

# Quando o funk subiu as passarelas da alta costura: a trajetória do funk carioca no cenário da moda internacional

Maria Paula Guimarães;

Rita Aparecida da Conceição Ribeiro

---

## resumo:

O movimento funk, mostrou uma forte ligação com o consumo de moda e teve nas mídias digitais importante ferramenta de divulgação não só da música, mas também, do estilo de vida de seus cantores. No momento em que os cantores funk, seu estilo e suas músicas passam a fazer parte do mundo da moda, evidencia-se como o movimento ultrapassa a música e vem influenciando comportamentos sociais nas últimas décadas. Este artigo pretende mostrar a trajetória do movimento funk carioca e sua influência na moda. Desde seu surgimento, o funk trilhou um caminho de movimento marginalizado da periferia carioca a participação em eventos de moda nacionais e internacionais. Por meio de uma revisão bibliográfica sobre o surgimento do movimento e seus desdobramentos e uma pesquisa documental em capas de revista, esta pesquisa aponta como os movimentos sociais podem influenciar a moda.

## palavras-chave:

Moda; representações sociais; movimento funk

## 1 Introdução

Há muito tempo que a moda deixou de ser uma regra, estipulada por criadores e grandes grupos. O hibridismo, a mistura de estilos, o *hi-lo* e muitos outros termos usados para se referir a moda na atualidade, significam uma liberdade de gosto diante de uma profusa oferta de mercadoria. (MENDES; RAYE, 2003)

Os movimentos sociais e suas influências estéticas que eclodiram no cenário mundial entre as décadas de 1960 e 1980 ofereceram um contraponto à estrutura da moda reinante e passaram a refletir as mudanças sociais econômicas no cenário da moda difundida de forma global. No momento em que os criadores de moda passaram a se inspirar na moda da rua, tudo mudou. Hoje, a mistura de estilos faz parte da moda e do consumo, o vale tudo passou a configurar uma regra do mercado. A moda se tornou hipermoderna ou pós-moderna, sem regras e nem convenções.

Movimentos culturais jovens como o movimento hippie, o hip hop, o punk e o funk, e expressões como *swinging sixties*<sup>1</sup> e, mais recentemente, *youthquake*<sup>2</sup>, refletem e definem as insatisfações e aspirações de uma juventude ávida por constituir uma identidade própria e valores que os distingam do contexto social vigente.

Neste sentido, este trabalho propõe entender a trajetória do movimento funk carioca, desde sua origem nos bailes da periferia da cidade no final dos anos 1970 até sua ascensão ao *status* de influenciador de moda nos anos 2000. (GUIMARÃES, 2019).

## 2 O funk carioca

Entende-se por funk no Brasil, um ritmo musical dançante, originário da música negra norte-americana. Seu principal representante era o cantor James Brown. Ao ser importado para o Brasil, o ritmo ganhou novas miscigenações e transformações, como será mostrado a seguir.

Os trabalhos pioneiros e mais significativos sobre o funk no Brasil foram as pesquisas de Hermano Vianna (1988) e Michael Herschmann (2005) que pesquisaram o funk no Brasil em intervalos de tempo diferentes, porém subsequentes.

Em sua pesquisa pioneira em 1988, Vianna abordou o aparecimento dos bailes funk na década de 1970, Herschmann em sua pesquisa feita em 2005, faz uma referência aos acontecimentos que se desfecharam a partir do início da década de 1990 até 1997, coincidindo com os arrastões que aconteceram nas praias do Rio de Janeiro e que lançou o funk na mídia de forma bastante polêmica. Vianna e Herschmann ainda diferem em relação ao tipo de abordagem. No trabalho de Vianna foi feita uma análise do baile funk a partir do ponto de vista do baile, fazendo um estudo comparativo com as diversas formas da festa como manifestação cultural. Já Herschmann aborda o caráter de apropriação do espaço urbano e da dinâmica cultural urbana contemporânea a partir da associação dos jovens aos movimentos culturais como o funk no Rio de Janeiro e o hip-hop em São Paulo contribuindo para o processo de formação de identidade desses jovens.

A criminalização do funk, característica muito enfocada pela mídia no início da década de 1990, foi explicada por Vianna pela seguinte ótica: segundo o autor, devido ao grande número de participantes nos bailes, era necessário que as equipes de som reforçassem a segurança nos bailes, bem como a organização e revista rígida nas entradas. Muitas vezes essas equipes recorriam a proteção oferecida pelas associações ligadas ao tráfico de drogas. Além disto, fazia parte do ritual dos bailes, uma forma de incitação às brigas nas coreografias, que muitas vezes resultavam em tumultos violentos. Vianna relata que, nesses bailes que frequentou, não viu tiros, mas a mídia insistia em “demonizar” tais manifestações.

Herschmann, por outro lado, observa o funk a partir do momento em que ocorreram “arrastões” nas praias da zona sul carioca. Estes arrastões foram protagonizados por jovens negros, residentes da zona norte que, supostamente estavam ligados aos bailes funk, aterrorizaram os banhistas nas praias de Ipanema. Estes eventos ajudaram a popularizar o funk em nível nacional, primeiramente

<sup>1</sup> *Swinging sixties*: termo usado para definir movimento cultural originado na juventude inglesa nos anos de 1960, também conhecido como *Swinging London*. Teve na música e na moda jovem seus fatores determinantes. (BAUDOT, 2008).

<sup>2</sup> *Youthquake*: o termo foi cunhado pela editora-chefe da revista Vogue Diana Vreeland em 1965, que definia o movimento de cultura pop que mudou a paisagem da indústria da moda associado de forma conotativa a um terremoto. (SVENDSEN, 2012).

nas sessões policiais dos jornais impressos e de televisão e posteriormente nos cadernos culturais impressos e intensificaram a constatação dos aspectos de pluralidade e fragmentação vida social urbana brasileira. Em sua pesquisa, Herschmann avalia o peso da mídia e do mercado de consumo na dinâmica das representações sociais e culturais como o hip-hop e funk. Desta forma, apesar da violência ligada ao funk carioca, a mídia negativa foi uma catalizadora para que o funk saísse da condição de marginalização e direcionamento a um grupo específico, para uma popularização e apropriação do mercado cultural e fonográfico. Assim, quando surgem cantores, os MC's, que começaram a gravar suas músicas e compondo letras em português, inicialmente em pequenas gravadoras, logo foram contratados por grandes selos. Nesta época a produção dos videocliques começa a ser importante na indústria musical e surge, dentro do universo funk, uma maneira própria de se mostrar a música produzindo uma identidade visual própria.

Segundo Herschmann (2005) o funk carioca pode ser dividido em duas etapas: antes e após os arrastões das praias no Rio de Janeiro.

Analisando 125 artigos na mídia impressa, pude atestar que: a) o funk praticamente inexistente no cenário midiático antes de 1992; b) entre 1992 e 1996 é possível identificar um duplo processo [...] b.1) por um lado, um processo de criminalização dividido em duas etapas (o primeiro ao longo do verão de 1992/1993 e outro que se inicia no final de 1994 e se estende por 1995); b.2) por outro, de afirmação e reconhecimento do funk como uma importante expressão cultural e como um segmento de mercado significativo. (HERSCHMANN, 2005, p. 96).

A partir desta divisão, pode-se identificar como o funk penetra nas camadas sociais mais altas, agradando ao público jovem de classe média e invadindo as casas noturnas do Rio de Janeiro. Nesse sentido, Vianna (1988) aponta que o funk começa a ser incorporado pelas academias de ginástica, e, devido ao seu caráter de diversão descompromissada e descontração agrada ao público jovem da classe média.

Com o aparecimento dos MC<sup>34</sup>'s brasileiros, as gravações deixam de ser compilações de músicas norte-americanas das equipes de som para serem compostas com letras em português e os MC's passam a se apresentarem em programas de televisão como o "Som Brasil" e "Xuxa Hits", ambos da Rede Globo de Televisão. As letras do funk brasileiro possuem um tom mais jocoso com conotações sexuais, influenciadas pelo estilo do funk de Miami. As letras que se referem aos protestos e insatisfações sociais características do hip-hop foram perdendo espaço para a descontração e provocação, e o estilo musical com o ritmo bem marcado, rimas fáceis e refrãos repetidos foi, aos poucos, sendo assimilado pela juventude da classe média carioca. (BELO, 2016).

Monteiro (2014), explica que o funk brasileiro foi se dividindo em estilos diferentes, como o funk charme ou *melody* que embalou as pistas de dança dos bailes com suas coreografias ensaiadas, que fala de amor e desilusões amorosas; o funk proibidão, com as letras com teor de protestos contra as injustiças sociais, apologia às drogas e críticas à polícia; o funk batidão com as batidas compassadas e acentuadas com letras com alto teor sexual e coreografias com conotações eróticas e o funk da ostentação com a temática das letras que aborda estilo de vida e bens de consumo de classes mais favorecidas.

### **3 Funk ostentação e o consumo ligado às marcas de prestígio internacional**

O funk da ostentação é a vertente do funk que se originou em São Paulo, na Baixada Santista, a partir dos primeiros anos da década de 2000, influenciado por uma vertente do hip-hop americano onde dinheiro, poder e luxo constituíam o tema central das letras. (MONTEIRO, 2014). As letras que caracterizam o funk da ostentação falam de bens materiais de consumo da classe alta diferente da classe de origem dos MC's. (OLIVEIRA; NUNES, 2015). A primeira música funk que deu origem ao movimento, segundo Abdalla (2014, p. 37), foi o funk "Bonde da Juju" dos MC's Backdi e Bio G3, que fez sucesso ao falar de um modelo de óculos de sol da marca Oakley, chamado Juliet, com design

---

<sup>3</sup> MC's: originário do idioma inglês é a abreviatura de mestre de cerimônia, que se referia a um apresentador em eventos de música e dança, incorporado pelo universo do hip-hop. Hoje, comumente é associado também ao cantor de rap ou funk. (VIANNA, 1988).

futurista e lentes espelhadas, foi apelidado de “Juju”. À época, este modelo de óculos era um dos preferidos do “bonde”, que significa grupo de amigos relacionados ao mundo funk.

Com raras exceções as letras se distanciam da realidade de seus autores e fazem apologia ao dinheiro, ao luxo, às facilidades da vida sem trabalho e do lazer, cantando o modo de vida de classes mais abastadas. Ainda segundo Oliveira e Nunes (2015) e Abdalla (2014), a época do aparecimento do funk ostentação, coincide com o momento socioeconômico vivido no Brasil, quando houve uma melhoria das condições de vida das classes mais baixas e o aumento do poder de compra da classe média. Esse contexto proporcionou uma identificação também da classe média com a temática das letras ajudando o funk sair da periferia e a penetrar nas classes mais altas.

O sonho de consumo dos jovens cantores, carros, roupas, joias, bebidas, casas, clubes noturnos, são incansavelmente mostrados nos videocliques do funk ostentação. De acordo com Bourdieu (2003), a distinção entre as classes está relacionada com o capital cultural e material do indivíduo. Este capital cultural e material contribui para a formação tanto do gosto quanto da identidade e é adquirido por meio da herança cultural familiar. Neste sentido, a privação deste capital cultural familiar faz com que, ao mostrar acesso aos bens materiais em seus vídeos, o funkeiro se torna parte de um meio social que até então não pertencia e contribui na formação do gosto de seus fãs. Além dos bens materiais representados por roupas, joias e bebidas, muitas vezes nos videocliques eles se mostram frequentando casas noturnas e morando em espaços aos quais seus pares não têm acesso.

Pode-se compreender também como o ócio conspícuo discutido por Veblen (1987) no final do século XIX ainda faz sentido nas características do funk ostentação. Segundo Veblen (1987), a classe ociosa, aquela que não precisava trabalhar e economicamente superior, era almejada pela burguesia que constantemente procura imitar a classe imediatamente superior. O desejo de acumular riqueza além de suprir as necessidades básicas do indivíduo carrega um sentido social mais amplo, que segundo o autor, seria o de “ganhar estima e suscitar a inveja”. (VEBLEN, 1987, p. 19). O ócio, o lazer, amplamente mostrado nos videocliques de funk, demonstra uma forma de sucesso, de atingir um patamar social desejado por muitos jovens não só das classes inferiores como também da classe média, entendida aqui como classes trabalhadoras.

Para Veblen (1987), o traje constitui uma importante forma de se demonstrar sua posição social. Apesar da distância temporal dos escritos de Veblen em 1889, autores contemporâneos como Lipovetsky (2009), Crane (2013), entre outros, ainda entendem a roupa nos dias de hoje como forma de demonstração ora de poder, ora de *status*, e assim por diante. A roupa se configura numa forma de comunicação, (BARTHES, 2009), identificação a um grupo e ao mesmo tempo distinção individual, (SIMMEL, 2009).

Na análise de Vianna (1988), a importância do traje no universo dos bailes funks se faz na relação com o ritual da festa. Em sua pesquisa o autor constata a preocupação dos jovens em estarem apropriadamente vestidos para a ocasião, muitas vezes usando sua melhor roupa ou economizando seus ganhos e investindo em roupas para serem usadas nos bailes. Neste aspecto, Gilda de Mello Souza, no seu livro *O Espírito das Roupas* (1987), analisa a importância do traje de festa para o convidado no final século XIX. Segundo a autora a estratificação social se faz presente em diversas maneiras. No caso do funk no Rio de Janeiro estudado por Vianna, as áreas residenciais urbanas constituem uma forma de representação da diferença entre classes. Os bailes se organizam nas áreas consideradas periféricas ou pertencentes a comunidades específicas e são frequentados por indivíduos pertencentes a estes espaços urbanos. Souza (1987) dedica um capítulo de seu livro à festa, considerando-a como “a vida em exceção”, onde seus participantes se distanciam da vida cotidiana e representam papéis diferentes, onde se permite a ruptura com a rigidez dos hábitos próprios da sociedade que a celebra. A roupa, inserida no contexto da festa, exerce neste espaço um papel que muitas vezes tende a extrapolar a verdadeira posição social do indivíduo. Para Souza a importância dada à festa se faz presente por meio do traje.

Nada esclarece melhor o sentido profundo da moda que a função que ela desempenha neste momento agudo da vida dos indivíduos e dos grupos, quando ao se reforçarem os impulsos antagônicos de sociabilidade e de hostilidade, se acentuam também os elementos que os caracterizam. (SOUZA, 1987, p. 145).

Desse modo, é na festa e por meio do traje bem cuidado que o indivíduo sente, por algumas horas, a possibilidade de transpor barreiras sociais às quais está submetido.

Na análise de Herschmann (2005), a apropriação do espaço urbano pelos jovens ligados ao funk e ao hip-hop nas cidades como Rio de Janeiro e São Paulo, demonstra o caráter dinâmico da cena urbana contemporânea enfatizado por Vilaça (2011, p. 87). Nesta abordagem a moda funciona como elemento de mobilidade social e individual, que, por meio do imaginário, vai progressivamente contaminando de homogeneização global e derrubando as barreiras físicas impostas pela cidade.

Aquilo que o jovem de classe média usa, passa a ser imitado ou consumido igualmente pelo jovem da periferia, conferindo a este o sentimento de pertencimento a um determinado grupo ou patamar social. A música desempenha nestes dois cenários, tanto na festa quanto no uso do espaço urbano, o caráter catalisador, sob o qual os jovens se reúnem, confraternizam e se identificam, e a roupa se transforma então, em um código de pertencimento mediado pelo estilo musical.

Voltando ao funk da ostentação, McCracken (2003) e Campbell (2006) definem a identidade a partir do ponto de vista do consumo, a formação do “eu” depende daquilo que se consome e da exposição dos objetos que refletem suas aspirações pessoais. (ABDALLA, 2014). O título sugestivo usado por Campbell, “Eu compro, logo sei que existo”, reflete em parte o entendimento e a busca pela identidade dos jovens ligados ao funk ostentação. Baseado na pesquisa de campo realizada por Abdalla (2014), seus comentários sobre os jovens entrevistados, demonstram uma real preocupação destes com as marcas, o repúdio aos produtos pirateados e a importância do “kit” (o conjunto de roupas, calçados e acessórios usados) no meio em que vivem como forma de afirmação e reconhecimento.

Ou seja, longe de ser apenas mais um estilo musical, o Funk da Ostentação alerta para como a desigualdade econômica relaciona-se com o sistema de moda e de consumo entre os jovens da classe média brasileira, bem como, a importância do consumo para a construção das identidades.

A partir dos anos 2000, segundo Costa (2016), surgem as mulheres funkeiras dentro de um contexto originalmente protagonizado pelos homens. Até então as mulheres eram vistas como objetos, atuando nos bailes como dançarinas sensuais e cantadas nas letras do funk como objeto de prazer sexual dos homens. Com o surgimento das “funkeiras”, as mulheres dessas mesmas favelas do Rio de Janeiro, passam a compor e cantar funks a partir de suas experiências como mulheres pobres-faveladas e assim o funk se torna um espaço de fala e de luta para elas também. (COSTA, 2016, p. 3). No ambiente dominado por homens, as mulheres funkeiras abrem espaço para manifestarem a insatisfação com o discurso machista e misógino até então colocado nas letras pelos funkeiros.

Aos poucos o funk foi criando uma identidade própria e conquistou espaço junto ao público jovem, sendo assim, absorvido ou “aceito” pelos meios de comunicação que não mais poderiam ficar alheios diante do tamanho sucesso do estilo.

#### **4 O papel da mídia na glamourização do funk**

Simmel (2009), em suas reflexões sobre moda no início do século XX, considera que a moda está intrinsecamente relacionada ao processo de imitação, bem como com a necessidade de o indivíduo de se diferenciar perante o grupo e, ao mesmo tempo, pertencer a ele. Desta forma, a difusão da informação relacionada à moda tem um significado importante pois permite que o indivíduo, ao se identificar com o que está sendo apresentado, sinta-se parte daquele grupo. Além disso faz parte da definição de moda, segundo Lipovetsky (2009), tudo o que é considerado novo, muitas vezes negando aquilo que se fez no passado próximo, e, para tanto, a difusão da moda se apropria dos veículos de comunicação de massa para atingir tais objetivos.

Moda e música se juntam na atualidade resgatando momentos passados, ressignificando símbolos a todo momento. A moda por meio de formas, cores, texturas e a música através da sonoridade atuam no processo comunicacional do indivíduo, no qual o “leitor” com seu capital cultural, consegue decodificar as mensagens expressas pela roupa e pela música. (NOROGANDRO; BENETTI, 2016). A cultura jovem, intrinsecamente ligada a música, passa então a dominar o mercado tanto cultural quanto o da moda, ditando tendências que logo são incorporadas por toda a cadeia de consumo, originando uma fusão entre cultura e mercado.

A mídia de massa passa a desempenhar um papel vital no contexto da moda na atualidade. Por mídia, entende-se, segundo Thompson (1998), a produção, armazenamento e circulação da informação e, também, de seu conteúdo simbólico, a partir dos veículos de comunicação de massa. Desde o século XV até os dias de hoje, devido aos constantes avanços tecnológicos, os processos de comunicação e os

meios técnicos de armazenagem e produção passaram por um significativo desenvolvimento aumentando a escala de distribuição da informação. A modernidade traz consigo o conceito de produto de massa com base na exploração comercial dos meios de comunicação.

Em meados de década de 1980 e o início da década de 1990 o videoclipe começa a fazer parte do cenário musical internacional e nacional obrigatoriamente. Com poucos recursos financeiros e sem apoio das grandes gravadoras, os primeiros videoclipes do funk eram de baixa qualidade e poucos recursos visuais. (BURGESS; GREEN, 2009). A única preocupação era a tentativa divulgar o estilo nos meios de comunicação. Os primeiros artistas que conseguiram gravar um videoclipe com melhor qualidade foi a dupla Claudinho e Buchecha, que fizeram grande sucesso em 1997 com a música “Quero te Encontrar” um funk mais leve e dançante que permitiu ao estilo entrar na programação televisiva e abriu espaço para muitos outros artistas.

O estilo funk brasileiro é caracterizado, sem dúvida, pela apropriação e hibridização, mas é também responsável por construir uma manifestação cultural que se identifica com uma camada da população brasileira de baixa renda e marginalizada socialmente. Sua afirmação como estilo musical culminou em um processo de comoditização, em diversos aspectos, pelo mercado de consumo de massa, tanto o musical quanto o da moda. (BEZERRA; REGINATO, 2017).

O processo de aceitação/rejeição sofrido inicialmente pelo funk, foi aos poucos diminuindo e as discussões sobre os aspectos ligados a violência e sexualidade foi cedendo espaço para um funk mais “familiar” incorporado pelo mercado cultural. Ao fazer parte da seleção musical das casas noturnas da classe média e das academias de ginástica, o funk amplia seus espaços de veiculação e mesmo que associado inicialmente ao mau gosto e falta de pudor, o mercado da moda também se rende a ele. Este é incorporado pela grande mídia por meio dos programas musicais televisivos e passa a fazer parte das trilhas sonoras de telenovelas conquistando lugar no *mainstream* nacional. (BEZERRA; REGINATO, 2017)

O movimento funk, se mostrou nas primeiras décadas do século XXI um grande influenciador de estilo por meio de seus representantes: os MC's e mais recentemente pelo fenômeno crescente das funkeiras. Atualmente o funk só perde em popularidade no mercado musical brasileiro para o estilo sertanejo. Artistas como Anitta, MC Kevinho entre outros vêm se estabelecendo no mercado fonográfico brasileiro e o funk é a música jovem, que não mais se identifica somente com a periferia. Está presente nas casas noturnas, nas playlists e configuram recordes nas plataformas *streaming* como Spotify e no YouTube.

Assim, nas últimas duas décadas, o funk vem dominando o mercado fonográfico se valendo principalmente de mídias digitais como a plataforma YouTube, e, junto com o sucesso das músicas o estilo dos seus protagonistas, suas roupas, seus objetos, lugares que frequentam tornam-se objetos de desejos para os fãs. Com as letras amenizadas e mais festivas a música funk é cada vez mais consumida sem perder a sensualidade característica inerente ao estilo. Os funkeiros consomem a moda de marcas de prestígio e aos poucos foram inseridos neste contexto como influenciadores, como é o caso de Anitta, que exibe marcas de prestígio internacional não só como figurino de seus shows, mas também na sua vida pessoal.

## **5 Revista vogue e as passarelas da alta costura**

O funk ao sair da marginalidade trilhou um caminho de sucesso no *mainstream* musical e por consequência sua constituição imagética, por meio de roupas e acessórios, influencia a moda jovem. Este trabalho toma por base os dados obtidos na dissertação “O punk e o funk: a influência dos gêneros musicais na moda” (Guimarães, 2019) onde pode-se concluir a mobilidade e notoriedade que o movimento punk adquiriu nos últimos 20 anos no Brasil.

Para tanto foi realizada uma análise em capas da revista Vogue Brasil visando a identificação de referências ao mudo musical em uma revista de moda. A revista Vogue foi selecionada dentre diversos outros títulos de periódicos, devido sua relevância no mercado editorial brasileiro e mundial e sua importância como formadora de opinião relacionada à moda e bens de consumo de massa.

Desde sua origem as revistas, inicialmente nomeadas como femininas, e mais tarde como revistas de moda, têm obtido sucesso comercial em todo mundo. O jornalismo de moda atua como mediador entre os processos de produção e consumo de moda e ainda interage com o imaginário social. Mesmo hoje com a invasão das mídias eletrônicas, revistas de moda como a Vogue se valem de

um processo de convergência de mídia, ou seja, ao se apresentarem em plataformas como Instagram integram e expandem seus conteúdos legitimando-os por meio de blogueiras e das suas contas próprias. (WEIDLICH, 2014).

A revista Vogue foi criada em 1892 em Nova York e foi adquirida pelo grupo Condè Nast em 1909. Sua trajetória de sucesso se deve ao caráter inovador, moderno e ousado, tanto nos editoriais quanto no projeto gráfico de cada exemplar da revista. Destinada a um público de alto padrão, foi a primeira a utilizar fotografia em seus editoriais de moda e apostou em editores chefes que mantiveram o alto nível da revista como as editoras Diana Vreeland e Anna Wintour, verdadeiras lendas do jornalismo de moda internacional.

Durante o seu desenvolvimento, a Vogue influenciou as artes, o design, a fotografia, as ilustrações e as inovações estéticas dos editoriais. A revista se tornou uma publicação ícone dentro do universo da moda, gerando um impacto não só nesse universo, mas também no jornalismo e na cultura em geral. (BRISOLA, 2014, p. 4)

A revista Vogue hoje é editada em 22 países e é considerada como uma das revistas mais influentes no mundo da moda, com circulação de dois milhões de exemplares por mês.

Considerou-se o período entre os anos 2000 até 2019, período longo o bastante para se comprovar a permanência dos movimentos na mídia de moda. Observa-se também a dificuldade de acesso às capas da revista, não havendo na internet bancos de dados que cobrissem todo o período analisado, mesmo no *site* oficial da revista Vogue, sendo necessárias inúmeras buscas para cada mês desses vinte anos.

A pesquisa documental em meios de comunicação de massa é apontada por Gil (2008) como importante para o esclarecimento de aspectos da vida cultural de determinados grupos. A análise documental proporciona ao pesquisador um montante considerável de dados que, em determinados casos, seria impossível de se obter por outros métodos. Para pesquisas nas áreas das ciências sociais, pode-se considerar fontes para coleta de dados como livros, jornais, periódicos, papéis oficiais, registros estatísticos, fotos, discos, filmes e vídeos, que constituam registros cursivos persistentes e continuados de uma determinada sociedade.

Os documentos de comunicação de massa tais como jornais, revistas, fitas de cinema, programas de rádio e televisão, constituem importante fonte de dados para a pesquisa social. Possibilitam ao pesquisador conhecer os mais variados aspectos da sociedade atual e também lidar com o passado histórico. Neste último caso, com eficiência provavelmente maior que a obtida com a utilização de qualquer outra fonte de dados. (GIL, 2018, p. 151).

Dos 20 anos pesquisados nas capas da revista Vogue, foram observadas cinco referências ao movimento funk, sendo uma de visual (artista funk Anitta como modelo da capa), e quatro referências ao funk na capa, sendo uma em 2004 e as outras referências ocorreram a partir de 2013 até os dias de hoje, o que indica que o movimento funk ganhou força nos últimos anos.

Nota-se que a revista Vogue, por seu formato editorial mais tradicional mantém uma determinada linha na apresentação de suas capas com poucas variações no decorrer destes 20 anos. Observou-se que em algumas edições, as capas eram minimalistas, com poucas referências escritas e, em alguns casos, apenas a foto de uma modelo com o título da revista. Observou-se também a repetição de algumas modelos nestes anos da pesquisa. Interessante observar que a artista do funk, Anitta, foi capa da revista em maio de 2019, e, comparando com os 20 anos pesquisados, apenas cantoras de sucesso internacional como Madonna, Rihanna e Beyoncé alcançaram esta posição de destaque.

Na edição de novembro de 2004, constata-se a primeira chamada de capa com referência ao movimento funk. A funkeira Tati Quebra Barraco foi convidada da marca Cavaleira no SPFW<sup>5</sup> para assistir ao desfile e participar de coquetel da marca em casa noturna de São Paulo. De acordo com as reportagens da época, conclui-se que a participação da funkeira seria uma atitude provocativa e excêntrica, com intuito de se chamar atenção. A cantora afirmou em uma entrevista ter-se

---

<sup>5</sup> Site: Folha Ilustrada. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/folha/ilustrada/ult90u45178.shtml>>. Acesso em: 14 jun. 2019.

surpreendido ao descobrir que, ao cantar na festa, o público repetia os refrãos de suas músicas de sucessos, refletindo assim, que o funk já penetrava em ambientes supostamente mais elitizados.<sup>6</sup>

Em fevereiro de 2013 a capa apresenta chamada sobre a funkeira Anitta. O texto refere-se á ligação da artista com o mundo da moda. (Figura 1)

FIGURA 1 – Chamada na capa da cantora Anitta.



Fonte: <https://coverstoryweb.files.wordpress.com/2016/10/vogue-brasil-august-2013-lindsey-wixson-by-jacques-dequeker.jpg?w=1180>

Em 2014 a modelo da capa é Cara Delavigne, atriz e modelo britânica (figura 2). A chamada de capa anunciava um editorial da modelo e a moda das ruas. Esta edição apresentou fotos feitas em uma comunidade carioca e roupas com referências do movimento funk.

FIGURA 2 – Cara Delavigne, capa da revista e editorial com referência na moda funk.



Fonte: <https://coverstoryweb.files.wordpress.com/2016/10/vogue-brasil-february-2014-cara-delevingne-by-jacques-dequeker.jpg?w=1180>

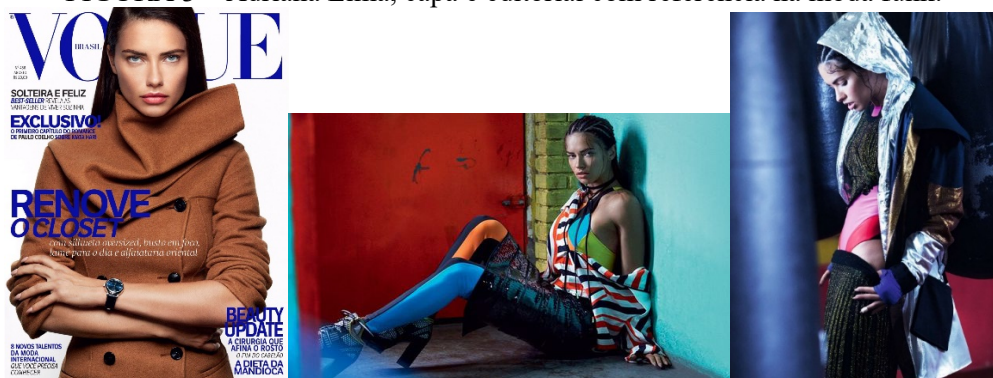
Fonte: [https://static1.belezaextraordinaria.com.br/articles/6/18/16/@/14467-a-top-britanica-posou-de-cabelos-article\\_news-2.jpg](https://static1.belezaextraordinaria.com.br/articles/6/18/16/@/14467-a-top-britanica-posou-de-cabelos-article_news-2.jpg)

Na revista vogue em agosto de 2016, a modelo da capa foi Adriana Lima (Figura 3). O editorial da revista apresentava foto da modelo com roupas características do movimento funk: coloridas, sensuais, brilhantes e chamativas, com mistura de estilos esportivo e de festa.

<sup>6</sup> Site: Istoé. Disponível em: <[https://istoe.com.br/9307\\_MUSA+DO+PANCADAO/](https://istoe.com.br/9307_MUSA+DO+PANCADAO/)>. Acesso em: 12 de jun. 2019.



FIGURA 3 – Adriana Lima, capa e editorial com referência na moda funk.



Fonte: <https://coverstoryweb.files.wordpress.com/2016/08/adriana-lima-vogue-brasil-august-2016.jpg?w=1180>

Fonte: <https://i.pinimg.com/564x/00/7d/f0/007df00b0bbe7068480aef92a5dad3ca.jpg>

Fonte: <https://celebmafia.com/wp-content/uploads/2016/09/adriana-lima-vogue-magazine-brazil-photoshoot-august-2016-2.jpg>

Em 2017 uma edição da revista destacou os desfiles dos estilistas Ellie Saab e Isabel Marant na semana de moda de Paris (Figuras 4 e 5). Ellie Saab, estilista libanês, radicado em Paris, concebeu a coleção primavera-verão 2018 inspirado na Amazônia. Estampas de serpentes e folhagens, cores inspiradas na natureza, foram a tônica da coleção. A ambientação do desfile também remetia ao ambiente tropical, não só pela cenografia, mas também pela temperatura, umidade e aromas da natureza tropical. Para embalar este espetáculo a música com o batido do funk carioca dava o toque mais que exótico ao desfile. (LEITCH, 2017)<sup>7</sup>

FIGURA 4 – Desfile Elie Saab, 2018



Fonte: <https://2.bp.blogspot.com/-ztZPjQWCIVY/WdV5yVqTcyI/AAAAAAAAAOM4/uCsP35GTbi8Q8c2EM7K25jnkyY-3vRE4ACEwYBhgL/s400/elie-saab-rtw-ss18-paris-7686-1506785332-bigthumb.jpg>

3vRE4ACEwYBhgL/s400/elie-saab-rtw-ss18-paris-7686-1506785332-bigthumb.jpg

Isabel Marant, estilista francesa, criou a coleção primavera-verão 2018 (Figura 5) com inspiração na moda de rua, em estilo bo-ho, trabalhando uma mistura de elementos esportivos, delicados e joviais.(NAADI, 2017)<sup>8</sup>. Jonathan da Nova Geração, de Jonathan Costa, foi o funk escolhido para fazer parte da trilha sonora do desfile.

<sup>7</sup> Site: [vogue.com](http://vogue.com). Disponível em: < <https://www.vogue.com/fashion-shows/spring-2018-ready-to-wear/elie-saab>>, acesso em: 04 jul. 2020.

<sup>8</sup> Site: [vogue.com](http://vogue.com). Disponível em: < <https://www.vogue.com/fashion-shows/spring-2018-ready-to-wear/isabel-marant>>, acesso em: 04 de jul. 2020.

FIGURA 5 – Desfile Isabel Marant, 2018.



Fonte: [https://1.bp.blogspot.com/-n8025k2ruGE/WdV69m4m5dI/AAAAAAAAAONE/kEaCw0Fxec8WM8YWpHJlxu80ovsVApCVgCLcBGAs/s400/isabel-marant-paris-verao-2018\\_44.jpg](https://1.bp.blogspot.com/-n8025k2ruGE/WdV69m4m5dI/AAAAAAAAAONE/kEaCw0Fxec8WM8YWpHJlxu80ovsVApCVgCLcBGAs/s400/isabel-marant-paris-verao-2018_44.jpg)

Em 2019 a revista Vogue de maio, trouxe a cantora Anitta na capa, contribuindo para a posição de destaque do funk carioca e a projeção da carreira da funkeira no cenário brasileiro.

FIGURA 6 – Capa da revista com Anitta



Fonte: [https://akns-images.eonline.com/eol\\_images/Entire\\_Site/2019330/rs\\_602x571-190430141954-30.04.19\\_600x600\\_Anitta\\_Instagramvoguebrasil\\_.jpg?fit=inside|900:auto&output-quality=90](https://akns-images.eonline.com/eol_images/Entire_Site/2019330/rs_602x571-190430141954-30.04.19_600x600_Anitta_Instagramvoguebrasil_.jpg?fit=inside|900:auto&output-quality=90)

Design, processos sociais, consumo e mídia foram os fatores que nortearam essa pesquisa. A moda como espelho do seu tempo, fornece pistas de uma sociedade pós-moderna, fragmentada em sua dinâmica, e, por meio das roupas, fornece códigos de distinção social e pertencimento a grupos e subculturas. Permeada pela música este artigo teve como objetivo entender a origem do movimento funk e seus desdobramentos na moda atual.

## 6 Considerações finais

A dinâmica estabelecida entre a moda e a música é permeada pela juventude e ocorreu principalmente a partir da década de 1960. Os movimentos musicais que se sucederam desde então foram deixando marcas na moda, e essa, por sua vez, foi se apropriando das estéticas das subculturas, tornando-as objetos de consumo e devolvendo sob a forma de roupas, acessórios e tendências.

O movimento funk cresceu nas periferias das grandes cidades, foi se espalhando, tomando de assalto a juventude da sociedade contemporânea que busca o hedonismo e satisfação dos desejos imediatos. O funk encontrou a fama na busca e demonstração do sucesso, do prazer e na posse de bens materiais. No Brasil, o sucesso do funkeiro hoje faz parte do imaginário do jovem da periferia que sonha com a ascensão social e riqueza provenientes da música. O funkeiro não hesita em demonstrar, por meio do consumo de bens de luxo, seu sucesso sem deixar de lado suas origens. O repertório das letras de funk demonstra que o funkeiro almeja e se vangloria de ser aceito em círculos sociais, de poder frequentar lugares sofisticados, fruir a vida de diversão e prosperidade. O jovem da classe média se identifica com o funk, pois partilha do mesmo sonho de ascensão social. Assim o funk foi incorporado pela indústria fonográfica, amenizado em suas letras e ofertado ao mercado da moda

como um influenciador de consumo de roupas e bens de luxo. Tudo isto mediado pelos veículos de comunicação de massa.

As mudanças sociais e culturais ocorridas nos últimos anos foram absorvidas e incorporadas pela moda, muitas vezes subvertendo os padrões vigentes. O consumo de bens de luxo passou a ser sonho de jovens de periferia incentivado pela temática abordada nas músicas do funk.

Muito ainda pode-se pesquisar sobre estes dois estilos. Com este trabalho, fica clara a multiplicidade fatores que envolvem a pesquisa sobre moda e a interligação do design, moda, mídia, consumo e processos sociais na contemporaneidade.

---

## When funk climbed the catwalks of haute couture: the trajectory of funk in the international fashion scene

### Abstract:

The funk movement showed a strong connection with the consumption of fashion and had in the digital media an important tool for disseminating not only the music, but also the lifestyle of its singers. At the moment when funk singers, their style and their music become part of the fashion world, it is evident how the movement goes beyond music and has been influencing social behaviors in recent decades. This article aims to show the trajectory of the funk carioca movement and its influence on fashion. Since its inception, funk has trodden a path of marginalized movement in the periphery of Rio de Janeiro to participate in national and international fashion events. Through a bibliographic review on the emergence of the movement and its consequences and a documentary research on magazine covers, this research points out how social movements can influence fashion.

### Keywords:

fashion; social representation; funk movement

## Referências bibliográficas

ABDALLA, Carla Caires. **Rolezinho pelo funk ostentação**: um retrato da identidade do jovem da periferia paulistana. Dissertação de mestrado apresentada à Escola de Administração de Empresas da Fundação Getúlio Vargas. São Paulo, 2014.

BAUDOT, François. **Moda do Século**. 4 ed. São Paulo: Cosac Naif, 2008.

BARTHES, Roland. **Sistema da moda**. São Paulo: Editora Martins Fontes, 2009.

BELO, Rafaela Freitas. **O bonde passou: videocliques de funk ostentação e o mercado musical brasileiro na internet**. Dissertação de mestrado apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Territorialidades da Universidade Federal do Espírito Santo. Vitória, 2016.

BEZERRA, Júlia; REGINATO, Lucas. **Funk**: a batida eletrônica dos bailes cariocas que contagiou o Brasil. São Paulo: Panda Books, 2017.

BOURDIEU, Pierre. Gostos de Classe e estilos de vida, in ORTIZ, Renato (org.). **A sociologia de Pierre Bourdieu**. Ed. e Livraria Olho D'água LTDA, 2003.

BRISOLA, Daniela Oliveira. **O discurso da moda é o discurso do consumo? Como a capa da Vogue Brasil se vende por meio de suas falas**. Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação XXXVII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Foz do Iguaçu, PR – 2 a 5/9/2014.

BURGESS, Jean; GREEN, Joshua. **YouTube e a revolução digital**: Como o maior fenômeno da cultura participativa transformou a mídia e a sociedade. Aleph Publicações e Assessoria Pedagógica Ltda. São Paulo, 2009.

CAMPBELL, Colin. Eu compro, logo sei que existo: As bases metafísicas do consumo moderno. In L. Barbosa & C. Campbell, **Cultura, Consumo e Identidade** (cap. 2, pp. 47-64) Rio de Janeiro, RJ: Editora FGV. 2006.

COSTA, Natália Cristine. **As funkeiras, o funk e um discurso que só elas podem fazer**. XVI Encontro Estadual de História da Ampuh. Santa Catarina, 7 a 10 jun. 2016.

CRANE, Diana. **A Moda e seu Papel Social: classe, gênero e identidade das roupas**. 2 ed. São Paulo, Editora Senac, 2013.

GIL, Antonio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6 ed. São Paulo: Editora Atlas, 2008.

GUIMARÃES, Maria Paula. **O Punk e o Funk: a Influência dos Gêneros Musicais na Moda**. Dissertação de mestrado apresentada ao programa de pós-graduação da Universidade estadual de Minas gerais. Belo Horizonte, 2019.

HERSCHMANN, Micael. **O funk e o hip-hop invadem a cena**. 2 ed. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2005.

LIPOVETSKY, Gilles. **O Império do Efêmero: a moda e seu destino nas sociedades modernas**. São Paulo: Companhia de Bolso, 2009.

MCCRACKEN, Grant. **Cultura e consumo: Novas abordagens ao caráter simbólico dos bens e das atividades de consumo**. Rio de Janeiro: Mauad, 2003.

MENDES, Valery; HAYE, Amy De La. **A Moda do Século XX**. São Paulo: Editora Martins Fontes, 2003.

MONTEIRO, Vanessa Estevam Carlos. **Funk da ostentação: uma análise semiótica do videoclipe "Na pista eu arraso", do Mc Guime**. Intercom-Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação XXI Prêmio Expocom - Exposição da Pesquisa Experimental em Comunicação, 2014.

NOROGRANDRO, Rafaela; BENETTI, Alfonso, org. **Moda, música e sentimento**. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2016.

OLIVEIRA, Tatalina; NUNES, Rita de Cassia. As Significações do Consumo no Contexto do Funk Ostentação à Luz de Thorstein Veblen. Comunicon, Congresso Internacional de Comunicação e Consumo. São Paulo, 2015.

SIMMEL, Georg. **Filosofia da moda e outros escritos**. Lisboa: Edições Texto & Grafia Ltda, 2009.

SOUZA, Gilda de Melo e. **O Espírito das roupas: a moda do século dezenove**. São Paulo: Editora Schwartz Ltda., 1987.

STEVENSON, N.J. **Cronologia da Moda: de Maria Antonieta a Alexander McQueen**. Rio de Janeiro: Editora Zahar, 2012

THOMPSON, John B. **A mídia e a modernidade: uma teoria social da mídia**. Petrópolis: Editora Vozes, 1998.

VEBLEN, Thorstein. **A Teoria da Classe Ociosa: um estudo econômico das instituições**. São Paulo: Nova Cultural, 1987.

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

VILAÇA, Nizia. **Periferia pop na idade mídia**. São Paulo: Estação das Letras e cores, 2011.

WEIDLICH, Maria Teresa de Moraes. **A informação de moda da revista vogue na rede social instagram: um estudo sobre novos modelos de produção e difusão de conteúdos de moda sob o viés da convergência midiática e da cultura participativa**. Dissertação de mestrado apresentada Programa de Pós-Graduação da Faculdade dos Meios de Comunicação Social da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul. Porto Alegre, 2014.