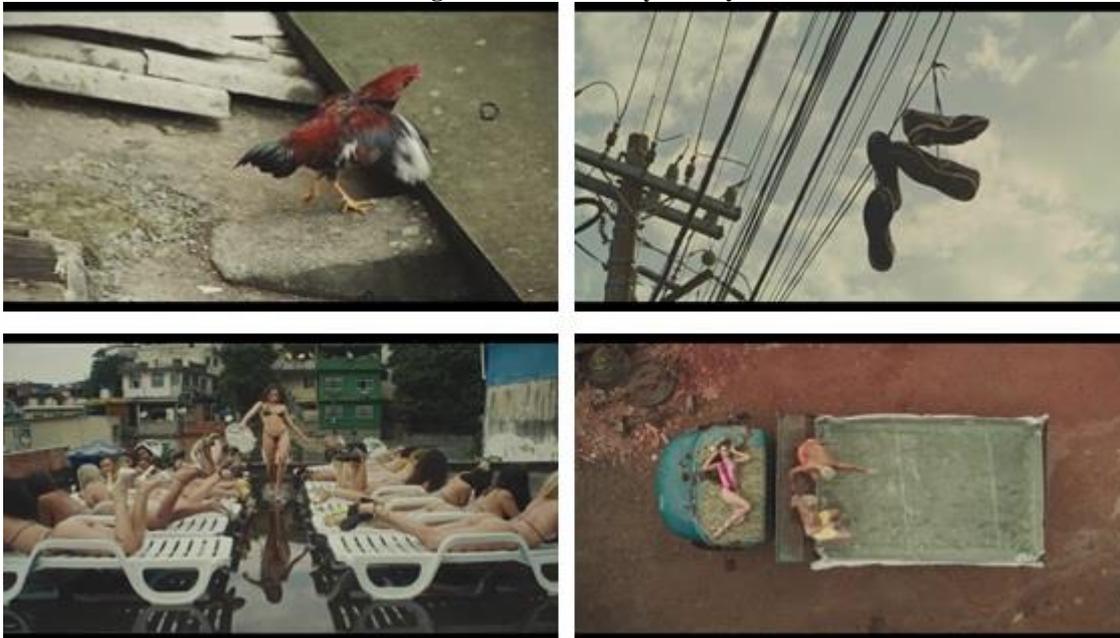
O videoclipe se passa na favela do Vidigal, no Rio de Janeiro, e todos os figurantes são moradores da comunidade. Logo, o expectador é levado a alguns fragmentos de realidade da periferia. Observam-se postes de luz em situações precárias, água parada, animais abandonados, entre outros elementos comuns do dia-a-dia do local. Esta cotidianidade também é explorada quando a cantora aparece se bronzeando com biquíni de fita isolante na laje, algo comum entre as moradoras da favela, bem como tomando banho de sol em cima de um caminhão.

⁵ O projeto consistiu na ideia de que a qualquer momento um novo *single* poderia ser lançado nas plataformas digitais. Foram lançadas quatro músicas, sendo *Vai malandra* a última delas.



II Seminário Internacional de Pesquisas em **Midiatização** e Processos Sociais

Figura 1 – Cotidiano da periferia
Figure 1 – Slum's day-to-day



Fonte: Elaborado pelos autores com base em *Vai malandra* (Anitta, 2017)

Logo de início, Anitta é protagonista exibindo sua “bunda”. Nesta cena, a cantora optou por não realizar retoques e nem utilizar dublês, alegando ser normal o corpo feminino ter celulites e imperfeições.

Figura 2 - Nádegas sem retoques
Figure 2 – Buttocks without touch-up



Fonte: Videoclipe de *Vai malandra* (Anitta, 2017)

Em seguida, ela sobe em uma motocicleta com a placa de número 1256 em referência ao Projeto de Lei de mesmo número. O PL 1256/2015 visa criminalizar o funk no Brasil. Sua autoria é o deputado Alexandre Baldy (PSDB).



II Seminário Internacional de Pesquisas em **Midiatização** e Processos Sociais

Figura 3 – Referência ao PL 1256/2015
Figure 3 – Reference to the PL 1256/2015



Fonte: Videoclipe de *Vai malandra* (Anitta, 2017)

Por fim, Anitta dança em um baile funk cercada da presença de negros, negras, travestis e transexuais.

Figura 4 - O baile funk de Anitta
Figure 4 – Anitta's baile funk



Fonte: Elaborado pelos autores com base em *Vai malandra* (Anitta, 2017)

Durante o videoclipe, observamos uma Anitta diferente da imagem construída pela cantora no decorrer dos anos. Eis que no final, tudo faz sentido: quem está no videoclipe o tempo todo é Larissa Macedo (nome civil de Anitta), jovem periférica, de origem humilde, que aprendeu com o funk uma possibilidade de transformação da sua vida e do seu entorno, tornando-se Anitta.

[...] com “Vai Malandra” eu quis voltar às minhas **origens** e mostrar a **realidade das favelas** cariocas. O funk é um ritmo que veio da periferia. É um gênero tão rico, tão brasileiro, e cheio de cultura, mas ao mesmo tempo não tem o reconhecimento que merece. A **“malandra” do clipe não é objetificada, ela é a dona da história**. E ela não é representada somente por mim, mas por todas as mulheres que participaram do clipe, na cena da laje ou na do baile. **O clipe mostra diversos tipos de beleza, com diversas cores, pesos e**



II Seminário Internacional de Pesquisas em Mídia e Processos Sociais

gêneros. E toda essa beleza também é real, assim como a minha celulite (O Globo, 2017, grifo nosso).

Vai malandra tornou-se o videoclipe brasileiro mais visto em 24 horas no *YouTube* e a canção entrou no *top 20* das 50 mais executadas mundialmente no *Spotify* (Purebreak, 2017), o que ilustra o interesse de boa parte do público em consumir o produto midiático⁶. Realizada a breve descrição do que nos interessa no produto audiovisual, seguimos com a articulação teórica.

4 Análise pelas lentes de gênero, classe e cultura popular

Primeiramente é importante indicar o papel do videoclipe, enquanto gênero midiático, para a contribuição no que diz respeito aos modos de sociabilizar marcadores como gênero e classe. Em uma retomada histórica, Mozdzenski (2015) resume as representações que mais vigoraram neste produto midiático desde o seu surgimento na década de 1980:

As pesquisas à época reiteradamente constatavam a proliferação de papéis estereotipados relacionados aos gêneros sociais, particularmente denegrindo a imagem da mulher ou tratando-a como meros objetos sexuais. Não raro, também eram observados videoclipes que celebravam a violência masculina ou que colocavam as mulheres como simples espectadoras/admiradoras das ações viris alheias (Mozdzenski, 2015, p.76-77).

Apesar dos avanços, ainda hoje é recorrente a visualização de representações midiáticas em videoclipes em que homens são relacionados à esfera pública e as mulheres à privada. Ou seja, uma diferença norteadas por binarismos vinculados ao caráter ativo deles e à passividade delas. Por serem passivas, encontram-se usualmente subordinadas à figura masculina, ocupando um espaço de atuação figurativo. É o caso, por exemplo, das dançarinas nos clipes de *hip-hop*, nos quais as mulheres somente atuam mexendo-se sensualmente em segundo plano, sendo-lhes concedidas poucas oportunidades para atuarem como protagonistas na cena. Em pesquisa recente, através de uma exploração etnográfica na cena funk de Porto Alegre, fenômeno semelhante foi

⁶ Não é nosso objetivo discutir acerca das motivações de consumo ou sentidos atribuídos por parte dos receptores. O foco está na produção e na mensagem.



II Seminário Internacional de Pesquisas em Mídia e Processos Sociais

constatado: as possibilidades de angariar visibilidade midiática para as MCs eram escassas, sendo preciso inclusive adotar estratégias informais e/ou ilegais para conseguir subir em um palco ou tocar na rádio (Libardi, 2016). Em resumo, desigualdades e demais injustiças sociais orbitam a cena musical como um todo, sendo que estes problemas podem ser potencializados por questões como classe, raça, sexualidade, entre outros fatores.

Voltando-nos especificamente à questão do videoclipe, reforçamos que estes podem funcionar como “palco para embates político-ideológicos, moldam e constroem as relações sociais e as posições dos sujeitos, constituindo assim as relações de hegemonia e assimetria de poder” (Mozdzenski, 2015, p.82). Estas questões nos interessam e são centrais na perspectiva dos Estudos Culturais, e por isso nos filiamos a ela.

A partir da descrição do *corpus*, percebemos a presença de signos que fazem circular possíveis críticas ao cenário social e político. A partir deles, elegemos os conceitos de performance pela perspectiva do gênero (Butler, 2017) e de classe popular (Canclini, 2013), imbricados entre si e com o conceito de cultura popular – já explorado –, como centrais para a análise do videoclipe. Prolongamos e contextualizamos estas questões, ainda, com autores como McRobbie (2004) e Grossberg (1992). O estudo de Mozdzenski (2015), que se debruça sobre as representações do feminino em videoclipes, também fornece contribuições importantes para este texto.

Iniciamos nossas considerações a partir da constatação mais ampla de que, no videoclipe de *Vai malandra*, observamos que as representações de gênero atuam na tentativa de subverter o que é hegemônico nos modos de se experienciar o “ser mulher”, vinculando esta representação às práticas da mulher da periferia a partir de performances específicas. Mozdzenski, em seu estudo sobre as representações femininas em videoclipes, parte da premissa de que identidades são performativas: “[...] as identidades são construídas e exibidas constantemente por meio de comportamentos sociais. O uso da linguagem é um dos principais comportamentos envolvidos nessa produção e projeção de identidades” (2015, p. 85). Este termo diz respeito aos atos, gestos e atuações que “fabricam” e sustentam meios discursivos (Butler, 2017). Estendendo este conceito às questões de gênero à luz da autora, entendemos que “o fato



II Seminário Internacional de Pesquisas em Mídia e Processos Sociais

de o corpo gênero ser marcado pelo performativo sugere que ele não tem status ontológico [...]” (Butler, 2017, p.235). Não possuindo um caráter essencialista, o gênero torna-se passível de construir-se organicamente. É a partir do corpo, local em que signos políticos e culturais são inscritos, que o gênero é tornado inteligível. Ainda que a proposição inicial de Butler, ao sugerir a questão da performatividade, seja indicar o violento aprisionamento do corpo orgânico a modulações específicas por conta de gramáticas hegemônicas que regulam o que é ser homem e mulher; aqui adotamos uma perspectiva de que a performance também pode ser construída para subverter estas mesmas estruturas.

Apropriando-se do conceito de performance à luz de Butler, retomamos Mozdzenski (2015), que articula a ideia de performance midiaticizada para introduzir a problemática de que a artista, na mídia, está encenando uma identidade. “Essas performances midiaticizadas subsumem uma ‘ausência-presença’, já que implicam a perda de elementos em relação à performance original: nem a voz nem o corpo do artista estão lá” (Mozdzenski, 2015, p. 87). Esta proposição é importante pois separa a performance midiaticizada, encenada, forjada; da autora original da performance. Neste estudo, estamos falando da Anitta e das demais representações midiaticizadas no videoclipe de *Vai malandra*, e não da Anitta e das demais pessoas no âmbito de suas vidas privadas e civis.

A partir desta relação entre performance, gênero e corpo, percebemos que Anitta é capaz de inscrever em seu próprio corpo signos de protesto em relação à artificial beleza hegemônica, evidenciando as “imperfeições” em si mesma, conforme a Figura 2. As representações das travestis na Figura 4 igualmente remetem ao caráter subversivo que permeia os corpos do videoclipe uma vez que, conforme Butler (2017, p.236), “o travesti [...] zomba expressivamente do modelo expressivo do gênero”. Portanto, podemos considerar que algumas performances de gênero representadas no videoclipe aludem a uma tentativa de libertação no que diz respeito aos atos e gestos que constroem hegemonicamente – e aprisionam – o feminino e o masculino. Estas performances e suas rupturas são constituídas a partir de referências que advêm de um local com suas próprias formas de estar no mundo e de experienciá-lo. Para pensarmos sobre ele, torna-se necessário discutir as questões de classe, dando enfoque ao “popular”



II Seminário Internacional de Pesquisas em Mídia e Processos Sociais

tendo em vista o que já foi discutido sobre a cena funk enquanto cena musical desenvolvida em um espaço geográfico periférico.

Para Canclini (2003, p. 23), o termo “popular” “se define [...] pelas estratégias instáveis, diversas, com que os próprios setores subalternos constroem suas posições”. O autor considera que a mídia é um *locus* nos quais esta classe encontra alternativas para se fazer ver e ouvir. Em *Vai malandra*, encontramos uma ampla diversidade de signos que expressam um modo de vida revelador de protestos de ordem política e cultural de cunho classista. É o que pode ser visualizado nas Figuras 1 e 3. Dessa forma, Anitta atua como uma plataforma que eleva os modos de vida de uma classe subalternizada ao estatuto da visibilidade massiva, abrindo espaço para uma discussão sobre esta parcela da população. Canclini (2003) ainda analisa que produções midiáticas realizadas por grupos que estão no poder encontram-se fardadas a representações equivocadas de o que é uma classe popular, o que é confirmado pelo estudo de Hansen (2015). Anitta, no entanto, tendo pertencido a este grupo e possuindo um “registro” de *habitus*, contribui ao representar esse grupo de uma forma adequada, revelando a sua espontaneidade. Mas até que ponto estas representações funcionam como essencialmente positivas e libertadoras?

5 Indo além do que dizem as representações: os dois lados da mesma *Malandra*

Apesar destas representações de gênero e de classe que sugerem a conquista da libertação de estereótipos, poder de agência por parte de grupos subalternos e autonomia em relação aos corpos, cabe ressaltar que há dois lados nesta mesma moeda. A celebração da diversidade e do “natural” autogoverno do corpo feminino na mídia, como a invocada no videoclipe, invade uma arena delicada que é, conforme McRobbie, a criação de uma falsa noção de uma liberdade plenamente conquistada: “[...] através das tropas da liberdade e da escolha que agora estão inextricavelmente conectadas com a categoria de ‘jovem mulher’, o feminismo está decisivamente datado e parecendo redundante” (McRobbie, 2004, p.255, tradução nossa). A autora esclarece que essa é a perspectiva que caracteriza o mito do pós-feminismo: um conjunto de elementos oriundos da cultura popular que sugerem que as questões de justiça social em relação ao gênero já estariam superadas. “Isto faz nascer a ideia de um sucesso feminista”



II Seminário Internacional de Pesquisas em Mídia e Processos Sociais

(McRobbie, 2004, p.256, tradução nossa). Porém, este sucesso encontra-se somente na superfície, não sendo refletido na política e na economia, por exemplo. O quadro teórico dos estudos de mediação também se debruça sobre esta natureza de problema: “Não há dúvida de que a mediação tem complicado e obscurecido as distinções entre a realidade e as representações midiáticas da realidade e entre fato e ficção” (Hjarvard, 2012, p. 62). Um exemplo para ilustrarmos o que a autora critica está nos bastidores do videoclipe de Anitta: todos os diretores envolvidos (geral, artístico e de fotografia) são homens.

Outro problema ao realizarmos este tipo de análise é considerarmos que existe uma realidade externa: “isto é, com o modo como as ‘mulheres de verdade’ são ou podem/devem ser no mundo real” (Mozdzinski, 2015, p.80). Isto, claro, pode ser problemático ao passo em que mulheres que estejam confortáveis em seus “estereótipos” de gênero podem passar a ser alvo de críticas por encaixarem-se em um padrão. Esta realidade externa e singular também é construída culturalmente no âmbito midiático. Afirmar, portanto, que Anitta subverte signos de poder como se fosse algo dado torna-se problemático, afinal, ela está, ao mesmo tempo, afirmando um tipo de representação ideal do que é ser mulher. Isto quer dizer que, no que diz respeito às representações, alguém ou algum grupo sempre vai ficar de fora. Mozdzinski (2015) contextualiza esta crítica a partir de Brudson (1997, p.28): “[...] imagens realísticas de mulheres [em filmes e na TV] significa iniciar uma batalha para definir o que se quer dizer com ‘realístico’”, uma vez que isso “consiste sempre em um argumento em favor da representação da sua versão de realidade”

Ou seja, se por um lado celebramos a diversidade no videoclipe de *Vai malandra*, por outro devemos estar atentos aos efeitos colaterais de tais representações que podem esvaziar o feminismo de seus sentidos de luta política histórica, bem como indicar que existe a boa e a má forma de experienciar o gênero. Esta dicotomia articulada por uma perspectiva feminista da mídia encontra consonância no próprio conceito de cultura popular.

A construção do popular é sempre um lugar de uma luta constante; seus conteúdos assim como sua audiência varia de um período histórico para outro. É um domínio no qual diferentes sentidos e



II Seminário Internacional de Pesquisas em Mídia e Processos Sociais

valores, muitos deles constituídos com poderosas inflexões políticas (seja dominante, subordinada ou oposicional) confrontam e misturam-se uns com os outros (Grossberg, 1992, p. 77, tradução nossa).

Consideramos, portanto, que *Vai malandra* atua nestas duas lógicas: ao mesmo tempo em que possui um papel importante a fim de agenciar outras formas de representar os corpos e as práticas da periferia, pode acabar essencializando estas ações. Não buscamos, com esta crítica, “condenar” o videoclipe, mas sim demonstrar o estatuto dicotômico de um produto audiovisual elaborado a fim de dar representatividade às mulheres de classe popular em um amplo espectro. Celebramos que estas representações tenham alcançado imensa circulação nos meios de comunicação e na internet. Concordamos que *Vai malandra* tem um papel importante para mobilizar discussões sobre autonomia política dos corpos e sobre um novo olhar para a periferia. Porém, amparados pelas teóricas feministas McRobbie (2004) e Brudson (1997) e em diálogo com Grossberg (1992), também permanecemos atentos às contradições e aos efeitos colaterais que podem ser deslocados. Apesar disso, não deslegitimamos os discursos representados em *Vai malandra*. Afinal, o paradoxo é característica inerente das culturas populares. [...] [A] cultura popular não funciona de maneira simples e constantemente fora da cultura dominante – seja o dominante entendido como a dominação de uma elite ou das massas (Grossberg, 1992, p. 77, tradução nossa).

5 Considerações finais

A partir desta exploração, consideramos que sim, existem representações de práticas de resistência em *Vai malandra*. Elas são compreendidas em, por vezes, sutis sobreposições entre gênero, classe e suas ressonâncias no âmbito da cultura popular. Assim, *Vai malandra* funciona como um veículo de manifestações contra discursos opressores de ordem social e política. A partir de suas performances de gênero, Anitta propõe romper com a representação hegemônica dos corpos na cena funk ao colocar em evidência a sua celulite, pessoas transexuais e às práticas de uma comunidade da periferia situada na cidade do Rio de Janeiro. De forma autêntica, a cantora dá visibilidade a questões que dizem respeito às mulheres, sugerindo novos “usos” de seus



II Seminário Internacional de Pesquisas em **Mediatização** e Processos Sociais

próprios corpos; e à cena funk, apresentando-a como inclusiva, apesar das tentativas políticas de censurá-la.

Ainda que existam signos de protestos apresentados no videoclipe, consideramos que o produto midiático opera, em determinadas ocasiões, a partir de gramáticas hegemônicas que também foram problematizadas. O diretor Terry Richardson, por exemplo, conta com acusações de abuso sexual. Estas questões nos levam a confirmar as aproximações que se estabelecem, muitas vezes, entre o subalterno e o poder. Ainda, a partir de uma perspectiva teórica feminista, consideramos que estas contradições, bem como a representação celebratória da diversidade, pode esvaziar a pauta política do feminismo em certos sentidos ao passo em que perpetua um simulacro de realidade, uma falsa aparência de que “tudo vai bem”. Apesar disso, somos positivos em relação a estas representações que dão voz a grupos historicamente subalternizados no âmbito midiático. Acreditamos que esta é uma das vias que nos levarão à justiça social em relação ao respeito à diversidade.

Por fim, *Vai malandra* nos leva a considerar que o funk, inscrito nas lógicas de produção (MARTÍN-BARBERO, 2001) de uma cena musical (SÁ; JANOTTI JÚNIOR, 2013), vem configurando-se como um *locus* midiático em que reivindicações da cultura popular – e, nesse estudo, sobretudo àquelas relacionadas às intersecções de gênero e classe –, são colocadas em visibilidade através de um processo de mediatização (HJARVARD, 2012) que expande o alcance destas representações. É pela via da mediatização que reforçamos a perspectiva de que as representações de *Vai malandra* servem ao agenciamento de uma discussão política sobre liberdade e preconceito. Concordamos com o pensamento de que a mediatização, enquanto um processo contínuo, contribui para transformações no âmbito do comportamento e da cultura. *Vai malandra* é uma manifestação, um pedaço de um processo de mediatização de discussões políticas sobre gênero e classe.



II Seminário Internacional de Pesquisas em **Midiatização** e Processos Sociais

Referências

- ANITTA. 2017. Anitta, Mc Zaac, Maejor ft. Tropkillaz & DJ Yuri Martins - Vai Malandra (Official Music Video). Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=kDhptBT_-VI>. Acessado em: 30/12/2017.
- ANITTAHD. 2016. Anitta faz polêmica no Villa Mix Festival "Eu prefiro ficar sozinha, do que ser subordinada". Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=2mNMlThfjn8>>. Acessado em: 24/12/2017.
- BRUDSON, C. 1997. *Screen tastes: soap opera to satellite dishes*. London, Routledge, 256 p.
- CÂMARA DOS DEPUTADOS. 2015. PL1256/2015. Disponível em: <<http://www.camara.gov.br/proposicoesWeb/fichadetramitacao?idProposicao=1215463>>. Acessado em: 12 jan. 2018.
- CANCLINI, N. G. 1989. *Culturas híbridas: estratégias para entrar y salir de la modernidade*. Distrito Federal, Grijalbo, 385 p.
- COUTINHO, I. 2006. Leitura e análise da imagem. In: DUARTE, J.; BARROS, A. (orgs.). *Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação*. São Paulo, Atlas, p. 330-344.
- GROSSBERG, L. 1992. *We gotta get out of this place: popular conservatism and postmodern culture*. London, Routledge, 431 p.
- HALL, S. 2006. *Da diáspora: Identidades e mediações culturais*. Belo Horizonte, Editora UFMG, 410 p.
- HANSEN, C. *Os ex-pobres do Brasil*. As representações da “nova classe média” nas revistas Carta Capital, Época, IstoÉ e Veja. Porto Alegre, RS. Dissertação de mestrado. Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, 200 p.
- HJARVARD, S. 2012. Midiatização: teorizando a mídia como agente de mudança social e cultural. *Matrizes*, 5(2): 53-91.
- LIBARDI, G. 2016. *Como elas fazem e ouvem funk: estratégias de autopromoção midiática e práticas de consumo*. Porto Alegre, RS. Dissertação de mestrado. Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 290 p.
- MAIA, F. 2017. Métodos globais podem fazer de Anitta a primeira estrela brasileira. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/2017/12/1945458-metodos-globais-podem-fazer-de-anitta-a-primeira-estrela-brasileira.shtml>>. Acessado em: 24/12/2017.



II Seminário Internacional de Pesquisas em **Mediatização** e Processos Sociais

MARTÍN-BARBERO, J. 2001. *Dos meios às mediações: Comunicação, cultura e hegemonia*. Rio de Janeiro, Editora UFRJ, 356 p.

McROBBIE, A. 2004. Post-feminism and popular culture. *Feminist Media Studies*, 4(3): 255-264.

MOREIRA, S. V. (2006). Análise documental como método e como técnica. In: DUARTE, J.; BARROS, A. (orgs.). *Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação*. São Paulo, Atlas, p. 269-279.

MOZDZENSKI, L. Feministas X *Stupid Girls*: a construção midiática da identidade feminina na cultura pop. In: SÁ, S. P.; CARREIRO, R.; FERRARAZ, R. (orgs.). *Cultura Pop*. Salvador, EDUFBA; Brasília, COMPÓS, p. 73-90 .

O GLOBO. 2017. Em entrevista exclusiva, Anitta fala sobre celulite e a questão da mulher no clipe 'Vai malandra'. Disponível em: <<http://blogs.oglobo.globo.com/gente-boua/post/em-entrevista-exclusiva-anitta-fala-sobre-celulite-e-questao-de-mulher-no-clipe-vai-malandra.html>>. Acessado em: 24/12/2017.

PUREBREAK. 2017. Anitta quebra recordes com apenas 24 horas de "Vai Malandra". Disponível em: <<http://www.purebreak.com.br/noticias/anitta-quebra-recordes-com-apenas-24-horas-de-vai-malandra-veja-numeros/66376>>. Acessado em: 31/12/2017.

SÁ, S. P.; JANOTTI JUNIOR, J (orgs). 2013. *Cenas musicais*. Guararema, Anadarco Editora, 169 p.

STUMPF, I. R. C. (2006) Pesquisa bibliográfica. In: DUARTE, J.; BARROS, A. (orgs.). *Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação*. São Paulo, Atlas, p. 51-61.