

O mainstream e o underground se encontram no baile funk: o fenômeno midiático do Kondzilla e a produção e circulação de videoclipes

Palavras-Chave: funk brasileiro, videoclipe, Kondzilla

Autores(as):

LUIZA SILVA DE MOURA, IA – UNICAMP

Prof. Dr. GILBERTO ALEXANDRE SOBRINHO (orientador), IA – UNICAMP

INTRODUÇÃO:

A pesquisa analisa o fenômeno midiático do canal Kondzilla, com foco em videoclipes de funk lançados entre 2016 e 2017, período de consolidação como vetor de difusão do gênero. Parte-se da ambiguidade entre mainstream e underground (SOARES, 2013), considerando o videoclipe como linguagem que articula música, imagem e performance (HOLZBACH, 2016; MACHADO, 1995, 2005).

O estudo, estruturado em três eixos — histórico, midiático e estético — mapeia a trajetória do videoclipe e sua relação com o funk, examina a convergência midiática promovida pelo YouTube (CARLÓN, 2013; CASTELLS, 2015) e analisa a estética padronizada pela Kondzilla. Busca-se compreender as condições de produção, circulação e representação do funk no ambiente digital, enfatizando estratégias visuais e mercadológicas de Konrad Dantas e seus efeitos sobre a cultura pop global.

METODOLOGIA:

Adota-se abordagem qualitativa, com revisão bibliográfica e análise audiovisual de três videoclipes: Megane (Mc Boy dos Charmes), Mó Brisa (Mc Hariel) e O Grave Bater (Mc Kevinho). Observam-se elementos visuais, sonoros e narrativos, com ênfase na estética da ostentação, representações de raça, gênero e território, e recursos técnicos como montagem, direção de arte, figurino e locações.



Figura 1 - no lado esquerdo, uma captura de tela do videoclipe de “Megane” (2011) de Mc Boy do Charmes e no lado direito, uma captura de tela do videoclipe de “Mó Brisa” (2017) de Mc Hariel.

O referencial teórico abrange estudos sobre história do funk (Essinger, 2005; Herschmann, 2000; Pereira, 2014; Novaes, 2020), videoclipe como linguagem e produto midiático (Machado, 1995, 2005; Holzbach, 2016; Bryan, 2011; Soares, 2013) e circuitos comerciais do gênero (Carlón, 2013; Albuquerque, 2020; Carvalho e Padovani, 2020). A análise considera o videoclipe como mediador estético e simbólico entre o funk e seus espaços de circulação, avaliando apropriação do YouTube, modelos estéticos e mercadológicos da Kondzilla e permanência ou ruptura de estereótipos.

RESULTADOS E DISCUSSÃO:

Machado (2005) identifica três tipos de criadores de vídeos; a Kondzilla se aproxima do grupo voltado à promoção de artistas e consolidação de vertentes musicais, alinhando-se à lógica de mercado descrita por Soares (2013). Bryan (2011) destaca a autoria do videoclipe por meio de códigos visuais; na Kondzilla, esses códigos incluem vestuário, acessórios e signos de consumo que, segundo Albuquerque (2020), funcionam como marcadores identitários, compondo o “pleonasma visual” inspirado no bling-bling do hip hop norte-americano.

Os publicitários da música	Os cineastas experimentais	Os músicos-visualistas
Criam vídeos com o objetivo principal de promover artistas e vender discos. Priorizam fórmulas visuais padronizadas, focadas na estética comercial. Caracterizam-se pelo uso excessivo de imagens do cantor/banda e pela repetição de clichês visuais.	Tratam o videoclipe como um laboratório de experimentação audiovisual. Incorporam técnicas da videoarte e do cinema de vanguarda. Buscam romper com a narrativa tradicional e explorar novas possibilidades estéticas.	São artistas que integram a concepção musical e visual desde o início do processo criativo. Para esses realizadores, o videoclipe não é um produto secundário da música, mas sim uma obra audiovisual completa.

Tabela 1 – Resumo da categorização dos tipos de criadores de vídeos para Machado (2005)

A transição do YouTube de um modelo colaborativo para um meio de massa (CARLÓN, 2013) foi decisiva para o funk, permitindo circulação independente e superando barreiras impostas pela TV (CYMROT, 2011). Nesse processo, a Kondzilla migrou de produtora marginal para agente central do mainstream periférico (ALBUQUERQUE, 2020), conciliando estética popular e padrões publicitários (MACHADO, 2005).

Para Hall (2016), representações visuais constroem significados culturais; no caso da Kondzilla, a imagem do funkeiro — com marcas internacionais, bebidas e símbolos de status — contrasta com o perfil descrito por Vianna (2014) no funk carioca, evidenciando deslocamentos discursivos e o surgimento de uma vertente paulista com circulação global. Pereira (2014) reforça que o funk ostentação incorporou novas dinâmicas de consumo e produção audiovisual, atraindo profissionais especializados.

No eixo estético, a Kondzilla traduz códigos da cultura funkeira para linguagem audiovisual global, articulando ostentação e pertencimento. Sons característicos do funk são representados visualmente, e o vestuário de vídeos como Megane (2011), O Grave Bater (2016) e Mó Brisa (2017) evidencia deslocamentos culturais (Hall, 2016). A evolução técnica — de produções amadoras para câmeras profissionais e cenários elaborados — reforça o uso de “ganchos visuais” (Soares, 2013), como logotipo em zoom e micro-histórias.

CONCLUSÕES:

A pesquisa compreendeu o percurso histórico do videoclipe, a trajetória do funk como manifestação periférica e as estratégias de produção e circulação da Kondzilla no YouTube. Mostrou que a produtora cria uma estética própria marcada pelo “pleonasma visual” e narrativas que dialogam com a juventude periférica e global, reposicionando o funk na indústria cultural e articulando um “mainstream periférico” (Albuquerque, 2020).

O YouTube se confirma como espaço de convergência midiática (CÁRLON, 2013) e legitimação de produções marginalizadas. A Kondzilla atua como negociadora entre estética global e identidade local, reforçando a importância dos vídeos como ferramentas discursivas que produzem sentidos sociais e tensionam visibilidade e marginalização. Ao criar um “mainstream periférico” (ALBUQUERQUE, 2020), a produtora atua como negociadora entre resistência cultural e lógicas mercadológicas, contribuindo para a visibilidade da juventude periférica e ao mesmo tempo reproduzindo padrões da indústria (CARVALHO e PADOVANI, 2020).

O estudo reafirma o funk como fenômeno cultural em disputa, marcado por resistência, territorialidade e afirmação identitária, mas também por inserção em lógicas de mercado e visibilidade digital. Destaca-se o papel central da mídia digital na reconfiguração da produção e circulação cultural no Brasil, apontando caminhos para pesquisas sobre outras manifestações periféricas em disputa por representação.

BIBLIOGRAFIA

ALBUQUERQUE, Gabriel. **KONDZILLA E AS REDES DE MÚSICA POP PERIFÉRICA: ESTÉTICA, MERCADO E SENTIDOS POLÍTICOS**. Dissertação de mestrado apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Pernambuco, 2020.

AMORIM, João Guilherme Barbosa de. **O videoclipe no Brasil: uma análise do gênero nos canais de televisão por assinatura Multishow e MTV**. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Comunicação-Habilitação em Jornalismo) - Escola de Comunicação, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2008.

BRYAN, Guilherme. **A autoria no videoclipe brasileiro: estudo da obra de Roberto Berliner, Oscar Rodrigues Alves e Mauricio Eça**. São Paulo: Novas Edições Acadêmicas, 2011.

CARDOSO FILHO, Jorge; JANOTTI JÚNIOR, Jeder. “A música popular massiva, o mainstream e o underground: trajetórias e caminhos da música na cultura midiática”. In: **XXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**, 2006.

CARLÓN, Mario. (2013). “Contrato de fundação, poder e mediação: notícias do front sobre a invasão do Youtube, ocupação dos bárbaros.” *MATRIZES*, 7(1), 107-126. <https://doi.org/10.11606/issn.1982-8160.v7i1p107-126>

CARVALHO, Noel C. dos; PADOVANI, Gustavo. “**O mundo multiplataforma Kondzilla: Inovação no modelo de negócio audiovisual**”. In: **ALCEU**, v. 20, n. 42, p. 123-143, 2020.

CASTELLS, Manuel. “**A comunicação na era digital**”; In: **O poder da comunicação**. 1º edição. São Paulo; Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2015.

CYMROT, Danilo. **A criminalização do funk sob a perspectiva da teoria crítica**. São Paulo, Dissertação: Universidade de São Paulo, 2011.

ELSAESSER, Thomas. **Cinema como arqueologia das mídias**. Tradução de Carlos Szlak. São Paulo, SP: Ed. SESC SP, 2018.

ESSINGER, Silvio. **Batidão: uma história do funk**. 1º Edição. Rio de Janeiro: Editora Record, 2005.

GOODWIN, Andrew. **Dancing in the Distraction Factory: music television and popular culture**. Minneapolis: University of Minnesota Press, 1992. <https://doi.org/10.1093/screen/36.4.448>

HALL, Stuart. **Da diáspora: Identidades e Mediações Culturais**. 1º Edição. Trad. Adelaine La Guardia Resende et al. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2003. p. 335-385.

HALL, Stuart. **Cultura e Representação / Stuart Hall; Organização e Revisão Técnica: Arthur Ituassu**. 1º Edição. Trad. Daniel Miranda e William Oliveira. Rio de Janeiro: Editora PUC-Rio, 2016.

HERSCHMANN, Micael. **O funk e o hip-hop invadem a cena**. 1º Edição. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2000.

HOLZBACH, Ariane Diniz. **A invenção do videoclipe: a história por trás da consolidação de um gênero audiovisual**. 1º Edição. Rio de Janeiro: Appris Editora e Livraria Eireli-ME, 2016.

MACHADO, Arlindo. **A arte do vídeo**. 3º Edição. São Paulo, SP: Brasiliense, 1995.

MACHADO, Arlindo. **A televisão levada a sério**. 4º Edição. São Paulo, SP: SENAC, 2005.

MATTA, Fernando Luís Mattos da; SALLES, Luzia. **DJ Marlboro por ele mesmo: o funk no Brasil**. 1º Edição. Rio de Janeiro: Mauad, 1996.

MICHEL, Chion. **A audiovisão: som e imagem no cinema**. 1º Edição. Lisboa: Texto & Grafia, 2011.

MOZDZENSKI, Leonardo. **“Conhecendo o videoclipe: a formação histórica e sociorretórica de um gênero multissemiótico”**. In: **XVII Congresso Internacional da ALFAL-Associação de Linguística e Filologia da América Latina**, João Pessoa. 2014.

NERCOLINI, Marildo José; HOLZBACH, Arianne Diniz. **“Videoclipe em tempos de reconfigurações”**. In: *Revista Famecos*, v. 16, n. 39, p. 50-56, 2009.

NOVAES, Dennis. **Nas Redes do Batidão: técnica, produção e circulação musical no funk carioca**. 2020. Tese de Doutorado. Tese de doutorado, Museu Nacional, UFRJ, Rio de Janeiro.

PEREIRA, Alexandre Barbosa. **“Funk ostentação em São Paulo: imaginação, consumo e novas tecnologia da informação e da comunicação”**. In: *Revista Estudos Culturais*, n. 1, p. 1-18, 2014.

PEDROSO, Maria Goretti. **Admirável Mundo MTV Brasil**. 1º Edição. São Paulo: Saraiva, 2005.

SOARES, Thiago. **A Estética do Videoclipe**. 1º Edição. Paraíba: Editora da UFPB, 2013.

VIANNA, Hermano. **O mundo funk carioca**. 1º Edição: Rio de Janeiro: Editora Schwarcz-Companhia das Letras, 2014.