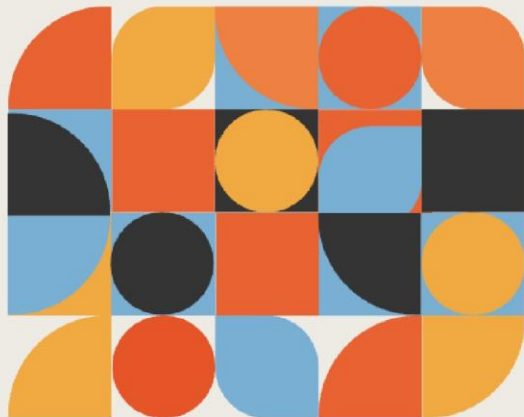




FUNK CARIOCA: DA CRIMINALIZAÇÃO À APROPRIAÇÃO PELA MODA

Funk carioca: from criminalization to appropriation by the fashion industry

Delbui, Andresly Leendert Cederboom; graduanda; Universidade Federal de Juiz de Fora,
andresly.cederboom@estudante.ufjf.br¹

Figueredo, Henrique Grimaldi; Doutor; Universidade Federal de Juiz de Fora,
henriquegrimaldi.figueredo@ufjf.br²

Resumo: O artigo analisa o funk como subcultura urbana no Brasil, explorando sua criminalização histórica pela mídia e pelo Estado, e sua apropriação recente pela indústria da moda. Mostra como a estética do funk, criada como resistência periférica, é esvaziada de sentido político quando utilizada por marcas de luxo como Paco Rabanne e Mugler. A pesquisa³ propõe um olhar crítico sobre a fetichização e mercantilização de expressões culturais marginalizadas. **Palavras chave:** Funk; Subcultura; Apropriação.

Abstract: This article analyzes funk as an urban subculture in Brazil, exploring its historical criminalization by the media and the State, and its recent appropriation by the fashion industry. It shows how the aesthetics of funk, originally a form of peripheral resistance, are stripped of political meaning when used by luxury brands such as Paco Rabanne and Mugler. The research offers a critical view on the fetishization and commodification of marginalized cultural expressions. **Keywords:** funk; Subculture; appropriation.

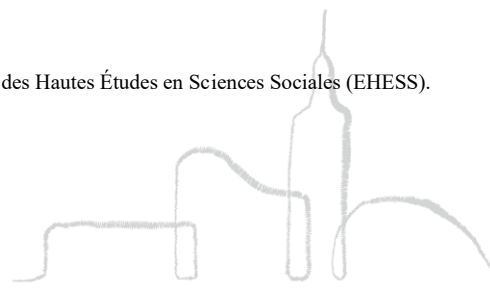
Introdução

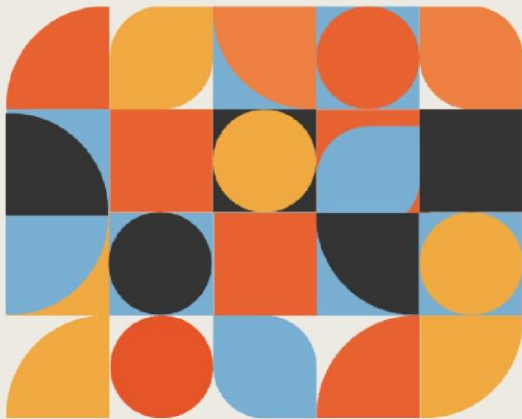
O presente artigo discute o funk como subcultura urbana no Brasil, explorando como o gênero sofreu diversas tentativas de criminalização e estigmatização desde sua origem nos bailes cariocas dos anos 1970, e como, na atualidade, vem sendo apropriado por marcas de luxo. Estudar o funk como subcultura permite compreender a importância da construção identitária de grupos marginalizados, trazendo para o debate acadêmico brasileiro uma subcultura nacional que deve ser reconhecida como tal. O objetivo deste artigo é analisar como o

¹ Graduanda em Moda pela Universidade Federal de Juiz de Fora.

² Doutor em Sociologia pela Universidade Estadual de Campinas (UNICAMP) com estágio doutoral pela École des Hautes Études en Sciences Sociales (EHESS). Professor no Instituto de Artes e Design da Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF).

³ Trata-se de um trabalho introdutório, fruto de uma pesquisa de nível de iniciação científica.





funk é apropriado pela indústria da moda e de que forma esse processo contribui para o esvaziamento de seu potencial político. A análise baseia-se em uma metodologia qualitativa, que combina revisão bibliográfica dos estudos de Dick Hebdige sobre subculturas com análise de discurso de materiais midiáticos e campanhas publicitárias, além do estudo de casos específicos, como as campanhas da Paco Rabanne e Mugler, que se apropriaram de elementos do funk.

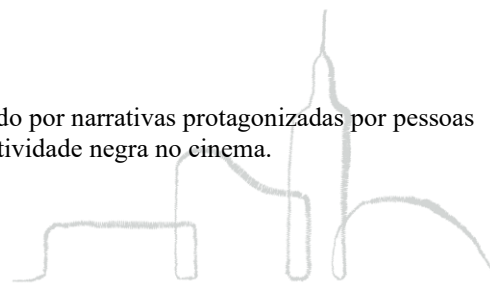
O funk como subcultura: mídia, Estado e criminalização

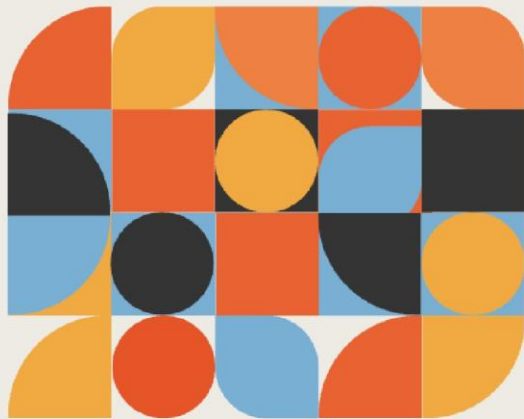
O funk chega ao Brasil na década de 1970, em terras cariocas, com seus bailes que reuniam pessoas negras das periferias da região para dançar e celebrar a cultura negra, tendo nas equipes de som um elemento crucial. Além de tocarem funk, projetavam slides com imagens de *shaft*⁴ (1971), retratos de músicos e esportistas negros. Através dessas imagens, o público importava a estética estadunidense do movimento *Black is Beautiful*: cabelos afro, tênis com solas altas e coloridas e calças de boca estreita. A incorporação desses elementos por parte dos seus frequentadores gerou, inclusive, a prisão de alguns organizadores dos eventos, devido à suspeita da ditadura militar sobre a possível criação de um movimento negro, político e alinhado à esquerda dentro dos bailes (Vianna, 1988, p. 27-28). O funk, em seu início, já causava perturbação na ordem.

Hebdige argumenta sobre o papel da mídia na construção das subculturas no imaginário popular, que oscila entre fascínio e terror, onde comportamentos "desviantes", como a violência, uso de drogas e o estilo que vira uniforme distintivo são os pontos que aparecem nessas representações (Hebdige, 2002, p. 93-94). Um exemplo disso pode ser visto no editorial "Juventude Transviada", publicado no dia 5 de junho de 1995, pelo Jornal do Brasil, no qual é possível observar como o gênero ainda era considerado uma ameaça:

Grupos de jovens, em busca de divertimento, espalham muito mais terror do que alegria. [...] Não há distinção entre funk, favela e tráfico de drogas no Rio. A maioria dos funkeiros não é vinculada ao tráfico, mas se divide 'filosoficamente' entre Comando Vermelho e Terceiro Comando e vê como heróis os líderes do crime organizado. [...] Atividade profissional dominante: camelô ou office-boy. Heróis: artistas funk e

⁴ Filme do gênero *blackexploitation* que surgiu nos Estados Unidos nos anos 1970, marcado por narrativas protagonizadas por pessoas negras e voltado para o público afro-americano, em uma tentativa de ampliar a representatividade negra no cinema.





20º COLÓQUIO DE MODA

19º FÓRUM DAS ESCOLAS DE MODA DOROTÉIA BADUY PIRES
11º CONGRESSO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA EM DESIGN E MODA

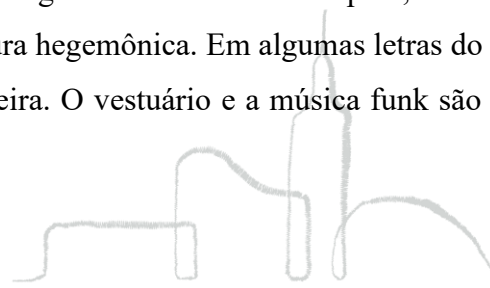
FAAP - SÃO PAULO

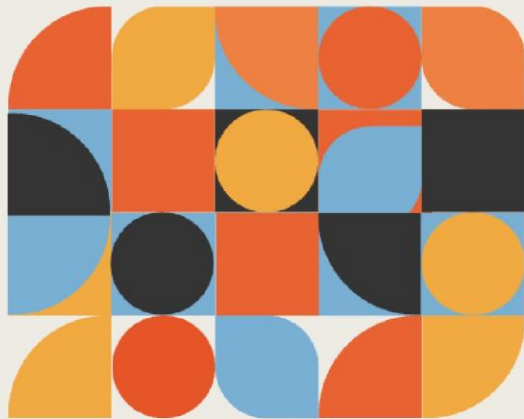
DE 30 DE SETEMBRO A 03 DE OUTUBRO DE 2025

traficantes da comunidade onde moram. Anti-heróis: policiais militares. (Jornal do Brasil, apud Herschmann, 2005, p. 94-95).

Além do papel da mídia, é possível observar também as tentativas, por parte do Estado, de criminalização do funk que desde os anos 1990 tem sido alvo de diversos ataques por parte do poder público, em especial através de legislações que associam os bailes à violência, ao tráfico de drogas e à corrupção de menores. A primeira iniciativa legislativa foi a Lei Municipal nº 2.518/96, que reconhecia o funk como manifestação cultural, mas teve parte de seus artigos vetados. Nos anos seguintes, uma série de ações repressivas se intensificou: investigações policiais, prisões de empresários do setor (como Zezinho e Rômulo Costa), e a instauração de uma CPI estadual em 1999 com forte viés moralizante. Essa ofensiva culminou na aprovação da Lei Estadual nº 3.410/00, que impôs exigências rigorosas à realização dos bailes, como a presença obrigatória da polícia, detectores de metal e autorização prévia da autoridade policial. Em 2008, a Lei nº 5.265 aprofundou o controle sobre os eventos, tornando praticamente inviável a realização dos bailes de forma legal, ao impor uma série de exigências logísticas e autorizações múltiplas (Cymrot, 2012, p. 21-33). Em 2008, as UPPs (Unidades de Polícia Pacificadora) tentavam coibir os bailes; em 2017, um projeto legislativo definia o funk como "um crime de saúde pública"; e em 2025, cria-se o projeto de lei popularmente conhecido como "Lei Anti-Oruam" (referente ao cantor de funk e trap), com a intenção de proibir a contratação de shows de funk para o público infanto-juvenil sob a alegação de apologia ao crime (G1, 2025, s/p). Em junho de 2025, o portal G1 publicou uma matéria sobre a prisão do MC Poze do Rodo, em que o delegado Felipe Curi declarou: "esse suposto MC transformou a música num instrumento de dominação da narcocultura do Comando Vermelho. [...] Suas músicas são muito mais lesivas que um tiro de fuzil" (Ibid.). Como analisa Cymrot em sua tese sobre a criminalização do funk: "na medida em que 'funkeiro' foi o termo eleito pela mídia para designar esses jovens com conotação pejorativa, a identidade foi assumida com orgulho [...] o que é repulsivo para a sociedade passa a ser status para a subcultura" (Cymrot, 2014, p. 91).

O discurso que flerta com o crime é comum em subculturas, os veículos de informações distorcem o significado que eles têm para os adeptos e constroem uma imagem generalizada e corrompida, sem compreenderem que os símbolos usados têm outros valores que os da cultura hegemônica. Em algumas letras do funk, por exemplo, a figura do bandido é um símbolo de ascensão financeira. O vestuário e a música funk são





marcadores sociais e estigmatizantes, no entanto, se por um lado são criminalizados, por outro sua estética e música são “celebrados” (apropriados) até mesmo por marcas de luxo, como iremos observar nos tópicos a seguir.

O estilo do funk: resistência, bricolagem e apropriações

O estilo do funk é construído por bricolagem⁵, deslocando roupas que foram criadas para contextos esportivos, como blusas da *Lacoste* (originalmente feita para a prática de tênis), camisas de times de futebol, roupas da *Nike* (projetadas para corrida) e chinelos *Kenner* (marca famosa entre os surfistas) e colocando-as no contexto de baile. A apropriação de itens dessas marcas, originalmente produzidos para classes sociais mais abastadas, reforça a ideia de que, ao utilizarem essas roupas em outro contexto, muda-se a narrativa do discurso, isto é, elas são reajustadas e transportadas pelos grupos periféricos, que corrompem esses signos, num processo eminentemente político, justamente por desafiar o *status quo*.

A apropriação acontece também nos cabelos. Mizrahi, em sua pesquisa, diz:

Os cabelos dos rapazes, ao mesmo tempo em que conferem autenticidade e concedem a marca estilística da estética indumentária masculina, se constituem no aspecto mais evidente da falsificação. Pois, ao subverter o cabelo loiro do "playboy", através de uma ação que imprime características "falsas" aos seus cabelos como os tons loiros, vermelhos e brancos que não possuem "originalmente", além de todos os cortes e recortes que são feitos sobre os pelos da cabeça, que a estética masculina funk se revela autêntica (Mizrahi, 2007, p. 251).

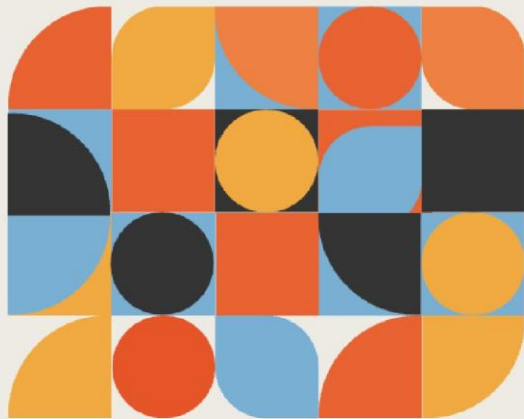
Os funkeiros se apropriam do loiro playboy, mas não têm a intenção de serem eles; zombam desse signo quando conscientemente o tornam falso, quando fazem os reflexos, os *nevou*⁶, o tom não tem a intenção de parecer verdadeiro. E é nessa lógica entre a apropriação e corrupção desses signos que o funk constrói seu estilo.

A forma como esses itens são estilizados produzem um estilo original, que se torna um uniforme distintivo, que associa o indivíduo com o funk e consequentemente com a marginalidade, virando um marcador social. O

⁵ “Juntos, objeto e significado constituem um signo e, dentro de qualquer cultura, tais signos são reunidos repetidamente em formas características de discurso. No entanto, quando a bricolagem realoca o objeto significativo em uma posição diferente dentro desse discurso, usando o mesmo repertório geral de signos, ou quando esse objeto é colocado dentro de um conjunto total diferente, um novo discurso é constituído e uma mensagem diferente é transmitida” (Clarke apud Hebdige, 2002, p. 104, tradução nossa).

⁶ *Nevou* é um termo usado para descrever o clareamento extremo dos cabelos até tons bem claros, como o branco ou platinado, comum no funk.





20^º COLÓQUIO DE MODA

19º FÓRUM DAS ESCOLAS DE MODA DOROTÉIA BADUY PIRES
11º CONGRESSO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA EM DESIGN E MODA

FAAP - SÃO PAULO

DE 30 DE SETEMBRO A 03 DE OUTUBRO DE 2025

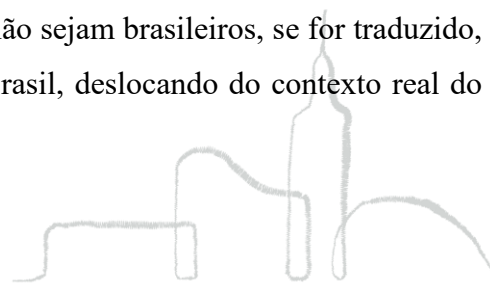
fato de estar usando o estilo transforma o sujeito em um possível alvo da polícia, como é possível ver na letra da música “A cara do crime”, Pl Quest diz : “o cabelo tá na régua, Nós é a cara do quadro” (Pl quest, 2021, s/p). Há, portanto, a consciência de que o estilo pode gerar represália, mas ainda sim o utilizam: o pertencimento é mais importante que o medo. Em entrevista ao Profissão Repórter, Poze do Rodo afirma: “nada nessa vida vai mudar minha essência cria, onde tudo começou foi com esse tipo de música” (Profissão repórter apud G1, 2025, s/p). A essência de “cria” que comporta, além da música, o vestuário, é motivo de orgulho, identificação e se torna um símbolo político, de resistência coletiva, porque reafirma a independência cultural periférica diante das constantes tentativas de criminalização e repressão do Estado.

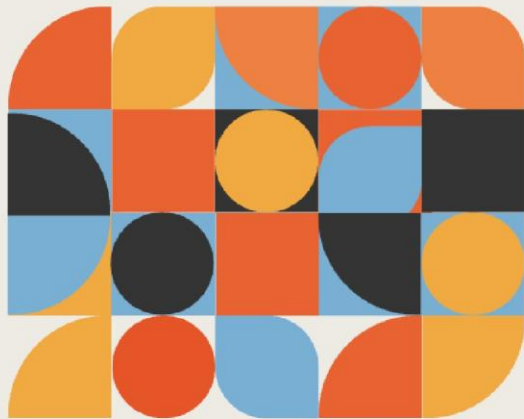
A apropriação da estética do funk por marcas de luxo e a escolha do recorte do funk carioca

As subculturas primeiro causam choque, mas tendem a ser incorporadas pelo mesmo sistema que as criticou (Hebdige, 2002, p. 92-94). Tal como aconteceu com os *punks*, *mods* e o *grunge*, o mercado esvazia a subcultura de seu potencial político e utiliza a sua estética para se retroalimentar e gerar capital.

No esvaziamento do *grunge*, por exemplo, o estilista Marc Jacobs tem um papel importante ao lançar a coleção chamada “Grunge” em 1993, na qual levava itens do vestuário subcultural para as passarelas da marca de alto luxo *Perry Ellis*. Sem compreensão dos significados dos signos ou da história do *grunge*, escolheu recortar apenas a parte estética que atraía o seu olhar. Assim como o *grunge*, o funk vem sofrendo apropriações musicais e estéticas pelo mercado.

No vídeo da campanha da marca *Muggler*, de primavera/verão de 2022, a marca utilizou a música “Na pepeka sem camisinha”, de Lucy e DJ Gabriel do Borel. O uso da música não tem contextualização ou justificativa clara: dentro do contexto do funk, ela faz parte do subgênero funk proibidão e tem sentido dentro da lógica da subcultura, mas é empregada como mero recurso estilístico — um “fundo sonoro exótico” que conecta a marca com a juventude e a torna *cool* e comentada nas redes sociais. No entanto, não demonstra nenhum aprofundamento do discurso do funk ou explicação de seu potencial político. Para outros que não sejam brasileiros, se for traduzido, só perpetua a visão da sexualidade que o estrangeiro já projeta sobre o Brasil, deslocando do contexto real do funk.





20º COLÓQUIO DE MODA

19º FÓRUM DAS ESCOLAS DE MODA DOROTÉIA BADUY PIRES
11º CONGRESSO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA EM DESIGN E MODA

FAAP - SÃO PAULO

DE 30 DE SETEMBRO A 03 DE OUTUBRO DE 2025

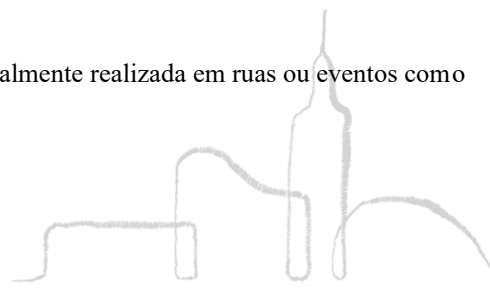
A marca *Paco Rabanne* lançou a coleção de alto verão 2025 intitulada “Sunset to Sunrise”, como uma homenagem ao funk carioca. E grava no Rio a campanha “celebrando” o funk carioca. O portal FFW descreve a campanha:

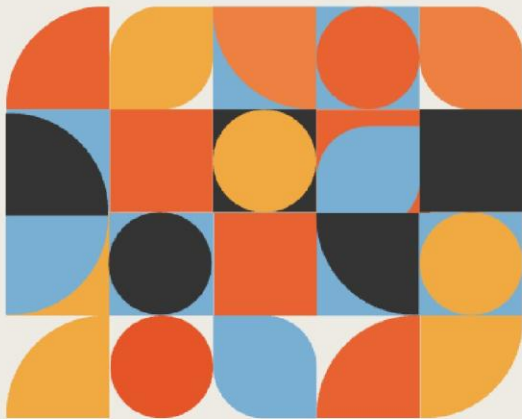
Na nova campanha de verão 2025, nomeada ‘Sunset to Sunrise’, a Rabanne mergulha de cabeça no coração pulsante do Rio de Janeiro e encontra no funk carioca a matéria-prima para contar seu novo momento global.[...]O vídeo é um passeio entre o fim de uma noite e o começo de um novo dia, revelando com lirismo a estética e cultura dos bailes da Rocinha.[...]O filme celebra o funk como força vital: som da periferia que anda fazendo o mundo se mexer. Da descoloração estilo ‘nevou’ nos cabelos dos meninos ao grau das motos cortando o nascer do sol, passando pelas peles brilhando de suor, os looks metalizados e sexy da Rabanne se misturam aos códigos periféricos de beleza com respeito e frescor. A câmera capta com delicadeza os rituais de vaidade, as gírias corporais e a sensualidade crua que transbordam das favelas cariocas (Budin, 2025, s/p).

É possível argumentar que a campanha se propõe a tentar representar o funk de forma respeitosa: a marca chega a trazer membros da comunidade para participar da gravação na parte de direção de arte e outros setores. Porém, falha ao usar somente a estética do funk. Utiliza elementos como o cabelo *nevou*, o grau de moto⁷, as meninas se arrumando para o baile, os corpos suados pela dança frenética, de forma rasa. Emprega-os somente como recurso estético, sem contextualização: a imagem que fica é a de fetichização e uso da alteridade como forma de espetáculo. Dick Hebdige, citando Barthes, aponta que uma das formas de incorporação da subcultura na cultura hegemônica é a da ideologia, onde o Outro pode ser neutralizado ou: “outro pode ser transformado em exótico sem sentido, um ‘objeto puro, um espetáculo, um palhaço’” (Barthes apud Hebdige 2002, p. 97, tradução nossa). Dentro da campanha, a imagem que permanece é a do Outro como espetáculo, sem informações que situem o funk como forma de resistência periférica, política e parte de pertencimento. A imagem que fica é a da dança pela dança, da música pela música; o visual impactante dos cabelos e da pele suada perde sua forma política quando só a imagem é utilizada.

O recorte das duas campanhas também chama atenção para a escolha do funk carioca e não de outra vertente, o que parece reafirmar a visão externa sobre a existência apenas do triângulo “Rio-favela-sexo”. Assim, ao invés

⁷ Manobra em que o motociclista empina a moto, levantando a roda dianteira do chão, geralmente realizada em ruas ou eventos como forma de exibição e estilo, sendo popular em periferias urbanas.





20º COLÓQUIO DE MODA

19º FÓRUM DAS ESCOLAS DE MODA DOROTÉIA BADUY PIRES
11º CONGRESSO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA EM DESIGN E MODA

FAAP - SÃO PAULO

DE 30 DE SETEMBRO A 03 DE OUTUBRO DE 2025

de potencializar o discurso político do funk, tais iniciativas acabam por esvaziá-lo e conduzi-lo ao lugar de mercadoria exótica, reproduzindo o estigma da alteridade fetichizada.

Considerações Finais

Assim como os funkeiros corrompem signos por apropriação e estilização de elementos que originalmente não os tinham como foco, marcas de luxo fazem o mesmo, porém quando esses elementos são apropriados por grupos marginalizados, como no funk, esses signos viram símbolos de resistência e tem novos significados, mas quando marcas de luxo se apropriam de elementos da subcultura para gerar capital, ocorre o reverso, há um esvaziamento dos significados políticos que os signos carregam.

Como visto no decorrer do texto, o funk é um fenômeno complexo e que envolve diversas dimensões culturais, econômicas, políticas, raciais, etc. Dessa forma, não havia intenção de esgotar o debate, ao contrário, o intuito foi, à luz do conceito de subcultura, analisar o funk, seus tensionamentos e apropriações, contribuindo no campo acadêmico da moda para pensar as expressões políticas e estéticas de grupos marginalizados.

Referências:

BUDIN, Laura. **Rabanne celebra o Brasil e o funk carioca em nova campanha global** - FFW, 2025.

Disponível

em:

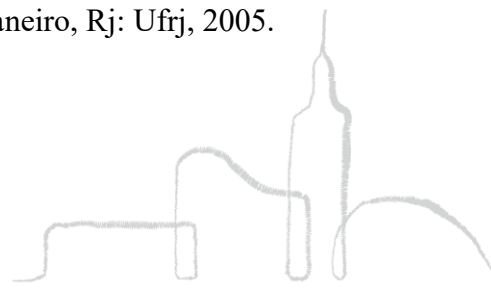
<https://ffw.com.br/noticias/moda/rabanne-celebra-o-brasil-e-o-funk-carioca-em-nova-campanha-global/#google_vignette>. Acesso em: 26 jun. 2025.

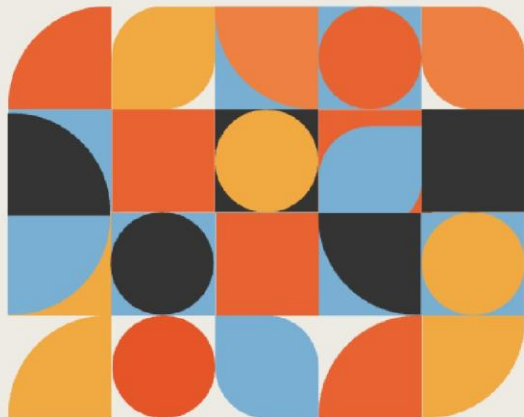
CYMROT, Danilo. **A criminalização do funk sob a perspectiva da teoria crítica**. São Paulo, 2011. Disponível em

:<https://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/2/2136/tde-26082016-134709/publico/Danilo_Cymrot_ME>.

HEBDIGE, Dick. **Subculture: the meaning of style**. ed. Taylor & Francis e-Library, 2002.

HERSCHMANN, Micael. **O funk e o hip-hop invadem a cena**. Rio De Janeiro, Rj: Ufrj, 2005.





20^º COLÓQUIO DE MODA

19º FÓRUM DAS ESCOLAS DE MODA DOROTÉIA BADUY PIRES
11º CONGRESSO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA EM DESIGN E MODA

FAAP - SÃO PAULO

DE 30 DE SETEMBRO A 03 DE OUTUBRO DE 2025

LOURENÇO, Marina. **Poze do Rodo: 7 pontos para entender as acusações contra o MC e a carreira musical dele até agora.** G1, 2025. Disponível em:

<<https://g1.globo.com/pop-arte/musica/noticia/2025/06/04/poze-do-rodo-7-pontos-para-entender-as-acusacoes-contra-o-mc-e-a-carreira-musical-dele-ate-agora.ghtml#6>>. Acesso em: 26 jun. 2025.

MAINSTREET RECORDS. **A Cara do Crime “NÓS INCOMODA”**- MC Poze do Rodo | Bielzin | PL Quest | MC Cabelinho (prod. Neobeats). YouTube, 27 de maio de 2021. Disponível em:

<<https://www.youtube.com/watch?v=2PRAiVs3MVC>>. Acesso em: 26 jun. 2025.

MIZRAHI, M. **Indumentária funk: a confrontação da alteridade colocando em diálogo o local e o cosmopolita.** Horizontes Antropológicos, v. 13, n. 28, p. 231–262, 1 dez. 2007.

MUGLER. **Spring Summer 2022 Film.** YouTube, 8 de junho de 2022. Disponível em:

<<https://www.youtube.com/watch?v=CTeEbb0Up6Y>>. Acessado em: 26 jun. 2025.

RABANNE. **SUNSET TO SUNRISE | RABANNE.** YouTube, 21 de maio de 2025. Disponível em:

<<https://www.youtube.com/watch?v=8zrJ36a3eoo&list=RD8zrJ36a3eoo>>. Acesso em: 26 jun. 2025.

VIANNA, Hermano. **O mundo funk carioca.** Rio De Janeiro: Zahar, 1997.

