**Vai, Malandra: Estratégias de Visibilidade Presentes na Performance Musical da Cantora Anitta.**

Dariane Lima Arantes[[1]](#footnote-1)

**Resumo**

O artigo se dedica, a partir da articulação entre comunicação e culturas do consumo, a refletir sobre os sentidos e tensões presentes na performance musical da cantora Anitta, no videoclipe “Vai, malandra”, lançado em dezembro de 2017. Centramos o debate nas visibilidades sociais que emanam dessa cena audiovisual, indagando como os fluxos identitários e culturais que dela emergem dialogam com realidades sociais e contextos culturais, atrelados às subjetividades, disputas simbólicas e imaginários, em um cenário permeado por lógicas de branqueamento. O objetivo principal é identificar quais os sentidos de negritude que emergem dessa produção audiovisual e suas possíveis associações com políticas de branqueamento que envolvem o contexto brasileiro, principalmente, no que concerne a produções musicais voltadas ao entretenimento, como os videoclipes. Nossa reflexão, utiliza ferramentas multimetodológicas que tomam a centralidade do formato audiovisual no contexto sociocultural brasileiro e nas culturas do consumo como eixo principal de observação. Esta análise se justifica por se propor a desconstruir elementos essencialistas derivados de discursos hegemônicos, que legitimam a construção social estigmatizada, que inferioriza aqueles considerados fora do padrão hegemônico de branquitude. Considerando, para tanto, a mídia enquanto lugar privilegiado para se refletir sobre os fluxos identitários e culturais que emergem de produções audiovisuais musicais. Nosso quadro teórico mobiliza autores como Martín-Barbero (1997) para pensar o popular como lugar metodológico, a partir das representações da favela carioca presentes no videoclipe, além das reflexões de Canclini (1998); Hall (2003) para indagar as ambivalências presentes na performance musical de Anitta, no que se refere a questões atreladas a negritude, políticas de branqueamento e identidades mestiças; e, por fim, Thiago Soares (2014) para investigar as produções de sentidos que emanam de produções musicais, como os videoclipes. Observamos que o corpo, a partir da performance musical de Anitta, constitui-se como território de disputas identitárias, onde a mídia se configura como “palco”, ao visibilizar esses embates.

**Palavras-chave:** Comunicação e consumo; performance musical; videoclipe; identidades mestiças; Anitta.

1. **Introdução**

A cultura pop é uma forma híbrida por excelência, por constituir-se enquanto espaço de conflito de onde emergem fluxos identitários e culturais, desvelando-se assim, enquanto um campo de batalha, de onde se estabelecem tensões e negociações de sentido. Soares (2014) entende que a cultura pop deve ser interpretada a partir de um viés interdisciplinar, em que as interfaces entre comunicação e os Estudos Culturais nos fornecem balizas teóricas importantes para a compreensão de suas linguagens e produções, que encenam maneiras particulares de fruição e engajamento, legando aos sujeitos uma vivência estética fortemente pautada na ideia de performance, assim como as que podemos observar nos videoclipes (SOARES, 2014).

A concepção teórica do que vem a ser cultura pop está atrelada ao conjunto de práticas, experiências e produtos norteados pela lógica midiática, que possuem como gênese o entretenimento e as lógicas de produção ligadas as indústrias da cultura - como a da música – estabelecendo assim “formas de fruição e consumo que permeiam um certo senso de comunidade, pertencimento ou compartilhamento de afinidades e que situam indivíduos dentro de um sentido transnacional e globalizante” (SOARES, 2014, p.2). Deste modo, refletir sobre produções audiovisuais como o videoclipe, pressupõe enfrentamentos teóricos e empíricos a um lugar permeado pelo cruzamento entre o tradicional e o moderno, por mesclas culturais que relacionam tanto as dimensões culturais de um mundo globalizado, como a forma como esses aspectos culturais de base global afetam e se interligam ao universo local, em um produto excessivamente difundido no campo do entretenimento. Esses processos de hibridação cultural, segundo Canclini (1998), desmoronam oposições convencionais como hegemônico/subalterno; tradicional/moderno e exigem outros modos conceituais de interpretação que permitam compreender tais complexidades.

Nesse sentido, o videoclipe surge como observatório para se pensar os fluxos identitários, as tensões e interrelações entre cultura pop, hibridismo cultural e as representações da alteridade, como as evidenciadas na performance musical da cantora Anitta, no videoclipe “Vai, malandra”, lançado em dezembro de 2017, que evidencia elementos interessantes para se pensar tais relações.

No videoclipe, a cantora explora aspectos de uma internacionalização baseada em uma cultura massiva, evidenciada nesta cena a partir da inspiração de sua performance na “glamourização das divas norte-americanas”, da música cantada em inglês, da participação de cantores estrangeiros, ao mesmo tempo em que visibiliza também a estética do popular e do periférico utilizando, por exemplo, o funk como ritmo, a favela carioca como cenário, mulheres de biquini na laje, etc.

Assim, a escolha desta cena audiovisual para reflexão e análise, se justifica por concebermos tal produção midiática como terreno discursivo em que se constroem projeções sobre a cultura brasileira no cenário internacional, do mesmo modo que se constitui enquanto espaço para que artistas, como Anitta, teçam interpretações sobre a realidade brasileira, a partir de elementos performáticos musicais como escolha de cenário, figurino, elenco, coreografias, ritmos, etc. Assim, nossa problemática constrói-se no intuito de compreender em que medida tais aspectos culturais mobilizados reiteram ou não aspectos de um Brasil exotizado, a partir da retratação de uma favela erotizada que suaviza desigualdades sociais e visibiliza a mulher negra brasileira por um conotação sensualizada, que se associa ao estereótipo da mulata exportação, principalmente no que concerne a imagem de Anitta no videoclipe, que aparece bem mais bronzeada que o habitual, com tranças e roupas justas.

A partir desta problemática traçamos como objetivo principal refletir sobre o modo como o popular é representado nessa cena audiovisual, a partir da visibilidade que é dada a favela e as mulheres, sobretudo negras, na performance do videoclipe. Para tanto, utilizamos as reflexões teóricas sobre o popular (MARTÍN-BARBERO, 2004), hibridismo cultural (CANCLINI, 1998), cultura pop (SOARES, 2014), identidades e representações da diferença nas produções midiáticas (HALL, 2003), para dialogar com o objeto empírico escolhido. Nossa reflexão, se utiliza de ferramentas multimetodológicas que tomam a centralidade do formato audiovisual no contexto sociocultural brasileiro e nas culturas do consumo, como eixo principal de observação.

1. **Hibridismo cultural e cultura pop: apontamentos conceituais sobre os videoclipes**

Ao versar sobre as culturas populares, Canclini (1998) argumenta que nelas não há nada de tradicional, autêntico ou autogerado, ao contrário, influenciadas que são pelos processos migratórios, globalização, urbanização e a consequente hibridação das classes, etnias e nações, tem suas modalidades de organização reconfiguradas, fugindo das oposições convencionais como: hegemônico/subalterno; tradicional/moderno, etc.

O popular é assim entendido como um campo de batalha, que prevê lutas e enfrentamentos que se dão de forma irregular e desigual com a cultura hegemônica, que visa incessantemente desordená-lo e reordená-lo, com o intuito de o confinar dentro das definições mais abrangentes das formas dominantes. Contudo, essas lutas também pressupõem momentos de resistência e superação, demonstrando que não existem vitórias constantes, mas “posições estratégicas, a serem conquistadas ou perdidas” (HALL, 2003, p. 255).

A partir desse olhar, o popular se caracteriza pelas tensões e oposições entre a cultura que pertence aos grupos hegemônicos e a cultura a que pertencem os grupos periféricos. A cultura popular, portanto, se estrutura a partir de relações que sustentam a distinção e a diferença, por meio de embates contínuos de influência, antagonismos, relacionamentos etc. podendo variar de época para época (HALL, 2003). Esses embates, entre culturas “periféricas” e “dominantes”, são intensificados com o desenvolvimento tecnológico e a expansão urbana, complexificando as relações sociais, gerando processos desterritorialização e de mesclas interculturais, que se caracterizam pela hibridação cultural (CANCLINI, 1998).

A partir desses apontamentos sobre essas novas configurações da cultura, Canclini nos convida a refletir sobre como interpretar essas manifestações “impuras” que não cabem nem no culto e nem no popular, mas que “brotam de seus entrecruzamentos ou de suas margens” (CANCLINI, 1998, p. 283). Assim, temos que a hibridação cultural se dá partir de processos que quebram e mesclam coleções organizadas pelos sistemas culturais, promovendo a desterritorialização de processos simbólicos e a proliferação de gêneros impuros (CANCLINI, 1998). Nesse sentido, a expansão urbana, atrelada a massificação dos meios de comunicação, transformaram os vínculos entre público e o privado, modificando as formas de pensar, os gostos e as dinâmicas nos espaços urbanos.

Deste modo, o autor ressalta que os processos de investigação de tais impactos devem considerar ao mesmo tempo, os efeitos integradores e dissolventes dos meios de comunicação, atrelados aos demais processos de unificação e atomização gerados pelas transformações recentes do desenvolvimento urbano (CANCLINI, 1998). A seu ver, uma das principais questões geradas por essas novas dinâmicas está no papel que a mídia passa a adquirir no debate público, ao exercer o protagonismo como grande mediadora e mediatizadora das relações sociais, substituindo outros formatos de interações coletivas.

Assim, temos que a cultura urbana se reorganiza ao ceder o protagonismo do espaço público aos aparatos tecnológicos. Nessa perspectiva, a mediatização do social se acentua, e o cidadão passa a exercer também o papel de público consumidor. Assim, nesta “democracia audiovisual”, em que o “real” passa a ser produzido por imagens produzidas pela mídia “o peso das encenações, das ações políticas, se constituem-se enquanto imagens políticas (CANCLINI, 1998, p. 290). Canclini (1998) ressalta, contudo, que as tecnologias da comunicação não substituem as interações sociais, pelo contrário, a seu ver, as dinâmicas sociais mediadas por aparatos tecnologias funcionam como um jogo de ecos, que se influenciam mutuamente.

Nesse contexto, a que se pontuar que os recursos tecnológicos nunca são neutros, contudo, também não se configuram como onipotentes. Seus significados dependerão sempre dos usos de lhes são atribuídos pelos agentes que os utilizam. Dessa forma, as tecnicidades não podem ser compreendidas sem as mediações culturais. Conforme afirma Martín-Barbero (2004), as tecnologias devem ser entendidas como novas formas de percepção e linguagem, novas sensibilidades e escritas e não apenas como algo que remeta a aparelhos e máquinas.

Assim, as reflexões do autor, perpassam a busca de entender como essas transformações tecnológicas afetam e transformam as relações sociais e o quanto suas apropriações abrem possibilidades originais de interpretação e comunicação, promovendo a criatividade e a inovação, ao mesmo tempo que em podem também reproduzir estruturas de dominação. No entendimento de Canclini, a coexistência desses usos contraditórios pressupõe “uma reorganização dos cenários culturais e dos cruzamentos constantes das identidades” o que exige um outro modo de investigar as ordens que sistematizam as relações materiais e simbólicas entre os grupos” (CANCLINI, 1998, p. 309).

Nesse contexto, as identidades e as dinâmicas sociais passam a ser repensadas a partir desses processos de hibridação cultural, que apesar de já existirem há muito tempo, segundo Canclini (2003), se multiplicaram em grande medida a partir do século XX, com os processos migratórios, expansão urbana e desenvolvimento de aparatos tecnológicos. Canclini, conceitua o termo “hibridismo” como processos socioculturais em que estruturas e práticas discretas, que existiam de forma separada, se combinam para gerar novas estruturas, objetos e práticas (CANCLINI, 2003).

Desta forma, o autor compreende o hibridismo como uma importante chave conceitual para se fazer interpretações mais abertas e plurais de mesclas interculturais e conflitos multidimensionais. Assim, ele adota uma perspectiva empírica de análise e interpretação, ao defender que os objetos de estudos da hibridação são, justamente, os processos de hibridação, entendendo que esses processos, evidenciam o quanto a hibridação interessa tanto aos grupos hegemônicos, quanto aos grupos populares que desejam se apropriar dos benefícios da modernidade (CANCLINI, 2003).

Nesse contexto, de processos incessantes de hibridação, as noções de identidades são relativizadas. Isto porque, não é mais possível abordar tais discussões, a partir de traços fixos, nem afirmar as identidades como uma essência de uma etnia ou nação. Na compreensão proposta pelo autor, as identidades devem ser vistas a partir dos modos como as comunidades constroem relatos, sobre sua origem e desenvolvimento, tudo isso, a partir de um universo interconectado em que se apropriam de repertórios heterogêneos de bens e mensagens disponíveis nos circuitos transnacionais (CANCLINI, 2003). Desta forma, refletir sobre tais aspectos culturais, não tem a intenção de denominar “identidades puras ou autossuficientes”, mas de perceber e situar-se diante de toda essa complexidade, compreendendo como se dão os processos de hibridação nestes cenários.

Corroborando com as ideias de Canclini, Hall (2003) situa a concepção de identidade aos processos de globalização e hibridismo cultural, afirmando que elas não devem ser entendidas por meio de um viés essencialista, mas a partir de um conceito estratégico e relacional. Dessa forma, as identidades se estabelecem ao longo de práticas, discursos e posições que se cruzam podendo, inclusive serem antagônicas, e, portanto, sempre inseridas em processos de mudança e transformação (HALL, 2003).

Nesse sentido, as produções midiáticas da cultura popular, como os videoclipes, configuram-se como espaços frutíferos para se refletir sobre esses fluxos e tensões identitárias em contextos híbridos, principalmente no que concerne às questões sobre representação da alteridade e estereótipos de corpos negros no contexto sociocultural brasileiro, permeado por lógicas de branqueamento.

Os videoclipes, são entendidos por Canclini como o “gênero mais intrinsicamente pós-moderno” (CANCLINI, 1998, p.305). Isto porque, eles mesclam, ao mesmo tempo, música, imagem e texto, a partir de um viés “transtemporal”, que associa imagens e melodias de diferentes épocas, destinadas ao público massivo. Essas narrativas fragmentadas saqueiam imagens de todas as partes, em qualquer ordem, e, nesse sentido, demonstram que não há interesse em evidenciar o que é novo ou o que veio anteriormente, mas em se deixar levar pelas visões efêmeras (CANCLINI, 1998).

Para Thiago Soares (2004), o videoclipe, imerso na cultura pop, mescla conceitos que vão desde a teoria do cinema e da televisão, associando-se à aspectos da retórica publicitária e dos sistemas de consumo da música popular massiva, fundamentando-se assim como um instrumento híbrido de comunicação que reorganiza “postulados culturais aparentemente bem estruturados e sendo, em si, um elemento negociador dos produtos culturais” (SOARES, 2004, p. 14).

Dessa forma, pensar sobre os videoclipes nos auxiliam a refletir sobre os atritos, as tensões, e as lógicas de produção que permeiam esses produtos da cultura pop, construídos a partir de linguagens e de experiências contextuais, acionados a partir de dispositivos simbólicos presentes nessas obras. Permitindo assim, reconhecer em que medida estão sendo evidenciadas brechas que permitam um questionamento de ordem estética e cultural destes produtos ou pelo contrário, de que forma estão sendo visibilizados aspectos que reiteram as lógicas de produção das indústrias da cultura. Assim, os videoclipes surgem como um observatório para se pensar as representações midiáticas sobre o popular e suas intersecções com questões de raça e de gênero no contexto brasileiro, que convocam a refletir sobre como tais indagações se atrelam às tensões identitárias que a eles se associam.

1. **Hibridismo cultural e tensões identitárias no contexto dos videoclipes: uma análise da performance de Anitta em “Vai malandra”.**

Despontando no cenário pop atual como uma das principais cantoras brasileiras, Anitta, nome artístico de Larissa de Macedo Machado, nasceu no Rio de Janeiro. De origem periférica, iniciou no universo musical ainda criança, cantando em um coral de uma igreja católica, no bairro do subúrbio carioca onde cresceu, Honório Gurgel. Sua carreira teve início em 2010, ao ser contratada pela produtora Furacão 2000[[2]](#footnote-2), ganhando visibilidade posteriormente com o videoclipe “Show das Poderosas”, passando a ser conhecida nacionalmente desde então.

Em agosto de 2017, com pretensões de se projetar no mercado internacional, Anitta lançou o projeto musical *Check Mate*. A empreitada, consistiu na divulgação de um videoclipe por mês, produzidos de modo a explorar diferentes gêneros musicais, com letras cantadas, em sua maioria, em inglês ou espanhol, e coreografias e figurinos inspirados nas cantoras americanas do universo do pop. Dentre as canções, a que mais teve repercussão midiática foi a intitulada “Vai, malandra”, que ultrapassou a marca de 500 mil visualizações no *Youtube*[[3]](#footnote-3) em apenas vinte minutos da publicação.

A performance do videoclipe é bastante focada em aspectos culturais das periferias cariocas, desde a escolha dos cenários, dos atores, do figurino dos intérpretes, até funk como ritmo musical que embala a canção, tudo tem a intenção de evidenciar uma ideia de brasilidade a ser visibilizada por olhos internacionais, ao mesmo tempo em que consiste também em uma estratégia da cantora para denotar pertencimento aquele local, com a intenção de mostrar que, embora sua intenção seja alçar voos internacionais, suas raízes brasileiras de origem pobre, mestiça e periférica, não são esquecidas, ao contrário, são utilizadas como forma de visibilizar sua identidade enquanto “mulher brasileira”. Em entrevista sobre o lançamento do clipe, a artista esboça essas pretensões: “*Tive a oportunidade de mostrar minhas origens neste clipe. Um pouco do que eu mesma curtia, onde eu morava. O bronze na laje, o baile funk, o mototáxi e a alegria, claro”[[4]](#footnote-4).*

A escolha do Morro do Vidigal para cenografia do videoclipe também demonstra um significado bastante simbólico, no que se refere a aspectos do hibridismo cultural observados nesta cena audiovisual. A comunidade do Vidigal é marcada por acontecimentos históricos e políticos importantes das localidades periféricas do Rio de Janeiro, predominantemente ocupada por indivíduos de origem negra. Na década de 70[[5]](#footnote-5), por exemplo, os moradores receberam uma intimação do governo carioca com o aviso que de que seriam removidos do local, que passaria a servir de espaço para a construção de um condomínio de luxo. O fato gerou uma batalha judicial de anos entre a comunidade e o munícipio do Rio, em prol da permanência dos moradores, com vitória, posteriormente, dos membros da comunidade. Outra questão que evidencia o Vidigal como palco de questões políticas e tensões entre periferia e grupos dominantes é a violência devido ao tráfico de drogas. A comunidade foi durante anos cenário de disputas entre facções rivais, tendo diminuído os índices de violência apenas em 2012, com a pacificação[[6]](#footnote-6).

Contudo, o Morro do Vidigal que aparece no videoclipe de Anitta é um local harmônico, pobre, preto e feliz, distante de sua realidade histórica de violência e de disputas políticas. A imagem da favela ilustrada na performance musical de “Vai, malandra” se aproxima daquela que é vendida ao turismo internacional como um “cartão postal do Rio de Janeiro” celebrando, de certo modo, a ideia de democracia racial brasileira, que convive em harmonia, mesmo com todas as desigualdades raciais, de gênero e classe que envolvem nossa cultura. Temos, dessa forma, que o popular visibilizado no videoclipe de Anitta é esvaziado de suas tensões e conflitos, em que as contradições presentes, principalmente no que concerne ao debate racial, são suavizados (Hall, 2003).

Outro fator emblemático, que chama a atenção nesta produção audiovisual, e a forma como são representadas as mulheres, sobretudo, as mulheres negras. Se por um lado é possível observar uma diversidade de tipos de beleza feminina que se distanciam de padrões normativos de aparência, trazendo para a cena do videoclipe mulheres gordas, negras, transsexuais, e uma Anitta que não se envergonha de mostrar sua celulite, ao contrário, dispensa o uso de recursos de edição de imagens, como uma forma de visibilizar a beleza de mulheres “reais” - longe dos enquadramentos comerciais da publicidade no que concerne ao corpo feminino. Por outro lado, temos também uma exacerbação do erotismo, a partir da retratação de mulheres bronzeadas, seminuas, que sensualizam para a câmera e se associam aos estereótipos da mulata exportação, representadas a partir de um olhar sexualizado, com a intenção de provocar e seduzir. A própria Anitta, em sua performance, reitera essa representação da mulata exportação ao aparecer com a pele bem mais escura que o habitual, de tranças – penteado associado a cultura africana - algo incomum quando comparamos ao restante de sua produção musical em videoclipes.

Nesse sentido, Hall (2003), ao refletir sobre as dinâmicas de representação, entende que diferentemente da tipificação que é essencial para a produção de significado, pois nos auxilia a entender o mundo, os estereótipos, por outro lado, essencializam, naturalizam e fixam a diferença a estas características. Deste modo, dividem os indivíduos entre o normal e aceitável e o anormal e inaceitável, excluindo, assim, tudo o que não se encaixa, ou o que é diferente. Assim, nas representações presentes no videoclipe “Vai malandra”, apesar de presenciarmos uma importante intenção de pluralidade de representações de corpos femininos, ainda assim, temos que esta cena audiovisual recai sobre estereótipos que sexualizam a mulher, principalmente a mulher negra. Isto porque, o clipe reitera o lugar social que estigmatiza o corpo negro. Nesse sentido, tais representações reforçam as reflexões de Hall (2003) de que o negro ou a representação da negritude, na maioria das vezes, só adquire centralidade em papéis de destaque na sociedade ao se adaptarem as imagens estereotipadas que os setores hegemônicos brancos tenham deles.

1. **Considerações finais**

A partir da análise do videoclipe “Vai, malandra” de Anitta, pudemos observar as ambivalências presentes nesta cena audiovisual, que nos possibilitam refletir sobre aspectos conceituais do hibridismo cultural que envolvem as tensões identitárias presentes no contexto sociocultural brasileiro, em um cenário permeado por conflitos, que agregam questões como a forma como as desigualdades sociais, as questões de gênero e étnicas tem sido representadas na cultura popular.

A nosso ver, temos que, por mais que alguns aspectos da obra devam ser exaltados, como por exemplo, o fato de o videoclipe promover uma visibilidade mais plural de corpos femininos e dar destaque a grupos periféricos em uma produção de grande difusão, que alcançou uma repercussão relevante na mídia nacional e internacional, como “Vai, malandra” a obra não se dispôs a problematizar o lugar social da favela e da mulher, principalmente o da mulher fora dos padrões normativos de branquitude.

Temos que, em sua maioria, o videoclipe suaviza as tensões sociais e a pobreza presente na favela, deixando de problematizar aspectos como a desigualdade, a violência e exclusão que esses lugares sociais representam. É visibilizado apenas a favela enquanto local exótico, pobre, porém, harmônico e receptivo ao turista estrangeiro, que não representa risco, ao contrário, está ali para ser desfrutado, como lugar de visitação.

Além disso, a representação da mulher, ainda permanece a partir de um viés objetificado, que se associa a estereótipos sexualizados, como o da mulata exportação, que são reforçados, a partir de representações que mostram mulheres fora do padrão normativo de branquitude, performando nas cenas e coreografias de forma erotizada. Como podemos observar na figura da própria Anitta, que aparece com a pele muito mais bronzeada que o habitual, com penteados comuns da cultura africana como tranças e cabelos afro, sempre como uma conotação sensualizada, reforçando, estereótipos.

1. **Referências**

GARCÍA CANCLINI, Néstor. **Culturas híbridas**. São Paulo: EDUSP, 1998. p. 283-350.

GARCÍA CANCLINI, Néstor. Noticias recientes sobre la hibridación. Revista Transcultural de Musica, n. 7, 2003. Disponível em: <http://www.sibetrans.com/trans/trans7/canclini.htm>. Acesso em: 04 jun 2019.

HALL, Stuart. **Da diáspora: identidades e mediações culturais**. Belo Horizonte/Brasília: Editora UFMG/Representação, 2003.

MARTÍN- BARBERO, Jesus. Redescubriendo al Pueblo: la cultura como espacio de hegemonia. In: MARTIN-BARBERO, Jesus. **De los medios a las mediaciones**. Barcelona: Gustavo Gilli, 1987, p. 72-94**.**

MARTÍN- BARBERO, Jesus. Itinerários de investigación. In: MARTÍN-BARBERO, Jesús. Ofício de cartógrafo – Travessias latino-americanas da comunicação na cultura. São Paulo, Loyola, 2004. p. 209-256. Acesso em: 10/06/2019.

SOARES, Thiago. Abordagens teóricas para estudos da cultura pop. Revista Logos, n. 41, 2014. Disponível em: <https://www.e-publicacoes.uerj.br/index.php/logos/article/viewFile/14155/10727>. Acesso em: 10/06/2019.

SOARES, Thiago. Videoclipe, o elogio da desarmonia: hibridismo, transtemporalidade e neobarroco em espaços de negociação. Anais do IV Encontro dos Núcleos de Pesquisa da Intercom. Disponível em: <http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/34993058721904594029607013385137403671.pdf> . Acesso em: 10/06/2019.

1. Doutoranda em Comunicação e Práticas do Consumo na Escola Superior de Propaganda e Marketing – ESPM/SP - Bolsista CAPES (PROSUP INTEGRAL). E-mail: dariane\_arantes@yahoo.com.br. [↑](#footnote-ref-1)
2. Gravadora carioca responsável pela popularização do funk carioca desde os anos 90, tendo lançado diversos artistas. [↑](#footnote-ref-2)
3. Plataforma digital de compartilhamento de vídeos. [↑](#footnote-ref-3)
4. Entrevista de Anitta ao Jornal O Globo. Disponível em: https://oglobo.globo.com/cultura/musica/anitta-defende-funk-fala-do-video-de-vai-malandra-22195248 [↑](#footnote-ref-4)
5. Informações disponíveis em: https://extra.globo.com/noticias/rio/quando-vidigal-venceu-estado-ha-40-anos-favela-sofreu-tentativa-de-remocao-21974847.html [↑](#footnote-ref-5)
6. Informações disponíveis em: https://brasil.elpais.com/brasil/2014/02/12/sociedad/1392210741\_352847.html [↑](#footnote-ref-6)