

ARTIGO

Favela venceu! – Resistência veiculada em videoclipes de bregafunk

ANDRÉ LUIZ MARANHÃO DE SOUZA-LEÃO ¹

MARIANA ALMEIDA DE SOUZA LOPES ¹

¹ UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO (UFPE), RECIFE – PE, BRASIL

Resumo

A produção musical é responsável pela veiculação de ideologias, uma vez que gêneros se encontram intrinsecamente atrelados a discursos políticos. Na cena musical recifense, o bregafunk cumpre esse papel, retratando, em sua produção de videoclipes, a periferia como um espaço de sociabilidades e afetividades, bem como de ambição por melhores condições sociais e econômicas. Com base na teoria foucaultiana, consideramos a favela um exemplo emblemático de resistência. Com base nisso, a presente investigação se orienta pela seguinte questão de pesquisa: como a produção de videoclipes de bregafunk evidencia uma resistência da favela? Para tal, realizamos uma Análise de Discurso Foucaultiana de 777 videoclipes de bregafunk postados no Youtube entre setembro de 2012 e setembro de 2020. Os resultados evidenciam uma formação discursiva que alude a uma maior representação da favela na sociedade. Por um lado, essa formação discursiva é caracterizada pela busca de empoderamento de minorias e pelo próprio cidadão da periferia; e, por outro, pela valorização da favela. Esses achados evidenciam uma resistência da favela por meio da representação de identidades políticas circunscritas nesse espaço social. Esse processo revela um *ethos* particular, que, ao ser alternativo e resistente ao status quo, revela uma sublevação, ao sustentar discursos políticos a partir de atos de contra conduta ao que costuma ser considerado socialmente normal.

Palavras-chave: Bregafunk. Favela. Videoclipes. Resistência. Análise de discurso foucaultiana.

Favela won! – Resistance conveyed in bregafunk music videos

Abstract

Music production accounts for spreading ideologies since music genres are intrinsically linked to political discourses. *bregafunk* is a music genre that fulfills this role in the music scene of Recife, Brazil. The genre's video production portrays the city's favelas as places of sociability and affection, as well as of ambition for better social and economic conditions. Based on the Foucauldian theory, favelas are an emblematic example of resistance. Thus, this study is guided by the following research question: how does the production of *bregafunk* music videos evidence favelas' resistance? Foucauldian discourse analysis was applied to 777 *bregafunk* music videos posted on Youtube between September 2012 and September 2020. Results have evidenced a discursive formation showing higher favela representativeness in society. This discursive formation is characterized by the appreciation of favelas and their citizens' efforts to empower minorities. These findings have evidenced favelas' resistance by representing political identities inserted in this social space. This process reveals a specific and alternative *ethos* challenging the status quo by supporting political discourses with acts against those considered socially normal.

Keywords: *Bregafunk* music. Favela. Music videos. Resistance. Foucauldian discourse analysis.

¡Favela venceu! – Resistencia difundida en los videoclips de bregafunk

Resumen

La producción musical es responsable de la difusión de ideologías, ya que los géneros están intrínsecamente ligados a los discursos políticos. En el escenario musical de Recife, *bregafunk* cumple ese rol, retratando, en su producción de videoclips, la periferia como espacio de sociabilidad y afectividad, así como de ambição de mejores condiciones sociales y económicas. Con base en la teoría foucaultiana, consideramos a la favela un ejemplo emblemático de resistencia. A partir de ello, el estudio presente se orienta por la siguiente pregunta de investigación: ¿cómo la producción de videoclips *bregafunk* evidencia la resistencia de las favelas? Con este fin, realizamos un análisis foucaultiano del discurso de 777 videoclips de *bregafunk* publicados en Youtube entre septiembre de 2012 y septiembre de 2020. Los resultados muestran una formación discursiva que alude a una mayor representación de la favela en la sociedad. Por un lado, esta formación discursiva se caracteriza por la búsqueda de empoderamiento de las minorías y de los propios ciudadanos de la periferia; y, por otro, por la valorización de la favela. Estos hallazgos muestran una resistencia de la favela a través de la representación de identidades políticas circunscritas a este espacio social. Este proceso revela un *ethos* particular que, al ser alternativo y resistente al *statu quo*, revela un levantamiento, al sustentar discursos políticos a partir de actos de contra conducta a lo que suele considerarse socialmente normal.

Palabras clave: *Bregafunk*. Favela. Videoclips. Resistencia. Análisis foucaultiano del discurso.

Artigo submetido em 05 de maio de 2022 e aceito para publicação em 12 de dezembro de 2022.

[Artigo traduzido]

DOI: <https://doi.org/10.1590/1679-395120220124>

INTRODUÇÃO

Além de sua função como provedor de diversão, a indústria do entretenimento tem incluído, cada vez mais na sua produção, uma construção discursiva essencial na formação ideológica da sociedade (Giles, 2017; Morrison, 2017; Straubhaar & Davis, 2018). Isso pode ser observado na disseminação do *American way of life* (ou estilo de vida americano) pelo cinema de Hollywood (Jung, 2018) ou, mais recentemente, no crescente interesse na cultura sul-coreana, derivada pela popularização de sua produção musical e audiovisual (Ng & Chan, 2020).

Com relação à indústria fonográfica, pode-se entender que a produção musical responde por um amplo discurso ideológico; desde a década de 1950, contraculturas surgiram ou estiveram intimamente relacionadas à música – como os movimentos hippie, punk e grunge – para citar alguns (Romero, 2022). Especificamente, os gêneros musicais estão intrinsecamente ligados aos discursos políticos. Por exemplo, o Rap é visto como uma “arte de identidade” nos Estados Unidos, uma vez que os artistas levam em consideração seu próprio comportamento ao desenvolver esse gênero (Lauger & Densley, 2018), enquanto o hip-hop teve papel central na formação de uma geração de indivíduos marginalizados que a usavam como autoexpressão (Harlow & Benbrook, 2019). Por outro lado, o funk brasileiro muitas vezes contribui para a maneira como os artistas masculinos e femininos do funk gerenciam suas carreiras e estilo de vida (Moreira, 2017).

Na cena musical recifense, o bregafunk é um gênero que também parece contribuir na formação de uma ideologia distinta. A cidade é caracterizada por profundas desigualdades sociais: embora tenha o 13º PIB do Brasil (Borba, 2022), mais de 50% de sua população é considerada de baixa renda (Santana, Medeiros, & Monken, 2022). Do outro lado, Recife é berço de uma cultura popular de ritmos consagrados nacionalmente, como o Frevo (Spanos, 2019) e o Manguebeat (Mendonça, 2019). Advindo das periferias da cidade, os cliques do bregafunk apresentam, em sua maioria, a favela, tanto em seus cenários quanto nas letras das músicas (Bento, 2021a; Gericó, J. E. P. Souza, & Pereira, 2020). Assim, o bregafunk possui um discurso de enaltecimento que afirma que a favela não é inferior às zonas mais ricas da cidade (Albuquerque, 2018b; Tavares, 2020).

A música bregafunk também parece contribuir para a formação de uma ideologia diferenciada no cenário musical recifense. A cidade é caracterizada por profundas desigualdades sociais: embora tenha o 13º PIB do Brasil (Borba, 2022), mais de 50% de sua população é considerada de baixa renda (Santana et al., 2022). Do outro lado, Recife é berço de uma cultura popular de ritmos consagrados nacionalmente, como o Frevo (Spanos, 2019) e o Manguebeat (Mendonça, 2019). A maioria dos videocliques desse gênero, oriundos da periferia da referida cidade, apresenta favelas tanto em seus cenários quanto em suas letras (Bento, 2021a; Gericó et al., 2020).

As favelas brasileiras protagonizam uma grande diferença socioeconômica na população brasileira (Klôh et al., 2020). Elas surgiram ao final do século XIX, com a abolição da escravatura, que obrigou os ex-escravos a buscarem moradias próximas aos centros urbanos. O fenômeno se estendeu até o século XX, com um crescente movimento de êxodo rural. Assim, muitas vezes, as favelas são caracterizadas como espaços que abrigam os pobres, em espaços de terra ilegais (Motta, 2019). Fica evidente, portanto, que a favela representa a segregação entre as classes sociais no país (Maia, Teixeira, & Kalaoum, 2020).

Isto posto, consideramos que a favela é um exemplo emblemático do que Foucault denomina, em sua filosofia, como resistência: práticas que se estabelecem como um contraponto ao exercício do poder estabelecido (Foucault, 1988), que é exercido por meio de aparatos que regulam conhecimentos estabelecidos na sociedade, denominados por Foucault (2014b) como dispositivos de poder. Assim, ao nos fundamentarmos na visão foucaultiana, entendemos que discursos que buscam festejar, valorizar e demonstrar orgulho da favela representam uma resistência à segregação que esse espaço social sofre de um dispositivo de poder social e econômico dominante.

Além disso, por muito tempo, as favelas foram vistas como lugares violentos, que não possuem a presença do Estado (Carvalho & Cabral, 2021; Gonçalves & Malfitano, 2021; Muniz & Oliveira, 2014) – o que, por sua vez, levou as favelas a formarem seus próprios arranjos socioeconômicos e políticos (Menezes & Mano, 2020). No entanto, o imaginário da favela como lugar de mazelas parece estar em desconstrução, pois elas passaram a ser retratadas por suas comunidades como lugar de orgulho (Gonçalves & Malfitano, 2020). Nesse sentido, as manifestações culturais dentro das favelas representam uma posição política de resistência contra o estigma negativo associado a esses espaços (Dinardi, 2019).

No caso do bregafunk, chama atenção como sua produção de videoclipes retrata a periferia recifense como um espaço de sociabilidades e afetividades, bem como de ambição por melhores condições sociais e econômicas. Caracterizados por conteúdos visualmente engajadores, geralmente focados em artistas que apostam em performances para chamar atenção do público (Doré & Pugsley, 2019), essas produções audiovisuais agem, também, como agentes de propagação discursiva, ao serem amplamente difundidos, permitindo que, para além do entretenimento, veiculem atos políticos ou ideológicos (Chen, Wang, & Qiao, 2021; Rademacher & Kelly, 2019; Van Klinken, 2018; Zanette, 2013).

Assim, as favelas são aqui vistas como *loci* emblemáticos, onde ocorrem o que a filosofia de Foucault chama de resistência: práticas estabelecidas como contrapontos ao exercício do poder estabelecido (Foucault, 1988), exercidas por meio de elementos heterogêneos (e.g.: discursos, instituições, doutrinas) voltadas para a regulação do conhecimento estabelecido na sociedade; segundo Foucault (2014b), esses elementos constituem dispositivos de poder. Assim, com base na perspectiva foucaultiana, entendemos aqui que as práticas voltadas para a celebração, valorização e orgulho da favela são representantes da resistência à segregação imposta a esse espaço social por um dispositivo de poder social e econômico dominante.

A música bregafunk proclama um discurso de empoderamento segundo o qual as favelas não são inferiores às zonas mais ricas da cidade; pelo contrário, o ritmo chama a atenção como a produção de seus videoclipes retratam a periferia da cidade do Recife como lugar de sociabilidade e afeto, bem como de ambição por melhores condições sociais e econômicas (Albuquerque, 2018b; Tavares, 2020). Entendemos que, ao retratar a favela a partir de um olhar positivo e naturalista, os videoclipes de bregafunk promovem práticas discursivas focadas em mostrar a resistência das favelas aos dispositivos dominantes que impõem sobre elas a representação de uma sociedade marginalizada. Assim, o ritmo atua também como agentes de propagação discursiva, pois sua ampla divulgação permite veicular atos políticos ou ideológicos que vão além do fator entretenimento (Chen et al., 2021; Rademacher & Kelly, 2019; Van Klinken, 2018; Zanette, Lourenço, & Brito, 2013). Com base nessa perspectiva, o presente estudo é norteado pela seguinte questão de pesquisa: **como a resistência da favela é evidenciada na produção de videoclipes de bregafunk?**

A pesquisa se alinha ao campo de investigação denominado como *Consume Culture Theory* (CCT), abordando uma ideologia de mercado massivamente mediada (Arnould & Thompson, 2005, 2007; Gaião, I. L. Souza, & Souza-Leão, 2012). Apesar de esta ser uma das temáticas definidas no campo, vemos um menor número de trabalhos produzidos nela, seja pelo fato de não abordar o consumidor diretamente, seja pelo seu potencial de perspectiva crítica. Por outro lado, o trabalho se insere em uma trilha investigativa de crescente importância dentro do campo da CCT: a utilização da teoria e do método foucaultianos, sobretudo ao investigar atos de resistência presentes em contexto de ou voltados para o consumo (Denegri-Knott & Tadajewski, 2017). Por fim, a investigação de um fenômeno cultural enraizado localmente vai ao encontro de uma tendência atual da CCT, que é o avanço da teoria sobre a cultura de consumo local (Arnould & Thompson, 2015; Steenkamp, 2019).

A CONCEPÇÃO DE RESISTÊNCIA PARA A TEORIA FOUCAULTIANA

Na teoria foucaultiana, a resistência é caracterizada por ser uma contraposição ao exercício de poder em certo contexto sócio-histórico (Foucault, 1988). Esse poder, para Foucault, não é algo que se detém, mas algo exercido de maneira relacional (Foucault, 2008, 2014b). O poder, portanto, só existe quando exercido sobre alguém, definindo condutas. Aqueles que são sujeitados a atos de poder produzem então transmutações capazes de influenciar a configuração das condutas existentes ao performarem atos de resistência (Camargo, Souza-Leão, & Moura, 2021). Dessa maneira, para Foucault (1988), a resistência aparece em uma relação de simbiose com o poder atuante, coexistindo de maneira intrínseca a ele, como uma contrapartida ao poder, seja ele explícito (e.g. regularidades institucionais ou práticas da sociedade) ou implícito (e.g. em concepções internalizadas) (Demangeot et al., 2019).

Para Foucault (1988, 1995, 1999), toda relação de poder pressupõe resistência, do contrário não se trataria de poder, mas de dominação, o que, para o autor, escapa à ordem do poder. Assim, pode-se afirmar que a resistência acompanha o exercício de poder, inclusive, em termos de seu escopo e intensidade (Cherrier, 2009; Lee, Motion, & Conroy, 2009). Assim, a resistência é uma força mutável, se reformulando constantemente a fim de se transformar junto às relações de poder, também em constante processo de mudança (Cavalcanti, Souza-Leão, & Moura, 2021b; Maciel, 2014).

Os exercícios de poder são estabelecidos por meio daquilo que Foucault (2014b) denomina de dispositivos de poder, que se referem a aparatos que estabelecem ou mantêm relações de poder a partir de instituições heterogêneas (e.g., discursos, instituições, doutrinas) capazes de estabelecer ou manter relações de poder. Esses elementos representam a relação entre saber e poder apresentada por Foucault: enquanto todo o saber se forja em meio a relações de poder, todo poder depende do saber para ser exercido. Assim, por um lado, esses elementos são formados por práticas discursivas (e.g., conhecimento científico, legislação), que representam como o conhecimento é estabelecido e disseminado; por outro lado, por práticas não discursivas (e.g., instituições, arquitetura), que funcionam como fundamento de poder.

Esses aparatos regulam conhecimentos estabelecidos na sociedade como verídicos ou não verídicos, estabelecendo o que se entende como verdades (Cavalcanti et al., 2021a, 2021b; Thompson, 2017). Por outro lado, os dispositivos são estabelecidos e fundamentados nos saberes instituídos e validados em uma sociedade (Camargo et al., 2021; Costa & Souza-Leão, 2017; Johnsen, Lacoste, & Meehan, 2020), que têm o propósito de firmar e fundamentar as relações de poder (Dreyfus & Rabinow, 1995, pp. 127; Souza-Leão, Ferreira, Camargo, & Moura, 2019).

Os saberes e o exercício de poder estão intrinsecamente vinculados, o que significa que nenhum saber é neutro: eles perpetuam relações de poder, que, por sua vez, necessitam desse saber para permanecerem em exercício (Zanette & Brito, 2019). Os atos de resistência, então, se caracterizam como uma contestação ou mesmo negação àquilo que é operado pelos dispositivos de poder, revelando uma luta de certos grupos ou formações sociais (Moraes & Carrigan, 2011).

VIDEOCLIPES COMO PROMOTORES DE IDEOLOGIAS

A linguagem videoclíptica é composta de um conjunto de recursos sonoros e imagéticos que compõem, de maneira conjunta, uma narrativa audiovisual (Duda, 2019; Jones, 1988). Mais do que veicular músicas, os videoclipes possuem, em suas imagens, uma fonte de tons e texturas que complementam as melodias, sendo parte fundamental na construção dessa linguagem (Gow, 1994; Hansen, 2017). Assim, o videoclipe age como um conjunto de elementos técnicos e estéticos que, juntos, transmitem ao seu consumidor aquilo que a música deseja expressar (Van Klinken, 2018, Vernallis et al., 2021).

Mais do que transmitir uma narrativa, esses videoclipes têm se tornado uma das principais ferramentas de promoção de bandas e artistas, que se colocam em evidência a partir dessas produções (Doré & Pugsley, 2019; Holt, 2011; Johansson, 1992). O videoclipe age, portanto, como uma ferramenta de comunicação, atuando de maneira a influenciar seus consumidores de maneira massiva ao disseminar esses artistas (Kanozia & Ganghariya, 2021; Kelly & Currie, 2021; Suh, Davies, & Burnasheva, 2021). Tendo em vista as funções desempenhadas pelo videoclipe, argumentamos, portanto, que eles acabam tendo uma função publicitária, uma vez que buscam divulgar um produto e convencer o público-alvo a participar desse mercado, assim como qualquer outra ferramenta promocional de marketing (Godefroit-winkel & Peñalosa, 2020; Ulver, 2019).

No campo da CCT, essa função publicitária é analisada por meio de como comunicações massivamente mediadas propagam produtos a fim de influenciar consumidores em suas escolhas (Bajde, 2014; Gürhan-canli, Sarial-abi, & Hayran, 2018). Por ser trabalhada de forma persuasiva, essas comunicações terminam por articular certos aspectos ideológicos, de forma a provocar uma identificação nos consumidores (Rokka, 2021; Schmitt, Brakus, & Biraglia, 2021). O propósito dessa carga ideológica é fazer com que os consumidores se vejam representados (Kolyperas, Maglaras, & Sparks, 2019). Dessa maneira, essa comunicação aborda projetos ideológicos específicos, que propagam discursos culturais que pretendem ir ao encontro dos interesses de seus públicos (Chen et al., 2020; Rademacher & Kelly, 2019; Van Klinken, 2018; Zanette, 2013).

Os consumidores, por sua vez, recebem tais mensagens a partir de esquemas interpretativos vinculados aos contextos culturais que associam aos conteúdos apresentados (Crockett, 2017; Zhao & Belk, 2008). Assim, podemos dizer que os videoclipes veiculam mensagens que buscam se alinhar à visão de mundo e experiências de certo público, bem como sua expectativa de ver representado em seus elementos audiovisuais, podendo, inclusive, assumir certa função social e política que seja pertinente a ele.

BREGAFUNK COMO UMA REPRESENTAÇÃO DAS PERIFÉRIAS RECIFENSES

Originário das periferias do Recife, o bregafunk se constitui da mistura entre o brega (ritmo melódico, de batida mais lenta e com letras voltadas para romance, tradicional na cidade), e o funk carioca (ritmo do sudeste brasileiro caracterizado por batidas rápidas e letras que tratam sobre drogas, tráfico e ostentação) (Albino, 2020; J. Santos & Ramires, 2017). Tendo sua origem na década de 1980 (Abramus, s.d.), o bregafunk permaneceu como um ritmo de repercussão local até ganhar destaque nacional em 2018 (Ortega, 2018; Palomares, 2021; E. H. Santos, Lopes, & Soares, 2018). Desde então, um número crescente de artistas tem lançado produções do gênero, que tem se tornado cada vez mais popular no país (Albuquerque, 2018a; Prado, 2019; Prisco, 2019). A facilidade de compartilhamento de música pela internet e o *streaming* fizeram com que o bregafunk ultrapassasse as fronteiras da periferia do Recife e ganhasse abrangência nacional (Macambira, 2022).

O bregafunk possui uma linguagem audiovisual de edição dinâmica, com cortes rápidos e sucessivos, valorizando as batidas pronunciadas do ritmo, além de coreografias características, sobretudo o denominado “passinho”, dança em que o quadril se mexe para a frente enquanto as mãos realizam um movimento para trás, a fim de simular um ato de conotação sexual (Rocha, 2020; Silva, Félix, & Araújo, 2021). Essas produções podem tanto ser de origem amadora, o que parece ser predominante nos vídeos mais antigos, quanto resultado do trabalho de produtoras estabelecidas e vocacionadas ao gênero (e.g., Kondzilla, Thiago Gravações) - estas caracterizam os vídeos mais recentes, principalmente após a popularização nacional do gênero (Bento, 2019). A difusão desses videocliques tem se dado principalmente pelo Youtube, seja por meio de canais pequenos, geralmente de contas pessoais e nominais, ou das produtoras; graças à sua popularidade, a plataforma tem propiciado aos artistas de bregafunk milhões de visualizações de suas produções (Bento, 2019, 2021b).

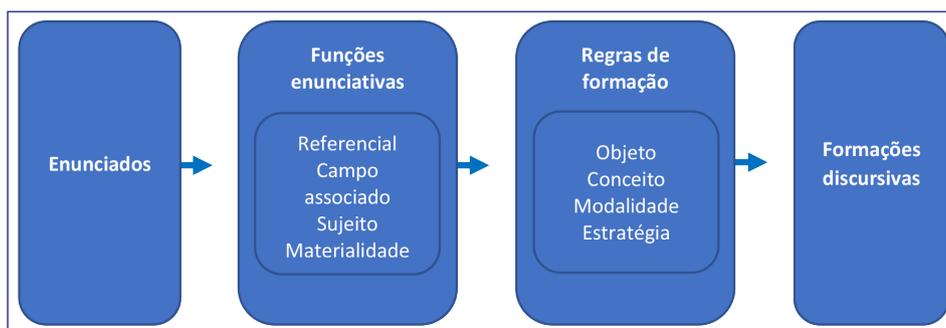
Além de seu caráter estético mais relacionado ao gênero em si (e.g., ritmo, dança), os videocliques de bregafunk apresentam alguns temas comuns, como a ostentação social, grandes festas e relacionamentos – afetivos, de amizade, mas, sobretudo, de caráter sexual (Miranda, Lima, R. P. Souza, & V. M. Santos, 2015). Esses temas são apresentados tendo como pano de fundo uma diversidade de cenários, que vão, sobretudo, das periferias do Recife a mansões de luxo, passando por praias paradisíacas do litoral do Estado e lugares icônicos da cidade (Folha de Pernambuco, 2021).

Essa sobreposição de temas e cenários parece revelar, simultaneamente, a realidade da periferia e o desejo de uma vida melhor. Assim como ocorreu em relação a outros gêneros (e.g., o rap nos Estados Unidos, o funk em relação ao Rio de Janeiro), o bregafunk parece representar a vocalização do contexto social e econômico da periferia (Bento, 2021a; Gericó, et al., 2020), assim como o funk ostentação representa o contexto econômico e social propagado pelas favelas do Rio de Janeiro (Abdalla & Zambaldi, 2016), por exemplo. Apesar de próximas dos centros da cidade, as periferias muitas vezes são vistas em um contexto social separado dos centros urbanos, resultados de processos históricos de estigma e opressão (Carvalho & Cabral, 2021; Gonçalves & Malfitano, 2021; Muniz & Oliveira, 2014). Nesse sentido, a popularização do bregafunk tem sido responsável pela propagação da cultura da periferia recifense tanto para o resto da cidade como para todo o Brasil (Albuquerque, 2018b; Bento, 2021b; Tavares, 2020).

PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

A pesquisa realizada é de natureza qualitativa, a partir de uma abordagem semi-indutiva, que fundamenta nosso problema de pesquisa e serve de lente para a interpretação dos resultados (Flick, 2008; Souza-Leão, Mello, & Vieira, 2009). Como método de pesquisa, adotamos a Análise de Discurso Foucaultiana (ADF). De acordo com Foucault (2014a), discursos se referem a certos enunciados formados pelo mesmo conjunto de conhecimentos; seu método de análise discursiva avalia como produções discursivas evidenciam certas regularidades ao serem enunciadas em certo contexto, tempo e espaço, mostrando certas regularidades. Essas produções compõem um conjunto de dados, denominado de arquivo, e definido a partir da identificação de certo acontecimento, que diz respeito a um intervalo temporal que caracteriza certo fenômeno a ser investigado.

Figura 1
Processo Analítico da ADF



Fonte: Elaborada pelos autores.

A análise desse arquivo parte da identificação de enunciados para desvendar formações discursivas; tais enunciados, por sua vez, evidenciam certas funções, enquanto as formações discursivas se estabelecem a partir de certas regras. Destacamos que esses elementos são identificados em sinais linguísticos, não sendo restritos a textos escritos, o que nos permite investigar outros tipos de textos, como o audiovisual (Foucault, 2014a). Esse processo analítico é evidenciado na Figura 1. As categorias analíticas, que formam a base da ADF, são definidas no Quadro 1.

Quadro 1
Categorias analíticas da ADF

Enunciados			
São as unidades elementares do discurso, presentes nos elementos sígnicos (e.g., textos escritos, imagéticos) do arquivo de pesquisa (i.e., conjunto de dados), representando as práticas discursivas ali circunscritas, servindo de base para as formações discursivas.			
Funções Enunciativas			
Uma vez que os discursos são entendidos como práticas, as funções enunciativas dizem respeito a como os enunciados performam certas funções no discurso. Eles são baseados em quatro critérios (referencial, campo associado, sujeito e materialidade) observados em enunciados e que, combinados, revelam as funções enunciativas em um arquivo.			
Referencial	Campo Associado	Sujeito	Materialidade
Referencial tem relação aos sujeitos e tópicos relacionados aos enunciados, apontando o que está sendo dito.	Uma vez que discursos são produzidos com o domínio de certos conhecimentos, os enunciados surgem fundamentados pelos campos associados.	Sujeitos se relacionam pelas posições de fala (e.g., social, cultural, política), a partir de onde os enunciados são produzidos.	Materialidade se refere aos meios (e.g., conceitos, ilustrações, representações) por onde os enunciados são manifestados.
Regras de Formação			
Regras de Formação revelam como as funções performadas pelos enunciados suportam a constituição das Formações Discursivas. Assim como com as funções enunciativas, elas também são definidas por 4 critérios (objeto, conceito, modalidade e estratégia) que são análogas às observadas nas Funções Enunciativas.			
Objeto	Conceito	Modalidade	Estratégia
Objetos fazem referência às limitações e especificações circunscritas nos referenciais dos enunciados.	Conceitos se correspondem a certas ideias e noções desenvolvidas pelos Campos Associados adotados nos enunciados.	Modalidades se referem às maneiras ou estilos com que os indivíduos performam os enunciados de certas posições de sujeito.	Estratégias revelam propósitos ou intenções observados nas materialidades dos enunciados.
Formação discursiva			
Formações Discursivas aos discursos localizados em certo tempo e espaço, por meio das regularidades evidenciadas nos enunciados de certos arquivos. Eles representam regularidades evidenciadas nos enunciados de certos arquivos, representando conjuntos de relações estabelecidas entre enunciados, funções enunciativas e regras de formação.			

Fonte: Adaptado de Foucault (2014a).

O sistema proposto por de Souza-Leão (Souza-Leão & Costa, 2018; Souza-Leão & Moura, 2018), que estabelece uma lógica de feixes de relações entre as categorias de análise, foi aqui adotado para a operacionalização da nossa pesquisa. A análise tem como ponto de partida a inferência dos enunciados, a partir de uma lógica de codificação qualitativa, mas sob o entendimento do que caracteriza um enunciado. Nesse processo, é possível se identificar relações entre enunciados. Na sequência, se analisa os critérios de funções presentes nesses enunciados, identificando-se cadeias sintagmáticas que propiciam a definição das funções enunciativas. Nesse sentido, um enunciado pode desempenhar diferentes funções, assim como uma função enunciativa pode estar ligada a mais de um enunciado – tipicamente relacionados entre si, pelo menos parcialmente. A partir dos critérios das funções enunciativas, se analisa os critérios de regras de formação, que lhes são análogas, novamente se identificando cadeias sintagmáticas, agora para se definir as regras de formação. Por fim, a maneira as regras se constituem, bem como convergência dos feixes de relações todas as categorias, tornam possível a identificação de formações discursivas.

Para formar o arquivo, realizamos diversas pesquisas no Youtube entre junho e setembro de 2020, com palavras-chave pertinentes ao tema (e.g., bregafunk, clipe bregafunk, bregafunk Recife). Utilizamos uma conta recém-criada na plataforma, para que as buscas não fossem influenciadas pelos recomendados do site. Além disso, foram explorados também canais em que a presença desses videoclipes era recorrente, a fim de exaurir o arquivo. A coleta deu-se por completa quando os recomendados do Youtube mostravam apenas videoclipes que já haviam sido coletados ou videoclipes de outros gêneros musicais. Também foi levada em consideração a coleta de todos os videoclipes dos canais recorrentes de postagem de videoclipes de bregafunk.

Após essa primeira coleta, foram obtidos 1300 videoclipes – o número de arquivos, inicialmente, era maior, já que o Youtube, como uma plataforma aberta, permite que diferentes usuários publiquem os mesmos vídeos; apesar de termos achado a maioria dos vídeos em contas de profissionais (i.e., dos próprios artistas, ou de produtoras musicais), vários videoclipes foram publicados em duas ou mais contas – incluindo aqui perfis pessoais. Assim, passamos a realizar um processo de aprimoramento dos vídeos, em duas rodadas: a primeira teve como objetivo certificar que nenhum videoclipe do arquivo estava repetido, enquanto a segunda teve como finalidade a investigação do arquivo, para excluir todos os videoclipes que destoassem do gênero bregafunk (e.g. clipes de brega, forró ou rap que haviam sido coletados), baseado na expertise dos autores com relação ao tema. Com isso, nosso arquivo definitivo de pesquisa foi constituído de 777 videoclipes de bregafunk, postados no Youtube entre setembro de 2012 e setembro de 2020. O início do intervalo temporal da produção analisada foi marcado pelo primeiro videoclipe pertencente ao gênero que foi postado na plataforma, marcando nosso acontecimento discursivo.

Os vídeos possuem 581 artistas diferentes, baseados em *feats* e colaborações entre esses artistas dentro do gênero. Em alguns videoclipes, foi possível observar até seis artistas, o que aumentou consideravelmente o número de participantes. Os videoclipes foram gravados predominantemente na periferia da Região Metropolitana do Recife, mas também em pontos turísticos famosos da cidade, bem como, em alguns casos, em outras localidades do litoral do estado. Vale ressaltar que foram coletados apenas os vídeos postados no Youtube; os comentários postados sobre eles não foram arquivados, pois não foram objeto de análise.

Para fins analíticos, cada um dos 777 vídeos foi visualizado pelo menos duas vezes antes de sua análise formal, para que os pesquisadores tivessem uma imersão no arquivo como um todo. Por outro lado, enquanto um pesquisador realizava a primeira rodada de análise dos vídeos, o outro verificava e validava tal análise, em um processo de triangulação, entendido como critério de qualidade da pesquisa qualitativa (F. G. Paiva, Souza-Leão, & Mello, 2011).

DESCRIÇÃO DOS RESULTADOS

Como resultado da análise, identificamos uma formação discursiva, a qual denominamos **Favela Venceu**. O título foi escolhido por ser uma expressão comumente utilizada pelos moradores de periferias brasileiras, fazendo uma alusão à maior representação da favela na sociedade, à resistência das comunidades e às conquistas das periferias (Gomes, 2021).

Denominamos a primeira regra de formação de **Empoderamento** (R01), uma vez que esta evidencia ações de militância de minorias para conquistar mais espaço dentro e fora do gênero. Essas ações trazem uma defesa de posições políticas (e.g., defesa da diversidade sexual, da liberdade da mulher ou o orgulho da favela) refletidas nos videoclipes, seja por meio da presença de indivíduos dessas minorias (e.g., mulheres, pessoas LGBTQIAPN+) ou na presença de objetos que remetam a essas posições (e.g., bandeiras LGBTQIAPN+, maquiagem usada por homens, roupas que trazem frases de “favela chegou”).

O discurso revela que as minorias sentem orgulho de seus gêneros, orientações sexuais, aparência ou origens, sendo demonstrado por essas minorias a partir da utilização de seus corpos ou desses objetos. De maneira geral, essas ações acontecem de duas maneiras: no empoderamento a partir da sexualização dos corpos desses artistas ou de ações de empoderamento que trazem atos políticos em seu cerne.

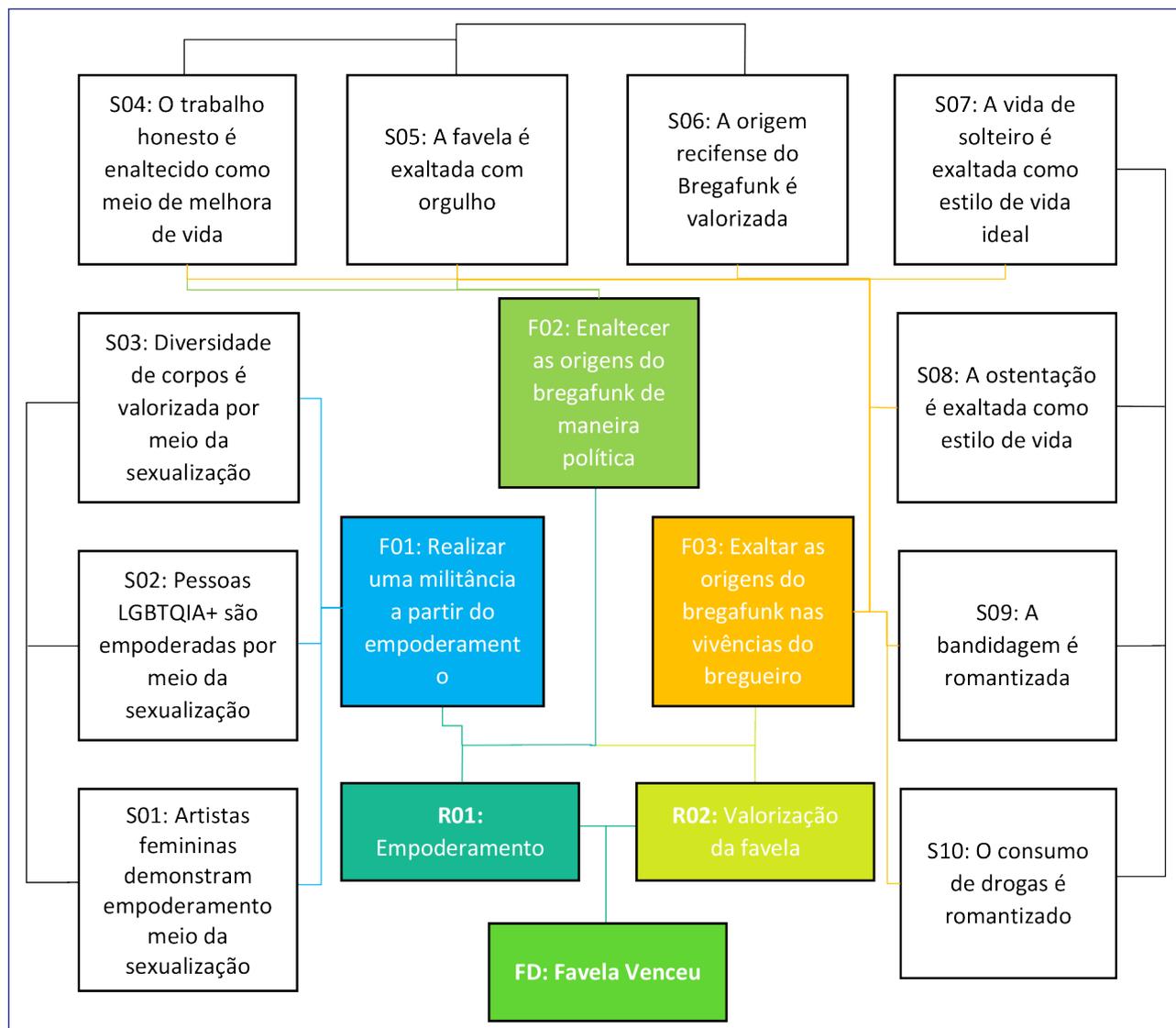
A regra se debruça sobre a *representação* (objeto), que demonstra a maneira como artistas do gênero trazem à tona pautas políticas relacionadas às mulheres, à população da favela ou à população LGBTQIAPN+. Esse aspecto evidencia uma busca por *autoafirmação* (estratégia), uma vez que é possível perceber que esses artistas procuram estabelecer uma presença dentro do gênero, ao buscarem a liberdade de se expressarem como bem desejarem, e fora do ritmo, ao advogarem por essas posições políticas, evidenciando, assim, uma *luta* (modalidade). Esse processo evidencia uma postura de *ativismo* (conceito) desses indivíduos, que procuram transformar a realidade do contexto em que estão inseridos através das ações políticas apresentadas nos videoclipes.

A segunda regra de formação foi denominada **Valorização das Favelas** (R02), pois evoca comportamentos associados a práticas cotidianas ou experiências vividas nas favelas da cidade do Recife nos videoclipes. A emergência das favelas – seja na ambientação ou nas práticas retratadas nos videoclipes – mostra o apreço dos artistas por esse contexto, pois mostram o orgulho de pertencer a esses lugares.

A Regra de Formação se debruça sobre o *ethos* (objeto), ao abordar o contexto social de onde o bregafunk se originou, em seus cenários, práticas e estética. Esse *ethos* se baseia em três práticas: a *identidade* (conceito) traz a ligação desses indivíduos com as vivências não só da favela, mas do Recife, a partir de práticas ou de tokens presentes nos videoclipes (e.g. sombrinhas de frevo e bandeiras de Pernambuco presentes nas produções, ou a realização de narrativas que evocam o dia-a-dia da favela como forma de *storytelling* nos clipes); a *ascensão social* (conceito) revela comportamentos desses artistas que abordam a valorização da favela; já a *farra* (conceito) mostra práticas festeiras, atitudes de ostentação ou uma visão romantizada do consumo de drogas ou do porte de armas presentes no ritmo como estética do bregafunk. Essas práticas evocam atitudes *festeiras* (modalidade) ao revelar comportamentos que retratam um estilo de vida idealizado a partir de ideias de ostentação, de uma vida descompromissada ou a partir de uma visão romantizada com relação ao consumo de drogas; atitudes *infratoras* (modalidade), que apontam para a maneira como os artistas sexualizam crianças a partir de uma interação sexualizada existente entre mulheres e meninos, ou para a romantização de comportamentos ilícitos por meio do porte de armas; e comportamentos de *luta* (modalidade), ao trazer práticas que evidenciam a valorização da favela ou da localidade recifense do bregafunk. Essas práticas discursivas objetivam uma *distinção* (estratégia), uma particularização desse bregueiro e desse estilo de vida da favela refletido no bregafunk a fim de consolidar as práticas desse local a partir do ritmo, ou uma *valorização* (estratégia) da favela, ao construir uma imagética da favela como um local de valor dentro da cidade.

Os resultados foram apresentados em três subseções com base nas funções enunciativas vinculadas a essas regras de formação. A escolha por essa organização se deu pelo fato de identificarmos que esse nível de análise permitia um melhor diálogo com a teoria, bem como uma demonstração mais precisa dos dados. Seguindo a lógica de feixes de relações do método analítico adotado (ver Figura 1), cada subseção inicia com a descrição de suas respectivas funções enunciativas, seguida da forma como elas são configuradas por seus critérios constitutivos – assim como fizemos em a descrição das regras de formação (acima). Finalmente, apresentamos os enunciados dentro de cada agrupamento de relações discutidos. É neste ponto que apresentamos e contextualizamos os dados da pesquisa, com base nos videoclipes analisados. A Figura 2 apresenta o mapa com todos os feixes de relações que conduzem à formação discursiva aqui identificada.

Figura 2
Mapa de feixes analisados



Fonte: Elaborada pelos autores.

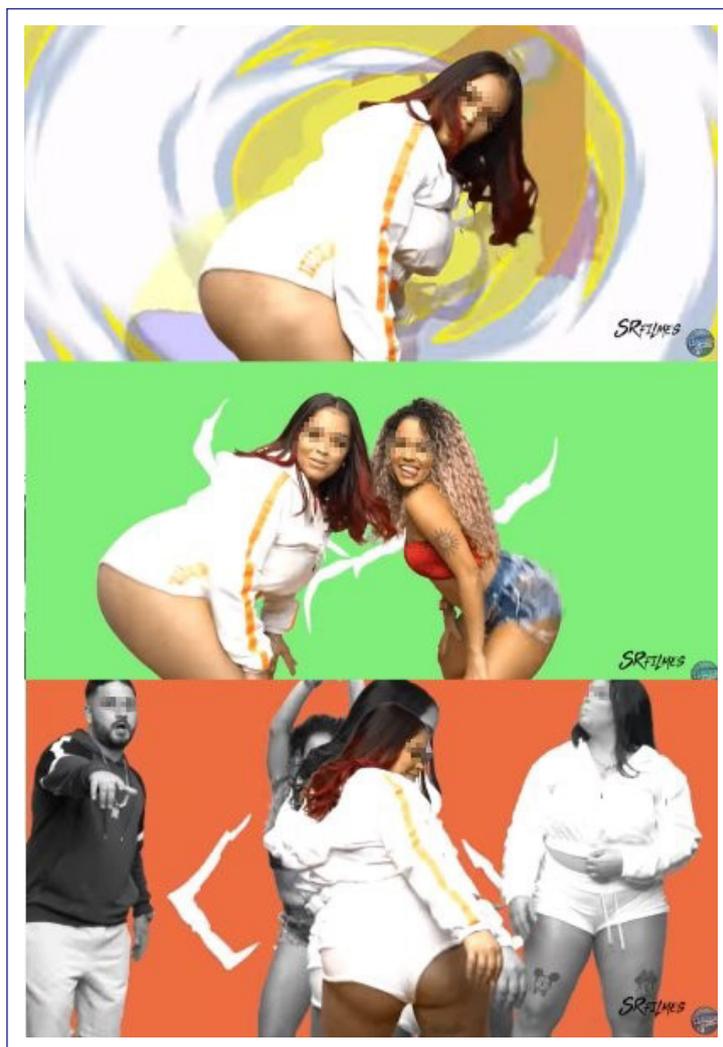
Militância baseada no empoderamento

A primeira função enunciativa evidencia a militância a partir do empoderamento, portanto, vinculada à regra de formação quanto ao **empoderamento** (R01). Pode-se observar, nas cenas dos videoclipes, que minorias (sejam elas mulheres, comunidade LGBTQIAPN+ ou indivíduos fora do padrão) se colocam como sujeitos de sua própria sexualização. Esses vídeos geralmente mostram indivíduos dançando com movimentos sedutores ou em atos ativamente sexualizados, ou pelo menos naturalmente inseridos nesses contextos.

Ao evocar esses atos, essa função engloba uma ação política (referencial), uma vez que as atitudes de sexualização realizadas pelos próprios artistas se tornam atos políticos ao expressarem a liberdade desses indivíduos de utilizarem seus próprios corpos. Essa ação política é realizada pelo militante (sujeito), que traz uma posição de luta pela liberdade de expressão dessa sexualidade; ou pelo simpatizante (sujeito), que, apesar de não participar da minoria mostrada no videoclipe, demonstra um apoio para com essa posição de liberdade sexual. Esses discursos são estabelecidos com base na erótica (campo associado), ao evocar a sexualidade como demonstração de poder e empoderamento desses indivíduos, ou pela política (campo associado), ao evocar princípios que refletem a liberdade desses indivíduos. Essas ações são apresentadas a partir da militância (materialidade) presente nos videoclipes, que mostram uma pluralidade de pessoas em situação de autoaceitação nas produções videoclípticas.

Essa função se relaciona a três enunciados. Quando **artistas femininas demonstram empoderamento por meio da sexualização** (S01), são trazidas as práticas das cantoras de bregafunk que se empoderam ao ocuparem espaço dentro de um gênero que tradicionalmente explora as mulheres. Nessas instâncias, elas se colocam como sujeitos sexuais, ao usar os próprios corpos como forma de exalar poder por meio de danças de cunho sexual, movimentos provocantes e discursos sexualizados que enaltecem a liberdade sexual dessas artistas. Na Figura 3, é possível observar que a cantora (de jaqueta branca) realiza uma dança provocante, ao lado de outra mulher e de um homem com quem ela interage sem nenhum tipo de contexto sexual. Já na Figura 4, a cantora (de boné) demonstra sua sensualidade através dos maneirismos corporais e da maneira com que ela olha para a câmera. Novamente, outra mulher dança sensualmente, enquanto um homem participa sem interagir com elas de forma sexualizada.

Figura 3
Artistas femininas demonstram empoderamento por meio da sexualização



Fonte: Arquivo da pesquisa.

Figura 4
Empoderamento pelo aitivismo



Fonte: Arquivo de pesquisa.

Por outro lado, quando **membros da comunidade LGBTQIAPN+ são empoderados por meio da sexualização (S02)**, é possível observar que aqueles que fogem do padrão heteronormativo são empoderados ao se estabelecerem como indivíduos atraentes em videoclipes. É possível enxergar esse ativismo sexual em movimentos que demonstram amor-próprio desses indivíduos como o balançar do cabelo, olhar sexy e danças para a câmera ou na presença de símbolos que remetem aos direitos dos LGBTQIA+, como bandeiras ou em acessórios femininos utilizados pelos homens (e.g., maquiagem, roupas femininas ou perucas). Na Figura 5, uma pessoa que foge do padrão cis heteronormativo se apresenta de maneira espontânea – ao contrário da forma comumente caricata adotada para representar as pessoas LGBTQIAPN+ – se apropriando da dança típica do gênero (i.e., passinho) de forma sexualmente atraente.

Figura 5
Empoderamento LGBTQIAPN+ a partir da sexualização



Fonte: Arquivo de pesquisa.

Por fim, a **diversidade de corpos é valorizada por meio da sexualização (S03)** quando homens e mulheres de corpos gordos, com nanismo ou com algum tipo de deficiência corporal aparecem em situações que também evidenciam o orgulho desses indivíduos dentro das produções. Essa diversidade acontece tanto a partir de artistas que fogem de um padrão corporal tido como socialmente aceito, quanto a partir de pessoas com corpos diversos mostradas nos clipes de artistas que possuem um corpo “padrão”, tido como atraente. A primeira situação pode ser evidenciada pelos cantores mostrados nas Figuras 3 e 4, enquanto esta última através das imagens da Figura 6. Na primeira imagem (Figura 6A), um adolescente gordo dança o passinho de maneira sensual; abaixo (Figura 6B), um homem com nanismo é colocado entre mulheres que apresentam corpos femininos tidos como “padrão”; em outra imagem (Figura 6C) uma idosa está inserida em um ambiente onde os jovens dançam ao ritmo do bregafunk; por fim, uma pessoa com deficiência física participa do videoclipe em sua cadeira de rodas ao lado de uma mulher, que também representa um corpo feminino padrão (Figura 6D).

Figura 6
Empoderamento da diversidade de corpos a partir da sexualização



Fonte: Arquivo de pesquisa.

Os enunciados desta função enunciativa revelam como o bregafunk apresenta a favela como um espaço de inclusão de identidades e corpos comumente segregados socialmente. Foucault (2010) argumenta que construções subjetivas socialmente dominantes podem desenvolver discursos de “anormalização” daqueles que são diferentes deles; como resultado, eles passam por um processo de marginalização realizado por essas posições dominantes (Gicquel, 2017), pois podem ameaçar seu *status quo* (Milkidís, 2018). Assim, a representação dessas identidades e corpos revela uma resistência aos discursos de segregação, por meio da demonstração de que eles são tão “normais” quanto quaisquer outros.

Enaltecimento das origens do bregafunk de maneira política

A segunda função enunciativa enaltece as origens da música do bregafunk de maneira política. Isto é feito ao se caracterizar o gênero como originário das periferias, apresentando o cotidiano das favelas, suas experiências, hábitos e costumes de maneira positiva, indo de encontro aos estereótipos estabelecidos relacionados à favela.

Esta função enunciativa evoca a ação política (referencial) em ações que trazem um orgulho da favela e do trabalho honesto como meio de vida dentro dessas periferias. Essas ações políticas são defendidas pelo bregueiro (sujeito), um indivíduo que, tal qual o funkeiro no funk, ou o rapper, no rap, está inserido naquele coletivo e, dessa maneira, emula os comportamentos e práticas cotidianas daquele contexto social. Essas ações políticas são demonstradas por meio de uma exaltação (materialidade) desses comportamentos demonstrada nesses videoclipes, e é embasada por uma política (campo associado), demonstrando princípios desses indivíduos relacionados ao enaltecimento das favelas.

Aqui, a função se embasa a partir do **enaltecimento do trabalho honesto como meio de melhora de vida** (S04), ao abordar a narrativa levantada pelo bregueiro de que, com o trabalho duro, é possível vencer as barreiras de uma vida de pobreza a partir de uma vida honesta. Conseguimos ver essas ações em narrativas desses artistas, nos videoclipes, em instâncias onde as personagens das produções aparecem em trabalhos autônomos (e.g. vendendo pipocas no sinal) ou em pequenos estabelecimentos comerciais da favela, tendo seus trabalhos apresentados sob uma ótica de dignidade.

Essa **melhora de vida através do trabalho honesto** (S04), é representada na Figura 3. O videoclipe em questão traz a narrativa de uma personagem que trabalha arduamente como vendedor de verduras, trazendo a história como forma de **militância** (F01) dessa personagem em busca de uma vida melhor. Essa narrativa de dignidade no trabalho demonstra um **empoderamento** (R01) por parte desses artistas, a fim de quebrar estereótipos que ligam as favelas com o tráfico e a violência (FD).

Dois enunciados compõem a presente função enunciativa, cada um vinculado a uma regra de formação. Relacionado ao empoderamento (R01), o **enaltecimento do trabalho honesto como meio de melhora de vida** (S04) aborda a narrativa apresentada por artistas do bregafunk, segundo os quais o trabalho árduo possibilita a superação de obstáculos enfrentados por indivíduos pobres que vivem uma vida honesta. Essas ações podem ser percebidas nas narrativas apresentadas por esses artistas na produção de seus videoclipes, cujos personagens são trabalhadores autônomos (e.g., indivíduos que vendem pipoca no semáforo) ou funcionários de pequenos estabelecimentos comerciais localizados na favela – cujos empregos são apresentados com dignidade.

Tal afirmação está representada na Figura 7, cujo videoclipe apresenta a narrativa de uma personagem que trabalha arduamente como vendedor de verduras, em busca de uma vida melhor; seu cotidiano é mostrado pelos caminhos que percorre pelos becos da favela e pelas pessoas que encontra pelo caminho.

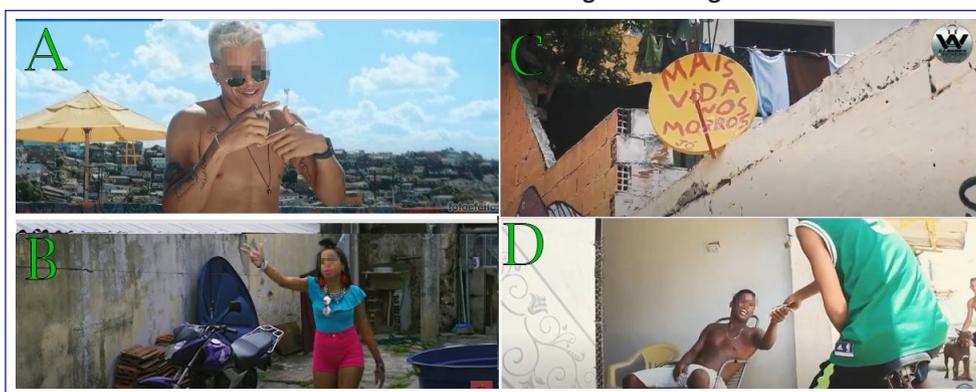
Figura 7
Empoderamento a partir do trabalho honesto



Fonte: Arquivo de pesquisa.

O segundo enunciado associado com essa função enunciativa evidencia que **a favela é exaltada com orgulho** (S05), ao demonstrar que as vivências da periferia são utilizadas na estética e nas narrativas das produções midiáticas. Esse discurso traz as falas de orgulho dos artistas com relação à favela, ao enaltecer a periferia recifense dentro das produções videoclípticas a partir do uso dessa periferia como um cenário recorrente nos videoclipes ou às suas vivências como ferramenta de *storytelling*. A Figura 8 ilustra isso. Na primeira imagem (Figura 8A), é possível ver o artista com a favela ao fundo, caracterizando-o como um morador local; abaixo, (Figura 8B), é possível ver um frame de um videoclipe cuja narrativa apresenta a favela pelos passos de uma moradora que caminha pelo local; em outra imagem (Figura 8C) uma frase política (“mais vida nos morros”) pede melhores condições de vida como uma reivindicação de respeito à favela e seus moradores; por fim, o artista de um dos videoclipes caminha pela favela interagindo com os moradores da comunidade (Figura 8D).

Figure 8
Enatecimento da favela como origem do bregafunk



Fonte: Arquivo de pesquisa.

A maneira com que esses enunciados se configuram nesta função enunciativa indica a resistência da imagem marginalizada da favela quando, previamente, esta era mostrada como um local precário para se viver, devido à falta de ação do Estado (Bastos et al., 2020). Este aspecto se refere ao que Foucault (1998) caracteriza como racismo do Estado, uma característica produzida pela biopolítica – i.e., regulação da vida política –, que revela como o Estado hierarquiza o valor da vida humana, relegando parte da população para uma vida de vulnerabilidade. Por esta lógica, a vida na favela parece apresentar o que Agamben (2004) caracteriza como “vida nua”, privada de direitos e excluída da sociedade.

Exaltação das origens do bregafunk nas vivências do bregueiro

A terceira função enunciativa enaltece os artistas do bregafunk, se relacionando à apreciação das favelas (R02). Esta função nunciativa apresenta uma série de situações que almejam legitimizar a visão de mundo dos artistas do bregafunk, assim como seu modo de vida.

A exaltação dessas vivências é embasada ou a partir da localidade (referencial), ao trazer o coletivo de onde o bregafunk se originou - seja a partir da exaltação da favela ou ao remeter a objetos e localidades que representam a cultura recifense; ou do estilo de vida (referencial), ao trazer práticas e vivências por parte da favela, que exalta determinados comportamentos como “ideais” ou que apresenta uma visão romantizada de atitudes ilícitas. Essas vivências são demonstradas pelo bregueiro (sujeito), uma vez que este está inserido dentro do contexto social da favela, e, dessa maneira, consegue retratar as práticas do local nos videoclipes, realizando uma exaltação (materialidade) dessas práticas dentro das produções. Essas práticas se embasam na cultura local (campo associado), ao se relacionar ao conjunto de saberes que envolvem objetos ou práticas recifenses, ou na “favela” (campo associado) ao trazer o conjunto de saberes que embasam o dia a dia desses indivíduos na favela.

No total, sete enunciados apresentam os comportamentos de valorização das práticas da favela evidenciados por essa função. O **enaltecimento do trabalho honesto como meio de melhora de vida** (S04) e o orgulho da favela (S05) foram apresentados previamente. Entretanto, quando associados com esta função enunciativa, esses enunciados demonstram, respectivamente, como os próprios artistas alcançaram o sucesso a partir do trabalho duro, apesar das dificuldades inerentes ao contexto socioeconômico (E04), e o orgulho de ter a favela como origem e poder propagá-la (E05).

Isto pode ser demonstrado na Figura 9, na qual um artista de bregafunk se veste com camisetas que trazem frases de orgulho (i.e., “favela chegou” e “favela venceu”), enquanto canta sobre si mesmo como um jovem da favela desvalorizado, que alcançou o sucesso a partir do cenário musical.

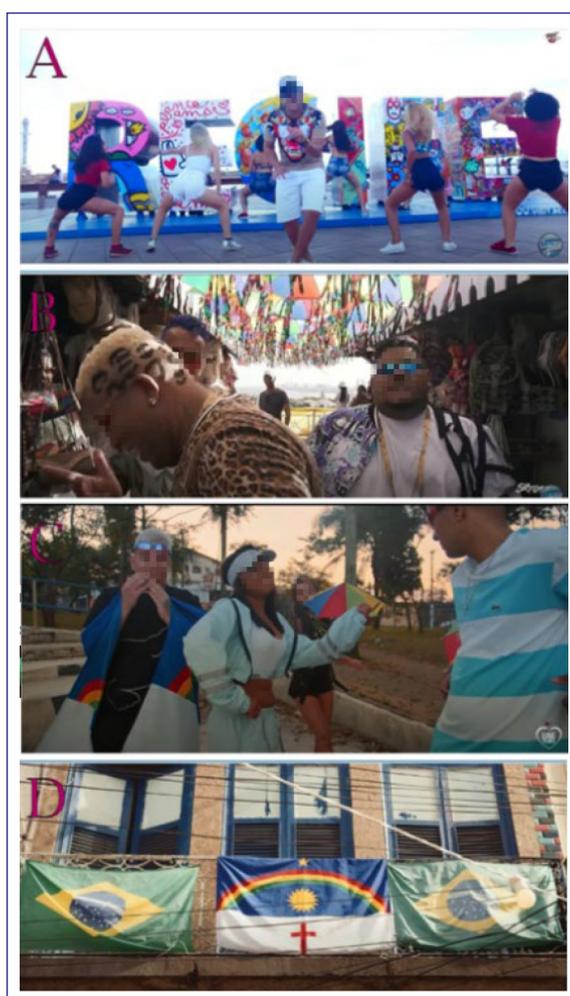
Figura 9
Enaltecimento da favela a partir do sucesso no gênero



Fonte: Arquivo de pesquisa.

Já a **valorização da origem recifense do bregafunk** (S06) demonstra que os artistas possuem orgulho da cidade do Recife e da origem local do bregafunk, evidenciando cenários típicos da cidade como localidades para os videoclipes, ou na utilização de tokens locais. As imagens mostradas na Figura 10 ilustram isso. Na primeira (Figura 10A), cantores e dançarinos se apresentam em frente ao letreiro com nome da cidade, localizado na Praça Rio Branco, marco zero do Recife, um dos mais reconhecidos pontos turísticos e culturais da cidade. Na sequência (Figura 10B), um artista encontra-se em um dos mercados públicos da cidade, tradicionais redutos comerciais e gastronômicos do Recife. A terceira imagem (Figura 10C) mostra uma dançarina de frevo – ritmo local reconhecido como Patrimônio Cultural Imaterial da Humanidade pela Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (UNESCO) – vestida com o característico traje de dança, que inclui uma sombrinha típica. Por fim, a bandeira do Estado de Pernambuco – de onde Recife é a capital –, que é um dos símbolos mais usados pelos locais como demonstração de orgulho de sua origem, é usada por uma pessoa como manto na mesma imagem (Figura 10C) e aparece entre bandeiras brasileiras na seguinte (Figura 10D).

Figura 10
Apreciação da origem recifense do bregafunk



Fonte: Arquivo de pesquisa.

Por sua vez, a **exaltação da vida de solteiro como o estilo de vida ideal** (S07) traz a idealização da vida de solteiro realizada por esses artistas, ao afirmarem que o estilo de vida descompromissado é o ideal. Esse discurso é demonstrado, nos videoclipes, a partir de narrativas que evocam uma vida de farra relacionada à solteirice ou à contrariedade desses artistas com a ideia de um compromisso. A Figura 11 mostra a cena de um homem entre duas mulheres, em um contexto no qual ele afirma que gostaria de estar com ambas ao invés de namorar uma delas; ao fundo, a letra da música se refere a uma mulher que não quer se comprometer, preferindo festas e bebedeiras e assim fazendo os homens sofrerem por ela.

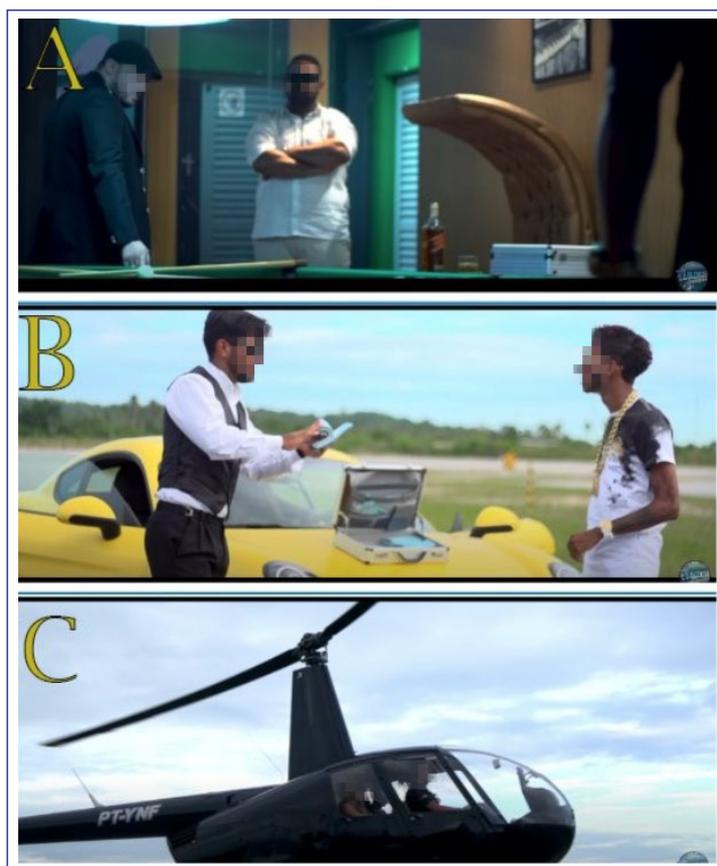
Figura 11
Enaltecimento da vida de solteiro



Fonte: Arquivo de pesquisa.

Esses videoclipes também trazem a **exaltação da ostentação como um estilo de vida** (S08), ao relacionar a vida festeira com ostentação mostrada pelos artistas, a partir de objetos trazidos para os videoclipes. A Figura 12 apresenta frames de um videoclipe que mostra a ostentação desses artistas por meio de grandes quantias em dinheiro, roupas luxuosas, joias, bebidas caras, um carro chique e um helicóptero. Na letra da música, fica evidente a relação entre a favela e a vida de ostentação: “por muito tempo vivi com tristeza nos olhos, [...] meu relógio cravejado com um diamante/e o pingente tem a letra do meu nome”.

Figura 12
Enaltecimento da ostentação como estilo de vida



Fonte: Arquivo de pesquisa.

A **romantização da bandidagem** (S09) também demonstra uma visão idealizada dentro dos videoclipes, ao trazer a ideia do porte de armas como uma demonstração de poder e *status* social por esses artistas. A Figura 13 apresenta uma cena (originalmente horizontal no videoclipe) que evidencia essa estética, na qual armas de fogo são simuladas com as mãos dos artistas, de forma intimidadora.

Figura 13
Romantização da bandidagem



Fonte: Arquivo de pesquisa.

Por fim, a **romantização do consumo de drogas** (S10) traz uma visão romantizada do consumo de drogas dentro do videoclipe, associando a prática do consumo dessas drogas ilícitas ao poder, elegância ou sensualidade. Esse comportamento pode ser ilustrado na maneira com que uma cantora solta a fumaça pela boca, na imagem apresentada na Figura 14.

Figure 14
Romantização do consumo de drogas



Fonte: Arquivo de pesquisa.

As características evidenciadas nos enunciados desta função enunciativa presente podem sugerir certa contradição ou alguma ambiguidade quando vistas em perspectiva, ou até mesmo evocar um juízo de valor. No entanto, parecem evidenciar um modo de vida típico do artista de bregafunk, que resiste às imposições que lhes são impostas sem perder de vista suas raízes; assim, eles trazem a realidade da vida na favela e uma projeção de superação das dificuldades ali encontradas. Entendemos que isso caracteriza um *ethos* particular. Para Foucault (2005), um *ethos* corresponde a um estilo de vida associado a um determinado código de conduta praticado por indivíduos em seu cotidiano. Assim, o *ethos* revela a natureza dos indivíduos a partir de sua forma de agir (Freitas, 2013). Assim, indivíduos acabam construindo e fortalecendo suas próprias identidades ao praticar um determinado *ethos* (A. L. Paiva, 2017).

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Nossos achados nos levam ao entendimento de que a produção de videoclipes de bregafunk evidencia uma resistência da favela por meio da representação de identidades políticas circunscritas nesse espaço social. Isso porque a política da identidade representa como identidades que foram historicamente segregadas agem politicamente para se fazer representar (Beltran, 2010; Whisman, 2012), em uma lógica alinhada ao multiculturalismo, que advoga pela diversidade cultural (Meer, 2010).

Por um lado (de acordo com a regra de formação que traz o empoderamento), isso se manifesta pela busca de empoderamento de minorias, aqui representadas pela mulher, pela comunidade LGBTQIAPN+ e por aqueles que não se enquadram nos padrões convencionados de corpo, assim como pelo próprio cidadão da favela. Enquanto esse é exaltado pela busca por dignidade no espaço em que vive, as minorias se apresentam como sujeitos por meio performances de sexualizações. Por outro lado (de acordo com a regra de formação que traz a apreciação da favela), a própria favela é constituída como espaço identitário. A forma como se constrói um discurso de valorização da periferia se embasa tanto em um sentimento de pertencimento, vinculado à busca por uma vida melhor e ao orgulho da favela e do próprio bregafunk; como pelo destaque das particularidades do cotidiano ali vivido, que vão desde a exaltação a uma vida de ostentação livre de compromissos, até à romantização das drogas e do crime.

Retornando à teoria foucaultiana, a maneira com que a representação identitária evidencia a resistência da favela nas produções videoclípticas do bregafunk pode ser problematizada. Os processos de identidades políticas identificados na presente pesquisa revelam como diferentes identidades mobilizadas na análise da produção audiovisual evidenciam, finalmente, um *ethos* da favela - além dos artistas de bregafunk previamente discutidos. Baseado nessa interpretação, esse *ethos* em si mesmo mostra a combinação de diferentes posições e práticas discursivas que coexistem, apesar de suas particularidades, se complementando.

Por esse *ethos* ser alternativo e resistente ao *status quo*, ele evidencia um processo de insurgência, uma vez que dá suporte a discursos políticos específicos baseados em atos de contraconduta ao que é comumente visto como socialmente normal. De acordo com Foucault (2019), indivíduos lutam por sua subjetividade, em um processo caracterizado por insurgências associadas às ações (e.g., levantes, revoltas) que representam irrupções de forças opostas ao poder dominante. É um movimento pelo qual um certo grupo político se rebela contra a maneira com que ele é representado (i.e., subjetivado) por um certo poder em voga, acabando por construir uma subjetividade coletiva para eles mesmos, baseado nos próprios atos de subjetivação (Grabois, 2011).

Assim, os cliques de bregafunk mostram a favela que resiste à marginalização social e ao abandono do Estado, apresentada de uma maneira bela, inclusiva e de ambição. Esse retrato parece pintar a favela como uma heterotopia, um espaço do outro que junta diversas camadas de relações e significados, funcionando como uma alternativa às estruturas e discursos hegemonicamente estabelecidos (Foucault, 2013).

Essa idealização parece evidenciar uma coexistência entre uma visão social de coletividade e uma perspectiva econômica capitalista. Esse aspecto se alinha com a noção de governamentalidade neoliberal. De acordo com Foucault (2008), o capitalismo se estabeleceu como um poder descentralizado, no qual diferentes níveis de estruturas sociais performam um autogoverno, de acordo com premissas neoliberais. Assim, a governamentalidade acaba naturalizando pensamentos e práticas de natureza eminentemente econômica às práticas e comportamentos sociais comuns.

Neste aspecto, vale a pena refletir no quão “resistente” o movimento de identidade da favela é refletido na produção videoclíptica do bregafunk. De acordo com Foucault (1988), a resistência é uma parte constitutiva e integral do poder, e não sua anulação; seus atos não como forma de anular o poder, mas de não se deixar dominar por ele. Portanto, em uma sociedade regida pela governamentalidade neoliberal, a resistência praticada por essa mesma lógica não parece incoerente.

Esta pesquisa contribui para o conhecimento no campo da CCT ao explorar a produção massivamente mediada de ideologias de mercado (Arnould & Thompson, 2005, 2007; Gaião et al., 2012), com ênfase em alguns aspectos, a saber: (a) embora a maioria dos estudos com base nessa perspectiva se concentre em produções publicitárias, o presente estudo se concentrou em produções videoclípticas, a fim de ampliar o escopo desse tema; (b) assim, os resultados aqui apresentados estabelecem a interface entre o tema investigado e os estudos sobre identidades do consumidor, que é o assunto mais explorado neste campo; (c) além disso, o estudo focou na indústria do entretenimento, mais especificamente na indústria fonográfica, como recorte empírico de crescente interesse na área; (d) ao fazê-lo, inovou ao analisar um produto de cunho local, fortemente marcado pela cultura em que está inserido; (e) por fim, os resultados do presente estudo permitem pensar a abordagem foucaultiana da resistência a partir da perspectiva da produção. Além desses aspectos teóricos, o presente estudo também se justificou por seu potencial de contribuição social, destacando um fenômeno social marginalizado ao dar voz à produção desenvolvida por um de seus agentes.

A funcionalidade do Youtube foi uma limitação do presente estudo. Embora a coleta de videoclipes tenha sido realizada de forma exaustiva, não há garantia de que foram incluídos todos os videoclipes de bregafunk postados na plataforma, uma vez que esses vídeos podem ser deletados, privados ou não aparecerem na barra de pesquisa. No entanto, temos certeza de que esse procedimento cobriu o material disponível, sendo representativo do fenômeno investigado. Mais especificamente, foi possível perceber a possibilidade de investigar a representatividade dos estereótipos nos videoclipes analisados; esse aspecto foi observado no momento da análise dos dados, mas estava fora do escopo da pesquisa.

Por fim, novos estudos semelhantes a este podem auxiliar na ampliação do conhecimento sobre esse fenômeno. Considerando certa similaridade na proposta dos gêneros, um estudo comparativo entre o bregafunk do Recife e o Funk do Rio de Janeiro, em termos de como eles representam a favela como espaço de resistência, poderia ampliar as discussões aqui apresentadas. Por outro lado, a forma como o passinho é realizado, especialmente por mulheres e pessoas LGBTQIAPN+, merece um estudo

específico, do ponto de vista da performatividade de gênero (Butler, 2018) como prática de resistência (ver Thompson & Üstüner, 2015). A esse respeito, vale destacar que, assim como vários videoclipes mostram a inclusão de identidades de gênero (veja a primeira subseção da descrição do resultado), muitos outros apresentam as mulheres de forma objetificada e as pessoas LGBTQIAPN+ de forma caricatural. Este recorte foi deixado de fora do presente artigo devido ao problema de pesquisa aqui investigado; no entanto, focar nesse aspecto particular do fenômeno seria enriquecedor para entendê-lo de forma mais ampla.

AGRADECIMENTOS

Agradecemos à Fundação de Amparo à Ciência e Tecnologia do Estado de Pernambuco (FACEPE) e à Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (Capes) pelo apoio à pesquisa que deu origem a este artigo.

REFERÊNCIAS

- Abdalla, C. C., & Zambaldi, F. (2016, junho). Ostentation and funk: an integrative model of extended and expanded self theories under the lenses of compensatory consumption. *International Business Review*, 25(3), 633-645. Recuperado de <https://doi.org/10.1016/j.ibusrev.2015.07.007>
- Abramus. (s.d.). *Brega-funk, o grande fenômeno musical do ano*. Recuperado de <https://www.abramus.org.br/noticias/16130/brega-funk-o-grande-fenomeno-musical-do-ano>
- Agamben, G. (2004). *Homo sacer: o poder soberano e a vida nua*. Belo Horizonte, MG: Editora UFMG.
- Albino, C. (2020). “A gente investe pouco e ganha muito”: Neoliberalismo popular, modos de subjetivação e o “negócio do brega” em Recife. *Sociabilidades Urbanas – Revista de Antropologia e Sociologia*, 4(11), 77-88.
- Albuquerque, G. G. (2018a, abril 26). O nascimento do bregafunk é a história de sobrevivência dos MCs do Recife. *Vice*. Recuperado de <https://www.vice.com/pt/article/vbxxk3/historia-bregafunk-parte-1>
- Albuquerque, G. G. (2018b, maio 04). Como o bregafunk deixou de ser um ritmo pra virar um movimento cultural. *Vice*. Recuperado de <https://www.vice.com/pt/article/evqy3a/historia-bregafunk-parte-2>
- Arnould, E. J., & Thompson, C. J. (2005). Consumer Culture Theory (CCT): twenty years of research. *Journal of Consumer Research*, 31(4), 868-882. Recuperado de <https://doi.org/10.1086/426626>
- Arnould, E. J., & Thompson, C. J. (2007). Consumer culture theory (and we really mean theoretics). In R. W. Belk, & J. F. Sherry (Eds.), *Consumer Culture Theory* (Research in Consumer Behavior, Vol. 11, pp. 3-22). Bingley, UK: Emerald Group Publishing Limited. Recuperado de [https://doi.org/10.1016/S0885-2111\(06\)11001-7](https://doi.org/10.1016/S0885-2111(06)11001-7)
- Arnould, E. J., & Thompson, C. J. (2015). Introduction: consumer culture theory: ten years gone (and beyond). In A. E. Thyroff, J. B. Murray, R. W. Belk (Eds.), *Consumer Culture Theory* (Vol.17, pp. 1-21). Oxford, UK: Elsevier. Recuperado de <https://doi.org/10.1108/S0885-211120150000017001>
- Bajde, D. (2014). Consumer culture theory: ideology, mythology and meaning in technology consumption. *International Journal of Actor-Network Theory and Technological Innovation*, 6(2), 10-25. Recuperado de <https://doi.org/10.4018/ijantti.2014040102>
- Bastos, M. A. P. C., Silva, R. F., Cavalcanti, E. C. T., Silva, E. A., Bastos, N. C. C., & Cavalcanti, A. C. T. (2020). O estado de exceção nas favelas: perspectivas biopolíticas a partir da pandemia do COVID-19. *Revista Augustus*, 25(51), 113-129. Recuperado de <https://doi.org/10.15202/1981896.2020v25n51p113>
- Beltran, C. (2010). *The trouble with unity: Latino politics and the creation of identity*. Oxford, UK: Oxford University Press.
- Bento, E. (2019, janeiro 10). Entenda o passinho dos Malokas, fenômeno que está renovando o brega-funk. *Diário de Pernambuco*. Recuperado de <https://www.diariodepernambuco.com.br/noticia/viver/2019/01/o-fenomeno-do-passinho-dos-malokas-no-grande-recife.html>
- Bento, E. (2021a, janeiro 16). Brega Inn Funk, produtora que quer iniciar um novo capítulo para o ritmo em PE. *Diário de Pernambuco*. Recuperado de <https://www.diariodepernambuco.com.br/noticia/viver/2021/01/bregainnfunk.html>
- Bento, E. (2021b, janeiro 10). Com 20 anos e 2 milhões de seguidores, Vitória Kelly brilha no brega-funk. *Diário de Pernambuco*. Recuperado de <https://www.diariodepernambuco.com.br/noticia/viver/2021/01/com-20-anos-e-2-milhoes-de-seguidores-vitoria-kelly-brilha-no-brega-f.html>
- Borba, M. (2022, fevereiro 02). Ranking Econômico Das Melhores e Piores Cidades do Brasil. *Folha de Pernambuco*. Recuperado de <https://www.folhape.com.br/colunistas/pernambuco-economico/ranking-economico-das-melhores-e-piores-cidades-do-brasil/29437/>
- Butler, J. (2018). *Problemas de gênero: feminismo e subversão da identidade*. São Paulo, SP: Editora José Olympio.
- Camargo, T. I., Souza-Leão, A. L. M., & Moura, B. M. (2021). Resisting to Game of Thrones: a fannish agonism. *Revista de Gestão*, 29(1), 55-75. Recuperado de <https://doi.org/10.1108/REG-12-2020-0124>
- Carvalho, C., & Cabral, D. C. (2021). Beyond the Favelas: An Analysis of Intraurban Poverty Patterns in Brazil. *The Professional Geographer*, 73(2), 269-281. Recuperado de <https://doi.org/10.1080/00330124.2020.1844571>
- Cavalcanti, R. C. T., Souza-Leão, A. L. M., & Moura, B. M. (2021a). Fan affirmation: alethurgy on an indie music fandom. *Revista de Administração Contemporânea*, 25(5), e190395. Recuperado de <https://doi.org/10.1590/1982-7849rac2021190395.en>
- Cavalcanti, R. C. T., Souza-Leão, A. L. M., & Moura, B. M. (2021b). Hipsters versus posers: ruptura fânica no mundo da música indie. *Revista de Administração Mackenzie*, 22(3), eRAMG210202. Recuperado de <https://doi.org/10.1590/1678-6971/eRAMG210202>
- Chen, H., Wang, Y., & Qiao, F. (2021). Informing, reinforcing, and referencing: Chinese male consumers’ interpretation of luxury advertising and luxury brands’ presence on Chinese social media. *Journal of Global Marketing*, 34(1), 38-55. Recuperado de <https://doi.org/10.1080/08911762.2020.1777611>
- Cherrier, H. (2009). Anti-consumption discourses and consumer-resistant identities. *Journal of Business Research*, 62(2), 181-190. Recuperado de <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2008.01.025>
- Costa, F. Z. D. N., & Souza-Leão, A. L. M. (2017). Dispositivo de Potterheads: organização pautada na ordem do cânone. *Revista de Administração Contemporânea*, 21(4), 500-523. Recuperado de <https://doi.org/10.1590/1982-7849rac2017160187>
- Crockett, D. (2017). Paths to respectability: Consumption and stigma management in the contemporary black middle class. *Journal of Consumer Research*, 44(3), 554-581. Recuperado de <https://doi.org/10.1093/jcr/ucx049>
- Demangeot, C., Kipnis, E., Pullig, C., Cross, S. N. N., Emontspool, J., Galalae, C., ... Best, S. F. (2019, julho). Constructing a bridge to multicultural marketplace well-being: A consumer-centered framework for marketer action. *Journal of Business Research*, 100, 339-353. Recuperado de <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2018.12.026>
- Denegri-Knott, J., & Tadajewski, M. (2017). Sanctioning value: the legal system, hyper-power and the legitimation of MP3.

- Marketing Theory*, 17(2), 219-240. Recuperado de <https://doi.org/10.1177/1470593116677766>
- Dinardi, C. (2019). Creativity, informality and cultural work in Rio de Janeiro's favelas. *International Journal of Cultural Studies*, 22(2), 248-263. Recuperado de <https://doi.org/10.1177/1367877918821232>
- Doré, P., & Pugsley, P. C. (2019). Genre conventions in K-pop: BTS's 'Dope' music video. *Continuum*, 33(5), 580-589. Recuperado de <https://doi.org/10.1080/10304312.2019.1644293>
- Dreyfus, H., & Rabinow, P. (1995). *Michel Foucault, uma trajetória filosófica: para além do estruturalismo e da hermenêutica*. Rio de Janeiro, RJ: Forense Universitária.
- Duda, P. (2019). Transgressing boundaries between film and music videos: Smarzewski, Kolski, and music videos in Poland. *Studies in Eastern European Cinema*, 10(2), 146-160. Recuperado de <https://doi.org/10.1080/2040350X.2018.1516087>
- Flick, U. (2008). *Introdução à pesquisa qualitativa* (3a ed.). Porto Alegre, RS: Artmed editora.
- Folha de Pernambuco. (2021, fevereiro 21). *Vytinho NG e o mineiro MC Zaquin gravam videoclipe no Recife*. Recuperado de <https://www.folhape.com.br/cultura/vytinho-ng-e-o-mineiro-mc-zaquin-gravam-videoclipe-no-recife/172606/>
- Foucault, M. (1988). *História da sexualidade* (Vol. 1: a vontade de saber). Rio de Janeiro, RJ: Graal.
- Foucault, M. (1999). *La ética del cuidado de sí como práctica de la libertad*. Barcelona, España: Paidós.
- Foucault, M. (2005). *The hermeneutics of the subject: lectures at the Collège de France 1981-1982* (Vol. 9). New York, NY: Palgrave Macmillan
- Foucault, M. (2008). *Nascimento da biopolítica: curso dado no Collège de France (1978-1979)*. São Paulo, SP: Martins Fontes.
- Foucault, M. (2010). *Os anormais: curso no Collège de France, 1974-75* (2a ed.). São Paulo, SP: Martins Fontes.
- Foucault, M. (2013). *O corpo utópico. As heterotopias*. São Paulo, SP: n-1 Edições.
- Foucault, M. (2014a). *A arqueologia do saber* (8a ed.). Rio de Janeiro, RJ: Forense Universitária.
- Foucault, M. (2014b). *Do governo dos vivos*. São Paulo, SP: Martins Fontes.
- Foucault, M. (2019). *O enigma da revolta: entrevistas inéditas sobre a revolução iraniana*. São Paulo, SP: N-1 Edições.
- Freitas, A. S. (2013). A parresía pedagógica de Foucault e o êthos da educação como psicagogia. *Revista Brasileira de Educação*, 18(3), 325-338. Recuperado de <https://doi.org/10.1590/S1413-24782013000200005>
- Gaião, B. F. S., Souza, I. L., & Souza-Leão, A. L. M. (2012). Consumer Culture Theory (CCT) já é uma escola de pensamento em marketing? *Revista de Administração de Empresas*, 52(3), 330-344. Recuperado de <https://doi.org/10.1590/S0034-75902012000300005>
- Gericó, J. A., Souza, J. E. P., & Pereira, T. S. D. (2020). "Escama é só de peixe": o brega funk e o pensamento de fronteira. *Fórum Regional de Pesquisa e Intervenção (FOR-PEI)*, 2, 21. Recuperado de <https://periodicosfacesf.com.br/index.php/FOR-PEI/article/view/101>
- Gicquel, Y. (2017). Government of practices and market topographies: consumption and the challenge of (ab)normality. *Recherche et Applications en Marketing*, 32(1), 61-82. Recuperado de <https://doi.org/10.1177/2051570717691960V>
- Giles, D. C. (2017). How do fan and celebrity identities become established on Twitter? A study of 'social media natives' and their followers. *Celebrity Studies*, 8(3), 445-460. Recuperado de <https://doi.org/10.1080/19392397.2017.1305911>
- Godefroit-Winkel, D., & Peñaloza, L. (2020). Women's empowerment at the Moroccan supermarket: an ethnographic account of achieved capabilities and altered social relations in an emerging retail servicescape. *Journal of Macromarketing*, 40(4), 492-509. Recuperado de <https://doi.org/10.1177/0276146720939170>
- Gomes, M. (2021, novembro 04). Dando voz à periferia para promover a igualdade racial. *Agência Brasília*. Recuperado de <https://www.agenciabrasilia.df.gov.br/2021/11/04/rdando-voz-a-periferia-para-promover-a-igualdade-racial/>
- Gonçalves, M. V., & Malfitano, A. P. S. (2021). Jovens brasileiros em situação de pobreza: o cotidiano na favela. *Journal of Occupational Science*, 29(2), 263-278. Recuperado de <https://doi.org/10.1080/14427591.2020.1854040>
- Gow, J. (1994). Mood and meaning in music video: the dynamics of audiovisual synergy. *Southern Journal of Communication*, 59(3), 255-261. Recuperado de <https://doi.org/10.1080/10417949409372943>
- Grabois, P. F. (2011). Resistência e revolução no pensamento de Michel Foucault: contracondutas, sublevações e lutas. *Cadernos de Ética e Filosofia Política*, 2(19), 7-27. Recuperado de <https://www.revistas.usp.br/cefp/article/view/55736>
- Gürhan-Canli, Z., Sarial-Abi, G., & Hayran, C. (2018). Consumers and brands across the globe: research synthesis and new directions. *Journal of International Marketing*, 26(1), 96-117. Recuperado de <https://doi.org/10.1509/jim.17.0063>
- Hansen, K. A. (2017). Empowered or objectified? Personal narrative and audiovisual aesthetics in Beyoncé's partition. *Popular Music and Society*, 40(2), 164-180. Recuperado de <https://doi.org/10.1080/03007766.2015.1104906>
- Harlow, S., & Benbrook, A. (2019). How #Blacklivesmatter: exploring the role of hip-hop celebrities in constructing racial identity on black Twitter. *Information, communication & society*, 22(3), 352-368. Recuperado de <https://doi.org/10.1080/1369118X.2017.1386705>
- Holt, F. (2011). Is music becoming more visual? Online video content in the music industry. *Visual Studies*, 26(1), 50-61. Recuperado de <https://doi.org/10.1080/1472586X.2011.548489>
- Johansson, T. (1992). Music video, youth culture and postmodernism. *Popular Music & Society*, 16(3), 9-22. Recuperado de <https://doi.org/10.1080/03007769208591483>
- Johnsen, R. E., Lacoste, S., & Meehan, J. (2020, maio). Hegemony in asymmetric customer-supplier relationships. *Industrial Marketing Management*, 87, 63-75. Recuperado de <https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2020.01.013>
- Jones, S. (1988). Cohesive but not coherent: music videos, narrative and culture. *Popular Music & Society*, 12(4), 15-29. Recuperado de <https://doi.org/10.1080/03007768808591331>

- Jung, J. H. (2018). Seductive alienation: the American way of life rearticulated in occupied Japan. *Asian Studies Review*, 42(3), 498-516. Recuperado de <https://doi.org/10.1080/10357823.2018.1474171>
- Kanozia, R., & Ganghariya, G. (2021). More than K-pop fans: BTS fandom and activism amid COVID-19 outbreak. *Media Asia*, 48(4), 338-345. Recuperado de <https://doi.org/10.1080/01296612.2021.1944542>
- Kelly, D. M., & Currie, D. H. (2021). Beyond stereotype analysis in critical media literacy: case study of reading and writing gender in pop music videos. *Gender and Education*, 33(6), 676-691. Recuperado de <https://doi.org/10.1080/09540253.2020.1831443>
- Klôh, V. P., Silva, G. D., Ferro, M., Araújo, E., Melo, C. B., Lima, J. R. P., A. ... Martins, E. R. (2020). The virus and socioeconomic inequality: an agent-based model to simulate and assess the impact of interventions to reduce the spread of COVID-19 in Rio de Janeiro, Brazil. *Brazilian Journal of Health Review*, 3(2), 3647-3673. Recuperado de <https://doi.org/10.34119/bjhrv3n2-192>
- Kolyperas, D., Maglaras, G., & Sparks, L. (2019). Sport fans' roles in value co-creation. *European Sport Management Quarterly*, 19(2), 201-220. Recuperado de <https://doi.org/10.1080/16184742.2018.1505925>
- Lauger, T. R., & Densley, J. A. (2018). Broadcasting badness: violence, identity, and performance in the online gang rap scene. *Justice Quarterly*, 35(5), 816-841. Recuperado de <https://doi.org/10.1080/07418825.2017.1341542>
- Lee, M. S., Motion, J., & Conroy, D. (2009). Anti-consumption and brand avoidance. *Journal of Business Research*, 62(2), 169-180. Recuperado de <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2008.01.024>
- Macambira, G. (2022, agosto 27). Gêneros como brega-funk e pisadinha garantem entretenimento a multidões. *Folha de Pernambuco*. Recuperado de <https://www.folhape.com.br/cultura/generos-como-brega-funk-e-pisadinha-garantem-entretenimento-a/238296/>
- Maciel, A., Jr. (2014). Resistência e prática de si em Foucault. *Trivium-Estudos Interdisciplinares*, 6(1), 1-8.
- Maia, L., Teixeira, C. M., & Kalaoum, F. (2020). Do surgimento das favelas cariocas a UPP: políticas públicas de segurança, segregação, controle e a formação de contra movimentos locais. *Revista Mosaico*, 11(2), 11-18. Recuperado de <https://doi.org/10.21727/rm.v11i2.2101>
- Meer, N. (2010). *Citizenship, identity, and the politics of multiculturalism: the rise of Muslim consciousness*. London, UK: Palgrave Macmillan.
- Mendonça, L. F. M. (2019). Legados do mangue: o manguebeat e as transformações nas hierarquias simbólicas. *Música Popular em Revista*, 6(2) 72-94. Recuperado de <https://doi.org/10.20396/muspop.v6i2.13162>
- Menezes, P. V., & Mano, A. D. (2020). Sanitização comunitária, articulações e trocas de conhecimentos para 'cuidar dos nossos': entrevista com Thiago Firmino, liderança da favela Santa Marta, Rio de Janeiro. *Dilemas: Revista de Estudos de Conflito e Controle Social*, Reflexões na Pandemia, 1-17. Recuperado de <https://www.reflexpandemia.org/texto-85>
- Milkidis, S. (2018). Foucault: on the monstrosity of the hermaphroditic body. *Queer Cats Journal of LGBTQ Studies*, 2(1), 1-12. Recuperado de <https://doi.org/10.5070/Q521038306>
- Miranda, G. K. S., Lima, A. E. I., Souza, R. P., & Santos, V. M. (2015). Violência sexual simbólica e o processo de pedofiliação: o "brega funk" na cena pernambucana. In *Anais do 18º REDOR*, Recife, PE. Recuperado de <http://www.ufpb.br/evento/index.php/18redor/18redor/paper/view/629>
- Moraes, C., Shaw, D., & Carrigan, M. (2011). Purchase power: an examination of consumption as voting. *Journal of Marketing Management*, 27(9-10), 1059-1079. Recuperado de <https://doi.org/10.1080/0267257X.2011.565726>
- Moreira, R. (2017). "Now That I'm a Whore, Nobody Is Holding Me Back!": women in favela funk and embodied politics. *Women's Studies in Communication*, 40(2), 172-189. Recuperado de <https://doi.org/10.1080/07491409.2017.1295121>
- Morrison, M. D. (2017). The sound(s) of subjection: constructing American popular music and racial identity through blacksound. *Women & Performance: a Journal of Feminist Theory*, 27(1), 13-24. Recuperado de <https://doi.org/10.1080/0740770X.2017.1282120>
- Motta, E. (2019). Resistência aos números: a favela como realidade (in)quantificável. *Mana*, 25(1), 72-94. Recuperado de <https://doi.org/10.1590/1678-49442019v25n1p072>
- Muniz, A., & Oliveira, L. B. (2014). Primeiros impactos da pacificação no consumo de moradores de favelas cariocas. *Revista ADM. MADE*, 17(3), 47-69. Recuperado de <http://periodicos.estacio.br/index.php/admmade/article/view/794>
- Ng, T. M., & Chan, C. S. (2020). Investigating film-induced tourism potential: the influence of Korean TV dramas on Hong Kong young adults. *Asian Geographer*, 37(1), 53-73. Recuperado de <https://doi.org/10.1080/10225706.2019.1701506>
- Ortega, R. (2018, abril 12). Arrocha, brega e funk: como os MCs e o batidão do Nordeste estão se espalhando pelo Brasil. *G1*. Recuperado de <https://g1.globo.com/musica/noticia/arrocha-brega-e-funk-como-os-mcs-e-o-batidao-do-nordeste-estao-se-espalhando-pelo-brasil.ghtml>
- Paiva, A. L. (2017). Estética da existência em Michel Foucault, resistências ao poder e a abjeção queer. *Revista Periódica*, 1(8), 341-356. Recuperado de <https://doi.org/10.9771/peri.v1i8.21405>
- Paiva, F. G., Jr., Souza-Leão, A. L. M., & Mello, S. C. B. (2011). Validade e confiabilidade na pesquisa qualitativa. *Revista de Ciências da Administração*, 13(31), 190-209. Recuperado de <https://doi.org/10.5007/2175-8077.2011v13n31p190>
- Palomares, D. (2021, julho 06). MC Loma popularizou brega funk e quase desistiu da carreira. *UOL*. Recuperado de <https://www.uol.com.br/splash/noticias/2021/07/06/mc-loma-popularizou-brega-funk-e-quase-desistiu-da-carreira.htm>
- Prado, C. (2019, novembro 21). Como cultura do remix no brega-funk estica sucesso de hits e faz gênero crescer além de Recife. *G1*. Recuperado de <https://g1.globo.com/pop-arte/musica/noticia/2019/11/21/como-cultura-do-remix-no-brega-funk-estica-sucesso-de-hits-e-faz-genero-crescer-alem-de-recife.ghtml>
- Prisco, L. (2019, novembro 17). Brega-funk cresce no Brasil e vira tema de documentário. *Metrópole*. Recuperado de <https://www.metropoles.com/entretenimento/musica/brega-funk-cresce-no-brasil-e-vira-tema-de-documentario>
- Rademacher, M. A., & Kelly, C. R. (2019). Constructing lumbersexuality: marketing an emergent masculine taste regime. *Journal of*

- Communication Inquiry*, 43(1), 25-46. Recuperado de <https://doi.org/10.1177/0196859918796169>
- Rocha, G. L. (2020, outubro 29). MC Loma cresceu, fez 18 anos e comemora com clipe 'sexy e ousado'. *UOL*. Recuperado de <https://www.uol.com.br/splash/noticias/2020/10/29/mc-loma-completa-18-anos-e-comemora-com-video-clip-sexy-e-ousado.htm>
- Romero, N. (2022). Punk rock's messages for the neoliberal university. *Journal of Educational Administration and History*, 54(3), 263-276. Recuperado de <https://doi.org/10.1080/00220620.2021.1925229>
- Rokka, J. (2021). Consumer culture theory's future in marketing. *Journal of Marketing Theory and Practice*, 29(1), 114-124. Recuperado de <https://doi.org/10.1080/10696679.2020.1860685>
- Santana, M. M., Medeiros, K. R., & Monken, M. (2022). Processo de trabalho da estratégia Saúde da Família na pandemia no Recife-PE: singularidades socioespaciais. *Trabalho, Educação e Saúde*, 20, e00154167. Recuperado de <https://doi.org/10.1590/1981-7746-ojs00154>
- Santos, E. H., Lopes, R. P. R., & Soares, T. (2018). Esse seu "cebruthius" é o mesmo de sempre? Performance pop e tecnologia em dois hits do brega pernambucano. In *Anais do 20º Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste*, Juazeiro, BA.
- Santos, J., & Ramires, V. (2017). Música, ideologia e relações de poder: a imagem da mulher nas letras de funk. *Revista Ártemis-Estudos de Gênero, Feminismos e Sexualidades*, 23(1), 156-167. Recuperado de <https://doi.org/10.22478/ufpb.1807-8214.2017v23n1.35796>
- Schmitt, B., Brakus, J. J., & Biraglia, A. (2022). Consumption Ideology. *Journal of Consumer Research*, 49(1), 74-95. Recuperado de <https://doi.org/10.1093/jcr/ucab044>
- Silva, A. O., Jr., Félix, J., & Araújo, A. C. (2021). "O bagulho ficou sério!": representações de gênero no brega recifense. *Revista Teias*, 22(65), 447-460. Recuperado de <https://doi.org/10.12957/teias.2021.50859>
- Souza-Leão, A. L. M., & Costa, F. Z. D. N. (2018). Agenciados pelo desejo: O consumo produtivo dos potterheads. *Revista de Administração de Empresas*, 58(1), 74-86. Recuperado de <https://doi.org/10.1590/S0034-759020180107>
- Souza-Leão, A. L. M., Ferreira, B. R. T., Camargo, T. I., & Moura, B. M. (2019). Copa do Mundo 2014: um Brasil carioca para gringo ver. *Revista Acadêmica Observatório de Inovação do Turismo*, 13(2), 21-37. Recuperado de <https://doi.org/10.17648/raoit.v13n2.5259>
- Souza-Leão, A. L. M., Mello, S. C. B., & Vieira, R. S. G. (2009). O papel da teoria no método de pesquisa em Administração. *Revista Organizações em Contexto*, 5(10), 1-16. Recuperado de <https://doi.org/10.15603/1982-8756/roc.v5n10p1-16>
- Souza-Leão, A. L. M., & Moura, B. M. (2018). Temos que pegar todos! - Discursos identitários sobre o consumo de Pokemon GO no Brasil. *Revista Brasileira de Marketing*, 17(6), 895-913. Recuperado de <https://doi.org/10.5585/bmj.v17i6.3830>
- Spanos, K. A. (2019). A dance of resistance from Recife, Brazil: carnivalesque improvisation in frevo. *Dance Research Journal*, 51(3), 28-46. Recuperado de <https://doi.org/10.1017/S0149767719000305>
- Steenkamp, J. B. E. M. (2019). Global versus local consumer culture: theory, measurement, and future. *Journal of International Marketing*, 27(1), 1-19. Recuperado de <https://doi.org/10.1177/1069031X18811289>
- Straubhaar, J., & Davis, S. (2018). Drumming and digital inclusion: music, identity formation, and transformative empowerment in Afro-Brazilian community development NGOs. *Development in Practice*, 28(3), 374-387. Recuperado de <https://doi.org/10.1080/09614524.2018.1435628>
- Suh, Y. G., Davies, G., & Burnasheva, R. (2021). Beatles vs. BTS: brand marketing of the pop groups. *Journal of Culture Industry*, 21(2), 29-39. Recuperado de <https://doi.org/10.35174/JKCI.2021.06.21.2.29>
- Tavares, V. (2020, fevereiro). Brega funk: a ascensão de um ídolo do ritmo que é a 'aposta' de 2020 no Brasil. *BBC News Brasil*. Recuperado de <https://www.bbc.com/portuguese/salasocial-51241702>
- Thompson, C. J. (2017). Producing Foucauldians: consumer culture theory and the analytics of power. In S. Askegaard, & B. Heilbrunn (Eds.), *Canonical authors in consumption theory* (pp. 212-220). London, UK: Routledge.
- Thompson, C. J., & Üstüner, T. (2015). Women skating on the edge: marketplace performances as ideological edgework. *Journal of Consumer Research*, 42(2), 235-265. Recuperado de <https://doi.org/10.1093/jcr/ucv013>
- Ulver, S. (2019). From mundane to socially significant consumption: An analysis of how foodie identity work spurs market formation. *Journal of Macromarketing*, 39(1), 53-70. Recuperado de <https://doi.org/10.1177/0276146718817354>
- Van Klinken, A. (2018). Citizenship of love: The politics, ethics and aesthetics of sexual citizenship in a Kenyan gay music video. *Citizenship Studies*, 22(6), 650-665. Recuperado de <https://doi.org/10.1080/13621025.2018.1494901>
- Vernallis, C., Cramer, L. M., Leal, J., Liljedahl, A., Oore, D., Shaviro, S., ... Viñuela, E. (2021). Anderson. Paak, Kendrick Lamar, and Colin Tilley "Get up in our rearview mirror": Collectively analyzing the "Tints" music video. *Quarterly Review of Film and Video*, 39(3), 575-614. Recuperado de <https://doi.org/10.1080/10509208.2020.1865759>
- Whisman, V. (2012). *Queer by choice: lesbians, gay men, and the politics of identity*. London, UK: Routledge.
- Zanette, M. C., Lourenço, C. E., & Brito, E. P. Z. (2013). O peso do varejo, o peso no varejo e a identidade: uma análise de consumidoras plus size. *Revista de Administração de Empresas*, 53(6), 539-550. Recuperado de <http://dx.doi.org/10.1590/S0034-75902013005000001>
- Zanette, M. C., & Brito, E. P. Z. (2019). Fashionable subjects and complicity resistance: power, subjectification, and bounded resistance in the context of plus-size consumers. *Consumption Markets & Culture*, 22(4), 363-382. Recuperado de <https://doi.org/10.1080/10253866.2018.1512241>
- Zhao, X., & Belk, R. W. (2008). Politicizing consumer culture: Advertising's appropriation of political ideology in China's social transition. *Journal of Consumer Research*, 35(2), 231-244. Recuperado de <https://doi.org/10.1086/588747>

André Luiz Maranhão de Souza-Leão
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-7660-5845>

Ph.D. em Administração na Universidade Federal de Pernambuco (UFPE); Professor Associado no Departamento de Ciências Administrativas (CCSA).
E-mail: andre.sleao@ufpe.br

Mariana Almeida de Souza Lopes
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-7079-8893>

Graduada em Administração pela Universidade Federal de Pernambuco (UFPE). E-mail: mariana.aslopes@ufpe.br

CONTRIBUIÇÃO DOS AUTORES

André Luiz Maranhão de Souza-Leão: Conceituação (Igual); Curadoria de dados (Igual); Investigação (Igual); Metodologia (Liderança); Administração de projetos (Liderança); Recursos (Liderança); Supervisão (Liderança); Validação (Liderança); Visualização (Igual); Escrita - rascunho original (Igual); Escrita - revisão e edição (Igual).

Mariana Almeida de Souza Lopes: Conceituação (Igual); Curadoria de dados (Igual); Análise formal (Liderança); Investigação (Igual); Visualização (Igual); Escrita - rascunho original (Igual); Escrita - revisão e edição (Igual).