



## **Pra te enlouquecer: O sucesso na Internet e os conceitos em torno da música “Sou Foda”, do grupo de funk Avassaladores<sup>1</sup>**

Pedro BRANDÃO<sup>2</sup>

Riverson RIOS<sup>3</sup>

Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, CE

### **RESUMO**

O objetivo do presente artigo é apontar diversos conceitos em torno da música “Sou Foda”, do grupo de funk carioca Avassaladores. O grande sucesso da obra se deu pela Internet, e outras versões foram criadas a partir da original através de estratégias de edição. No decorrer desse trabalho, abordagens teóricas sobre os conceitos de capital social, *blogs*, memes, *mashup* e amadorismo na atual cibercultura servirão de base para o estudo sobre esse “fenômeno” musical.

**PALAVRAS-CHAVE:** Avassaladores; cibercultura; mashup; meme; amator.

### **INTRODUÇÃO**

Em um dia da década de 40, o músico carioca Waldir Azevedo se encontrou com seu sobrinho pequeno que havia comprado um cavaquinho. O instrumento possuía apenas uma corda, mas mesmo assim a criança pediu para seu tio mostrar-lhe as suas habilidades. Waldir havia há muito tempo deixado de lado o cavaquinho e trabalhava com outros instrumentos de corda no Rio de Janeiro, mas decidiu fazer as graças da criança mesmo assim. Essa é a história que se conta. Mal sabia Waldir que, ao tocar de modo improvisado o cavaquinho de apenas uma corda, estava começando a compor uma das mais importantes músicas da cultura popular brasileira: Brasileirinho. Desde a década de 40 até hoje, a música se transformou. Influências de gêneros, personalidades, teorias e a atual era digital modificaram o modo de ver, produzir e consumir as músicas e outros produtos culturais. A Internet é um campo amplo e crescente, que se desenvolve em uma velocidade alta, que nem sempre possibilita tempo suficiente para

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no DT 05 – Comunicação Multimídia do XIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste realizado de 15 a 17 de junho de 2011.

<sup>2</sup> Estudante do 7º semestre do curso de Comunicação Social – Publicidade e Propaganda da Universidade Federal do Ceará – UFC. E-mail: [pedrosfjose@gmail.com](mailto:pedrosfjose@gmail.com)

<sup>3</sup> Orientador do trabalho e tutor do PET do Curso de Comunicação Social da UFC, E-mail: [riverson@ufc.br](mailto:riverson@ufc.br)



sua análise. Esse crescimento modifica o modo de se ver e de se fazer produtos culturais como também o modo de consumi-los. O termo Web 2.0 procura conceituar esse ambiente cibernético onde a interação impera, e os integrantes da rede mundial de computadores podem opinar e produzir produtos para a Internet.

Teóricos, intelectuais e estudiosos lançam sobre a cibercultura questionamentos sobre o que a rede mundial de computadores está fazendo com a cultura e, conseqüentemente, com a humanidade. Santaella afirma que:

“A cibercultura, tanto quanto quaisquer outros tipos de cultura, são criaturas humanas. Não há uma separação entre uma forma de cultura e o ser humano. Nós somos essas culturas. Elas moldam nossa sensibilidade e nossa mente, muito especialmente as tecnologias digitais, computacionais, que são tecnologias da inteligência, conforme foi muito bem desenvolvido por Lévy e De Kerckhove”.  
(SANTAELLA. 2003)

Hoje, esse ser humano é detentor da possibilidade de escolher sua programação que, outrora, era massiva. Pode-se, portanto, através do trecho de um artigo de F. Sabbah presente no livro *Sociedade em Rede*, de Castells (2000), afirmar que “a nova mídia determina uma audiência segmentada, diferenciada que, embora maciça em termos de números, já não é uma audiência de massa em termos de simultaneidade e uniformidade da mensagem recebida” (Castells, 2000).

Uma versão de Brasileirinho, choro clássico da história da música popular brasileira, atingiu nos últimos tempos um público considerável, conquistando mais de 800 mil visualizações no site de compartilhamento de vídeos Youtube. A versão, porém, é resultado de uma junção de músicas produzida de maneira amadora, misturando o ritmo do Brasileirinho com outro grande sucesso que virou meme na Internet: Sou Foda, do grupo de funk carioca Avassaladores.

## **SUCESSO AVASSALADOR, CAPITAL SOCIAL E BLOGS**

Victor Hugo Oliveira de Souza nasceu e cresceu em Vigário Geral, região suburbana do Rio de Janeiro. Em meados da década de 2000, criou com alguns amigos o grupo de funk Avassaladores. Vitinho, como é mais conhecido, na época tinha 13 anos. O clipe da música “Sou foda”, gravado em parceria com o funkeiro MC Ratão, possui efeitos especiais precários, dançarinos improvisando passos, uma letra cujo conteúdo aborda



temáticas sexuais e um número cada vez maior de visualizações no Youtube. O sucesso nacional do grupo, no entanto, se iniciou, como afirma o próprio Vitinho em entrevista ao portal UOL Tecnologia<sup>4</sup>, após a divulgação do clipe do grupo Avassaladores através do blogs e redes sociais. A partir desse pontapé inicial e do sucesso resultante dessa divulgação, um grande número de conceitos que podem ser analisados em torno desse sucesso.

Castells (2004), afirma que a Internet foi feita através do esforço de quatro grandes grupos: os tecnomeritocratas, os *hackers*, os empreendedores e os integrantes das comunidades virtuais. Segundo o autor espanhol, “enquanto a cultura hacker proporcionou os fundamentos tecnológicos da Internet, a cultura comunitária configurou suas formas, processos e usos sociais” (ibid, 2004).

Podem-se encontrar nas redes sociais os mais visíveis exemplos dessa “cultura comunitária”. Segundo Recuero (2009), a interação entre os integrantes de uma rede social “seria a matéria prima das relações e dos laços sociais”. Um ponto importante dessas interações é o capital social. Esse conceito possui variações, dependendo do teórico em questão. Para Bordieu, por exemplo, capital social é “o agregado dos recursos efetivos ou potenciais ligados à posse de uma rede durável de relações mais ou menos institucionalizadas de conhecimento ou reconhecimento mútuo” (Bourdieu, 1958, p. 248, in Portes, 1998).

Esse conceito pode ser encontrado no papel que alguns blogs temáticos possuem na distribuição de informação, formando, em torno deles, uma rede social de compartilhamento de conteúdo. No Brasil, certos blogueiros possuem mais visualizações diárias em suas páginas que portais de notícias de conglomerados de comunicação.

*Blog*, corruptela da palavra *weblog*, é um ferramenta usada sem a necessidade de avançadas habilidades em computação para a publicação de textos pessoais na Internet. Segundo a coluna Tecneira do site da Época<sup>4</sup>, em julho de 2010, o Brasil já era o quarto país do mundo em número de blogueiros, afirma uma pesquisa da empresa de análise de tráfego na Internet Sysomos.

Dentro dessa blogosfera, através dos blogs mais relacionados a humor e entretenimento, há uma grande difusão dos chamados meme.

---

<sup>4</sup> Disponível em <http://tecnologia.uol.com.br/ultimas-noticias/redacao/2011/04/30/funkeiro-de-vigario-geral-cantor-de-sou-f-rouba-a-cena-em-evento-de-internet-em-sp.jhtm>



## MEMES E A DIVULGAÇÃO VIRAL

Richard Dawkins publicou seu livro “O gene Egoísta” em 1976, no qual cita pela primeira vez o conceito de meme aplicado à sua área, a Biologia. Segundo as abordagens, o meme está para a evolução cultural assim como o gene está para a evolução genética. Em torno da teoria evolucionista de Darwin, Dawkins afirma:

Um ‘meme de idéia’ pode ser definido como uma entidade capaz de ser transmitida de um cérebro para outro. O meme da teoria de Darwin, portanto, é o fundamento essencial da idéia de que é compartilhado por todos os cérebros que a compreendem (DAWKINS, 2001, p. 217–218).

A memética, ciência que estuda esse conceito, está diretamente ligada a estudos relacionados à difusão de informação (RECUERO, 2006). Essa informação pode ser replicada. Segundo Hayles:

“(...) a informação se tornou a grande palavra de ordem, circulando como moeda corrente. Genética, assuntos de guerra, entretenimento, comunicações, produção de grãos e cifras do mercado financeiro estão entre os setores da sociedade que passam por uma revolução provocada pela entrada no paradigma informacional. Uma diferença significativa entre informação e bens duráveis está na replicabilidade. Informação não é uma quantidade conservada. Se eu lhe dou informação, você a tem e eu também. Passa-se aí da posse para o acesso. Este difere da posse porque o acesso vasculha padrões em lugar de presenças” (HAYLES, 1996, p. 259, 270).

Segundo Denett (1998) e Blackmore (1999), há um paralelo entre as teorias genéticas evolucionárias de Darwin e os conceitos meméticos. Há, para os autores, três elementos principais para as evoluções: a mutação, referente à capacidade do meme de se modificar, também chamada de variação; retenção, característica referente à capacidade de um meme de permanecer no ambiente cultural; e a seleção natural, elemento que faz alguns memes sejam mais atraentes e mais copiados que outros. Para uma abordagem mais própria da memética, Dawkins (1976) e Blackmore (1999), apontam como características essenciais para a sobrevivência de um meme a longevidade, a fecundidade e a fidelidade das cópias.

Na atual sociedade cibercultural, no entanto, a velocidade que esses processos possuem é bem mais alta que no contexto em que Dawkins cunhou o conceito de meme. Nesse



ponto, convergem a influência dos blogs, o papel dos fóruns, redes sociais e de personagens na Internet detentores de um nível elevado de capital social.

Pedaços de informação com o intuito de entreter continuamente são colocados em fóruns e blogs. Memes como *FFFUUUU* ou *Forever Alone*, constituídos essencialmente por imagens básicas feitas em *softwares* amadores de desenho, são continuamente transformadas com o intuito de se criar novas anedotas. Essas imagens, ao serem colocadas em blogs e redes sociais, alcançam uma grande difusão devido à ação viral.

O vídeo “Sou foda”, do grupo de funk Avassaladores, alcançou visibilidade nacional através da divulgação em blogs conhecidos, como o *Não Salvo* de Maurício Cid<sup>5</sup>, e através do Twitter de Rafinha Bastos, humorista integrante do programa *CQC*, que produziu um vídeo com a música da banda. Rafinha, segundo estudo realizado pelo jornal americano *The New York Times* em março de 2011, possui o perfil mais influente da rede social Twitter<sup>6</sup>. A metodologia de pesquisa do sistema criado pela empresa Twitalyzer, contabilizava o número de *retweets*, *mentions* e seguidores

Recuero (2006) propõe uma classificação dos memes. Segundo a autora os memes se qualificam segundo alguns critérios como a fidelidade à cópia, a longevidade, a fecundidade e ao alcance. Quanto à fidelidade, os memes podem ser classificados como replicadores, que apresentam “como característica básica a reduzida variação, com uma alta fidelidade à cópia original” (ibid, 2006); ou miméticos, aqueles que apresentam a mesma estrutura apesar da contínua modificação, com o intuito de personalizar o conteúdo.

Quanto à longevidade, os memes podem ser persistentes, quando permanecem durante um tempo considerável na Internet, ou voláteis, quando rapidamente desaparecem após a intensa repercussão e replicação em diferentes blogs. Em referência à fecundidade, Recuero afirma que existem memes epidêmicos, que amplamente se espalham por blogs, ou fecundos, que apenas se apresentam em grupos pequenos de blogs. Já no que se refere ao alcance, existem memes globais e locais.

Em resumo, tem-se a tabela abaixo:

---

<sup>5</sup> Não Salvo é um dos blogs de maior sucesso no Brasil: <http://www.naosalvo.com.br>

<sup>6</sup> Notícia disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/893661-rafinha-bastos-e-o-mais-influente-do-twitter-diznew-york-times.shtml>

Tipo de meme	Valor gerado
Replicador	Reputação Visibilidade Autoridade
Metamórfico	Reputação Autoridade
Mimético	Reputação Autoridade
Epidêmicos	Popularidade Visibilidade Reputação
Fecundos	Popularidade Reputação
Global	Popularidade Visibilidade Reputação
Local	Popularidade Visibilidade Reputação

Figura 1: Relação entre os tipos de meme e seus respectivos valores.

Através das classificações de Recuero, pode-se classificar o videoclipe “Sou foda” como um meme persistente, por continuar a receber novas versões continuamente; epidêmico, por alcançar uma visibilidade considerável através da Internet; e local, devido a maior parte dos espectadores serem brasileiros, apesar do clipe estar registrado no site Know Your Meme<sup>7</sup>, também conhecido como Internet Meme Database, um espécie de arquivo online que lista as origens dos memes da rede mundial de computadores. Quanto à fidelidade à cópia original, a produção do grupo de funk Avassaladores pode ser considerada como um meme mimético, pois a sua forma original constantemente é modificada, unida, misturada a outras músicas famosas, criando um grande número de versões, através da técnica de mashup.

## MISTURANDO E CONSTRUINDO

Alexander Nestor Haddaway, mais conhecido pelo seu sobrenome Haddaway, é um músico de Trinidad e Tobago. Suas músicas eletrônicas no estilo eurodance foram temas de novelas e séries da emissora de TV brasileira Globo na década de 90, e seu maior sucesso foi o hit “What’s love?”, alcançando uma colocação significativa na lista da Billboard.

<sup>7</sup> O endereço do site: <http://knowyourmeme.com/>



Assim como o Brasileirinho de Waldir Azevedo, o maior sucesso de Haddaway também sofreu uma junção com a música “Sou foda”, e possui mais de 77 mil visualizações no site de compartilhamento de vídeos Youtube. Essa “mistura musical” se chama mashup. Na atual sociedade digital, onde a remixagem e a reutilização de símbolos e produtos culturais são constantemente reutilizados, “um mashup é uma nova música que é mixada a partir das vozes e do instrumental de duas músicas-fonte (geralmente pertencentes a dois gêneros distintos)” (MERRILL, 2006).

O caráter de entretenimento, onde tais mashups estão inseridos, encontra críticas favoráveis e contrárias. Para Adorno e Horkheimer (in Adorno, 2002), por exemplo, os autores afirmam que a diversão da indústria cultural tem como intuito de fragmentar e tornar impotente os consumidores da sociedade capitalista:

“Divertir-se significa estar de acordo. A diversão é possível apenas enquanto se isola e se afasta a totalidade do processo social, enquanto se renuncia absurdamente desde o início à pretensão inelutável de toda obra, mesmo da mais insignificante: a de, em sua limitação, refletir o todo. Divertir-se significa que não devemos pensar, que devemos esquecer a dor, mesmo onde ela se mostra. É, de fato, fuga, mas não, como pretende, fuga da realidade perversa, mas sim do último grão de resistência que a realidade ainda pode ter deixado”. (Adorno, 2002, p 44, 45)

É evidente que o caráter massivo da indústria cultural se dissipou consideravelmente depois do advento da cultura digital e a possibilidade de se escolher melhor quais produtos culturais consumir, devido à ampla gama de possibilidades que a Internet trouxe. A produção de novos conteúdos tornou mais democrática, e essa democracia chega a ser o lema da Web 2.0.

Sobre esse novo panorama cultural graças à tecnologia, Enzensberger afirma:

“Em sua estrutura, as novas mídias são igualitárias. Por meio de um simples processo de conexão, todos podem participar dela (...) As novas mídias têm a tendência a eliminar todos os privilégios de formação, e com isso também o monopólio cultural da inteligência burguesa”. (Enzensberger, 2003)

Percebe-se no discurso de Enzensberger um tom favorável às novas tecnologias. Santaella, citando Heim, afirma que existem três posicionamentos críticos ao redor do impacto entre a economia, a cultura e o computador. Sobre as conceituações de Heim, Santaella afirma:



“De um lado, os realistas ingênuos. Estes tomam a realidade como aquilo que pode ser experienciado imediatamente e alinham os computadores com os poluidores que são jogados no terreno da experiência pura, não mediatizada. Quando dá voz a suas inquietações, o realista ingênuo faz soar alarmes que estão em agudo contraste com os bons augúrios dos idealistas das redes. Estes consideram o mundo das redes o melhor dos mundos e apontam para os ganhos evolutivos da espécie. (...), tanto os realistas ingênuos quanto os idealistas são os dois lados da mesma moeda. (...) Além dos realistas e idealistas, Heim encontra um terceiro grupo, o dos céticos. Convictos de que as tentativas para compreender o processo, não importa quão inteligentes elas possam ser, são inócuas, eles insistem que o ciberespaço está atravessando um processo de nascimento muito confuso. Trata-se de um ceticismo que resulta em uma atitude de deixar acontecer para ver como é que fica”. (SANTAELLA, 2003)

Santaella também afirma que o crítico ideal da atual sociedade digital se encontra no meio termo entre o realista ingênuo e o ideais das redes. Sobre a democratização da Internet e a possibilidade da criação de conteúdo amador, muitos teóricos afirmam que esse é um passo importante para a destruição da cultura.

## **AVASSALADORES E O AMADORISMO**

O clipe da música “Sou foda” fez sucesso na Internet devido a seu caráter amador. Segundo entrevista ao site do jornal O Globo, Vitinho afirma que não esperava o sucesso que o clipe obteve. A gente nunca levou fé na música, ela é muito parada para o mundo do funk. “Gravamos o clipe de bobeira e, quando vimos o resultado, achamos feião. Só que o pessoal começou a zoar, e deu no que deu. Antes, fazíamos poucos shows, em pagodes ou festinhas. Raramente tínhamos cachê”, diz o vocalista do grupo de funk.

Keen lança uma crítica extremista ao que ele intitula “o culto do amador”, onde cada vez mais se tem uma enxurrada de materiais amadores sendo escolhidos por consumidores que não preservam talento, ou seja, é um “triunfo da inocência sobre a experiência” (KEEN, 2009). O autor, em analogia ao “teorema dos macacos infinitos” do escritor Aldous Huxley, afirma:

“A tecnologia de hoje vincula todos aqueles macacos a todas aquelas máquinas de escrever. Com a diferença de que em nosso mundo Web 2.0 as máquinas de escrever não são mais máquinas de escrever, e sim computadores pessoais conectados em rede, e os macacos não são



exatamente macacos, mas usuários da internet. E em vez de criarem obras primas, esses milhões e milhões de macacos exuberantes – muitos sem mais talento nas artes criativas que nossos primos primatas – estão criando uma interminável floresta de mediocridade. Pois os macacos amadores de hoje podem usar computadores conectados em rede para publicar qualquer coisa, de comentários políticos mal informados a vídeos caseiros de mau gosto, passando por música embaraçosamente mal acabada e poemas, críticas, ensaios e romances ilegíveis.” (KEEN, 2009, p. 8)

Segundo o autor, portanto, tem-se cada vez mais uma produção e valorização de material sem fundamento, perdendo no meio desse processo a qualidade da cultura. Analisando, portanto, o agora famoso trabalho do grupo Avassaladores pela ótica de Keen, obtém-se resultados críticos negativos.

Durante o Festival Youpix, evento realizado em abril de 2011 que reúne grandes celebridades e profissionais da área da Internet, Vitinho fez sucesso. O clipe da música que o vocalista do grupo Avassaladores compôs e gravou com os amigos venceu o prêmio Youpix de melhor viral do ano de 2011, e continua a fazer sucesso. O grupo realiza vários espetáculos em casa de show e seus integrantes são verdadeiras celebridades da Internet brasileira.

## CONCLUSÃO

“Sou foda” se transformou em um meme. É uma música que se tornou base de inúmeros *mashups* com músicas de Justin Bieber, Waldir Azevedo, Haddaway, Madonna, devido a colaboração de amadores, obtendo versões em *heavy metal*, pagode, *techno* e outros estilos. O sucesso causado pelo grupo Avassaladores está envolto em diversos conceitos que foram abordados nesse artigo, indicando, portanto, que a produção cultural da atual sociedade digital pode e deve ser teorizada. A tênue linha entre a democracia do consumo e da produção de material cultural e a destruição da cultura possui simpatizantes de ambos os lados, a favor e contra, e enquanto se discute o que é certo e errado, novos conteúdos estão sendo “retwittados”. A tecnologia traz diariamente mudanças avassaladoras no modo de se ver a cultura.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BLACKMORE, Susan. **The Meme Machine**. Oxford: Oxford University Press, 1999.



CASTELLS, Manuel. **Sociedade em rede**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2000.

\_\_\_\_\_. **A Galáxia Internet: Reflexões sobre Internet, Negócios e Sociedade**. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian, 2004.

DAWKINS, Richard. **O Gene Egoísta**. Coleção **O Homem e a Ciência**, volume 7. Belo Horizonte: Itatiaia, 2001.

DENNETT, Daniel. **The Evolution of Culture**. Disponível em [http://www.edge.org/3rd\\_culture/dennett/dennett\\_p2.html](http://www.edge.org/3rd_culture/dennett/dennett_p2.html) Acesso em 12/05/2011.

ENZENSBERGER, Hans M.. **Elementos para uma teoria dos meios de comunicação**. São Paulo, Ed. Conrad, 2003.

HAYLES, Catherine. “**Virtual bodies and flickering signifiers**”. Em **Electronic Culture: Technology and Visual Representation**, Timothy Druckrey (ed.), 1996.

KOMESU, Fabiana. **Blogs e as práticas de escrita sobre si na Internet**, in **Hipertexto e gêneros digitais: novas formas de construção do sentido**. Rio de Janeiro: Lucena, 2004.

MERRILL, Duane. **Mashups: The new breed of Web app**. IBM developerWorks, 8 ago. 2006. Disponível em < <http://www.ibm.com/developerworks/xml/library/x-mashups/index.html> >. Acesso em 12/05/2011.

PORTES, A. **Capital Social: Origens e aplicações na sociologia contemporânea**. **Sociologia, Problemas e Práticas**, número 33, p. 133-158. Tradução de Frederico Ágoas. Lisboa, 2000.

RECUERO, Raquel. **Memes e Dinâmicas Sociais em Weblogs: Informação, capital social e interação em redes sociais na Internet**. Trabalho apresentado ao Núcleo de Pesquisa de Tecnologias da Informação e da Comunicação VI Encontro dos Núcleos de Pesquisa da Intercom, em setembro de 2006. Disponível em < <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2006/resumos/R0594-1.pdf> > Acesso em 11/05/2011.

\_\_\_\_\_. **Memes em weblogs: proposta de uma taxonomia**. Revista FAMECOS nº32. Porto Alegre, 2007.

\_\_\_\_\_. **Redes Sociais na Internet**. Porto Alegre: Sulinas, 2009.



## REFERÊNCIAS NA INTERNET

BARIFOUSE, Rafael. **Brasil é o 4º país do mundo em número de blogueiros.**

<http://colunas.epocanegocios.globo.com>, 2010, *online*. Disponível em <<http://colunas.epocanegocios.globo.com/tecneira/2010/07/29/brasil-e-o-4%25c2%25ba-pais-do-mundo-em-numero-de-blogueiros/>> Acesso em 10/05/2011.

CAMARGO, Camila. **O que é Mashup?**. <http://www.tecmundo.com.br>, 2009, *online*.

Disponível em <<http://www.tecmundo.com.br/1401-o-que-e-mashup-.htm>> Acesso em 08/05/2011.

COHEN, Marina. **Líder do grupo de funk Avassaladores, sucesso no YouTube, Vitinho diz que é um bom moço.** <http://oglobo.globo.com>, 2011, *online*. Disponível em <

<http://oglobo.globo.com/megazine/mat/2011/05/02/lider-do-grupo-de-funk-avassaladores-sucesso-no-youtube-vitinho-diz-que-um-bom-moco-924364739.asp>> Acesso em 10/05/2011.

MOREIRA, Fabiano. **Transcultura: Avassaladores tira onda com seu funk em clipe e vira**

**sensação na internet.** <http://oglobo.globo.com>, 2011, *online*. Disponível em <<http://oglobo.globo.com/cultura/mat/2011/03/31/transcultura-avassaladores-tira-onda-com-seu-funk-em-clipe-vira-sensacao-na-internet-924133283.asp>> Acesso em 10/05/2011.

SAHD, Luíza. **YouPIX: Vitinho, do grupo Avassaladores, faz sucesso no evento.**

<http://super.abril.com.br>, 2011, *online*. Disponível em <<http://super.abril.com.br/blogs/superblog/youpix-entrevista-com-vitinho-sou-foda/>> Acesso em 10/05/2011.

TAGIAROLI, Guilherme. **Funkeiro de Vigário Geral, cantor de 'Sou f...' rouba a cena em evento de internet em SP.** <http://tecnologia.uol.com.br>, 2011, *online*. Disponível em

<<http://tecnologia.uol.com.br/ultimas-noticias/redacao/2011/04/30/funkeiro-de-vigario-geral-cantor-de-sou-f-rouba-a-cena-em-evento-de-internet-em-sp.jhtm>> Acesso em 10/05/2011.

## SITES DA INTERNET

Folha de São Paulo. <<http://www1.folha.uol.com.br>>. Acesso em 10/05/2011.