

## **Os piores videoclipes do canal KondZilla: performance e fracasso em dinâmicas valorativas em rede**

The worst music videos from the KondZilla channel:  
performance and failure in valued dynamics in the network

Los peores videoclips del canal KondZilla:  
performance y falla en dinámicas valoradas en la red

**Thiago Soares**

Universidade Federal de Pernambuco | thikos@gmail.com

**Gabriel Albuquerque**

Universidade Federal de Pernambuco | ggalbuquerque00@gmail.com

**Eduardo Rodrigues**

Universidade Federal de Pernambuco | dudzardo@gmail.com

**Resumo:** A partir de um conjunto dos videoclipes com altos números de *dislikes* no canal da produtora musical KondZilla no YouTube, o artigo problematiza as dinâmicas valorativas em rede como instâncias performáticas, que colocam em circulação critérios constituídos nos espaços das plataformas digitais. A noção de fracasso (HALBERSTAM, 2020) abre possibilidades interpretativas e auxilia na compreensão dos sentidos conflitantes sobre gêneros musicais (JANOTTI JR, 2003; 2020) e coloca em suspeita critérios de produção musical no contexto da música pop periférica (PEREIRA DE SÁ, 2017; 2019). Utiliza-se uma metodologia de formação de constelação de videoclipes, para verificar dinâmicas relacionais entre os vídeos e reconhecer o campo dos comentários em canais do YouTube como ambientes de disputas performáticas e julgamentos. Apresenta-se, como resultado, críticas à produtora KondZilla, a partir de debates interseccionais sobre classe social, gênero e raça dentro do universo do funk, traduzidos de forma audiovisual para o campo do videoclipe.

**Palavras-chaves:** videoclipe; performance; música pop; funk; YouTube.

**Abstract:** Based on a set of music videos with high numbers of dislikes on the music producer KondZilla's YouTube channel, the article problematizes the valuing dynamics in the network as performative instances, which put in circulation criteria constituted in digital platforms. The notion of failure (HALBERSTAM, 2020) helps to understand the opening of conflicting meanings about musical genres (JANOTTI JR, 2003; 2020) and raises suspicion of musical production criteria in the context of peripheral pop music (PEREIRA DE SÁ, 2017; 2019). A methodology for forming the constellation of video clips is used to verify the relational dynamics between the videos and the field of comments on YouTube channels is recognized as an environment for performance disputes and judgments. The result is criticism of the producer KondZilla based on intersectional debates about social class, gender and race within the funk, translated in an audiovisual way into the field of the music video.

**Keywords:** music video; performance; pop music; funk; YouTube.

**Resumen:** A partir de un conjunto de videoclips con alto número de *dislikes* en el canal de YouTube de la productora musical KondZilla, el artículo problematiza las dinámicas de valoración en la red como instancias performativas, que ponen en circulación criterios constituidos en los espacios de las plataformas digitales. La noción de fracaso (HALBERSTAM, 2020) ayuda a comprender la apertura de significados conflictivos sobre géneros musicales (JANOTTI JR, 2003; 2020) y suscita la sospecha de criterios de producción musical en el contexto de la música pop periférica (PEREIRA DE SÁ, 2017; 2019). Se utiliza una metodología para formar la constelación de videoclips para verificar la dinámica relacional entre los videos y el campo de comentarios en los canales de YouTube se reconoce como un entorno para disputas y juicios de desempeño. El resultado es una crítica a la productora KondZilla basada en debates interseccionales sobre clase social, género y raza dentro del universo funk, traducida de forma audiovisual al campo del video musical.

**Palabras clave:** videoclip; performance; música pop; funk; YouTube.

## Introdução

O canal da produtora musical KondZilla no YouTube se notabilizou na principal plataforma de consumo audiovisual musical brasileiro por apresentar novidades e sucessos musicais em formato de vídeos desde 2013. Seu auge se deu em outubro de 2018, quando ultrapassou o canal do cantor canadense Justin Bieber e se torna o terceiro maior canal do YouTube no mundo na categoria musical, em número de inscritos<sup>1</sup>. Sua dinâmica de produção e circulação de vídeos e conteúdos sobre música parte de uma premissa de curadoria de conteúdos em torno do universo da música pop periférica, sobretudo do funk – gênero musical predominante no canal e nas ações da produtora.

O movimento proposto por este artigo é o de observar não os vídeos de sucesso da KondZilla – que facilmente passam da marca de 1 milhão de visualizações em 24 horas de lançamento<sup>2</sup> –, mas especular sobre o fracasso de alguns clipes que passaram a ser rechaçados nos comentários do canal, abrindo suspeitas sobre os critérios de valoração musical no contexto da música pop periférica.

Adota-se o critério de “fracasso” como aquele que se refere a vídeos que obtiveram coeficiente de baixo número de visualizações ou alto número de *dislikes*, isto é, sinalizações de reprovação a determinado audiovisual. A investigação das reações negativas a estes vídeos por usuários no campo de comentários aponta para a construção de problemas sobre as dinâmicas valorativas em rede, que coloca em circulação critérios constituídos nos espaços das plataformas digitais. Códigos estéticos e políticos do funk e da KondZilla emergem a partir das expectativas, negociações e rupturas das estéticas dos gêneros musicais.

A amostragem desta análise consta de seis vídeos publicados no canal da produtora (listados na Tabela 1) que tiveram número de *dislikes* significativamente superior ao número de *likes* ou um número de visualizações muito abaixo da média de acessos do canal, o que resultou num volume de críticas e questionamentos nos campos de comentários. A coleta da amostragem se deu a partir dos dados dispostos na plataforma YouTube.

Tabela 1. Clipes “fracassados” da KondZilla

Clipe	Número de <i>dislikes</i>	Número de <i>likes</i>	Número de visualizações	Data de publicação
“Ela é Outro Nível”, de Loretto McAllister	259 mil	34 mil	2.660 milhões	03/11/2016
“Chegou o Verão”, de MC Misa	152 mil	16 mil	1.274 milhões	17/12/2016
“Ela Merece Respeito”, de MC Misa	152 mil	46 mil	2.833 milhões	09/11/2016
“Safadinha”, de MC Veiga	5,8 mil	19 mil	680 mil	17/12/2018
“Mais Eu”, de Davi Dyller	4,1 mil	15 mil	353 mil	04/10/2018
“Tu Vai Levar Bolo”, de MC Groove	3,6 mil	9,3 mil	262 mil	27/02/2019

Fonte: YouTube (números coletados no dia 30 de março de 2021).

<sup>1</sup> O canal KondZilla continua em terceiro lugar deste mesmo ranking, com 63,7 milhões de inscritos, atrás apenas das produtoras indianas de bollywood Zee Music Company (com 70,6 milhões de inscritos) e T-Series (177 milhões de inscritos). Os números foram coletados em 30 de março de 2021 através da plataforma de monitoramento de redes sociais Social Blade. Disponível em: <<https://socialblade.com/youtube/top/category/music/mostsubscribed>>. Acesso em: 30 mar. 2021.

<sup>2</sup> “O normal é que todo vídeo tenha 1 milhão de views em 24h”, afirmou Konrad Dantas, em entrevista ao portal *G1*. Disponível em: <[www.globo.com/3gJ1r1P](http://www.globo.com/3gJ1r1P)>. Acesso em: 30 mar. 2021.

Nas estatísticas apresentadas na tabela, pode-se observar sinais de dois tipos de “fracassos” a partir de dados quantitativos. O primeiro tipo é uma ampla superioridade dos números de *dislikes* em comparação ao número de *likes* (caso dos três primeiros clipes). O vídeo “Ela é Outro Nível”, por exemplo, tem o número de *dislikes* quase 662% maior que o número de *likes*. Também constata-se que a quantidade de *dislikes* está acima da média, indicando assim uma alta rejeição, quando se comparam os números desses clipes com outros do mesmo período. Os clipes “De Lacoste”, do MC Choko, e “Quando o Perera Manda!”, do MC LBX, foram lançados uma semana antes de “Ela é Outro Nível” e apresentam uma proporção bem mais positiva de *likes* e *dislikes*. “De Lacoste” tem 40 mil *likes* e 2 mil *dislikes* (1900% mais *likes* que *dislikes*) e 1,6 milhão de visualizações. Já “Quando o Perera Manda!” tem 32 mil *likes* contra 2,6 mil *dislikes* (1130% mais *likes* que *dislikes*) e 1,3 milhão de visualizações.

O outro tipo de “fracasso” é evidenciado pelo baixo número de visualizações em comparação aos acessos que os demais audiovisuais lançados no canal possuem. O clipe “Mais Eu”, por exemplo, não teve um número de *dislikes* superior ao número de *likes*. Entretanto, as suas 353 mil visualizações ficam muito abaixo dos acessos de outros vídeos do mesmo período. Os clipes “Pampuda”, de MC WM, MC Leléto, Os Cretinos e DJ Gege, e “Louca e Descarada”, do MC GW, foram lançados apenas um dia antes de “Mais Eu” e contam, respectivamente, com 61 milhões e 21 milhões de visualizações.

O amplo espectro de desagrado desses videoclipes elencados abre brechas para se compreender o “formato padrão” da produtora KondZilla como passível de fraturas. Este artigo propõe trazer à tona os meandros da estética construída e consagrada pelos videoclipes da KondZilla, formando uma comunidade de gosto no âmbito da plataforma digital e buscando entender como esses videoclipes apresentam crises de valores num gênero musical e, mais amplamente, no próprio canal da produtora.

Divide-se o estudo em três partes: na primeira, recupera-se a importância do canal KondZilla na constituição da rede de música pop periférica brasileira (PEREIRA DE SÁ, 2017; 2019), evidenciando uma série de negociações, aberturas, domesticações e apagamentos na consagração do funk nas plataformas digitais. Em seguida, debate-se a noção de fracasso como potente para o estudo das disputas discursivas e estéticas em rede, abrindo possibilidades para que se visualizem zonas conflituosas e especulativas imprevistas nos processos comunicacionais. A partir de uma metodologia que envolve a formação de constelações de videoclipes, postula-se que as críticas e rechaços aos videoclipes se estendem à produtora KondZilla trazendo à tona debates interseccionais sobre classe social, gênero e raça dentro do universo do funk.

## Canal KondZilla na rede de música pop periférica

A produtora KondZilla foi criada em 2012 pelo diretor Konrad Dantas, um homem negro do bairro Vila Santo Antônio, na periferia de Guarujá, litoral sul de São Paulo. No início, a produtora ficou associada à então emergente cena do funk ostentação da Baixada Santista, tendo como seus primeiros trabalhos os clipes de “Megane” (MC Boy do Charms), “Tá Patrão” (MC Guimê) e “Como é Bom Ser Vida Loka” (MC Rodolfinho), entre outros. Desde então, a KondZilla se reconfigurou e expandiu sua área de atuação. Em 2021,

a empresa se caracteriza como uma *holding*, acumulando funções de produtora de vídeos, gravadora, licenciamento de marcas, agência, portal de notícias e reportagens. Além do seu perfil principal, onde são postados os vídeos, a KondZilla também tem outro canal no YouTube, chamado Portal KondZilla, onde são publicadas reportagens em vídeos sobre a cultura das periferias de São Paulo.

Conforme aponta Albuquerque (2020), o canal da KondZilla no YouTube se configura como um importante ator não-humano na intensificação das trocas simbólicas entre músicas pop periféricas brasileiras. É a partir da consagração do canal como principal meio de circulação de vídeos produzidos no Brasil que gêneros musicais se hibridizam, se interpenetram, promovem aproximações entre artistas e agenciamentos que incidem no fortalecimento dos fluxos comunicacionais naquilo que Pereira de Sá (2017) vai chamar de “rede de música pop periférica”. O protagonismo do canal KondZilla nessa rede é averiguado tanto por dados quantitativos<sup>3</sup> quanto por qualitativos, a partir da mobilização em rede de comunidades de gosto em torno dos principais gêneros musicais do cancioneiro pop periférico. Percebe-se uma série de estratégias e posicionamentos no mercado musical que emergem a partir do canal KondZilla: participações (*featurings*) de artistas de gêneros musicais distintos, com a finalidade de realizar cruzamentos sonoros e estéticos e, assim, agenciar padrões de consumo dos algoritmos de recomendação das plataformas (DE MARCHI, 2018); atividade de curadoria ou de “vitrine” do canal, que se notabiliza por “lançar” artistas musicais nos mais diversos contextos; e a perspectiva de adotar uma lógica de conglomerado de mídia responsável pelas etapas de seleção, criação, produção e circulação dos produtos musicais, a partir do ecossistema midiático empreendido pelo empresário Konrad Dantas.

O canal coloca em evidência aquilo que De Marchi (2018) aponta como a principal vocação das plataformas de vídeos: serem utilizadas para o consumo de música. O autor cita pesquisa de mercado publicada pela Federação Internacional da Indústria Fonográfica (IFPI, na sigla em inglês), em 2016, que dava conta de que cerca de 82% dos usuários do YouTube acessam música pela plataforma – esse número aumenta para 93% entre os usuários de 16 a 24 anos. A versão de 2017 da pesquisa apontou que 55% do acesso à música via *streaming* se dava por vídeos, sendo que 46% desse consumo foi feito através do YouTube.

A consagração do canal KondZilla no mercado de consumo musical brasileiro acompanha o espraiamento do funk pelos dois principais centros urbanos do país. A capilarização do funk pelas redes de música pop periféricas acompanha o processo de transferência do centro econômico do funk do Rio de Janeiro para São Paulo, entre 2011 e 2013. Esse movimento estava atrelado também a uma reconfiguração estética do funk como gênero musical e midiático, a partir da incorporação de códigos visuais da vertente *bling ring* (ostentação) do hip hop estadunidense da primeira década dos anos 2000 e da intensificação da profissionalização do seu sistema de produção, um processo materializado e encabeçado pelos vídeos da KondZilla.

---

<sup>3</sup> Os cinco vídeos mais acessados do canal e seu número de visualizações são: “Bum Bum Tam”, de MC Fioti (1,6 bilhões de visualizações); “Olha a Explosão”, de MC Kevinho (1,1 bilhão); “Amor de Verdade”, dos MCs Kekel e Rita (698 milhões); “O Grave Bater”, de MC Kevinho (595 milhões); e “Bumbum Granada”, dos MCs Zaac e Jerry (573 milhões). Dados coletados no dia 30 de março de 2021.

A produtora criou marcas estilísticas que passaram a fazer parte de uma gramática compartilhada pelos frequentadores do canal do YouTube. Clipes emblemáticos dos dois períodos com maior acesso e visualizações do canal (primeiro, em 2013; depois, entre 2016 e 2017)<sup>4</sup> permitem compreender os marcos visuais da KondZilla, isto é, os traços fundamentais de suas narrativas audiovisuais e elementos que constituem a assinatura reconhecível entre frequentadores do canal. O corte de cenas em sintonia com o ritmo das músicas, a passagem dos clipes “ostentação” (em que os MCs exibiam carros, motos, casas, dinheiro e mulheres de modo descritivo, através de um “pleonasma visual” nas palavras de Konrad Dantas) para os clipes de “micro-histórias”, nos quais as letras das canções são ilustradas a partir de pequenas narrativas roteirizadas, alinham-se a uma gramática audiovisual predominante na produção de videoclipes na música pop.

Esse conjunto de marcos visuais indicava também a expansão econômica do canal KondZilla. Diretrizes empresariais foram adotadas para ampliação e diversificação do público da produtora, tanto no mercado interno quanto no mercado externo, ao mesmo tempo em que a produtora se aproximava de marcas em acordos publicitários<sup>5</sup> (ORTEGA, 2019a; 2019b; PROVOCAÇÕES, 2019). A partir da entrada do capital advindo do mercado publicitário, a KondZilla passa a adotar “marcos regulatórios” da estética da produção audiovisual. Armas, drogas, objetificação de mulheres, violência e palavras de baixo calão foram proibidas nos vídeos e nas músicas no canal. Portanto, a KondZilla passou a retratar o universo do funk e da música periférica com “ressalvas” e estratégias.

A regulação temática e estética implicou numa certa higienização dos videoclipes, promovendo o apagamento de algumas marcas de subalternidade do funk, negociando (afastando e aproximando da) sua origem em territórios periféricos. Alguns dos principais artistas da produtora, como Kekel e Kevinho, abandonaram o “título” de MC<sup>6</sup> (movimento idêntico ao de Anitta e Ludmilla, principais expoentes do funk pop que também tiraram o “MC” do nome artístico) e passaram a investir na criação de personas midiáticas em que

---

<sup>4</sup> “Como é Bom Ser Vida Loka” (2012), do MC Rodolfinho, e “Plaquê de 100” (2012), do MC Guimê, são dois clipes representativos da primeira fase da KondZilla, associada ao funk ostentação. “Amor de Verdade” (2018), de MC Kekel e MC Rita, “Bum Bum Tam Tam” (2017), de MC Fioti, e “Rabiola” (2017), de Kevinho, ilustram a aproximação que a KondZilla fez de uma imagética pop global em uma segunda fase da produtora (ALBUQUERQUE, 2020).

<sup>5</sup> Em 2017, a KondZilla firmou uma parceria com a multinacional de alimentos e bebidas Nestlé para produzir “O Rolê é Nosso”, videoclipe de Karol Conká que, nas palavras da descrição do vídeo no YouTube, fala “sobre empoderamento e esporte” e conta com participação de jogadoras de equipes de vôlei patrocinadas pela Nestlé. Outro exemplo de trabalhos com empresas e agências publicitárias é o clipe “Chega Quem Quiser”, que foi lançado em 2017 e integrou uma campanha da cervejaria Skol, que buscava se reposicionar no mercado, associando-se à imagem cantora negra Jess. A mesma empresa voltou a firmar parceria com a KondZilla em 2019, na campanha de divulgação da bebida Skol Beats 150, o primeiro produto da cantora Anitta no cargo de *head* de criatividade e inovação da Skol. Na campanha de divulgação, a KondZilla reuniu nomes do funk como DJ Marlboro, o Coletivo Heavy Baile, Tati Quebra-Barraco, Tati Zaqui e DJ Polyvox para revisitarem dois hits antigos do gênero: “Glamurosa”, do MC Marcinho, e “Já é Sensação”, do MC Andinho, desta vez remixadas no ritmo do 150 BPM – vertente do funk carioca que nomeou a bebida recém-lançada.

<sup>6</sup> Sigla oriunda do inglês, que significa “mestre de cerimônia”, título atribuído a cantores e compositores do rap e do funk. Usar o título de MC antes do nome artístico vincula determinado cantor a esses gêneros musicais.

se acionasse a ideia de “popstars do funk” – aproximando-se declaradamente de estrelas do rap e do reggaeton (GUADAGNUCCI, 2019).

A emergência de um tom conciliador na representação do funk nos vídeos do canal KondZilla permite levantar uma série de suspeitas sobre os critérios de produção e circulação do canal da produtora no YouTube. Faz-se necessário explorar as “brechas” e os “desvios” em torno da criação dos vídeos para se perceber como os mais rechaçados podem evidenciar as crises estéticas e políticas do funk num contexto de produção de sentido em rede.

### **Fracasso, ação e julgamento**

O critério que se adota para o reconhecimento do fracasso de um vídeo no canal KondZilla é a combinação entre alto número de *dislikes* (não gostei) e o baixo número de visualizações, numa equação que coloca em evidência as dinâmicas presentes nas plataformas digitais. É a partir da produção e do intercâmbio de dados, das lógicas comerciais baseadas no engajamento dos usuários e dos esforços de regulações de práticas que d’Andréa (2020) chama a atenção para as dinâmicas em rede a partir de *affordances*, ou seja, de que maneiras os dispositivos de “curtir” ou “compartilhar” apresentam indicativos de ações que, quando datificadas, resultam em estratégias e pactos compactuados nos ambientes digitais. A mobilização a partir de recursos que o autor chama de tecnogramaticais é parte de um conjunto de ações que se dão nos canais de vídeos do YouTube. O dado de “curtir” ou “descurtir” um vídeo no YouTube integra um processo de intensa datificação que localiza e constrói valor para o audiovisual naquele ecossistema.

A ferramenta de *dislike* é usada de forma recorrente por grupos de *haters* (odiadores) para deturpar vídeos de artistas dos quais não gostam, sendo um indício de posicionamento para a compreensão das disputas em rede, em particular em ambientes voltados à música pop. A presença ativa de indivíduos na internet, como os fãs e os *haters*, é uma das máximas que atribuem sentido às disputas em redes sociais digitais, evocando, de forma recorrente, a ideia de ações performáticas. Falar de fracasso na música pop aponta tanto para uma disputa narrativa entre *fandoms*<sup>7</sup> – ocorrência já elucidada por Pereira de Sá (2016) sobre como a comunicação digital exacerbou o papel dos afetos, transformando os fãs e os *haters* em figuras emblemáticas – quanto de um conjunto de cobranças e posicionamentos de marcas, instituições e artistas em ambientes digitais. “As redes sociotécnicas que constituem o cenário da cultura pop são, para além de lugares de construção identitária – ou justamente por isso – *locus* do conflito, dissenso, disputa simbólica e política” (PEREIRA DE SÁ, 2016, p. 62).

Conforme aponta Silva (2020), a datificação nas redes sociais digitais incide significativamente nos critérios avaliativos sobre sucesso ou fracasso de músicas e artistas na cultura pop. Ao observar fóruns digitais de discussão sobre música pop, o autor reconhece que fãs disputam a relevância e a qualidade dos seus artistas musicais favoritos com argumentos respaldados em dados quantitativos e numéricos, como o número de vendas de álbuns e *singles* e as posições em paradas de sucesso enquanto juízos de valor.

---

<sup>7</sup> Muito associado a ideia de “fã-clube”, esse termo é uma aglutinação da expressão *fan kingdom*, que significa “reino dos fãs” em tradução literal para português e é responsável por orientar modos afetivos de performance na internet (PEREIRA DE SÁ, 2016).

Este artigo problematiza como o fracasso de um conjunto de videoclipes no canal KondZilla mobiliza frequentadores, fãs e apreciadores de música pop a buscarem explicações, questionarem e suspeitarem de uma série de convenções tanto de gênero musical quanto da produtora responsável pelo canal. Neste sentido, segue-se a recomendação de Halberstam (2020): tratar o fracasso como uma abertura semântica, uma “brecha” nas dinâmicas produtivas da indústria do entretenimento, suspeitando temporariamente das premissas de sucesso do capitalismo. Para o autor, o fracasso pode evidenciar uma inadequação ou um oferecimento à especulação sobre possibilidades constitutivas no chamado capitalismo tardio.

O fracasso preserva um pouco da anarquia da infância e perturba os limites supostamente imaculados entre adultos e crianças, ganhadores e perdedores e ainda que venha acompanhado de uma horda de emoções negativas, tais como decepção, desilusão e desespero, também proporciona o uso dessas emoções negativas para espetar e fazer furos na positividade tóxica da vida contemporânea (HALBERSTAM, 2020, p. 21).

Halberstam sugere compreender o fracasso por meio da ótica da “baixa teoria”. Em diálogo com Stuart Hall, ele propõe uma abordagem que visa acessar dissidências em produtos culturais que estariam embalados por uma legitimidade normativa. É daí que surge seu interesse pelos artefatos massivos considerados intelectualmente menores, tanto em forma quanto em conteúdo. Nesse sentido, o funk emularia uma dupla inquietação de fracasso: o próprio gênero musical é percebido como inferior e marginal e a desaprovação por *dislikes* também se configura como questionamento na lógica comercial fonográfica em rede, evidenciando que a noção de insucesso pode ter camadas comparativas.

É diante da datificação de ações de *dislikes* em videoclipes no canal do YouTube KondZilla que se reconhece os comentários como materialidades expressivas para o estudo das performances em rede. Estudos sobre performance na comunicação são um exercício para abrir alternativas analíticas que permitam encarar episódios através do cênico, da teatralidade, da fabulação. Numa era em que a visibilidade se torna urgência, particularmente nos processos comunicativos, não há como escapar do “simulacro” e da “fachada” nos debates em rede. Taylor (2013) comenta que a performance está diretamente vinculada a uma forma de intervenção no mundo, por meio de uma teatralidade, um modo de transmissão a partir do qual formam-se conjuntos de conhecimentos, especulações e fabulações.

Pode-se pensar os comentários em canais do YouTube como ambientes de conversação, que, como pontua Hernández (2020), apresentam assimetrias interacionais e dimensões estéticas, éticas e sensíveis nos julgamentos. Comentários em canais do YouTube formariam cenas interacionais online, com atuação performativa dos interlocutores e especulações a partir de narrativas que povoam a linguagem cotidiana e as temporalidades que entrelaçam as experiências individuais e coletivas. Estas dinâmicas apresentadas por Hernández carregam inclinações políticas e performáticas, uma vez que se preocupam com o desempenho dos atores e com julgamentos dos entornos e contextos, construindo assim uma abertura a enquadramentos/recortes de fenômenos num cenário de interação mediada. A partir do quadro teórico designado, partiremos a seguir para a formação de constelações de videoclipes para a verificação das práticas discursivas e performáticas avaliativas em rede.



## Sobre constelações de videoclipes

Adota-se, como metodologia, tratar um conjunto de videoclipes como uma “constelação”. O termo é utilizado nos estudos de cinema comparado, a partir da ideia de que um conjunto de obras, que Souto (2020) nomeia de “constelação”, chamaria atenção não para a natureza imanente dessas obras, mas para sua dimensão relacional. A relação entre os componentes de um determinado audiovisual não seria apenas motivada pela proximidade entre eles, mas também pela possibilidade de significados que lhes podem ser atribuídos justamente a partir da aproximação. Ao citar o largo uso do termo “constelação” por autores como Walter Benjamin, Souto atesta que, metodologicamente, faz sentido olhar para a constelação como meio de se chegar a uma espécie de totalidade que o conjunto cristaliza, revelando afinidades interiores e espaços especulativos a partir das obras postas juntas.

As constelações emergem de uma concepção relacional, que vê diálogos, tensões e afinidades entre as obras/estrelas, ainda que essa conversa não tenha sido por elas planejada. Afinal, não se trata de vínculo dado na natureza, preexistente – quem faz a ligação entre os pontos é o observador. Elas se constituem pelo olhar humano localizado, a partir de um determinado ângulo de observação, tendo como base, suas próprias projeções mentais e seu repertório de objetos conhecidos. São uma questão de perspectiva (SOUTO, 2020, p. 8).

De modo similar, observa-se um conjunto de obras (videoclipes) num ambiente (canal do YouTube) e seus problemas de ordens estéticas e políticas. Portanto, a constelação de videoclipes aqui enquadrada é composta pelos audiovisuais com maior número de *dislikes* e menor contingente de visualizações. Compreendendo que o videoclipe articula-se na extensão da canção popular massiva, integra dinâmicas de endereçamentos de gênero musical e está circunscrito em uma lógica de consumo do mercado musical e da indústria do entretenimento, a análise destas constelações prevê o reconhecimento de modos de mediação entre as estratégias de produção e o sistema de recepção, entre os modelos e os usos que os receptores fazem dos produtos midiáticos através das estratégias de leituras inscritas nesses produtos (JANOTTI JR, 2020; SOARES, 2013).

Um elemento que perpassa os seis vídeos desta “constelação” é um estranhamento em relação às convenções do funk. Ainda que, em muitos casos, reivindicuem pertencimento ou proximidade ao gênero musical por meio da sonoridade, do próprio clipe (com a presença de carros luxuosos, mansões e festas – típicos da vertente do funk ostentação – e também a partir da presença de mulheres dançando de biquíni ou em trajes curtos), há uma série de rupturas do horizonte de expectativas em torno do próprio gênero. A construção de outros tipos de cenários para os videoclipes (em “Safadinha”, de MC Veiga, por exemplo, as ações da narrativa se passam num circo), de diferentes corporalidades (cantores brancos, de classe média, como Loretto McAllister) e também morais (a partir da convenção romântica em detrimento da objetificação da mulher, como no clipe “Ela é Incrível”) apresentam rasuras performáticas que serão questionadas pelos comentadores do canal KondZilla, abrindo uma série de controvérsias em torno do funk e da própria produtora musical.

## “Filhinho de papai querendo ser favela”: problemas de raça, gênero e classe social

As espinhas no rosto e o aparelho ortodôntico do adolescente curitibano MC Veiga, que protagoniza o videoclipe “Safadinha”, parecem rasurar o horizonte de expectativas dos cantores de funk. Com o cantor Loretto McAllister, no videoclipe “Ela É Incrível”, as suspeitas passam pelo seu nome “estrangeiro”, que remeteria à construção midiática de um adolescente de classe social abastada, privilegiado e com “vida fácil”. Nestes dois vídeos, os marcadores de raça (a oposição entre a larga tradição de cantores de funk negros e a presença de homens brancos protagonizando vídeos) se interseccionam com as categorias de classe social e gênero (a figura do homem rico e privilegiado) nos comentários dos frequentadores, que destacam essa aparente rasura performática no gênero musical. Com 710 curtidas e amplo número de engajamentos, o comentário feito pelo perfil Daniel IC (Figura 1) ressalta o problema em torno da questão de classe e o privilégio que supostamente o cantor teria ao “comprar” a sua presença no funk: “Filhinho de papai querendo ser favela”, aponta.

Figura 1. Comentário em “Ela É Incrível”, de Loretto McAllister



Fonte: Reprodução.

As marcações de classe social e raça a partir da tônica dos privilégios implicam em críticas aos processos de produção musical e audiovisual no funk. Também com alto grau de engajamento, a partir de 168 curtidas, o perfil Wallace Dias suspeita que o videoclipe “Safadinha”, de MC Veiga, foi custeado com verba familiar (Figura 2): “Moleque pagou o clipe com o dinheiro do pai”. A crítica endossa a construção midiática de ídolos do funk que perpassam questões biográficas e de superação pessoal. Parte do capital simbólico mobilizado por artistas de funk advém de sua trajetória no campo do trabalho – rompendo estigmas e adquirindo cidadania através da vinculação à música.

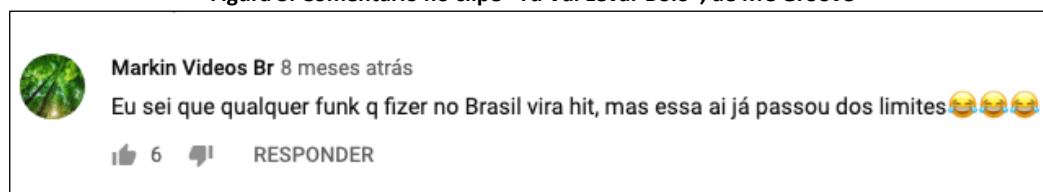
Figura 2. Comentário em “Safadinha”, de MC Veiga



Fonte: Reprodução.

A desconfiança sobre a trajetória dos cantores implica em julgamentos estéticos sobre as canções. Uma série de críticas evidencia diferentes concepções sobre o gênero musical. O perfil Markin Videos Br chama a atenção para um consenso: o já baixo “critério” de qualidade na escolha de canções de funk. O comentário no videoclipe “Tu Vai Levar Bolo”, de MC Groove (Figura 3), chama a atenção para uma espécie de “limite” de baixa qualidade do funk que teria sido ultrapassado pelas canções e por seus respectivos vídeos expostos no canal KondZilla.

**Figura 3. Comentário no clipe “Tu Vai Levar Bolo”, de MC Groove**



Fonte: Reprodução.

Criar balizas valorativas e classificar canções como “boas ou ruins” a partir de critérios pessoais é parte integrante das dinâmicas dos gêneros musicais. Conforme aponta Janotti Jr (2003), um gênero musical é definido por uma combinação de elementos textuais, sociológicos e ideológicos, compondo uma espiral de fatores que vão do campo da produção às estratégias de leitura específicas inscritas nos produtos midiáticos. Assim, cada gênero possui elementos estéticos que serão mais ou menos valorizados de acordo com sua respectiva comunidade de gosto.

Na rotulação, está presente um certo modo de partilhar a experiência e o conhecimento musical, ou seja, dependendo do gênero, elementos sonoros como distorção, altura e intensidade da voz, imagem, performance, papel das letras, autoria/interpretação, harmonia, modo, melodia e ritmo ganham contornos e importâncias diferenciadas (JANOTTI JR, 2003, p. 98).

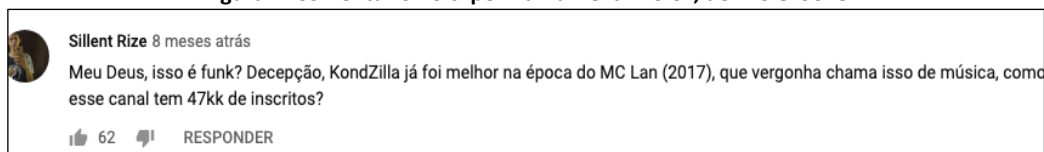
Questiona-se: quais seriam os valores musicais do funk que estas músicas e seus vídeos violariam – deliberadamente ou não – para serem reconhecidas como ruins, entre ouvintes de funk, no interior da rede de música popular pop periférica?

### **“É só ter dinheiro”: suspeitas sobre processos de produção musical**

Nos comentários, as críticas manifestam-se por duas vias principais. A primeira diz respeito à qualidade das letras e aparece com mais ênfase nas músicas “Tu Vai Levar Bolo” (MC Groove), “Ela é Incrível” (Loretto McCallister) e “Safadinha” (MC Veiga), descritas como “sem nexos” ou até mesmo “sem letra”. Este debate de cunho estético, sobre qualidade musical no funk, se espalha para suspeitas e especulações em torno da produtora musical KondZilla. Observa-se um conjunto de comentários que colocam em dúvida o “padrão de qualidade” do canal e a própria dinâmica de curadoria que consagrou a KondZilla como uma espécie de “fábrica de hits” do funk. O comentário feito pelo perfil Silent Rize (Figura 4) é

sintomático em estabelecer uma conexão entre a baixa qualidade do funk (“isso é funk?”, questiona), criticando a produtora KondZilla por uma qualidade “perdida”. O perfil argumenta que um canal com 47 milhões de inscritos (na ocasião) não poderia apresentar conteúdos daquela suposta baixa qualidade.

**Figura 4. Comentário no clipe “Tu Vai Levar Bolo”, de MC Groove**



Fonte: Reprodução.

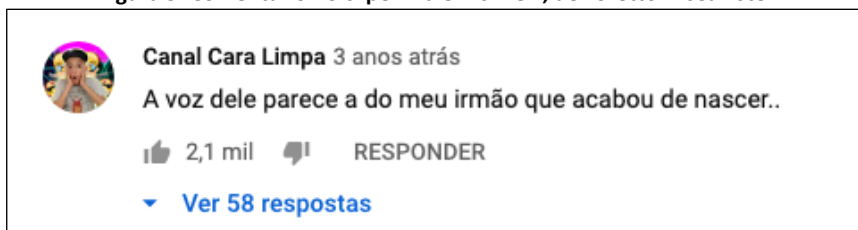
Há um bloco que reage à quebra de convenções genéricas do funk e se manifesta contra uma postura de abertura comercial por parte da KondZilla, que produz clipes de “qualquer artista” que se disponibiliza a arcar com os custos do vídeo, sem nenhuma curadoria artística por parte da produtora. Emerge dessas reivindicações a quebra do pacto de autenticidade por um suposto “vale tudo” comercial. Isto demonstra que a sobreposição do capital econômico sobre o capital artístico pode causar fissuras mesmo em um contexto de músicas pop periféricas, como o funk.

Os fãs criticam o referido baixo nível do conteúdo no canal, apontando que a produtora operaria sob a lógica do “pagou, gravou”. A KondZilla tenta então se equilibrar na construção de autenticidade que marca o funk, aderindo a atenuações, negociações e domesticações que são marcas evidentes dos pactos com as lógicas *mainstream* da indústria do entretenimento. Ao mesmo tempo em que produz clipes de artistas desconectados da comunidade funk ou reprovados por ela, busca manter sua ligação com a cultura periférica através de reportagens, perfis e matérias sobre tendências do funk, em textos e séries de vídeos.

### “Bichona!”: gênero e heterossexualidade no funk

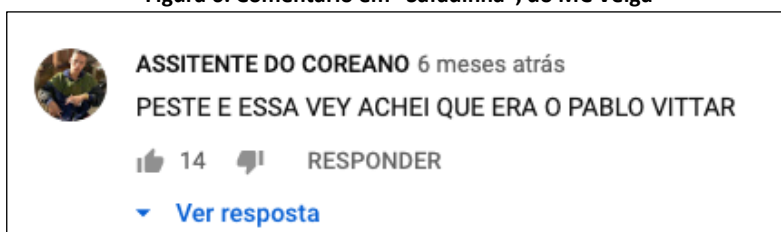
Além dos comentários sobre a suposta baixa qualidade das canções, surgem críticas que põem em dúvida a heterossexualidade dos artistas, com tom jocoso, naturalizando uma série de ataques digitais e discursos de ódio contra sujeitos LGBTQIA+, como no videoclipe “Mais Eu”, de Davi Dyller, em comparação com as performances de masculinidade dos videoclipes “Chegou o Verão” e “Ela Merece Respeito”, de MC Misa. O tema se apresenta em comentários que salientam a voz “fina” (de tom agudo) de Dyller, primeiro em tom irônico (Figura 5), comparando a vozes de crianças recém-nascidas, e depois fazendo comparações com a voz da *drag queen* Pablllo Vittar (Figura 6).

Figura 5. Comentário no clipe “Ela é Incrível”, de Loretto McCallister



Fonte: Reprodução.

Figura 6. Comentário em “Safadinha”, do MC Veiga



Fonte: Reprodução.

Aparecem também associações com símbolos culturalmente reconhecidos como tipicamente femininos (“parece música da Barbie”) e termos pejorativos para se referir a homens gays (“Barbie”, “bixona”<sup>8</sup>, “um jeitinho”). Outros comentários são mais explícitos e mais agressivos, abordando a voz ou os traços afeminados dos artistas, com referências à pornografia ou a imagens sexuais de cunho violento.

Estas acusações em tons jocosos e pejorativos a sujeitos LGBTQIA+ se alinham às conclusões de Caetano (2015, p. 14) de que o funk permanece atrelado a expressões de masculinidade e heterossexualidade. Ao tratar da presença de Valesca Popozuda e de outras funkeiras no meio, a autora aponta que “apenas a presença da mulher não serve como prova de que houve ‘abertura’ para elas nestes espaços”. No clipe “Chegou o Verão”, de MC Misa, evidencia-se esta premissa: mulheres postas em cena como objetos sexuais pertencentes ao MC; os *closes* nos seios e na bunda das modelos; os carros e as motos potentes como extensão de sua própria potência sexual; os cordões grossos com elementos fálcos. A presença reduzida e invisibilizada de mulheres, transexuais e homens gays nos sistemas produtivos do funk e no mercado da música periférica são recolocados. Os comentários jocosos acusam o desvio da masculinidade dos artistas, associando ideais de fragilidade e feminilidade em oposição a masculinidade e sua suposta virilidade e força (POLI, 2007). Embora questionada pelas poéticas *queer* de uma nova geração de artistas LGBTQIA+ no funk (ALBUQUERQUE, 2019), esta configuração é naturalizada. Há no funk um reforço na consolidação de uma heterossexualidade compulsória, que mesmo sendo problematizada, como no videoclipe

<sup>8</sup> Referência a um bordão do personagem Severino “Cara-Crachá”, do programa humorístico *Zorra Total*, exibido pela *Rede Globo*.

“Ela Merece Respeito”, de MC Misa, é enraizada como uma premissa de masculinidade e torna-se uma baliza valorativa tácita para definir o que é uma boa performance funkeira.

## Considerações finais

O que a constelação de vídeos montada a partir do alto número de *dislikes* e do baixo número de visualizações de um conjunto de vídeos do canal da KondZilla no YouTube aponta é um conjunto de tensões e questionamentos acerca das convenções, expectativas e performances ligadas ao funk. Postula-se, assim, que esse conjunto de valores compartilhados e teatralizados em rede incidem sobre a própria dinâmica de produção musical da KondZilla, gerando uma espécie de “crise de coerência” da empresa – que é largamente reconhecida como uma “fábrica de hits” do funk brasileiro. Emprega-se o termo “crise de coerência” se conectando com o conceito de “coerência expressiva” (POLIVANOV, 2019), para tratar de ações e performances de sites de redes sociais e suas dinâmicas valorativas. De acordo com a autora, a preocupação pela coerência nos ambientes digitais incidiria sobre noções de autenticidade – mesmo que a ideia de sujeitos coerentes nunca seja plenamente atingível, servindo mais como um construto social e acometida por um incessante gesto de intenção. A autora ressalta que expressar coerência é uma cobrança nas dinâmicas em rede a partir de critérios imprecisos de unidade e narrativa.

O binômio da cobrança pela coerência por usuários e a performance em plataformas e redes sociais digitais fornece a camada performativa necessária na compreensão do político nos debates em rede. Dessa forma, perceber dinâmicas da coerência na KondZilla nos permite a refletir sobre as engrenagens das lógicas mercantis, midiáticas e digitais, mas também afetivas, políticas e artísticas. Destaca-se a importância do fracasso como possibilidade interpretativa e epistemológica na abordagem de análises sobre objetos da cultura pop. E se reconhece a forma com que as disputas em rede acionam valores e valências em que o tecido social se datifica e apresenta implicações e desafios para pesquisas no campo da Comunicação.

## Referências

ALBUQUERQUE, Gabriel. *KondZilla e redes de música pop periférica: estética, mercado e sentidos políticos*. 2020. 159 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Universidade Federal de Pernambuco, 2020.

ALBUQUERQUE, GG. Uma história de luta LGBT no funk. *Portal KondZilla*, 28 jun. 2019. Disponível em: <<https://kondzilla.com/m/uma-historia-da-luta-lgbt-no-funk>>. Acesso em: 30 mar. 2020.

CAETANO, Mariana Gomes. *My pussy é o poder*. Representação feminina através do funk: identidade, feminismo e indústria cultural. 2015. 182 f. Dissertação (Mestrado em Cultura e Territorialidades) – Universidade Federal Fluminense, 2015.

D'ANDRÉA, Carlos. *Pesquisando plataformas online: conceitos e métodos*. Salvador: Edufba, 2020.

DE MARCHI, Leonardo. Como os algoritmos do YouTube calculam valor? Uma análise da produção de valor para vídeos digitais de música através da lógica social de derivativo. *MATRIZES*, São Paulo, v. 12, n. 2, p. 193-215, maio/ago. 2018.

GUADAGNUCCI, Natália. O que está por trás da mudança de estilo dos principais funkeiros do país. *UOL Universa*, 1 jun. 2019. Disponível em: <<https://bit.ly/2yhYAfC>>. Acesso em 30 de maio de 2020.

HALBERSTAM, Jack. *A arte queer do fracasso*. Recife: Cepe, 2020.

HERNÁNDEZ, Elisa. A politização no cerne do processo comunicativo: uma proposta metodológica para abordar conversações online. In: PILAR, Olívia; BRITO, Alessandra; GUERRA, Ana (Orgs.). *Comunicar, Insurgir*. Engajamentos metodológicos na pesquisa em Comunicação. Belo Horizonte: UFMG, 2020. p. 21-38.

JANOTTI JR, Jeder Silveira. *Gêneros musicais em ambientações digitais*. Belo Horizonte: UFMG, 2020.

\_\_\_\_\_. À procura da batida perfeita: a importância do gênero musical para a análise da música popular massiva. *Revista Eco-Pós*, Rio de Janeiro, v. 6, n. 2, p. 31-46, ago./dez. 2003.

PROVOCAÇÕES. *KondZilla*. 4 jun. 2019. Disponível em: <[https://youtu.be/vmOOI\\_SkoIw](https://youtu.be/vmOOI_SkoIw)>. Acesso em: 21 mar. 2021.

ORTEGA, Rodrigo. Kondzilla em queda: Por que o canal de funk perdeu audiência e a liderança das paradas? *G1*, 4 jun. 2019a. Disponível em: <<https://glo.bo/36w1Dxi>>. Acesso em: 21 mar. 2021.

\_\_\_\_\_. KondZilla defende 'filtro de palavrão' no funk e diz que MCs 'se deixaram seduzir' por duetos com sertanejos. *G1*, 22 jul. 2019b. Disponível em: <<https://glo.bo/2M2Iidz>>. Acesso em: 21 mar. 2021.

PEREIRA DE SÁ, Simone. Os feats de videoclipes como estratégia de consolidação da Rede de Música Pop Periférica. In: ENCONTRO ANUAL DA COMPÓS, 28., 2019, Porto Alegre. *Anais...* Brasília: Compós, 2019.

\_\_\_\_\_. Cultura digital, videoclipes e a consolidação da rede de música brasileira pop periférica. In: ENCONTRO ANUAL DA COMPÓS, 26., 2017, São Paulo. *Anais...* Brasília: Compós, 2017.

\_\_\_\_\_. Somos todos fãs e haters? Cultura pop, afetos e performance de gosto nos sites de redes sociais. *Revista Eco-Pós*, Rio de Janeiro, v. 19, n. 3, p. 50-67, 2016.

POLI, Maria Cristina. A Medusa e o gozo: uma leitura da diferença sexual em psicanálise. *Ágora*, Rio de Janeiro, v. 10, n. 2, p. 279-294, jul./dez. 2007.

POLIVANOV, Beatriz Brandão. Identidades na contemporaneidade: uma reflexão sobre performances em sites de redes sociais. *Revista do Centro de Pesquisa e Formação*, São Paulo, n. 8, p. 103-119, jul. 2019.

SILVA, Eduardo José Melo Rodrigues da. Memetização da trollagem em fóruns de música pop: conversações em rede e performance em tópicos sobre fracasso de álbuns. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 43., 2020, Salvador. *Anais...* São Paulo: Intercom, 2020.

SOARES, Thiago. *A estética do videoclipe*. João Pessoa: UFPB, 2013.

SOUTO, Mariana. Constelações fílmicas: um método comparatista no cinema. *Galáxia*, São Paulo, n. 45, p. 153-165, set./dez. 2020.

TAYLOR, Diana. *O arquivo e o repertório: performance e memória cultural nas Américas*. Belo Horizonte: UFMG, 2013.

**Thiago Soares**

Professor do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Pernambuco (UFPE). Coordenador do grupo de pesquisa Comunicação, Música e Cultura Pop (Grupop). Bolsista de Produtividade em Pesquisa (Nível 2) do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq).

**Gabriel Albuquerque**

Doutorando pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Pernambuco (UFPE). Bolsista da Fundação ao Amparo a Ciência do Estado de Pernambuco (Facepe).

**Eduardo Rodrigues**

Mestrando pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Pernambuco (UFPE). Bolsista do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq).