

Anitta, *Funk Generation* e a Internacionalização do Funk: tensões entre globalização e identidade nacional¹

Iago Cristian Gomes de Menezes²

Marcelo Pires de Oliveira³

Universidade Estadual de Santa Cruz, Ilhéus, BA

RESUMO

O presente estudo analisa a internacionalização do funk brasileiro a partir da trajetória de Anitta e do álbum “*Funk Generation*” (2024), refletindo sobre as tensões entre globalização e identidade cultural. A pesquisa problematiza como a circulação global de gêneros periféricos ressignifica práticas culturais e identitárias. O embasamento teórico fundamenta-se em Vianna (1990), Adorno e Horkheimer (1985), Hall (2003), Robertson (2014), Thompson (1995), Giddens (1991), Endler e Espíndola (2014) e Postali e Tenório (2025). Conclui que, embora adaptado às dinâmicas do mercado internacional, o funk preserva elementos de sua origem, evidenciando que a globalização cultural pode promover transformações sem necessariamente apagar a autenticidade local.

PALAVRAS-CHAVE: funk; indústria cultural; cultura pop; globalização.

Introdução

O funk brasileiro, surgido nas periferias urbanas do Rio de Janeiro a partir dos anos 1980, consagrou-se como um importante espaço de expressão social e cultural das classes populares. Segundo Vianna (1990), o baile funk carioca mostra como diferentes elementos culturais, autênticos ou artificiais, podem se misturar de maneira criativa, gerando novos estilos de vida e desafiando a homogeneização cultural. Marcado por letras provocativas, batidas aceleradas e forte identidade cultural, o gênero enfrentou resistência e preconceito antes de conquistar espaço no cenário musical nacional.

¹ Trabalho apresentado no Grupo de Trabalho Estudos de Cultura Pop e Comunicação, evento integrante da programação do 25º Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste, realizado de 26 a 28 de junho de 2025.

² Estudante de Graduação. 4º semestre do curso de Comunicação Social - Rádio, TV e Internet da UESC, email: icgmenezes.rti@uesc.br.

³ Orientador. Professor Titular do curso de Comunicação Social- Rádio, TV e Internet da UESC, email: mpoliveira@uesc.br.

Nos últimos anos, com o avanço das mídias digitais e a intensificação dos fluxos culturais globais, o funk alcançou também o mercado internacional, ganhando novas formas e públicos. Nesse processo de internacionalização, a cantora Anitta se destaca como uma das principais responsáveis por quebrar os estigmas do funk brasileiro e colocá-lo em evidência no cenário pop global. Desde sua estreia no mercado fonográfico, a artista vem articulando estratégias de visibilidade, parcerias internacionais e adaptações sonoras que a transformaram em um fenômeno midiático. Seu álbum “*Funk Generation*” (2024) evidencia essa movimentação, ao misturar referências do funk carioca com elementos da música pop, eletrônica e latina, propondo uma leitura acessível e exportável do gênero.

Diante desse contexto, o presente trabalho busca refletir a respeito dos atravessamentos midiáticos e comunicacionais envolvidos na circulação de gêneros periféricos em mercados globais. Também busca problematizar como a identidade cultural é ressignificada nesse processo e quais conflitos surgem entre manter as características originais do funk e adaptar o gênero para atender às demandas do mercado internacional.

Indústria Cultural e Cultura Pop

O conceito de Indústria Cultural, desenvolvido pelos pensadores da Escola de Frankfurt, Theodor Adorno e Max Horkheimer, refere-se a como a cultura passa a ser tratada como um produto dentro do capitalismo moderno. Segundo Adorno e Horkheimer (1985), a cultura, ao ser inserida na lógica industrial, transforma-se em mercadoria — estas produzidas com o objetivo atender às demandas do mercado e, sobretudo, do público que a consome. Nesse sentido, produtos culturais deixam de ser expressões autênticas, resultantes da experiência humana e da expressão crítica, para se tornarem produtos esvaziados de representatividade e de capacidade transformadora.

Stuart Hall (2003) desloca o centro de atenção dos estudos culturais do determinismo econômico para as disputas simbólicas que constroem identidades, territórios, raças e classes. Para o sociólogo, a cultura não pode ser vista como algo superficial e definido, mas sim enquanto um espaço em que grupos sociais trocam e

negociam sentidos, no qual as identidades se afirmam, se discutem e se transformam ao longo do tempo.

O funk brasileiro não é apenas uma mercadoria descontextualizada, mas uma prática social que reforça resistências e cria pertencimento para populações marginalizadas. Assim como a cultura pop, é um espaço de disputa simbólica e mercadológica, onde mercado e expressão cultural, indústria e autenticidade, regional e global se fundem. A expansão internacional do funk, impulsionada por artistas como Anitta, evidencia tensões entre adaptação a padrões globais e preservação de marcas identitárias, revelando contradições midiáticas em sua trajetória. No contexto da indústria musical global, o conceito de glocalização, formulado por Roland Robertson, ajuda a refletir essas tensões, ao integrar elementos globais e locais na formação de produtos culturais híbridos (Lourenço, 2014). Mesmo inseridos nas dinâmicas da indústria cultural, alguns produtos preservam ou reconfiguram suas origens, mostrando como a cultura de massa pode ser espaço de transformação e reinvenção.

Funk brasileiro: das periferias ao *mainstream*

O funk surgiu nos Estados Unidos na década de 1960 como um gênero dançante influenciado pelo *soul*, jazz e R&B. No Brasil, sua difusão começou com a importação de discos, especialmente de Nova York e Miami, que inspiraram jovens das favelas e periferias a organizar os chamados "bailes *blacks*", embriões dos futuros bailes funks. Esses espaços não apenas promoviam diversão e lazer, mas também representavam territórios simbólicos de resistência cultural e construção de identidade coletiva nas camadas populares urbanas.

Um dos principais marcos desse processo foi a atuação da produtora e gravadora Furacão 2000, fundada nos anos 1970 e consolidada nos anos 1980 como uma das maiores responsáveis pela popularização do gênero. Mais do que um conjunto de DJs e aparelhagem de som, a produtora se configurava como uma plataforma de produção cultural, lançando artistas, promovendo bailes massivos e distribuindo músicas antes mesmo da consolidação do funk no cenário musical brasileiro. Esse circuito alternativo de circulação ajudou a consolidar o funk como uma das formas mais populares de expressão cultural entre jovens periféricos, impulsionando a carreira de nomes como

MC Marcinho, Claudinho & Buchecha, MC Sapão, Tati Quebra-Barraco, Bonde do Tigrão e Deize Tigrana, fundamentais para a consolidação de diferentes vertentes do funk, que vão do estilo romântico ao estilo "proibidão", do estilo ostentação ao estilo consciente, abordando tanto o entretenimento quanto questões sociais.

Apesar do seu crescimento expressivo, o funk enfrentou forte estigmatização social e marginalização midiática. Frequentemente associado à criminalidade, à hipersexualização e à desordem urbana, o gênero foi alvo de tentativas de criminalização institucional, apagamento simbólico e até mesmo de repressão policial. Como aponta Vianna (1990), o baile funk é um exemplo de como manifestações culturais consideradas "não autênticas" ou "artificiais" podem expressar novos estilos de vida urbana e resistir aos processos de homogeneização cultural impostos pela lógica dominante da indústria.

A entrada do funk no mainstream foi gradual, impulsionada por DJs, MCs, produtores e pela internet nos anos 2000, que ampliaram a visibilidade de artistas periféricos em plataformas como YouTube, Orkut e SoundCloud, reduzindo a dependência da mídia tradicional. Thompson (1995) destaca que os avanços tecnológicos transformaram a experiência de espaço e tempo, permitindo interações à distância e mudando a circulação cultural. Subgêneros como funk ostentação, em São Paulo, e brega funk, em Recife, aumentaram a diversidade estética e temática do gênero.

A inserção do funk em grandes veículos de comunicação consolidou sua legitimação, ampliando seu alcance com artistas como MC Leozinho, Bonde do Tigrão, Anitta e Ludmilla. Programas de auditório, novelas e premiações passaram a incluir o funk, impulsionando sua disseminação. Em 2023, o funk foi reconhecido no Prêmio Multishow de Música Brasileira, gerando debates sobre representatividade, estigmas e o papel das periferias na identidade cultural brasileira.

Anitta e “*Funk Generation*”: Estratégias de Internacionalização

A trajetória de Anitta como fenômeno da música pop brasileira é marcada por uma estratégica construção de imagem pública voltada para a profissionalização e internacionalização de sua carreira. Desde o início de sua ascensão no cenário nacional, conciliou sua identidade enraizada no funk carioca com uma gestão que dialoga com

tendências globais do entretenimento. Investindo no domínio de novos idiomas, na diversificação de repertório e na aproximação com diferentes mercados, consolidou sua presença internacional por meio de parcerias e do uso intensivo de plataformas digitais e estratégias de marketing. A entrada e consolidação da cantora em um mercado historicamente dominado por padrões elitizados e patriarcais reforça a análise de Postali e Tenório (2025), que apontam que, mesmo em espaços de resistência cultural, podem ser reproduzidas lógicas de exclusão feminina.

O álbum “*Funk Generation*” (2024) representa um marco nesse processo. Projetado para apresentar o funk brasileiro ao público global, preserva elementos característicos do gênero, como o tamborzão e a batida acelerada, enquanto integra tendências do pop internacional, como o reggaeton e a música eletrônica. Em faixas como “*Funk Rave*”, destaca-se a batida de baile funk, estruturada com produção refinada para dialogar com o padrão sonoro global. Já em “*Grip*”, Anitta adota uma abordagem mais sensual e melódica, combinando funk com elementos do R&B, enquanto em “*Mil Veces*” explora uma sonoridade mais suave e aposta em um estilo de funk *melody*. O álbum, com letras em português, inglês e espanhol, investe em parcerias internacionais, reforçando o objetivo de ampliar a circulação global do funk e manter referências ao contexto periférico brasileiro.

O projeto evidencia o hibridismo midiático como estratégia central, articulando elementos do funk carioca com o pop global e a música latina para inseri-lo em novos mercados e reafirmar o dinamismo da cultura pop. Segundo Endler e Espíndola (2014), com base em Giddens (1991), as mudanças culturais envolvem desterritorialização e reterritorialização de sentidos, transformando práticas e estruturas de interpretação. A internacionalização do funk abre espaço para reflexões sobre resignificação e apropriação cultural, revelando tensões na tradução de símbolos locais para padrões globais, mas também propondo uma atualização do gênero que preserva suas raízes.

Considerações finais

A trajetória de Anitta e o álbum *Funk Generation* mostram como o funk brasileiro conseguiu alcançar o mercado internacional, sem perder totalmente suas raízes. O gênero, que surgiu nas periferias como forma de expressão e resistência,

passou por adaptações para se tornar mais acessível ao público global. Mesmo diante das exigências da indústria cultural, Anitta conseguiu preservar características essenciais do funk carioca, mostrando que é possível dialogar com tendências globais sem abandonar a identidade local.

A internacionalização do funk evidencia que a globalização cultural não significa necessariamente perda de autenticidade, mas sim uma transformação e reinterpretação de símbolos. O sucesso do gênero no exterior, impulsionado por estratégias de marketing e parcerias internacionais, reforça o potencial das culturas periféricas de se reinventarem e ocuparem novos espaços, ao mesmo tempo em que reafirmam sua importância no cenário cultural brasileiro e mundial.

REFERÊNCIAS

ADORNO, T. W.; HORKHEIMER, M. **Dialética do esclarecimento: fragmentos filosóficos**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1985. Disponível em: <https://archive.org/details/adorno-theodor-dialetica-do-esclarecimento-livro/page/n349/mode/2up>. Acesso em: 24 abr. 2025.

LOURENÇO, N. **Globalização e glocalização. O difícil diálogo entre o global e o local**. Mulemba: Revista Angolana de Ciências Sociais, Luanda, v. 4, n. 8, p. 17–31, 2014. Disponível em: <https://journals.openedition.org/mulemba/203>. Acesso em: 24 abr. 2025.

THOMPSON, J. B. **A mídia e o desenvolvimento das sociedades modernas**. In: _____. A mídia e a modernidade: uma teoria social da mídia. Petrópolis, RJ: Vozes, 1998. Cap. 2, p. 47–76. Disponível em: https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/5537279/mod_resource/content/2/a%20midia-e-a-modernidade-johnthompson.pdf. Acesso em: 1 jun. 2025.

VIANNA, H. **Funk e cultura popular brasileira**. Estudos Históricos, Rio de Janeiro, v. 3 n. 6 (1990): Cultura e Povo. Disponível em: <https://periodicos.fgv.br/reh/article/view/2304>. Acesso em 24 abr. 2025.

POSTALI, T.; TENÓRIO, R. **Batalha da Rua 015: um estudo sobre a Comunicação Urbana e representatividade feminina**. Revista Hum@nae, v. 19, n. 1, 13 fev. 2025. Disponível em: <https://revistas.esuda.edu.br/index.php/humanae/article/view/991>. Acesso em: 26 abr. 2025.

ENDLER, Sergio. **Teorias da comunicação**. Colaboração de Polianne Merie Espíndola. São Leopoldo: Editora Unisinos, 2014.