



**Universidade de Brasília - UnB**  
**Instituto de Letras - IL**  
**Departamento de Linguística, Português e Línguas Clássicas-LIP**  
**Programa de Pós-Graduação em Linguística - PPGL**

**CONSUMO, LOGO EXISTO:**  
**análise discursiva crítica de representações sociais em letras de *funk***  
**ostentação**

**Juliana Ferreira Vassolér**

**Brasília/ DF**  
**2018**

**Juliana Ferreira Vassolér**

**CONSUMO, LOGO EXISTO:  
análise discursiva crítica de representações sociais em letras de *funk*  
ostentação**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Linguística, Departamento de Linguística, Português e Línguas Clássicas, Instituto de Letras, Universidade de Brasília, como requisito parcial para obtenção do título de Mestra em Linguística, área de concentração Linguagem e Sociedade.

**Orientadora: Profa. Dra. Francisca Cordelia Oliveira da Silva**

**Brasília/ DF  
2018**

Ficha Catalográfica elaborada pela Biblioteca Central da Universidade de Brasília

Vc            Vassolér, Juliana Ferreira  
              Consumo, logo existo: análise discursiva crítica de  
representações sociais em letras de funk ostentação / Juliana  
Ferreira Vassolér; orientador Francisca Cordelia Oliveira  
da Silva. -- Brasília, 2008.  
              185 p.


              Dissertação (Mestrado - Mestrado em Linguística) --  
Universidade de Brasília, 2008.

              1. Consumo. 2. Ostentação. 3. Discurso. 4. Representação  
Social. I. Oliveira da Silva, Francisca Cordelia, orient.  
II. Título.

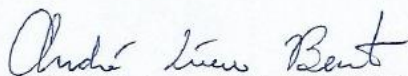
**Juliana Ferreira Vassolér**

**CONSUMO, LOGO EXISTO:  
análise discursiva crítica de representações sociais em letras de *funk*  
ostentação**

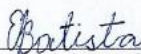
Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Linguística, Departamento de Linguística, Português e Línguas Clássicas, Instituto de Letras, Universidade de Brasília, como requisito parcial para obtenção do título de Mestra em Linguística, área de concentração Linguagem e Sociedade, defendida em 11 de dezembro de 2018. Banca examinadora constituída por:



\_\_\_\_\_  
Professora Doutora Francisca Cordelia Oliveira da Silva (Orientadora/ presidente)  
Universidade de Brasília (UnB)



\_\_\_\_\_  
Professor Doutor André Lúcio Bento (Membro efetivo externo)  
Centro de Aperfeiçoamento dos Profissionais de Educação (EAPE - SEDF)



\_\_\_\_\_  
Professora Doutora Eni Abadia Batista (Membro efetivo externo)  
Universidade de Brasília (vinculada ao PPGL – UnB)

\_\_\_\_\_  
Professor Doutor Kleber Aparecido da Silva (Membro suplente)  
Universidade de Brasília (UnB)

## **AGRADECIMENTOS**

Esta dissertação de mestrado não poderia se concretizar sem o precioso apoio de várias pessoas, por isso manifesto minha imensa gratidão a todos que impulsionaram a realização deste sonho.

Agradeço à Professora Dra. Francisca Cordelia Oliveira da Silva que acreditou em meu potencial e conduziu-me com maestria nessa trajetória, lembrando-me sempre que, por trás de uma dissertação, existe mais que pesquisadores e resultados, existe vida! Gratidão pela referência profissional e pessoal.

Agradeço à Professora Dra. Eni Abadia Batista por ser meu anjo da guarda acadêmico e pacientemente me mostrar sempre os melhores caminhos a seguir. Gratidão pela generosidade, disponibilidade e amizade.

Agradeço aos componentes da banca: o Professor Dr. André Lucio Bento pelas preciosas contribuições à minha pesquisa e o Professor Dr. Kleber Aparecido da Silva pelo exemplo profissional. Gratidão pela leitura e avaliação de minha pesquisa.

Agradeço ao corpo docente do Programa de Pós-Graduação em Linguística por mostrar-me diversas formas de pensar o mundo, incentivando o olhar atento para a diversidade. Gratidão pelo exemplo.

Agradeço aos meus amigos do mestrado, pelas conversas tão esclarecedoras, pelos momentos partilhados. Gratidão por dividirem comigo as angústias e alegrias deste momento. Foi bom poder contar com vocês!

Agradeço aos meus colegas professores da rede pública de educação do Distrito Federal e aos jovens estudantes que me serviram de fonte de inspiração para problematizar esta pesquisa. Gratidão pela inspiração.

Agradeço à Secretaria de Educação do Distrito Federal pela oportunidade de dedicar-me exclusivamente à pesquisa durante o desenvolvimento deste estudo. Gratidão pelo incentivo à pesquisa.

Agradeço aos meus familiares. Em especial, agradeço aos meus pais: Wanderley Celso Vassolér e Maria Dolores Ferreira Vassolér que sempre acreditaram na minha capacidade. Ao meu irmão Luiz Henrique Ferreira Vassolér pela torcida para a realização dos meus sonhos. Gratidão pelo amor incondicional.

Agradeço ao meu amado filho Ricardo Vassolér Braga pela inocente sabedoria que diariamente me ensina coisas novas sobre a vida e me faz querer ser sempre uma pessoa melhor. Gratidão pelo ensinamento.

Agradeço ao meu querido esposo Bruno da Silva Ferreira por estar sempre ao meu lado, me fazendo acreditar que posso mais do que imagino. Seu companheirismo, amizade, paciência, compreensão, apoio, alegria e amor tornaram este caminho mais leve. Gratidão pelo companheirismo.

Agradeço à Universidade de Brasília e ao Programa de Mestrado em Linguística por me proporcionarem mais que a busca por conhecimento técnico e científico, mas uma lição de vida. Gratidão!

Por fim, agradeço ao universo por me permitir estar no melhor lugar para mim. Por tudo, gratidão!

"O que todos almejam é patrimônio e riqueza  
Pro favela é proeza ostentar a nobreza  
Viajar, conforto, tem que ser primeira classe!  
Hotel cinco estrelas em Miami, na *night* gastar  
Os nego quer algo mais do que um barraco pra dormir  
Os nego quer não só viver de aparência  
Quer ter roupa, quer ter joia e se incluir  
Quer ter euro, quer ter dólar e usufruir"

(Racionais MCs. Eu compro. Cores e Valores. 2014)

## RESUMO

Esta dissertação resulta de uma pesquisa de natureza qualitativa (descritiva e interpretativa) e tem por objetivo analisar o discurso articulado por meio das letras de funk ostentação para compreender como as produções linguísticas, as representações sociais e a construção de identidades são permeadas pelo discurso do consumo. O marco teórico básico está fundamentado na Análise de Discurso Crítica, proposta por Fairclough (2001, 2003), Chouliaraki e Fairclough (1999) e van Leeuwen (1997). Complementam a análise linguístico-discursiva, os princípios sugeridos pela Teoria da Representação Social preconizada por Moscovici (2007) e Jovchelovitch e Guareschi (1994), pela Teoria Crítica Social, pela Teoria Sociocultural do Consumo e pela Teoria da Sociedade do Espetáculo aventadas, respectivamente, por Bauman (2008), Canclini (2015) e Guy Debord (2015). Os dados empíricos foram levantados em pesquisa documental. O método utilizado na geração e tratamento de dados foi a análise do discurso de letras de funk ostentação. Os resultados alcançados na pesquisa apontam, como significado representacional, o léxico peculiar que contribui para a transformação dos quadros de representação dos(as) jovens funkeiros(as). Quanto ao significado acional, os recursos linguísticos que caracterizam este gênero discursivo configuram-se com base nas tecnologias multissemióticas dos efeitos estéticos, cujo tema e experiência comum são a ostentação e a sedução para tratar do consumo e do lazer como práticas sociais. As narrativas são encadeadas por expressões típicas de um estilo informal, caracterizado pelo tom coloquial e provocativo que formula a racionalidade do discurso consumista. Como significado identificacional, o estilo proposto pelo funk ostentação ressalta o padrão de sucesso veiculado pela mídia. Este evento discursivo estabelece identidades baseadas em sistemas simbólicos nos quais a posse e ostentação de bens socialmente valorizados gera identificação com uma imagem espetacular de sucesso. Como conclusão, ressalta-se que os discursos, a linguagem e os estilos do funk ostentação são absorvidos e transformados pela lógica consumista em produtos da moda, tendo seus significados originais diluídos e padronizados. A pesquisa significa uma contribuição para trabalhos futuros que contemplem as práticas sociais que favoreçam a (re)construção de identidades sociais dos(as) jovens que vivem nas áreas periféricas dos grandes centros urbanos, além de destacar a importância da formação de novas mentalidades por meio dos multiletramentos.

Palavras-chave: Consumo. Ostentação. Discurso. Representação Social.



## ABSTRACT

This dissertation is the result of a qualitative research (descriptive and interpretative) and aims to analyze the discourse articulated through the lyrics of 'ostentation funk' in order to understand how linguistic productions, social representations and the construction of identities are permeated by the discourse of consumption. The main theoretical framework is based on the Critical Discourse Analysis, proposed by Fairclough (2001, 2003), Chouliaraki and Fairclough (1999) and van Leeuwen (1997). The linguistic-discursive analysis is complemented by the principles suggested by the Theory of Social Representation, advocated by Moscovici (2007), Jovchelovitch and Guareschi (1994), by the Social Critical Theory, by the Sociocultural Consumer Theory and by the Theory of the Society of the Spectacle, whose main theorists are Bauman (2008), Canclini (2015) and Guy Debord (2015). The empirical data were collected through documentary research. The method used in the generation and processing of data was the discourse analysis of lyrics of ostentation funk. The results obtained in the research point out, as representational meaning, the peculiar lexicon that contributes to the transformation of the representation tables of the young funk artists. As for the actional meaning, the linguistic resources that characterize this discursive genre are based on the multisemiotic technologies of sound and aesthetic effects, whose theme and common experience are ostentation and seduction to deal with consumption and leisure as social practices. The narratives are chained by expressions typical of an informal style, characterized by the colloquial and provocative tone that formulates the rationality of the consumerist discourse. As identificational meaning, the style proposed by ostentation funk underscores the media's success pattern. This discursive event establishes identities based on symbolic systems in which the possession and ostentation of socially valued resources generate identification with a spectacular image of success. As conclusion, it is emphasized that the speeches, language and style presented in the lyrics of ostentation funk are absorbed and transformed by consumerist logic into fashion products, having their original meanings diluted and standardized. The research means a contribution to future investigations that contemplates social practices that favor (re) construction of social identities of young people living in the peripheral areas of great urban centers, besides emphasizing the importance of creation of new mentalities through the multiliteracies.

**Keywords:** Consumption. Ostentation. Critical Discourse Analysis. Social Representation.

## LISTA DE FIGURAS:

Figura 1 - James Brown .....	27
Figura 2 - Ray Charles .....	28
Figura 3 - San Cooke .....	28
Figura 4 – Bailes da pesada.....	30
Figura 5 - Black Rio (Reportagem da jornalista Lena Frias no Jornal do Brasil (1976) .....	32
Figura 6 - Tony Tornado e Tim Maia .....	33
Figura 7 - Referência Hip-hop .....	35
Figura 8 - DJ Marlboro .....	39
Figura 9 - Coletânea de discos da equipe Furacão 2000 .....	40
Figura 10 - Bailes de Corredor .....	41
Figura 11 - Arrastão 1992 .....	42
Figura 12 - Latino .....	44
Figura 13 - Claudinho e Buchecha.....	44
Figura 14- You Can Dance.....	45
Figura 15 - Copacabana Beat .....	45
Figura 16 - Mr. Catra .....	47
Figura 17 - Tati Quebra Barraco .....	47
Figura 18 - MC Serginho e Lacreia .....	48
Figura 19 - MC Boy do Charme.....	49
Figura 20 - Plaquê de 100 - MC Guimê.....	51
Figura 21 - Snoop Dogg.....	52
Figura 22 - 50 Cent .....	52
Figura 23 - MC Guimê.....	54
Figura 24 - MC Gui.....	54
Figura 25 - Karol Conka e MC Sofia - Rio 2016 .....	56
Figura 26 - Anita, Gilberto Gil e Caetano Veloso - Rio 2016 .....	56
Figura 27 - Do samba ao funk.....	58
Figura 28 - Estudos de Análise de Discurso Crítica .....	64
Figura 29 - Perspectivas na pesquisa qualitativa .....	68
Figura 30 - Descrição dos textos que compõe o <i>corpus</i> .....	74
Figura 31 - Síntese do planejamento metodológico .....	78

Figura 32 - Questões de pesquisa / teorias e autores.....	79
Figura 33 - Formas dialéticas do discurso.....	85
Figura 34 - Sistematização do modelo tridimensional de ADC .....	87
Figura 35 - Enquadre para ADC de Chouliaraki e Fairclough (1999).....	89
Figura 36 - Processos de exclusão dos atores sociais.....	91
Figura 37 - Processos de inclusão de atores sociais I .....	92
Figura 38 - Processos de inclusão de atores sociais II .....	93
Figura 39 - Triangulação teórica.....	114
Figura 40 - Relação dos significados no discurso .....	117
Figura 41 - Representação feminina nos discursos dos funkeiros .....	128
Figura 42 - Representação feminina nos discursos das funkeiras .....	132
Figura 43 - Quadro síntese das representações .....	133
Figura 44 - Funk ostentação: pré-gênero, subgênero, gênero situado.....	138
Figura 45 - O gênero discursivo letra de funk ostentação e suas características ...	143
Figura 46 - Síntese da análise dos significados .....	160
Figura 47 - Conclusões .....	166

## **LISTA DE SIGLAS E ABREVIATURAS**

ADC	Análise de Discurso Crítica
TCS	Teoria Crítica Social
TRS	Teoria da Representação Social
TSC	Teoria Sociocultural do Consumo
TSE	Teoria da Sociedade Espetacular

## SUMÁRIO

<b>“DJ, APERTE O PLAY”</b> .....	<b>15</b>
<b>APRESENTAÇÃO DE IDEIAS</b> .....	<b>15</b>
<b>CAPÍTULO 1</b> .....	<b>26</b>
<b>“É SOM DE PRETO, É SOM DE FAVELADO”</b> .....	<b>26</b>
<b>1 CONTEXTUALIZAÇÃO</b> .....	<b>26</b>
<b>1.1 ANOS 1960: NO RITMO DO FUNK</b> .....	<b>26</b>
<b>1.2 ANOS 1970: A INTERNACIONALIZAÇÃO DO FUNK</b> .....	<b>29</b>
<b>1.3 ANOS 1980: A CONSTRUÇÃO DO ESTILO FUNK</b> .....	<b>34</b>
<i>1.3.1 Funk versus hip hop</i> .....	<b>35</b>
<b>1.4 ABALANDO OS ANOS 1990: A NACIONALIZAÇÃO DO FUNK</b> .....	<b>37</b>
<b>1.5 FUNK: O RITMO DO NOVO MILÊNIO</b> .....	<b>46</b>
<b>1.6 CONTEXTO SOCIOPOLÍTICO DE ASCENSÃO DO FUNK OSTENTAÇÃO</b> .....	<b>59</b>
<b>CAPÍTULO 2</b> .....	<b>62</b>
<b>"NO FLOW"</b> .....	<b>62</b>
<b>2 CADÊNCIAS METODOLÓGICAS</b> .....	<b>62</b>
<b>2.1 PESQUISA QUALITATIVA</b> .....	<b>66</b>
<b>2.2 MEIO DE INVESTIGAÇÃO: PESQUISA DOCUMENTAL</b> .....	<b>69</b>
<i>2.2.1 Coleta de dados e detalhamento do corpus</i> .....	<b>72</b>
<b>2.3 QUESTÕES DE PESQUISA</b> .....	<b>75</b>
<b>2.4 SÍNTESE DAS ESCOLHAS METODOLÓGICAS</b> .....	<b>77</b>
<b>CAPÍTULO 3</b> .....	<b>80</b>
<b>"DE CAMAROTE FECHADO"</b> .....	<b>80</b>
<b>3 APORTE TEÓRICO E CATEGORIAS ANALÍTICAS</b> .....	<b>80</b>
<b>3.1 ANÁLISE DE DISCURSO CRÍTICA</b> .....	<b>81</b>
<i>3.1.1 Eventos: texto, linguagem e sociedade</i> .....	<b>82</b>
<i>3.1.2 Práticas sociais: representação e ação</i> .....	<b>84</b>
<i>3.1.3 Prática social, prática discursiva e texto</i> .....	<b>87</b>
<b>3.2 TEORIA DAS REPRESENTAÇÕES SOCIAIS</b> .....	<b>94</b>

<b>3.3 TEORIA SOCIAL CRÍTICA E TEORIA SOCIOCULTURAL DO CONSUMO .....</b>	<b>101</b>
<b>3.4 TRIANGULAÇÃO TEÓRICA.....</b>	<b>113</b>
<b>CAPÍTULO 4.....</b>	<b>115</b>
<b>“TÁ PATRÃO” .....</b>	<b>115</b>
<b>4 ANÁLISES LINGUÍSTICO-DISCURSIVAS .....</b>	<b>115</b>
<b>4.1 O ARRANJO DE SIGNIFICADOS .....</b>	<b>115</b>
<b>4.2 SIGNIFICADOS DO DISCURSO.....</b>	<b>118</b>
4.2.1 “ <i>É nós que manda</i> ” .....	119
4.2.2 “ <i>Mulher do poder</i> ” .....	129
<b>4.3 QUANTO AOS SIGNIFICADOS DO GÊNERO .....</b>	<b>134</b>
<b>4.4 QUANTO AOS SIGNIFICADOS DO ESTILO .....</b>	<b>147</b>
4.3.1 “ <i>Esse é o papel do mal</i> ” – <i>O paradoxo na resistência</i> .....	155
<b>“TÁ DOMINADO, TÁ TUDO DOMINADO” .....</b>	<b>159</b>
<b>ANOTAÇÕES FINAIS.....</b>	<b>159</b>

## “DJ, APERTE O PLAY”

---

A expressão “DJ, aperte o play!” é um bordão consagrado nas batalhas entre dançarinos de funk que, ao som da batida funkeira do tamborzão, encenam coreografias ensaiadas. Nesse embalo, convido os(as) leitores(as) a um passeio pelas ideias que ambientaram este estudo.

### APRESENTAÇÃO DE IDEIAS

Esta dissertação está assente em uma perspectiva científica social crítica linguisticamente orientada e propõe reflexões sobre as representações sociais em letras de *funk* ostentação consideradas, aqui, como gênero discursivo que se apropria do discurso hegemônico capitalista e o reproduz.

Com o propósito de contextualizar os aspectos de produção, distribuição e consumo dos textos em destaque, alguns aspectos que os situam nas práticas discursivas e sociais serão apresentadas.

No contexto histórico e social, o processo de globalização e a lógica capitalista de produção e consumo inserem-se no conceito de modernidade tardia, ou nos termos de Fairclough (2003), novo capitalismo, apoiando-se no entendimento de que “[...] a experiência mediada<sup>1</sup> tornou a vida cotidiana mais influenciada pela informação e conhecimento” (RESENDE; RAMALHO, 2006, p. 45). Sobre a modernidade tardia e os processos de reorganização do tempo e do espaço associados à expansão de “mecanismos de desencaixe”<sup>2</sup>, Giddens (2002, p. 12) alude que

[...] a mídia impressa e eletrônica obviamente desempenha um papel central. A experiência canalizada pelos meios de comunicação, desde a primeira experiência da escrita, tem influenciado tanto a auto-identidade quanto a organização das relações sociais. Com o desenvolvimento da comunicação de massa, particularmente a comunicação eletrônica, a interpretação do auto-desenvolvimento e do desenvolvimento dos sistemas sociais, chegando até os sistemas globais se torna cada vez mais pronunciada.

---

<sup>1</sup> Experiência mediada, segundo Giddens (2002, p. 222) é “[...] o envolvimento de influências temporal/espacialmente distantes com a experiência sensorial do homem”.

<sup>2</sup> Mecanismos de desencaixe para Giddens (2002, p. 221) são estratégias que permitem “[...] o deslocamento das relações sociais dos contextos locais e sua recombinação através de distâncias indeterminadas do espaço/tempo”.

Dessa forma, a reflexão sobre a dialética entre o discurso e as práticas sociais localiza-se no contexto de modernidade tardia/novo capitalismo, período em que a linguagem ocupa o centro do modo de produção. Para essa conjuntura, a mídia é um recurso que pode desvelar grande impacto social no sentido de propagar relações de poder balizadas pelos fundamentos consumistas e mercadológicos.

Esse discurso capitalista veiculado pela mídia cria necessidades superdimensionadas de consumo e leva à ilusão da livre escolha como exercício pleno da cidadania, assumindo papel de grande importância na formação e na reprodução dos valores da sociedade contemporânea como estilos de vida. Sobre estilos de vida, Bourdieu e Saint-Martin (1983, p. 1) afirmam que

[...] as práticas e as propriedades constituem uma expressão sistemática das condições de existência (aquilo que chamamos estilo de vida) porque são o produto do mesmo operador prático, o *habitus*, sistema de disposições duráveis e transponíveis que exprime, sob a forma de preferências sistemáticas, as necessidades objetivas das quais ele é o produto: a correspondência que se observa entre o espaço das posições sociais e os espaços dos estilos de vida.

Nessa mesma linha de pensamento, Anthony Giddens (2002, p. 13), ao tratar da noção de estilos de vida na sociedade moderna, afirma que

[...] quanto mais a vida diária é reconstituída em termos do jogo dialético entre o local e o global, tanto mais os indivíduos são forçados a escolher um estilo de vida a partir de uma diversidade de opções. Certamente existem também influências padronizadoras – particularmente na forma da criação de mercadorias, pois a produção e distribuição capitalista são componentes centrais da modernidade.

Dessa forma, observar e analisar os discursos que seguem os padrões midiáticos torna-se relevante, pois são textos que criam um ideal de sucesso com base em representações de traços identitários estéticos, agregando apelos sedutores e acentuando a supervalorização da aparência como um estilo de vida socialmente legitimado.

Nesse viés e em consonância com Fairclough (2003), considero que letras de músicas são textos entendidos como produções sociais historicamente situadas que dizem muito a respeito de crenças, práticas, ideologias, atividades, relações interpessoais e identidades. Assim, as letras do *funk* ostentação constituem textos



que são produtos sociais, inseridos em práticas discursivas específicas que, por sua vez, contribuem para a manutenção ou transformação de estruturas sociais situadas.

Dessa forma, os textos em estudo podem ser considerados como parte de práticas sociais com orientações econômicas, políticas, culturais e ideológicas. Essa hipótese está em consonância com o que diz Fairclough (2001, p. 93) ao afirmar que

[...] a constituição discursiva da sociedade não emana de um livre jogo de ideias nas cabeças das pessoas, mas de uma prática social que está firmemente enraizada em estruturas sociais materiais, concretas, orientando-se para elas.

Nesse sentido, as letras de *funk* ostentação constituem-se em uma amostra da reprodução do discurso capitalista e de suas representações sociais como fonte de inspiração para os(as) jovens.

Assim, as análises textualmente orientadas, com centralidade no discurso capitalista de consumo como um momento de prática social, ilustrado nos textos selecionados, estão em harmonia com o caráter transdisciplinar da Análise de Discurso Crítica, doravante ADC, e recorrem, também, a conceitos da Sociologia e da Psicologia Social, a fim de investigar o processo de construção de identidades dos(as) jovens funkeiros(as) em relação ao discurso e às representações sociais da periferia<sup>3</sup>.

Com base na definição de gênero discursivo proposta por Fairclough (2003) como “[...] o aspecto discursivo de maneiras de ação e interação no decorrer de eventos sociais” (FAIRCLOUGH, 2003, p. 65) e da proposição de Chouliaraki e Fairclough (1999), que definem gênero como tipos de linguagem ligados a uma ação particular, as letras do *funk* ostentação compõem um gênero discursivo na medida em que, como ação, apresentam um ideal de sucesso com base em um estilo de vida e de consumo como requisito para o exercício da cidadania; por sua vez, essa ação realiza-se através de um tipo de linguagem particular. O estilo de vida apresentado neste gênero discursivo aponta um comportamento que implica uma

---

<sup>3</sup> Embora a utilização do aDJunto “de periferia” para classificar os textos em estudo bem como seus produtores e consumidores cause estranheza, opto por sua utilização tendo em vista que se refere a manifestações de um segmento populacional de baixo poder aquisitivo, em sua maioria negro e jovem cuja identidade é espacialmente orientada. Essas expressões culturais são, em grande parte, situadas no território da periferia e repercutidas a partir deste local. Ou seja, são expressões culturais de indivíduos ou grupos historicamente reconhecidos como periféricos/ marginais.

prática social que pode levar a graves problemas sociais, como a exclusão, o superendividamento e a violência.

Dessa forma, os textos apresentados podem ser considerados como prática discursiva porque são textos produzidos na periferia, distribuídos de forma independente em relação aos meios de comunicação, pois, majoritariamente, sua primeira divulgação ocorre nos bailes *funk* (contexto local), e pela internet (contexto global). Esses textos são consumidos, em primeiro momento, pelos jovens de periferia e, posteriormente, reapropriados pela indústria cultural e consumidos pelos demais estratos sociais. A vista disso, recentemente, tem-se observado nas plataformas digitais de serviços de *streaming* de música um importante movimento de internacionalização do *funk* brasileiro. O gênero tem alcançado significativa projeção nos Estados Unidos e na Europa<sup>4</sup>.

Como são textos cujos aspectos podem ser agregados ao discurso hegemônico capitalista, eles conseguem ultrapassar as barreiras da periferia e chegar à mídia de massa como um exemplo de sucesso a ser seguido. Dessa forma, pensar nas contradições existentes no discurso capitalista que ocorrem nas letras do *funk* ostentação demanda considerar esse tipo produção textual como um gênero discursivo situado que, de acordo com Chouliaraki e Fairclough (1999), consiste em “[...] um tipo de linguagem usado na performance de uma prática social particular” (CHOULIARAKI; FAIRCLOUGH, 1999, p. 56), ou seja, aspectos específicos de realização daquela prática discursiva e social.

Nesse mesmo entendimento, Resende e Ramalho (2006) asseguram que “[...] cada prática social produz e utiliza gêneros discursivos particulares, que articulam estilos e discursos de maneira relativamente estável num determinado contexto sociohistórico e cultural” (RESENDE; RAMALHO, 2006, p. 62). Assim, por esse ângulo, a análise crítica das produções textuais do gênero discursivo situado na letra de *funk* ostentação demanda o reconhecimento das formas de representar as identidades dos(as) jovens funkeiros(as) e possibilita identificar as linguagens adotadas para construir, desconstruir e modificar padrões sociais conforme os interesses das relações mercadológicas.

A análise crítica desses textos, com base nas categorias analíticas de representação dos atores sociais e dos significados do discurso, aventados pela

---

<sup>4</sup> Disponível em: <<https://www.tudocelular.com/android/noticias/n125651/spotify-funk-carioca-baile-cala-inimigas.html>>. Acesso em: jul. 2018.

teoria da ADC, permite reconhecer as formas de interação das representações e dos padrões sociais no discurso do consumo enquanto espaço de diferenciação e de afirmação de identidades sociais.

A partir desse panorama, este estudo objetiva analisar o discurso articulado por meio das letras de *funk* ostentação para compreender como as produções linguísticas, as representações sociais e a construção de identidades são permeadas pelo discurso do consumo e por suas ideologias.

Acredita-se que essa perspectiva de estudo apresentará valores difundidos pelo discurso hegemônico capitalista no qual a manifestação e o exercício do consumo são imperativos para o entendimento de que as práticas sociais carregam ideologias e, conforme Canclini (2015), podem criar necessidades manifestadas nos impulsos, nos desejos, nos sonhos de consumo e de reconhecimento.

Ainda com uma abordagem crítica e sociopolítica do discurso, a pesquisa tem como objetivos específicos;

- a) analisar as representações de um ideal de sucesso nas letras do *funk* ostentação selecionadas;
- b) discutir como as escolhas linguísticas particulares constituem formas de ação e interação no mundo;
- c) analisar como as escolhas do estilo de vida carregam representações de sucesso e ideologias de inclusão e exclusão que contribuem para a construção de identidades sociais e culturais.

Na perspectiva de Chouliaraki e Fairclough (1999), o trabalho do analista tem seu ponto de partida na observação de questões associadas ao discurso em atividades práticas da vida social. Nesse ponto, fazem-se necessários alguns esclarecimentos sobre a natureza da escolha do campo de pesquisa. Como profissional da área de Educação, que se dedica ao trabalho com jovens, considero a reflexão sobre os recursos linguísticos-discursivos que influenciam a construção da identidade desses atores sociais bastante intrigante.

A adolescência é, por si mesma, transgressora. Está sempre disposta a ultrapassar os limites que lhes são impostos. Ao mesmo tempo, a escola é uma das instituições que demarca esses limites. Atuando como mediadores, os professores tentam intermediar essa relação conflituosa entre os propósitos da instituição e os interesses dos estudantes. Esse contexto conflituoso, muitas vezes, revela-se nas demandas dos estudantes por assuntos e objetos que estão além do currículo

escolar proposto para a educação básica, mas que fazem parte de seu cotidiano. A reivindicação de inclusão desses conteúdos nas atividades escolares pode ser compreendida como parte de um processo de multiletramentos que se constitui no ambiente social, em grupos cujas práticas dão origem a habilidades específicas, e, nesse contexto, a escola é o ambiente ideal de reflexão sobre esse conhecimento. Assim, ocorre com o *funk*. O estilo musical, muitas vezes repudiado no ambiente escolar, é uma amostra de um gênero discursivo que faz parte do cotidiano de adolescentes e jovens. Por isso, identificar as linguagens e as representações disseminadas nas letras de *funk* pode nos levar ao reconhecimento das formas de representar as identidades desses(as) jovens.

Refiro-me, portanto, a atores sociais que constituem um estrato social que pode ser considerado como desconhecido e ignorado pelas políticas públicas e que, na maioria das vezes, é representado negativamente. Descritos como o motivo para a criminalidade (cf. Capítulo 1), são apontados como se estivessem no centro da decadência moral. São atores sociais invisíveis, abandonados cujas vozes quase nunca são ouvidas. Nesse sentido, o *funk* evidencia como a juventude da periferia reinventa-se criativamente, muitas vezes, subvertendo as representações que insistem em situá-la como perigosa. As letras de *funk* constituem textos de uma cultura marginalizada, produzida por jovens pobres que constroem sua identidade por meio de uma linguagem intrinsecamente relacionada com marcas de pobreza e segregação social.

Embora a pesquisa se desenvolva fora do ambiente escolar, sua motivação principal é a educativa. Acredito que essa reflexão pode contribuir para a compreensão mais totalizante do jovem no conjunto de suas relações sociais, concebendo-o como um sujeito sociocultural nos processos de produção e reprodução de significados e conhecimentos. Por esse viés, considera-se que os textos aqui analisados refletem a realidade e os valores dos jovens. Dessa forma, a reivindicação pelo *funk* no contexto escolar, a meu ver, desafia a noção etnocêntrica equivalente aos modos de ser e viver de determinada elite letrada. Por fim, a defesa do *funk* é uma luta simbólica por significação contra a discriminação dos(as) jovens da periferia e de suas práticas e por um olhar pedagógico que ultrapasse o restrito ambiente escolar para debruçar-se sobre os limites sociais e culturais dos(as) jovens de periferia.

Quanto à relevância científico-acadêmica e institucional, é de grande importância sublinhar que a comunidade acadêmica tem dado suporte para estudos das diversas manifestações políticas e culturais de minorias e estratos sociais historicamente marginalizados. A Universidade de Brasília – UnB, especificamente, tem apresentado grande contribuição acadêmica nos estudos pertinentes à análise de discursos voltados à temática da exclusão social como:

a) a dissertação de mestrado apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Linguística – PPGL, em 2005, por Francisca Cordelia Oliveira da Silva, sob orientação da Profa. Dra. Josênia Antunes Vieira: *Representação da raça negra no Brasil: ideologias e identidades* (SILVA, 2015).

b) a tese de doutorado apresentada ao PPGL, em 2009, por Francisca Cordelia Oliveira da Silva, sob orientação da Profa. Dra. Josênia Antunes Vieira: *A construção social de identidades étnico-raciais: uma análise discursiva do racismo no Brasil* (SILVA, 2009).

c) a dissertação de mestrado apresentada ao PPGL, em 2014, por Sandra Rodrigues Sampaio Câmpelo, sob orientação da Profa. Dra. Denize Helena Garcia da Silva: *Adolescência, pobreza e inclusão digital: práticas discursivas e identidades (re)construídas no espaço virtual* (CAMPÊLO, 2014).

No que tange à temática da produção cultural da periferia, destacam-se os estudos do departamento de Sociologia, como:

d) a dissertação de mestrado apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Sociologia – PGSOL, em 2012, por Saulo Nepomuceno Furtado Araujo, sob orientação do Prof. Dr. Edson Silva Farias: *Entre garotos e suas equipes: consumo tecnocultural e dinamicidade ético-estética na cena black brasileira* (ARAUJO, 2012).

e) a tese de doutorado, apresentada ao PGSOL, em 2009, sob orientação do Prof. Dr. Brasilmar Ferreira Nunes, por Luiz Breitner Tavares: *Na quebrada, a parceria é mais forte – juventude hip-hop: relacionamento e estratégias contra a discriminação na periferia do Distrito Federal* (TAVARES, 2009).

Ressalto, também, as produções acadêmicas da Faculdade de Educação que tomam a construção de sentidos por meio da música como tema de pesquisa, tais como:

f) a dissertação de mestrado, apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Educação, em 2008, sob orientação da Profa. Dra. Ângela Álvares

Dias Correa, por Lucimar da Silva Pinheiro Sampaio: *A construção de sentidos por meio de canções no contexto educacional* (SAMPAIO, 2008).

g) a dissertação de mestrado, apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Educação, em 2011, sob orientação da Profa. Dra. Wivian Weller, por Anderson Messias Roriso Nascimento: *O hip-hop como experiência estética: apropriações e ressignificações por jovens do ensino médio privado* (NASCIMENTO, 2011).

Observou-se na pesquisa um contingente de trabalhos referenciados na temática do movimento cultural *hip hop* como expressão juvenil, entretanto, poucos estudos acadêmicos ocupam-se do *funk* e de suas representações. Com este enfoque, sublinho a tese de doutorado em Linguística, apresentada ao Instituto de Estudos da Linguagem da Universidade Estadual de Campinas, por Adriana Carvalho Lopes, em 2011, sob orientação do Prof. Dr. Kanavillil Rajagopalan, intitulada "*Funk-se quem quiser*": *no batidão negro da cidade carioca*, cuja leitura serviu de inspiração para o desenvolvimento desta pesquisa.

Saliento que este estudo circunscreve-se na linha de estudos Discursos, Representações Sociais e Texto do Programa de Pós-Graduação em Linguística da Universidade de Brasília (UnB), com o projeto de pesquisa: *Discursos, Ideologias, Identidades e Representações: práticas discursivas e sociais de exclusão*, bem como com os estudos desenvolvidos pelo grupo de Pesquisa Língua, Discurso e Representação (Gedis), ambos coordenados pela Professora Dra. Francisca Cordelia Oliveira da Silva.

Admito que a reflexão e a análise de aspectos linguísticos nas letras de *funk*, na concepção crítica e social, podem contribuir para assinalar o quanto a produção, a distribuição e o consumo de diversos discursos servem como instrumentos tanto para a resistência quanto para a alienação e a dominação. Dessa forma, aceito a hipótese de que as letras de *funk* ostentação são influenciadas por um ideal de sucesso propagado pela mídia, que reforça o discurso hegemônico capitalista e, por sua vez, influencia os comportamentos e as identidades dos jovens de periferia. Para essa concepção, apresento uma triangulação teórica e metodológica fundamentada na Análise de Discurso Crítica (ADC), na Teoria da Representação Social (TRS), na Teoria Crítica Social (TCS), na Teoria Sociocultural do Consumo (TSC) e na Teoria da Sociedade do Espetáculo (TSE).

Quanto à caracterização, aos métodos e aos procedimentos, adoto uma abordagem indutiva com fins explicativos cujos meios de investigação estão baseados na pesquisa documental de tradição qualitativa interpretativista que, de acordo com Ada Brasileiro (2013, p. 49), “[...] é aquela que se ocupa da interpretação dos fenômenos e da atribuição de significados” (BRASILEIRO, 2013, p. 49). A proposta metodológica adotada para a investigação é a ADC, na qual “[...] o pesquisador se preocupa com a linguagem oral e escrita, em seu contexto de ocorrência, focalizando sentidos, (in)diferenças, sentimentos, (in)seguranças, retenções e sinais” (p. 50).

Com relação ao universo de pesquisa, defino textos propagados pelos meios de comunicação de massa entendidas como práticas discursivas. Para isso, a escolha da amostragem foi delimitada por três critérios:

- a) textos largamente consumidos por jovens de periferia (foco nos atores sociais);
- b) textos que refletem a realidade dos(as) jovens de periferia (foco no contexto social); e
- c) textos que propagam a cultura consumista (foco na ideologia).

Com a finalidade de levar em conta estes três fatores, delimitaram-se como dimensão principal do *corpus* 13 letras de *funk* ostentação (descritas no Capítulo 2) em função da acessibilidade aos elementos de pesquisa e do caráter representativo e significativo desses textos.

Os dados foram levantados em pesquisa documental, pesquisa na internet, em *sites* e artigos acadêmicos, tendo por objeto de estudo uma amostra no tempo e no espaço de letras de *funk* ostentação. O objetivo desta seleção é oferecer suporte para a análise de discurso como prática discursiva que constrói um ideal de sucesso a partir da representação de traços identitários e da relação com o consumo de mercadorias como forma de ascensão e articulação social.

Na análise dos dados, pretendo nortear-me pelas seguintes questões:

- a) Como é representado o ideal de sucesso nas letras de *funk* ostentação?
- b) Como o discurso de consumo e a representação do ideal de sucesso influenciam as formas de ação e interação social dos(as) jovens funkeiros(as) na elaboração de suas identidades sociais?

c) Como as produções linguísticas e as representações de um estilo de vida pautado por padrões de consumo carregam ideologias de inclusão e exclusão social?

Para responder à questão **Como é representado o ideal de sucesso nas letras do funk ostentação?**, recorrerei às categorias analíticas da ADC no enquadre aventado por Normam Fairclough (2001, 2003) e van Leeuwen (1997) para focalizar o significado representacional do discurso e destacar a representação de aspectos do mundo como forma de questionar as posições de sujeito e as relações sociais. Emprego também a Teoria das Representações Sociais preconizada por Moscovici (2007) e Jovchelovicht e Guareschi (1994), uma vez que esta teoria considera as representações como algo partilhado pelos diferentes grupos sociais por meio da comunicação.

Quanto à questão **Como o discurso de consumo e a representação do ideal de sucesso influenciam as formas de ação e interação social dos(as) jovens funkeiros(as) na elaboração de suas identidades sociais?**, faço uso do trabalho de Chouliaraki e Fairclough (1999) e Fairclough (2003), que se referem ao discurso como momentos de práticas que evidenciam uma questão discursiva e uma conjuntura, focalizando o texto como modo de interação nos eventos sociais.

Por fim, para responder à questão **Como os recursos linguísticos e as representações de um estilo de vida pautado por padrões de consumo carregam ideologias de inclusão e exclusão social?**, ressalto o significado identificacional aventado por Fairclough (2003), que trata da construção e negociação de identidades, bem como utilizo os preceitos da TCS, da TSE e da TSC propostos por Zygmunt Bauman (2008), Guy Debord (2015) e Garcia Canclini (2015), respectivamente.

Considero que o tema do consumo tornou-se indispensável para a compreensão da formação dos indivíduos envolvidos na cultura do *funk* ostentação, pois, na “sociedade de consumidores” (BAUMAN, 2008), os objetos consumidos trazem em si a identidade dos indivíduos. Dessa forma, e de acordo com a TSC, o consumo é um aspecto de reflexão e reelaboração do sentido social, agregando novo significado para as questões de pertencimento, instituindo formas de comunicação e sociabilidade como parâmetro de configuração das identidades contemporâneas. Com esse entendimento, compreende-se que “[..] o consumo se



torna uma área fundamental para instaurar e comunicar as diferenças” (CANCLINI, 2015, p. 36).

No decorrer da pesquisa, serão situados como questão discursiva um gênero de produção textual particular e sua respectiva prática discursiva, além disso, apontar-se-ão as práticas que naturalizam relações e ideologias. O trabalho está dividido em quatro capítulos, todos intitulados com trechos de letras de *funk*. No Capítulo 1 – “É som de preto, é som de favelado”, apresento a gênese do *funk* ostentação, buscando localizar suas origens como movimento cultural de expressão e produção dos jovens de periferia. O Capítulo 2 – “*No flow*” relaciona as estratégias metodológicas acessadas para compor o desenvolvimento da pesquisa, bem como a descrição do *corpus* que constitui o estudo. O Capítulo 3 – “De camarote fechado” discute e confronta os enquadres teórico-metodológicos alvitados pelas teorias da ADC, da TRS, da TCS, da TSC e da TSE. O Capítulo 4 – “Tá patrão” expõe as representações sociais e padrões midiáticos do ideal de sucesso revelado pela figura do(a) funkeiro(a), dos estilos de vida sugeridos pelo *funk* ostentação e da tentativa de construção de processos identitários por meio desses textos. O Capítulo “Tá dominado, tá tudo dominado” aponta os resultados da pesquisa como caminhos discursivos ideológicos das letras de *funk* ostentação e as considerações finais do estudo.

Intenciono provocar a reflexão crítica como forma de intervenção ativa e proposital na realidade social, lançando um olhar emancipatório sobre a linguagem, a representação e a construção social da identidade dos(as) jovens funkeiros(as). Este propósito justifica-se, principalmente, pelo desejo de compreensão, diálogo e aproximação com os(as) jovens de periferia, visto que são atores sociais, na maioria das vezes, negligenciados pelas políticas públicas, manipulados pela mídia de massa, silenciados pela sociedade.

## **CAPÍTULO 1** **“É SOM DE PRETO, É SOM DE FAVELADO”**

---

O refrão “*é som de preto, é som de favelado, mas quando toca ninguém fica parado*” é parte integrante do *funk* Som de Preto dos MCs Amilcka e Chocolate e obteve grande repercussão e popularidade nos anos de 1990. O trecho que intitula este capítulo contribui para contextualizar histórica e territorialmente as origens do *funk* e suas conseqüentes associações à marginalidade, descritos nas seções seguintes.

### **1 CONTEXTUALIZAÇÃO**

A título de contextualização, antes de entrarmos propriamente no tema central da pesquisa, convém explicitar alguns aspectos sociais e históricos do gênero discursivo selecionado para o trabalho.

A pesquisa bibliográfica a respeito do período de surgimento e ascensão do *funk*, no contexto nacional, realizou-se com base na leitura de artigos que evidenciaram um referencial teórico sobre o *funk* em seu período inicial, mas a sistematização ainda apresenta lacunas, o que dificulta a reconstituição de sua trajetória temporal. Pretende-se, aqui, fazer uma descrição das circunstâncias que levaram esse gênero discursivo a ser objeto de interesse para a pesquisa.

Pactuando com a proposição de Chouliaraki e Fairclough (1999) de que questões sociais são em parte questões discursivas enquanto elemento de práticas sociais, a princípio, discorro brevemente sobre o período político, econômico e social de produção das letras de *funk* ostentação.

A trajetória do *funk* teve início nos anos 1960 sob influência da música negra estadunidense. No Brasil, ao longo das últimas décadas, o ritmo foi agregando outras influências, resultando em uma *performance* nacionalizada, que, hoje, representa a música brasileira. Esse percurso será detalhado nas seções que seguem.

#### **1.1 Anos 1960: no ritmo do *funk***

Com base no primeiro estudo etnográfico sobre o *funk*, desenvolvido pelo antropólogo Hermano Viana (1988), é possível delinear a trajetória dos ritmos que

conduziram à afirmação do *funk* como um dos importantes movimentos culturais juvenis.

O *funk* é um estilo musical que se classifica como descendente da música negra norte-americana, o *Rhythm and Blues* e o *Soul*, no final da década de 1960. Esses ritmos propunham-se a ser um discurso contra-hegemônico de conscientização dos(as) negros(as) americanos(as), cujos principais intérpretes, durante a década de 1960, foram James Brown (figura 1), Ray Charles (figura 2) e Sam Cooke (figura 3).

Figura 1: James Brown<sup>5</sup>



---

<sup>5</sup> Disponível em: <<https://br.pinterest.com/pin/461056080576482146>>. Acesso em: 24 maio 2017.

Figura 2: Ray Charles<sup>6</sup>Figura 3: Sam Cooke<sup>7</sup>

---

<sup>6</sup> Disponível em: <<https://br.pinterest.com/pin/390054017717400365>>. Acesso em: 24 maio 2017.

<sup>7</sup> Disponível em: <<http://nostalgiacentral.com/music/artists-l-to-z/artists-s/sam-cooke>>. Acesso em: 24 maio 2017.

O termo *funk* já aparecia no *jazz* dos anos 1930, sempre associado ao sexo, “[...] tratava-se de uma gíria dos negros americanos para designar o odor do corpo durante as relações sexuais” (MEDEIROS, 2008, p. 13). Nas décadas de 1950 e 1960, o termo foi associado a *soul music*, significando “[...] dar uma apimentada à base musical, como acrescentar *riffs* (frases musicais repetidas) ao som de uma pancada mais rápida” (MEDEIROS, 2008, p. 13).

Na virada da década de 1960 para 1970, a palavra *funk* deixou de ter um significado pejorativo e passou a ser símbolo do orgulho negro. A partir desse momento, “[...] tudo podia ser *funk*: uma roupa, um bairro da cidade, o jeito de andar e uma forma de tocar música que ficou conhecida como *funk*” (VIANA, 1988, p. 20). Tratava-se de uma música muito dançante, marcada por ritmos mais pesados e arranjos agressivos. Essinger (2005, p. 11) esclarece que o vocábulo *funk*

[...] denomina um tipo muito específico de música, que descende dos lamentos negros e rurais do blues, do posterior rhythm’ n’blues (que é quando o blues chega aos grandes centros e ganha marcação rítmica mais vigorosa) e da evolução do rhythm’ n’blues que é o *soul* (quando o estilo ganha apuro melódico, emprestado da música das igrejas batistas, e esmero instrumental, virando um lucrativo negócio para as gravadoras como a Motown e a Stax). Do *soul* [...] chegamos ao *funk*, é quando essa música é reduzida à sua percussividade mais básica. O foco das músicas se desloca para a bateria, que passa a fazer desenhos rítmicos cada vez mais sincopados, próximos da raiz africana, e para o baixo elétrico, que responde pelo arcabouço melódico – juntos, eles fazem o *groove*, o balanço, a essência do negócio, que vai ser complementado por guitarras, metais e vocais agressivos. É isso, em suma, o que passou, a partir de meados da década de 1960, a ser conhecido como *funk* – nome que, até então, era a gíria dos negros para o mau cheiro.

Atualmente, *funk* é uma gíria americana que significa “legal’ ou ‘maneiro” (MEDEIROS, 2008, p. 14). O *Dicionário Aurélio da Língua Portuguesa* (2010) define *funk* como um gênero de música popular dançante, de compasso quaternário, de origem norte-americana, ligado ao *soul*.

## 1.2 Anos 1970: a internacionalização do *funk*

A internacionalização da música negra norte-americana ocorreu através da Indústria Cultural, por meio dos bailes na década de 1970. No Brasil, a princípio, o *funk* estabeleceu-se como o som dos(as) jovens negros(as) e mestiços(as) das periferias do eixo Rio de Janeiro – São Paulo. Os primeiros bailes *funk* foram

organizados pelo discotecário Ademir Lemos e pelo locutor de rádio Big Boy e realizaram-se na casa de espetáculos conhecida como Canecão, localizada na Zona Sul do Rio de Janeiro.

Os bailes *funk* passaram a ser conhecidos como bailes da pesada (figura 4), que eram “[...] noitadas dançantes animadas por som de toca-discos e um bom jogo de luzes” (ESSINGER, 2005, p. 17) que aconteciam aos domingos e reuniam uma multidão de jovens que se divertiam dançando ao som de *rock*, *pop* e de cantores, como James Brown.

Figura 4: Bailes da pesada<sup>8</sup>



Quando o Canecão passou a ser considerado o palco da MPB, os bailes da pesada foram transferidos para os clubes da Zona Norte. Essinger (2005, p. 18) aponta que

[...] Big Boy e Ademir Lemos faziam muitas cabeças com o Baile da Pesada, que foi obrigado a deixar o Canecão para dar lugar a um show de Roberto Carlos. Mas o subúrbio os receberia em seguida de braços abertos e quadris dispostos a muito balanço.

<sup>8</sup> Fonte: Essinger (2005, anexos).

Alguns frequentadores dos bailes e seguidores de Ademir e Big Boy investiram em aparelhagens de som e criaram as equipes de som que eram “[...] grupos responsáveis pela música e o que mais for necessário para o acontecimento dos bailes, como segurança e venda de bebidas” (BESCHIZZA, 2015, p. 3) e faziam a animação de pequenos clubes.

Em meados da década de 1970, a equipe *Soul Grand Prix* inaugurou uma nova fase de ritmos do *funk* no Rio de Janeiro intitulada “Black Rio”. Nesses bailes, enquanto o público dançava, eram projetados *slides*, filmes, fotos, pôsteres que enfatizavam a cultura negra e “[...] abordavam brevemente temas como estudo, família, droga e violência. E pregava *Nós temos que nos organizar como negros, senão nós não vamos chegar lá*” (ESSINGER, 2005, p. 23, grifo do autor).

Essinger (2005, p. 22) relata que o efeito do *mix* da música, da dança e da projeção de *slides* na tela esquentava o baile, reforçava a autoestima e tinha uma força política que chocava a plateia. Além disso, os(as) dançarinos(as) criaram um estilo de se vestir que ficou conhecido como estilo *black is beautiful*, que privilegiava cabelos afro, sapatos de sola alta, calça de boca estreita e danças que copiavam o estilo do cantor norte-americano James Brown. Nesse período, “[...] formavam-se equipes de som que promoviam bailes quando foi-se disseminando um estilo que buscava uma valorização da cultura negra, tanto na música como nas roupas e nos penteados” (DAYRELL, 2005, p. 47).

A equipe de som Black Rio, de acordo com Medeiros (2008, p. 35), mesclava o compasso binário do samba com o compasso do *funk* norte-americano e, além de lotar os bailes, ganhou destaque nos meios de comunicação, gravou a trilha sonora da novela *Locomotivas* e acompanhou Caetano Veloso em uma turnê.

Paralelamente a *Soul Grand Prix*, consoante Essinger (2005), as equipes de som multiplicaram-se nos subúrbios, tais como a Black Power e, na década seguinte, Uma Mente Numa Boa, Célula Negra e, posteriormente, a Furacão 2000 e a Cashbox. Assim, aos poucos, em meados dos anos 1970, consolidavam-se os festivais de equipes.

Seria uma questão de tempo para que o movimento Black Rio ganhasse destaque na mídia. Isso aconteceu com a publicação da matéria “O orgulho (importado) de ser negro no Brasil Black Rio”, da jornalista Lena Frias, pelo *Jornal do Brasil*, em 17 de julho de 1976. A página do jornal onde a matéria foi publicada pode ser observada na figura 5.

Figura 5: Black Rio – reportagem da jornalista Lena Frias no Jornal do Brasil (1976)<sup>9</sup>



O envolvimento dos(as) jovens da periferia do Rio de Janeiro com uma cultura negra passa a ser considerado como resultado de uma colonização cultural norte-americana. A respeito desse episódio, Herschmann (2000, p. 21), em consonância com Viana (1988), versa que

[...] o fato de os jovens da Zona Norte estarem se engajando em uma cultura negra mediada pela indústria cultural norte-americana provocou, na época, muitos argumentos desfavoráveis sobre uma possível marca de uma colonização cultural.

<sup>9</sup> Fonte: <<https://dreamingwithseesaws.files.wordpress.com/2012/03/black011.jpg>>. Acesso em: 24 maio 2017.



Sob essa argumentação, o *soul*, no Brasil, é encarado como um ritmo importante para dar início a um processo no qual “[...] a diversão só tem cabimento se se transformar em conscientização” (VIANA, 1988, p. 60). Entretanto, as gravadoras também tentaram transformar a conscientização em lucro e investiram no *soul* nacional, lançando coletâneas de grande sucesso nos bailes, vendidas sobre o nome das equipes de som e cantores nacionais, como Tim Maia e Tony Tornado (figura 6) que foram responsáveis por incorporar e popularizar a gíria *black* em suas músicas.

Figura 6: Tony Tornado e Tim Maia<sup>10</sup>



A essa altura, o *soul* começava a ter reflexos em outros estados, como São Paulo, Minas Gerais, Rio Grande do Sul e Bahia, bem como começava a despontar uma rivalidade entre o samba e o *funk*, que, segundo Essinger (2005), era mais uma estratégia de *marketing* das gravadoras para vender mais discos de samba.

No final dos anos 1970, o estilo musical do *funk* foi gradualmente perdendo espaço para o estilo “disco” que, no Brasil, teve impulso com a novela *Dancing Days*, de autoria de Gilberto Braga, e a canção tema da novela foi interpretada pelas Frenéticas, um grupo composto por seis integrantes.

---

<sup>10</sup> Fonte: <<https://gatasnegrasbrasileiras.files.wordpress.com/2013/04/33.jpg>>. Acesso em: 24 maio 2017.

### 1.3 Anos 1980: a construção do estilo *Funk*

Já na década de 1980, o estilo *disco* consolidou-se no mercado cultural. Silvio Essinger (2005, p. 42) refere-se a esse gênero musical como uma “europeização do *funk*” e afirma que o estilo ganhou força nos “subterrâneos dos bailes gays de Nova York”, imbuído do desejo hedonista de dançar até o dia raiar. O autor afirma que a revolução implícita na *disco* era comportamental, “[...] a aceitação das diferenças, já que os dançarinos, fossem gays ou heterossexuais, negros, latinos, ou anglo-saxões, eram recebidos na pista de dança da mesma forma” (ESSINGER, 2005, p. 42).

A *disco* era uma tendência consumida pelo mundo. Essa profusão da discoteca contribuiu para, nas palavras de Essinger (2005, p. 44), esvaziar o conteúdo ideológico do movimento Black Rio e domesticar o balanço, “adaptando-o ao gosto branco”. Logo em seguida, o movimento de músicas de *rock* coopera, ainda mais, para o enfraquecimento dos bailes *black*.

Com o fim da moda das discotecas, o *funk* voltou a figurar como destaque dos bailes, agora com uma configuração mais melodiosa, lenta e romântica, que é conhecida como “*charme*”, que “[...] servia para o pessoal descansar, criar umas evoluções de dança mais aprimoradas e tentar a sorte no jogo do amor” (ESSINGER, 2005, p. 54). Naqueles anos de 1980, popularizou-se uma inovação na discotecagem: a mixagem. A mixagem é

[...] quando o DJ, ao preparar a entrada da música seguinte, busca igualar o número de batidas por minuto (regulando a velocidade do toca-discos) e faz uma transição tão suave que nem parece que a música mudou. Um procedimento que dá a impressão de que se houve uma única faixa, interminável, em todo o baile (ESSINGER, 2005, p. 46)

Nesse mesmo período, a Equipe de som Furacão 2000, que até então tocava *rock*, passou a se dedicar ao *funk*, sendo, posteriormente, um fenômeno de vendas. Mesmo com o retorno do *funk*, o baile, de modo geral, foi aderindo ao o *hip hop* norte-americano, que trouxe consigo as danças em grupo e uma nova indumentária, composta por bermudões, bonés e tênis de marcas esportivas (figura 7).

Figura 7: Referência *Hip hop*<sup>11</sup>



Ainda nos anos 1980, o *rap* e o *hip hop* difundiram-se na periferia paulistana, mobilizando a juventude negra e trabalhadora da cidade, revitalizando-se como importante discurso político de reivindicações e denúncia das desigualdades sociais. Para Essinger (2005, p. 55), o *hip hop* é “[...] um capítulo à parte não só da história da música negra americana como também da música e do comportamento mundiais”. Isso justifica a necessidade, neste estudo, de uma seção destinada especificamente ao estilo.

### 1.3.1 Funk versus hip hop

*Funk* e *hip hop* têm muito em comum, ambos apresentam as mesmas raízes musicais e sociais. No entanto, foram assumindo características próprias. As letras, as formas de sociabilidade e as especificidades de cada estilo expressam sentidos diferentes. Nesse contexto, o *funk* ressalta “[...] a festa, a fruição do prazer, a alegria de estar juntos” (DAYRELL, 2005, p. 123) enquanto o *hip hop* “[...] foi se firmando como importante discurso político” (HERSCHMANN, 2000, p. 25).

O termo *hip hop* também tem origem norte-americana e refere-se “ao movimento do quadril (*hip*, em inglês)” (MEDEIROS, 2008, p. 43). Surgiu nos guetos de Nova York, em áreas pobres e desassistidas da cidade, regiões nas quais “[...] a música tem grande importância no lazer da rapaziada” (ESSINGER, 2005, p. 55).

Os DJs trouxeram a inovação da mixagem e o DJ Kool Herc aprimorou a técnica, na qual

[...] a partir de um material preexistente, Kool Herc criava novas músicas e inaugurava não só a discotecagem autoral, como, mais tarde, se veria, uma era de música pós-moderna, feita a partir da colagem de pedaços de outras músicas. (ESSINGER, 2005, p. 56).

Essa passagem de música era chamada de *break*. Os *breaks* eram os momentos em que os dançarinos aproveitavam para fazer um tipo de dança robótica inspirada em “James Brown e em movimentos de lutadores de kung-fu” (ESSINGER,

<sup>11</sup> Fonte: <<https://www.nelsontriunfo.com/img/fotos/nelson-triunfo-grupo-Funk-e-Cia.jpg>>. Acesso em: 24 maio 2017.

2005, p. 56). Nascia a *break dance*. Esse era o momento em que alguns frequentadores do baile aproveitavam para “[...] improvisar uns chamados ao público no mesmo ritmo da base” (ESSINGER, 2005, p. 56). Essa figura do agitador ficou conhecida como MC (*master of ceremony*).

De acordo com Essinger (2005, p. 65), em meados dos anos de 1980, a popularização desse estilo musical junto com a exibição de filmes, como *Beat street*, e a massificação do passo *moonwalk* de Michael Jackson (o maior astro *pop* da época) ajudou a disseminar uma onda de dançarinos de *break* pelo Brasil. Contudo, foi nas festas suburbanas de Nova York que o DJ Grandmaster Flash começou a tocar dois discos iguais com a intenção de repetir os *breaks* por mais tempo. Essa técnica ficou conhecida, nas décadas seguintes como *samplear* e seria executada eletronicamente pelas máquinas de *sampler*. Outro efeito de som criado por Grandmaster Flash foi o *scratch* (arranhão), que consistia em mover o disco para frente e para trás enquanto ele rodava no prato, o que “[...] se tornou um dos elementos mais característicos do *hip hop*” (ESSINGER, 2005, p. 57).

Durante a *performance* do DJ, grupos de frequentadores dos bailes faziam uma espécie de repente sobre “as bases do DJ” (ESSINGER, 2005, p. 57). Essa fusão do ritmo *funk* e da poesia resultou no “*rap*, outro elemento do *hip hop*” (ESSINGER, 2005, p. 57). Com o tempo, o *rap* ganhou o papel de denúncia social “recorrendo a uma espécie de representação crua da realidade” (ESSINGER, 2005, p. 57). Além do *rap*, da discotecagem e da dança *break*, a cultura *hip hop* inclui o grafite, que são “[...] pichações artísticas que começaram a cobrir o metrô e as paredes de Nova York, na virada dos anos 70 para 80” (ESSINGER, 2005, p. 60).

No Brasil, o *hip hop* emergiu no final dos anos 1970 com a “cultura *black*” e incorporou às suas atividades o *break* e o grafite como expressões da “arte das ruas”. Herschmann (2000) afirma que São Paulo é o principal centro irradiador do *hip hop* no Brasil. Assim como o *funk*, o *hip hop* tem várias vertentes: positivo; político-contestador e o *gangsta rap* (um segmento equivalente ao proibido do *funk* e que inspirou o *funk ostentação*). No início dos anos 1990, as batidas do *funk* deram lugar ao ritmo eletrônico, batizado de *electro* que influenciou a base do *hip hop* e o *funk* carioca.

#### 1.4 Abalando os anos 1990: a nacionalização do *funk*

Nos anos 1990, “[...] o *electro* foi rapidamente absorvido pelas equipes de som do Rio” (ESSINGER, 2005, p. 60), e o *funk* foi se nacionalizando e se distanciando do referencial do *hip hop*<sup>12</sup>. Os bailes *funk* começaram a atrair muitas pessoas e a se constituir um espaço de manifestação cultural da periferia na qual o ritmo se traduziu em “[...] uma música mais dançante, alegre e não necessariamente politizada” (HERSCHMANN, 2000, p. 25). Dessa forma, os bailes *funk* foram se tornando uma das principais formas de lazer dos jovens da periferia do Rio de Janeiro.

Segundo Beschizza (2015, p. 5), nessa época, havia grande concorrência entre os DJs, e as equipes de som tinham um repertório exclusivo que caracterizava os bailes. Os discos eram buscados nos Estados Unidos, mais especificamente em Miami, onde surgia “[...] uma vertente do *hip-hop* chamada Miami Bass” (BESCHIZZA, 2015, p. 5). Este ritmo tinha uma sonoridade característica, de andamento rápido com uma batida/bumbo frenético e continuado e conteúdo sexualmente explícito. Janaina Medeiros (2008) explica que o Miami Bass era considerado o estilo *dance* americano, “cujas letras eram repletas de palavrões e puro sexo” (MEDEIROS, 2008, p. 16).

Ao contrário do *hip hop*, o Miami Bass não falava de problemas sociais, críticas ao sistema, criminalidade e discriminação racial e social, era essencialmente um gênero de diversão que passa a ser a influência principal dos DJs. Segundo Herschmann (2000, p. 285), a sigla DJ significa discotecário, é a pessoa que comanda o som e o baile. Para Beschizza (2015, p. 5), o DJ é o responsável pela seleção e reprodução da música no baile, na rádio ou na televisão.

Sobre a batida do Miami Bass, e com a possibilidade dos “[...] *samplers* (aparelhos eletrônicos que permitiam a repetição e a colagem de trechos sonoros)” (ESSINGER, 2005, p. 65), os DJs criam seus *samplings*, ou seja, a edição de músicas feitas a partir da gravação digital de trechos de outras músicas. Nesse cenário, surgem os MCs que, são “[...] artistas que cantam ou fazem rap com suas próprias letras sobre o *sampling* do DJ” (BESCHIZZA, 2015, p. 5). De acordo com Beschizza (2015), o MC é o responsável pela animação e aproximação mais íntima

---

<sup>12</sup> Para maiores informações sobre a diferenciação do movimento *hip hop* e do *funk*, ver Herschmann, (2000) e Dayrell (2005).

com o público. Esse contexto propicia o surgimento da figura dos “artistas” do baile: DJs e MCs.

O surgimento das figuras de DJs, MCs e a incorporação do Miami Bass nas músicas tocadas nos bailes podem ser considerados o momento da nacionalização do *funk*, pois é quando “[...] a música estadunidense deixa de ser meramente reproduzida e se submete a uma recriação pelos indivíduos responsáveis pela música do baile *funk*” (BESCHIZZA, 2015, p. 6).

Os *raps* – termo que tem origem nas iniciais de *rythm and poetry*, um tipo de música falada e ritmada, geralmente acompanhada pela bateria eletrônica, pelos sintetizadores e pelos *samplers* controlados por um DJ (HERSCHMANN, 2000, p. 285) e definidos como “[...] um discurso rítmico com rima e poesias que pode ser uma composição pré-estabelecida ou improvisada, sendo também chamado de *freestyle*” (BESCHIZZA, 2015, p. 6), em um primeiro momento – refletem a vida cotidiana da periferia e fazem apelos por bailes pacíficos. Entretanto, na primeira metade dos anos 1990, surgem as “melôs” que são uma tentativa de “cantar de maneira aportuguesada os sucessos originalmente em inglês” (BESCHIZZA, 2015, p. 6). A primeira “melô” considerada como gênero musical em função do seu grande sucesso foi “Melô da mulher feia”, lançada pelo DJ Marlboro e MC Abdullah.

Marlboro (figura 8) foi um dos responsáveis pela nacionalização e divulgação do *funk* no Brasil. Para Essinger (2005), o surgimento e a ascensão do DJ Marlboro “[...] servem como símbolo do começo de uma nova era para os bailes no Rio” (ESSINGER, 2005, p. 52), pois contribuíram para a afirmação de uma identidade musical para a produção do *funk* nacional.

Na década de 1990, DJ Marlboro consagra seu nome como protagonista da nacionalização da música do *funk*. O DJ comandava os bailes, apresentava um programa de rádio de grande audiência, além de conquistar espaço na trilha sonora de algumas novelas e discotecar o programa da Xuxa na Rede Globo de televisão.

Figura 8: DJ Marlboro<sup>13</sup>

Paralelamente, a equipe de som Furacão 2000 (figura 9) lançava coletâneas de *funk* de grande sucesso, difundindo o *funk* nacional. A equipe de som foi responsável pela criação dos festivais de galera, “[...] onde os próprios frequentadores dos bailes tornavam-se os responsáveis pela elaboração e execução do *rap*” (BESCHIZZA, 2015, p. 9). Esse foi um passo fundamental para a independência do *funk* nacional dos sucessos estadunidenses.

---

<sup>13</sup> Fonte: <<https://4.bp.blogspot.com/-YJawKJgQ1DY/V3KkEj1WfMI/AAAAAAAAASI/sMIWt8X7Tsc1xxx C045LPG0iFFp7SDJIAClCb/s320/R-873221305042919.jpeg>>. Acesso em: 24 maio 2017.

Figura 9: Coletânea de discos da equipe Furacão 2000<sup>14</sup>

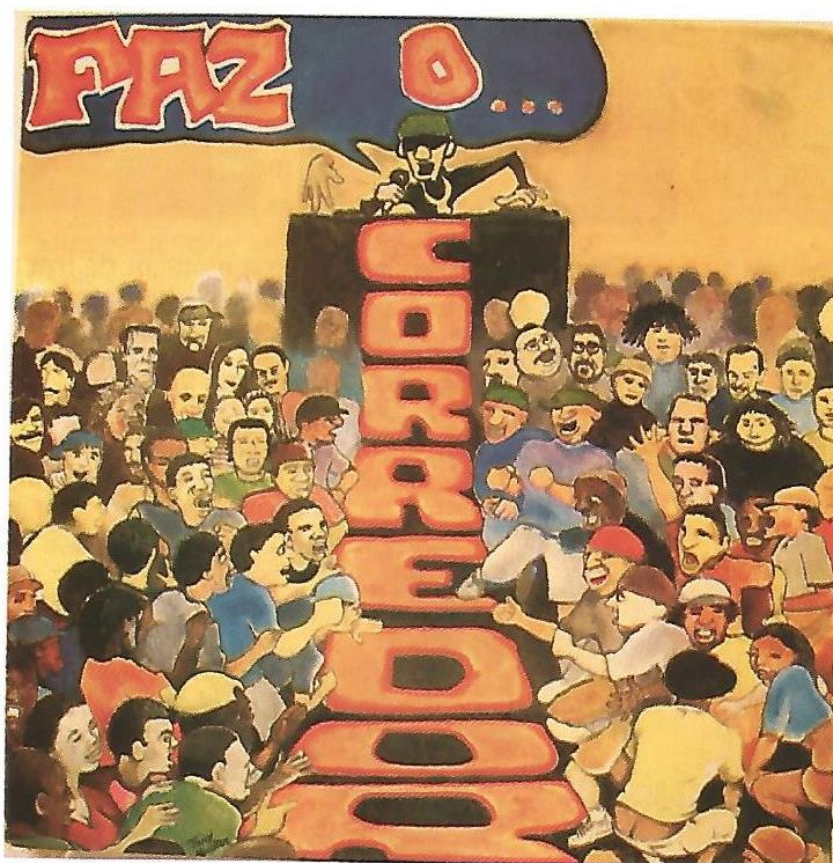
Essinger (2005, p. 98) relata que os festivais de galera promovidos pela Furacão 2000 tinham a intenção de atrair mais jovens para o baile e de tentar evitar os conflitos entre os frequentadores, que ficavam cada vez mais sérios. Nos concursos de MCs no início dos anos 1990, segundo Essinger (2005), “[...] o sujeito subia no palco e soltava seus versos sobre batidas que nada mais eram do que versões instrumentais de *raps* de sucesso nos bailes. [...] O MC escolhia a sua batida de predileção e tentava a sorte com sua letra” (ESSINGER, 2005, p. 101).

<sup>14</sup>Fonte: <[https://www.google.com.br/search?q=coletanea+furacao+2000&source=lnms&tbm=isch&as=X&ved=0ahUKEwji64obHVAhVJfZAKHSLEC\\_EQ\\_AUIDCgD&biw=1346&bih=571#imgrc=z4nN8d29ujRk8M](https://www.google.com.br/search?q=coletanea+furacao+2000&source=lnms&tbm=isch&as=X&ved=0ahUKEwji64obHVAhVJfZAKHSLEC_EQ_AUIDCgD&biw=1346&bih=571#imgrc=z4nN8d29ujRk8M)>. Acesso em: 24 maio 2017.



Os concursos dos festivais de galera, por um lado, impulsionaram a carreira de muitos MCs, por outro lado, acirraram a competitividade entre as galeras. “Galera” é o termo utilizado para denominar um grupo de amigos que frequentam juntos bailes e praias, “estabelecendo laços de solidariedade” (HERSCHMANN, 2000, p. 287). As galeras representantes dos diversos morros do Rio de Janeiro se enfrentavam em rituais de luta e de provocações mútuas. Esses bailes ficaram conhecidos como bailes de corredor ou bailes Lado A e Lado B (figura 10). Essa competitividade fomentava uma agressividade que resultava em violência e perturbava os moradores da região. Nos bailes de corredor, “[...] o público se dividia entre Lado A e Lado B, com um grande corredor vazio ao centro, onde um guerreiro de cada facção se enfrentaria com golpes que misturavam capoeira e luta livre” (MEDEIROS, 2008, p.57).

Figura 10: Bailes de Corredor<sup>15</sup>



Essa dinâmica dos bailes de corredor é considerada por Essinger (2005, p. 117) como “uma das pragas do movimento *funk*”, que corroboraria para associação

---

<sup>15</sup> Fonte: Essinger (2005, anexos).

do *funk* ao crime e à violência. O autor relaciona a violência dos confrontos ao ritmo da música.

O ponto crítico na história do *funk* foram os anos de 1992 e 1993, quando galeras rivais se encontraram na Praia do Arpoador e reproduziram os rituais de luta dos bailes de briga. O episódio ficou conhecido como arrastão (figura 11) e foi noticiado pelos meios de comunicação de massa como um levante de assaltantes que acentuaram um clima de pânico na cidade do Rio de Janeiro.

Figura 11: Arrastão 1992<sup>16</sup>



Herschmann (2000) afirma que os jovens frequentadores dos bailes *funk*, com suas atitudes e representações peculiares, só ganham espaço na mídia e junto ao Estado através do conflito, ou seja, “[...] na medida em que se tornam uma possível ameaça à ordem social” (HERSCHMANN, 2000, p. 46, grifo do autor). O autor lembra que, ao se afirmarem como uma ameaça à ordem, os grupos de funkeiros(as) são rotulados como gangues vinculadas à violência urbana e o termo funkeiro(a) passa a agregar uma conotação negativa e a substituir o termo pivete,

<sup>16</sup> Fonte: <<http://www.jb.com.br/media/fotos/2013/11/21/627w/reproducao-de-materia-do-jornal-do-brasil-publicada-em-19101992.jpg>>. Acesso em: 24 maio 2017.

até então utilizado na mídia para “[...] designar a juventude *perigosa* das favelas e das periferias da cidade” (HERSCHMANN, 2000, p. 67, grifo do autor).

Desde então, o(a) funkeiro(a) e os bailes *funk* são marginalizados e estigmatizados e constantemente associados ao narcotráfico e às organizações criminosas no imaginário social brasileiro, uma vez que “[...] a repressão aos traficantes fez com que eles passassem a patrocinar bailes *funks* como forma de criar um ambiente que estimulasse o consumo de drogas” (ESSINGER, 2005, p. 183). Nesse mesmo entendimento, Beschizza (2015, p. 11) retrata que “[...] com a recorrente recriminação ao baile que ocorria nas quadras e clubes, o *funk* passa a ser acolhido pelos líderes criminosos do morro, nas próprias ruas das comunidades”.

Nesse cenário, surge o proibidão, *rap* que versa sobre drogas, armas, afirma o poder dos traficantes e exalta facções criminosas. Trata-se de uma referência à primeira versão do gênero musical americano *gangsta rap* que surgiu na primeira metade dos anos 1990 e glamourizava a vida bandida, a violência e a pornografia. Em decorrência disso, emerge na sociedade “[...] um discurso promovido tanto pelo aparato de segurança pública quanto pelos setores conservadores da classe média, apregoando a necessidade de interdição imediata dos bailes” (HERSCHMANN, 2000, p. 66). Contudo, a mesma mídia que estigmatiza é aquela que também abre espaço para o *funk* que, no decorrer da década de 1990, passa a ser tocado nas rádios, em trilhas de novelas e programas de televisão.

Com a popularização do *funk*, grande número de jovens das camadas médias passou a adotar os bailes como forma de lazer e como pontos de integração entre os(as) jovens da Zona Sul e os(as) jovens das favelas do Rio Janeiro. Dessa forma, “[...] o campo estava mais do que aberto para a invasão dos MCs e demais artistas do *funk*” (ESSINGER, 2005, p. 138)

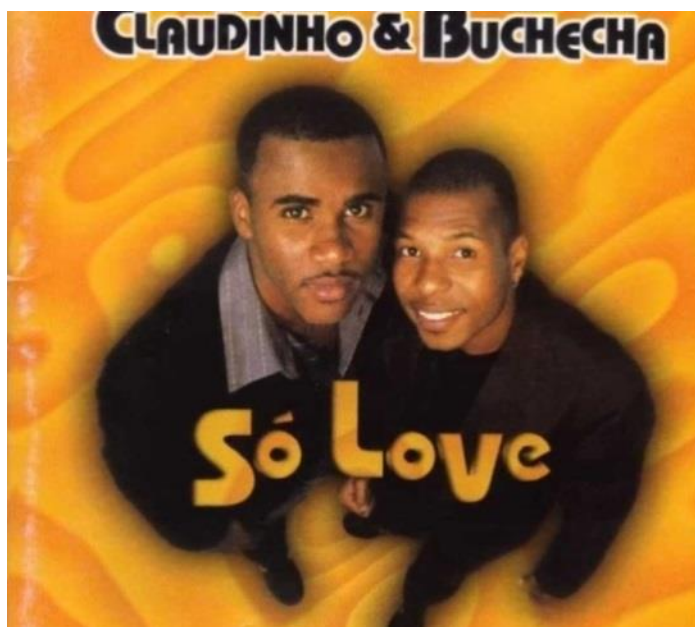
De acordo com Herschmann (2000, p. 112), nos anos de 1993 a 1995, a versão *melody* do *funk* alcançou um caminho de sucesso e os discos de cantores – como, por exemplo, Latino (figura 12), Bob Run, de grupos como Claudinho & Buchecha (figura 13), *You Can Dance* (figura 14), Copacabana *Beat* (Figura 15) e coletâneas, como *Funk Brasil* e *Furacão 2000* – alcançaram ótimos índices de vendagem. O autor credita à mídia televisiva o lugar de destaque do *funk melody*, que apresenta ao grande público “[...] uma faceta irônica, bem-humorada e bastante erotizada do *funk*, tal como ficou representada em danças que se notabilizaram com

nomes de *bundinha, cabeça, canguru, cachorrão e gorila, entre outros*” (HERSCHMANN, 2000, p. 114, grifo do autor).

Figura 12: Latino<sup>17</sup>

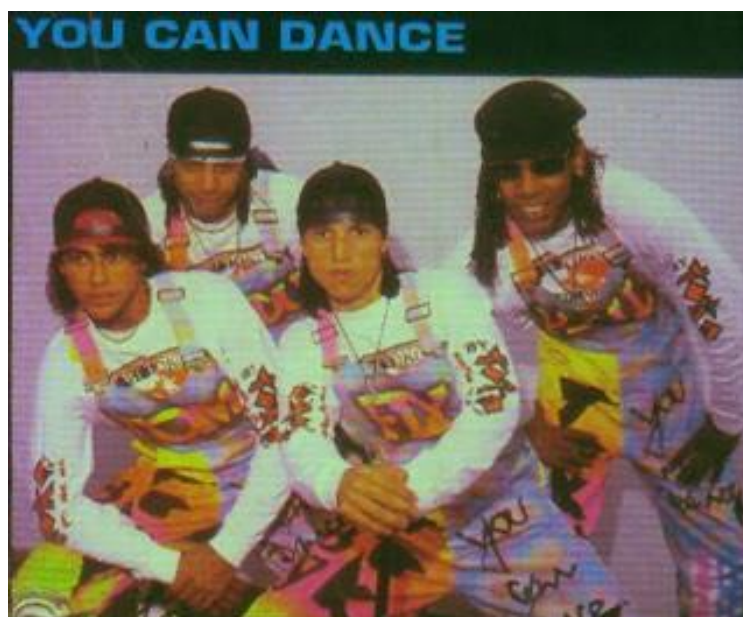


Figura 13: Claudinho e Buchecha<sup>18</sup>



<sup>17</sup> Fonte: <<http://1.bp.blogspot.com/hH2AGUuuOqo/UHYUCZWR2mI/AAAAAAAAACr0/GDhIU2sXUD0/s1600/capa.jpg>>. Acesso em: 24 maio 2017.

<sup>18</sup> Fonte: <<https://www.altoastral.com.br/wp-content/uploads/2016/06/claudioinho-e-buchechea.jpg>>. Acesso em: 24 maio 2017.

Figura 14: *You Can Dance*<sup>19</sup>Figura 15: *Copacabana Beat*<sup>20</sup>

Nessa onda de altos e baixos, nos anos de 1997 e 1998, os bailes de corredor tornaram-se mais violentos e as histórias ruins sobre o *funk* proliferaram-se. O ano de 1999 começou com vários bailes interditados e o movimento dos MCs se enfraqueceu.

<sup>19</sup>Fonte: <[https://lh3.googleusercontent.com/h8DyL5ghcNbZBEDCEBC24n6JA2SXqBo\\_4c77opvV5TgcAlfyVbvM-sB7kz5yiTSUerlhY=s113](https://lh3.googleusercontent.com/h8DyL5ghcNbZBEDCEBC24n6JA2SXqBo_4c77opvV5TgcAlfyVbvM-sB7kz5yiTSUerlhY=s113)>. Acesso em: 24 maio 2017.

<sup>20</sup> Fonte: <[https://lh3.googleusercontent.com/EzN3hqZB1r9Q-Li4ttuL0izfDfTxWVXW8hWhlHOziKk85hJ\\_n6cx\\_2mYVTtjKMTgcm2sAgc=s98](https://lh3.googleusercontent.com/EzN3hqZB1r9Q-Li4ttuL0izfDfTxWVXW8hWhlHOziKk85hJ_n6cx_2mYVTtjKMTgcm2sAgc=s98)>. Acesso em: 24 maio 2017.

### 1.5 *Funk*: o ritmo do novo milênio

Já nos anos 2000, o *funk* sofre influência do samba e de outros ritmos brasileiros cadenciados por tambores. Esses *samples* de percussão dão origem ao que se chamou de “revolução do *tamborzão*” (BESCHIZZA, 2015, p. 9), e foram acompanhados também pela temática mais erótica e sexual. Pela via do *tamborzão*, o *funk* estabeleceu uma conexão África-Brasil ainda maior por meio da incorporação de “[...] passagens rítmicas feitas com atabaques, muito similares aos dos pontos de macumba, que se adequaram perfeitamente às batidas do Miami” (ESSINGER, 2005, p. 260). Esse foi um novo período de nacionalização do *funk*, que voltava à cena.

Beschizza (2015, p. 20) destaca que, nos anos 2000, com o *tamborzão* e a implementação da temática sexual, explícita ou de duplo sentido, o *funk* carioca conquistou maior popularidade, contando com um público mais heterogêneo. Segundo o autor, “[...] alguns artistas deste gênero musical chegaram a desfrutar de certo sucesso na Europa, divulgando o *funk* internacionalmente como a genuína MEB (Música Eletrônica Brasileira)” (BESCHIZZA, 2015, p. 20).

Adriana Lopes (2011) assevera que, na década de 1990, o *funk* proibidão tinha como temática o crime. Os proibidões do final dos anos de 1998 e 1999 eram *funks* que

[...] contam, de forma realista e por vezes até entusiástica (ou mesmo apologética), histórias em que os traficantes impuseram seu poder contra os oponentes (a polícia ou as facções criminosas rivais) e fizeram valer sua lei. E, de acordo com essa lei, o silêncio é a norma, e a delação deve ser punida com o assassinato do delator – o X9, na gíria. (ESSINGER, 2005, p. 230)

Já nos anos 2000, torna-se popular o proibidão, que tem como assunto o sexo, cujos ícones, no início daquela década, eram Mr. Catra (figura 16), Tati Quebra Barraco (figura 17), MC Serginho e Lacraia (figura 18), entre outros. Lopes (2011) reconhece que, atualmente, os proibidões estão disseminados pela cidade do Rio de Janeiro, “sendo, inclusive, consumidos avidamente pela juventude de classe média” (LOPES, 2011, p. 124).

Figura 16: Mr. Catra<sup>21</sup>Figura 17: Tati Quebra Barraco<sup>22</sup>

<sup>21</sup>Fonte: <[https://www.google.com.br/url?sa=i&rct=j&q=&esrc=s&source=images&cd=&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKEwjmqSDD9cHdAhWIk5AKHTwvAjwQjRx6BAgBEAU&url=https%3A%2F%2Fwww1.folha.uol.com.br%2FIlustrada%2F2018%2F09%2Fmulheres-e-32-filhos-podem-dividir-bens-de-funkeiro-mr-catra.shtml&psig=AOvVaw2Wd0T-\\_48x2g\\_8G0ZwQygp&ust=1537269560235468](https://www.google.com.br/url?sa=i&rct=j&q=&esrc=s&source=images&cd=&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKEwjmqSDD9cHdAhWIk5AKHTwvAjwQjRx6BAgBEAU&url=https%3A%2F%2Fwww1.folha.uol.com.br%2FIlustrada%2F2018%2F09%2Fmulheres-e-32-filhos-podem-dividir-bens-de-funkeiro-mr-catra.shtml&psig=AOvVaw2Wd0T-_48x2g_8G0ZwQygp&ust=1537269560235468)>. Acesso em: 31 ago. 2017.

<sup>22</sup>Fonte: <<https://www.google.com.br/url?sa=i&rct=j&q=&esrc=s&source=images&cd=&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKEwifwYHx9cHdAhWBh5AKHWgmAf0QjRx6BAgBEAU&url=https%3A%2F%2Fwww.netmovies.com.br%2Ffilmes%2Ftati-quebra-barraco&psig=AOvVaw3FPOvIXI5PgQQvAC8pdruK&ust=1537269650293460>>. Acesso em: 31 ago. 2017.

Figura 18: MC Serginho e Lacreia<sup>23</sup>

Outra referência importante para o *funk*, em meados dos anos 2000, são os *bondes* – “[...] termo utilizado para designar um grupo de jovens rapazes que cantam músicas sobre os comportamentos sexuais e dançam de forma altamente feminina” (LOPES, 2011, p. 134), ou ainda, na definição de Silvio Essinger (2005), “[...] grupos de *funk* formados por um ou mais MCs e um punhado de dançarinos. O sexo e a festa são a tônica das letras desse novo tipo de artista” (ESSINGER, 2005, p. 199). Nesse momento, o *funk* já podia ser considerado como um dos ritmos mais populares do Rio de Janeiro, e os *bondes* e a pornografia, como forma de estilo, ganharam projeção.

O *funk* proibidão dos anos 2000 difere do proibidão da década de 1990, porque muda o paradigma da temática, que, antes versava sobre a criminalidade, e agora, se ocupa da sexualidade. O proibidão dos anos 2000 está inserido em uma lógica de sexualidade consumista propagada pela globalização e mercantilização da

<sup>23</sup>Fonte: <https://www.google.com.br/url?sa=i&rct=j&q=&esrc=s&source=images&cd=&ved=2ahUKEwjRIITW9sHdAhVGQpAKHWZJAA0QjRx6BAGBEAU&url=https%3A%2F%2Ftelemagia.wordpress.com%2F2011%2F05%2F10%2Fa-morte-de-lacreia%2Fmc-serginho-e-lacreia-no-vmb-2003-divulgacao-mtv-marcos-issaargofoto%2F&psig=AOvVaw0a5MgHCXE6g9ozE4WGTTYu&ust=1537269826464285>. Acesso em: 31 ago. 2017.



pornografia, que afetou, de modo geral, a indústria cultural. Sobre a popularização e mercantilização do sexo, Giddens (1992) menciona que ela está fixada sobre um contexto moderno de expansão do mercado do erotismo e da pornografia. Nesse sentido, o *funk* do novo milênio pode ser considerado como mais um produto da globalização.

Entretanto, novas orientações estéticas surgem em São Paulo e Santos. Trata-se de uma vertente do *funk* criado como alternativa à temática abordada pelo ritmo carioca, que citava essencialmente conteúdos relacionados à criminalidade e à sexualidade. A temática que garantiu uma identidade paulistana ao *funk* sagrou-se na mídia como ostentação no ano de 2009 com a música *O Bonde da Juju*<sup>24</sup>.

Sob essa mesma orientação, em 2011, a estética do *funk* ostentação ganhou mais visibilidade a partir da criação e divulgação em *sites* de compartilhamento de vídeo do *videoclipe* do *funk* *Megane* de autoria do MC Boy do Charme (figura 19), dirigido por Konrad Dantas, produtor de *videoclipes* e da estética do *funk* ostentação e criador da produtora Kondzilla. Esse *videoclipe* alcançou milhões de visualizações e, à medida que os(as) jovens da periferia passaram a ter acesso às tecnologias e aos novos equipamentos de gravação musical, as produções caseiras tornaram-se cada vez mais criativas e de divulgação independente através da internet.

Figura 19: MC Boy do Charme<sup>25</sup>



<sup>24</sup>Fonte: <<http://especiais.g1.globo.com/saopaulo/omundofunkpaulista/index.html>>. Acesso em: 31 ago. 2017.

<sup>25</sup>Fonte: [https://www.google.com.br/imgres?imgurl=https%3A%2F%2Fi.yimg.com%2Fvi%2F1nQj-XnZ54k%2Fmaxresdefault.jpg&imgrefurl=https%3A%2F%2Fmundodofunk.com%2Fvideo%2Fmc-boy-do-charmes-fator-elegancia&docid=Z5\\_aVkk-6pr\\_bM&tbnid=Y7OSUHc9zIVJiM%3A&vet=10ahUKEwiPufG8HdAhVEHJAKHX5MC80QMwg4KBEwEQ..i&w=1920&h=1080&bih=662&biw=1366&q=mc%20boy%20do%20charme%20megane&ved=0ahUKEwiPufG8sHdAhVEHJAKHX5MC80QMwg4KBEwEQ&iact=src&uact=8](https://www.google.com.br/imgres?imgurl=https%3A%2F%2Fi.yimg.com%2Fvi%2F1nQj-XnZ54k%2Fmaxresdefault.jpg&imgrefurl=https%3A%2F%2Fmundodofunk.com%2Fvideo%2Fmc-boy-do-charmes-fator-elegancia&docid=Z5_aVkk-6pr_bM&tbnid=Y7OSUHc9zIVJiM%3A&vet=10ahUKEwiPufG8HdAhVEHJAKHX5MC80QMwg4KBEwEQ..i&w=1920&h=1080&bih=662&biw=1366&q=mc%20boy%20do%20charme%20megane&ved=0ahUKEwiPufG8sHdAhVEHJAKHX5MC80QMwg4KBEwEQ&iact=src&uact=8)>. Acesso em: 31 ago. 2017.

O *funk* se consolida, portanto, como estilo musical de produção independente, estabelecendo-se em um circuito de produção, circulação e consumo relativamente autônomo em relação ao modelo das grandes gravadoras. Nesse cenário, em conformidade com Konrad Dantas no documentário *Funk Ostentação – O filme*<sup>26</sup>, os *videoclipes* figuram como novo segmento para o *funk*. O produtor afirma que “[...] o público não quer apenas ouvir os MCs falarem de consumo, de mulheres, de ostentação, o público quer ver tudo isso”. É através dos *videoclipes* que se observa a *performance* da construção tanto do estilo musical em questão quanto das mensagens difundidas, funcionando como lugar de afirmação e identificação, construção de alianças e amizades, e de reafirmação da identidade de um “[...] sujeito periférico que adentra ao universo de consumo e a partir daí constrói um espaço de enunciação de um outro aspecto da periferia” (OLIVEIRA, 2015. p. 58).

Portanto, os *videoclipes* figuram como uma forma de comunicação simbólica manifestada nos comportamentos, nas atitudes e nos estilos que, por sua vez, formam uma gramática visual pela qual se pode localizar a política de vida e os valores do grupo em questão. É inegável a importância da imagem na construção do gênero musical *funk ostentação* e na proposta de estilo de vida que esta produção musical demanda. No entanto, esta discussão, surgida no confronto entre o *corpus* e o enquadre teórico, exigiria uma pesquisa teórica mais específica, por isso não faz parte do escopo desta dissertação e poderá ser objeto de investigações futuras. Partindo dessas considerações, o que nos interessa neste estudo é a relação entre o texto e as suas representações espetaculares na construção de estilos e identidades dos(as) jovens funkeiros(as).

Retomando a trajetória do *funk ostentação*, seu grande marco foi o *videoclipe Plaquê de 100* do MC Guimê (figura 20), com direção da Kondzilla. Nesse momento, o *funk ostentação* sai da periferia de São Paulo e ganha espaço nos outros bairros da cidade e na mídia. Os recursos tecnológicos e as redes sociais possibilitaram, além da divulgação e promoção dessas produções culturais, a popularização do *funk ostentação* no gosto do público jovem do Brasil inteiro, não só dos jovens da periferia paulistana.

---

<sup>26</sup> *Funk Ostentação – O filme*. Direção: Renato Barreiros e Konrad Dantas. São Paulo: produção Kondilla e 3k Produtora, 2012. Disponível em: <<http://vimeo.com/53679071>>. Acesso em: 31 ago. 2017.

Figura 20: *Plaquê de 100* – MC Guimê<sup>27</sup>



Os cantores do *funk* ostentação não se apoiam no microuniverso da favela e na vida do favelado e no crime como no *funk* da década de 1990; ou no erótico, como o *funk* do novo milênio. A temática abordada “[...] flerta com a estética do *gangsta rap* americano, fazendo apologia ao estilo de vida rodeado por mulheres e bens de consumo de alto custo, como veículos, roupas e acessórios de grife” (BESCHIZZA, 2015, p. 20).

O *gangsta rap* desenvolveu-se no final dos anos 1980, alcançando seu auge até meados dos anos 1990 nos Estados Unidos. Suas letras eram violentas e normalmente tendiam a criticar a sociedade e a mostrar ao mundo a injustiça social. O *gangsta rap* também é conhecido pelas acusações de promover crimes, como assassinato, tráfico de drogas, além da promoção da promiscuidade, do vandalismo, do machismo e do desrespeito às autoridades. Em meados da década de 1990, o *gangsta rap* norte-americano perdeu um pouco do seu espaço para outras vertentes do *hip hop*. Perdeu também espaço na mídia, dando vez a um estilo de *rap* que prefere dar atenção a temas que envolvem mulheres, carros e drogas e ao fácil acesso a qualquer coisa que o dinheiro possa comprar. Especialmente no início da década de 2000, o *gangsta rap* norte-americano tinha ainda algum espaço na mídia,

<sup>27</sup>Fonte: [https://www.google.com.br/url?sa=i&rct=j&q=&esrc=s&source=images&cd=&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKEwjyzMrj\\_sHdAhXDDpAKHVg6BG4QjRx6BAgBEAU&url=https%3A%2F%2Fpt.wikipedia.org%2Fwiki%2FPlaqu%C3%A9\\_de\\_100&psig=AOvVaw1DhYoPcz9AQL9G-eQasrJR&ust=1537271921465272](https://www.google.com.br/url?sa=i&rct=j&q=&esrc=s&source=images&cd=&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKEwjyzMrj_sHdAhXDDpAKHVg6BG4QjRx6BAgBEAU&url=https%3A%2F%2Fpt.wikipedia.org%2Fwiki%2FPlaqu%C3%A9_de_100&psig=AOvVaw1DhYoPcz9AQL9G-eQasrJR&ust=1537271921465272)>. Acesso em: 31 jul. 2017.

graças a *rappers* de maior expressividade, como Snoop Dogg (Figura 21), Puff Daddy e 50 Cent (figura 22).

Figura 21: Snoop Dogg<sup>28</sup>



Figura 22: 50 Cent<sup>29</sup>



<sup>28</sup>Fonte: <[https://lh3.googleusercontent.com/P5fFoFcVx1jPdhd9KhMfYqmcuW1q-wi88LtNRcf\\_J2MbfU0Y4zshgi\\_7OczVakzte\\_wNAPw=s85](https://lh3.googleusercontent.com/P5fFoFcVx1jPdhd9KhMfYqmcuW1q-wi88LtNRcf_J2MbfU0Y4zshgi_7OczVakzte_wNAPw=s85)>. Acesso em: 31 jul. 2018.

<sup>29</sup>Fonte: <[https://lh3.googleusercontent.com/xlmM-0K8PgXlq-DbLrUvCP\\_ZAD1xD5MA2Biyycwysz4gVyxiMlj3\\_wQ3DIjsuDU4Lu0JE68=s85](https://lh3.googleusercontent.com/xlmM-0K8PgXlq-DbLrUvCP_ZAD1xD5MA2Biyycwysz4gVyxiMlj3_wQ3DIjsuDU4Lu0JE68=s85)>. Acesso em 31 jul. 2017.

Desde 2015, a temática do *funk* ostentação vem dando espaço para uma mistura adolescente de sexo com humor que marca uma nova fase do gênero musical com o *Passinho do Romano*. A música vem acompanhada por passinhos e coreografias que estouraram nos bailes e nos canais de compartilhamento de vídeos com milhões de acessos<sup>30</sup>.

Nessa toada, Dayrell (2005) reporta-se ao *funk* como a expressão da alegria, da festa e da animação da população da periferia. Para o autor, a composição do *funk* constitui uma tentativa de construção de processos identitários, edificado em um espaço marginal da sociedade, cujo público-alvo são, em primeira instância, os(as) jovens periféricos(as).

Em vista disso, o *funk* dos anos 2000, incluindo o estilo ostentação, manifesta-se como uma produção cultural de jovens sem espaço para o lazer e a cultura que são constantemente bombardeados por discursos mediados que propagam um ideário de consumo, a fim de desempenhar suas “obrigações sociais e proteger a autoestima” (BAUMAN, 2008, p. 74); dessa forma, os consumidores de ambos os sexos, todas as idades e posições sociais “[...] irão sentir-se inadequados, deficientes e abaixo do padrão a não ser que respondam com prontidão a esses apelos” (BAUMAN, 2008, p. 74).

Nesse sentido, a estética do *funk* ostentação, abordada nesta pesquisa, discursa sobre o consumo, e a propriamente dita “ostentação” trata sobre uma vida de luxo que exalta carros, motocicletas, bebidas e outros símbolos de valor, como roupas e acessórios de marca, além de fazer, frequentemente, citações ao modo como os(as) MCs alcançaram maior poder com a posse de bens materiais, exaltando a ambição de sair da favela e conquistar o sucesso. Essa perspectiva contribui para novas formas de representação dos(as) jovens funkeiros(as), constituindo novas formas de ser para esses atores sociais.

O *funk* ostentação tem como ícone de maior expressão nacional, atualmente, o MC Guimê (figura 23) e o MC Gui (figura 24). O estilo ostentação tem rendido aos(as) funkeiros(as) a possibilidade de retorno financeiro que se caracteriza como uma perspectiva de mudança de vida por meio da conquista de bens materiais tão exaustivamente propagados pelos discursos da mídia.

---

<sup>30</sup> Fonte: documentário O mundo *funk* paulista: qual o futuro do *funk* paulista? G1.globo.com. Disponível em: <<http://especiais.g1.globo.com/saopaulo/omundofunkpaulista/qualofuturodefunk.html1/9>>. Acesso em: 31 jan. 2017.

Figura 23: MC Guimê<sup>31</sup>Figura 24: MC Gui<sup>32</sup>

<sup>31</sup>Fonte: <<https://www.google.com.br/url?sa=i&rct=j&q=&esrc=s&source=images&cd=&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKEwjY8J7tgsLdAhXCH5AKHfFmCugQjRx6BAGBEAU&url=http%3A%2F%2Fwww.radiosoftm.com.br%2Fblogue%2Fmc-guime-comemora-sucesso-de-plaque-de-100%25E2%2580%25B3%2F&psig=AOvVaw1DhYoPcz9AQL9G-eQasrJR&ust=1537271921465272>>. Acesso em: 31 jul. 2017.

<sup>32</sup>Fonte: <<https://lh3.googleusercontent.com/fLpX8Z0G1ai1DBhuGvMhibOPWahcE2IrxV5JIMJi4pAnBjBV91iioGhgcfRKthocpHyl0g=s152>>. Acesso em: 31 ago. 2017.

Outro acontecimento que merece destaque nessa contextualização é o reconhecimento do *funk* carioca como cultura, por meio da Lei nº 5.544/2009, que definiu o *funk* como movimento cultural e musical de caráter popular. Dessa forma, o estilo musical que antes parecia um produto cultural inadequado para a indústria cultural e para o sucesso, devido às suas conotações e apelos, passa a ser inserido no mercado fonográfico como filão promissor a ser conquistado, alcançando não só o mercado nacional como também o internacional.

Cabe ressaltar que, Segundo Vianna (2013), em 2012, o *funk* ganhou *status* de música oficial, ao ter destaque no disco gravado por Roberto Carlos, no qual o cantor, em parceria com Erasmo Carlos, lançou a música intitulada *Furdúncio*, primeiro *funk melody* de sua autoria. O autor destaca ainda que, nesse mesmo ano, o *funk* também ganhou espaço em todos os momentos brasileiros das cerimônias olímpicas de Londres<sup>33</sup>. Observa-se aqui a reapropriação, pela indústria cultural, de um estilo musical, até então característico de comunidades periféricas que, ao ser cantado por ícones da música popular brasileira, adquire *status* de produto cultural.

Ainda assim, a polêmica em relação ao *funk* toma novo fôlego quando, em 2013, jovens paulistas, que foram identificados como funkeiros(as), causaram discórdia ao combinarem, por meio das redes sociais, *flash mobs*, reuniões organizadas através de *e-mails* ou meios de comunicação social, nos *shoppings* de São Paulo. Esses encontros, chamados de “rolezinhos”, figuraram na imprensa e levantaram uma série de discussões acerca das mais diversas questões sociológicas que estão além do escopo desta pesquisa. Como aconteceu no arrastão de 1992 e em vários outros acontecimentos posteriores, a figura do(a) funkeiro(a) e do movimento *funk* foram vinculados à criminalidade e à baderna, evidenciando como o *funk* ainda é estigmatizado no imaginário brasileiro.

Apesar das inúmeras polêmicas que circundam o ritmo, foi notável a presença do estilo na cerimônia de abertura dos Jogos Olímpicos Rio 2016, na qual a música brasileira foi representada pelo *funk*, pelo samba e pela bossa. Nesse evento, cantores como Marcelo D2, Ludmilla, Karol Conka e MC Sofia (figura 25) e Anita figuraram ao lado ícones da MPB (figura 26)<sup>34</sup>.

---

<sup>33</sup> Fonte: <<http://hermanovianna.wordpress.com/2013/01/12/funk-paulistano/>>. Acesso em: 31 ago. 2017.

<sup>34</sup> Fonte: <<http://odia.ig.com.br/esporte/olimpiada/2016-08-05/do-samba-ao-funk-a-favela-faz-o-maracana-dancar-rio-de-janeiro.html>>. Acesso em: 31 ago. 2017.

Figura 25: Karol Conka e MC Sofia – Rio 2016<sup>35</sup>Figura 26: Anitta, Gilberto Gil e Caetano Veloso – Rio 2016<sup>36</sup>

<sup>35</sup>Fonte: <[http://images.jovempanfm.uol.com.br/Mzs70dpv0ITMDa0ouyJtIFcWjG0=/0x420/top/media.jo\\_vempanfm.uol.com.br/archives/2016/08/05/571814264-carol-conka-e-mc-soffia-no-rio-2016-reproducao.jpg](http://images.jovempanfm.uol.com.br/Mzs70dpv0ITMDa0ouyJtIFcWjG0=/0x420/top/media.jo_vempanfm.uol.com.br/archives/2016/08/05/571814264-carol-conka-e-mc-soffia-no-rio-2016-reproducao.jpg)>. Acesso em: 31 ago. 2017.

<sup>36</sup>Fonte: <<http://static1.purepeople.com.br/articles/0/12/96/10/@/1658805-anitta-rebateu-as-perguntas-de-william-w-950x0-3.jpg>>. Acesso em: 31 ago. 2017.



Ainda em meados de 2016, a exposição *1976: Movimento Black Rio 40 anos* traz à tona a temática do *funk* em uma revisão histórica da *Black Rio*. A exposição destacou 1976, ano em que, em uma reportagem do *Jornal do Brasil*, a jornalista Lena Frias publicou um texto documentando o fenômeno dos bailes *black* do subúrbio carioca, com centenas de equipes de som e DJs. A exposição reuniu fotos, o projeto de um documentário e o lançamento de dois livros sobre o *funk* no Brasil<sup>37</sup>.

Recentemente, em janeiro de 2017, foi enviada, por um cidadão, através do portal eletrônico do Senado, uma Sugestão Legislativa, que alcançou 20 mil assinaturas de apoio em quatro meses, e que sugeriu a criminalização do *funk* como crime de saúde pública contra a criança, o menor adolescente e a família<sup>38</sup>. Em 20 de setembro de 2017, a Comissão de Direitos Humanos votou pela rejeição da Sugestão.

Mais uma vez, a polêmica sobre o *funk* tem como foco acusações de repressão e preconceito. Segundo texto publicado no *G1.globo.com*, acesso em 29 de agosto de 2017, o projeto de lei que criminaliza o *funk* repete a história do samba, da capoeira e do *rap*, além de sugerir que a temática desse estilo musical tem origem em questões sociais e educacionais. O *site* resume o conteúdo da notícia em uma história em quadrinhos, ilustrada na figura 27 a seguir.

---

<sup>37</sup>Fonte: <<https://oglobo.globo.com/cultura/black-rio-exposicao-documentario-livro-resgatam-historias-do-movimento-19611956>>. Acesso em: 1º set. 2017.

<sup>38</sup> Fonte: <https://www12.senado.leg.br/ecidadania/visualizacaoideia?id=65513>. Acesso em: 29 nov. 2017.

Figura 27: Do samba ao funk<sup>39</sup>

**DO SAMBA AO FUNK:**  
QUANDO RITMOS VIRAM CASO DE POLÍCIA **BBC BRASIL**

DO INÍCIO DO SÉCULO 20 ATÉ O GOVERNO DE GETÚLIO VARGAS, O SAMBA FOI CONSIDERADO ATO DE VADIAGEM, UM CRIME NO BRASIL

O SAMBISTA JOÃO DA BAIANA FOI PRESO VÁRIAS VEZES POR ANDAR COM SEU PANDEIRO PELAS RUAS DO RIO

ZIRIGUIDUM  
SHHH

ISSO É O QUE EU TÔ PENSANDO, JOÃO?  
É PRA CONSUMO PRÓPRIO, CHEFIA

E SÓ NÃO MOFOU NA CADEIA GRAÇAS A UM SENADOR FÃ DO RITMO, QUE ESCREVEU UMA DEDICATÓRIA NO INSTRUMENTO

A PARTIR DAÍ, O MÚSICO MOSTRAVA A ASSINATURA IMPONENTE COMO UM SALVO-CONDUTO

QUASE CEM ANOS DEPOIS, CONGRESSISTAS VOLTAM A DECIDIR O DESTINO DE ARTISTAS DE UM RITMO BRASILEIRO: O FUNK

DESSA VEZ PASSA, HEIN  
UFA

A PROPOSTA DE TRANSFORMAR O FUNK EM CRIME PARTIU DO WEBDESIGNER MARCELO ALONSO, DE SÃO PAULO

DANILO CYMROT, DOUTOR EM CRIMINOLOGIA PELA USP, OPINA:

E TENHO 21.985 ASSINATURAS DE APOIO. O FUNK FOI POR UM CAMINHO DE SEXO PRECOCE E ASSASSINATO DE POLICIAIS

NEM TODO FUNKEIRO É CRIMINOSO, NEM TODO BAILE FUNK TEM SEXO COM CRIANÇAS. ESSA É UMA IMAGEM ESTEREOTIPADA

O TEXTO DEVE SER VOTADO NA CÂMARA E NO SENADO. FUNKEIROS DE RENOME VÃO PARTICIPAR DAS AUDIÊNCIAS.

**RAPHAEL SALIMENA**

<sup>39</sup> Fonte: <<http://g1.globo.com/musica/noticia/projeto-de-lei-de-criminalizacao-do-funk-repete-historia-do-samba-da-capoeira-e-do-rap.ghtml>>. Acesso em: 1º set. 2017.

## 1.6 Contexto sociopolítico de ascensão do *funk* ostentação

A consagração do *funk* ostentação ocorreu no ano de 2009, período em que o país era governado pelo Presidente da República Luiz Inácio Lula da Silva, cujo mandato perdurou pelo período de 2003 a 2010. Consoante Meirelles e Athayde (2014), o mandato de Lula destacou-se pela expansão e criação de programas sociais, pela redistribuição dirigida de renda e por esforços em favor da descentralização econômica. Seu governo também impulsionou a geração de empregos e aqueceu o mercado interno, reduzindo o número de miseráveis. Neste período, o país assumiu uma dinâmica econômica ascendente amparada por políticas públicas contínuas de aumento real do salário mínimo, das aposentadorias e das pensões, que manteve a inflação em patamares baixos e desburocratizou o processo de criação de empresas.

Os autores reforçam que essas políticas públicas beneficiaram o operariado urbano e a baixa classe média, que tiveram um aumento significativo de seu poder aquisitivo, de forma que o aumento do consumo pode ser visto como um indicativo da melhoria econômica dessas classes. Tal conjuntura social, econômica e política denota uma mudança nas condições de vida dos(as) moradores(as) da periferia e, conseqüentemente, implica uma percepção diferenciada de sua condição social.

Em harmonia com Meirelles e Athayde (2014), acredito que o ingresso do operariado urbano e da baixa classe média no mercado de consumo é um dos fatores que redefinem essa parcela da população, e seus padrões de consumo favorecem a reinvenção de atividades econômicas (como a expansão do setor de serviços) e contribuem para delinear o perfil cultural do país.

Considerando que a produção cultural é inseparável do momento econômico, trabalho com a hipótese de que o *funk* ostentação está relacionado à exploração da cultura do consumo/consumismo de forma que tanto a produção quanto o consumo do gênero discursivo em debate estão atrelados à sensação de melhoria econômica e ao discurso de celebração.

Com relação à análise da cultura do consumo como forma de simulação de progresso econômico, observar-se-á uma estrutura social mediada pela comunicação de massa na qual diversos grupos sociais passam a se articular em função das inúmeras possibilidades de consumo. São grupos sociais que parecem “[...] construir um conjunto de códigos culturais com referências locais e globais que

lhes têm permitido ocupar uma posição periférica e central na cultura contemporânea” (OLIVEIRA, 2016, p. 74).

Essa contextualização faz-se necessária na medida em que lançar luz sobre as mudanças na dinâmica social oportuniza a compreensão da importância da trilha sonora e das mudanças nas formas de representação de um importante estrato da população brasileira. Destaco também a possibilidade de construção de uma perspectiva crítica e plural do contexto social quanto ao extraordinário domínio da mídia na organização e manutenção de um projeto de produção no qual o espetáculo e o consumo não são mais do que “[...] uma relação social entre pessoas mediada por imagens” (DEBORD, 2015, p.14).

Contudo, a meu ver, a melhora econômica não significou a ascensão social do operariado urbano e da baixa classe média, mas o que ocorre é uma orientação que

[...] sequestra o debate sobre a natureza e a dinâmica das mudanças econômicas e sociais, incapaz de permitir a politização classista do fenômeno da transformação da estrutura social e sua comparação com outros períodos dinâmicos do Brasil (POCHMANN, 2012, p. 8).

De acordo com Dayrell (2005), a música, a dança, o corpo e o visual são mediadores de dimensões simbólicas e de comunicação, expressas nos comportamentos e atitudes que articulam os jovens. Entretanto, embora o mundo da cultura seja considerado como espaço privilegiado de práticas, representações, símbolos e rituais, Helena Abramo (1997) aponta que a conexão entre jovens, cultura e lazer contribui para a percepção negativa desses atores sociais. É nesse cenário que o *funk* insere-se.

Em suma, o *funk* é um estilo musical bastante popular em diversas partes do Brasil. Inicialmente, suas letras falavam sobre a vida na favela, drogas, armas e violência. Nos anos 1990, a temática principal do *funk* veio a ser a erótica, com letras de conotação sexual e de duplo sentido. Essa estética musical permaneceu intacta por vários anos, até que uma vertente paulista sagrou-se como *funk* ostentação, cuja temática privilegia um estilo de vida de alto custo. Para Dayrell (2005), esses estilos são um conjunto de elementos materiais e imateriais que os jovens consideram representativos de sua identidade individual e coletiva. Ou seja, são manifestações simbólicas das culturas juvenis que contribuem para a formação

de quadros de referência e de representação pelos quais se torna possível diferenciar os valores de cada grupo.

Com base nesse entendimento, torna-se oportuno discorrer sobre a relevância de um estudo sobre o *funk* ostentação. A pertinência do tema está em considerá-lo como uma vertente da cultura brasileira, que passa a ter relevância no cenário cultural do país, a partir dos anos 2000, possivelmente como consequência de uma sensação de melhoria econômica do país e da difusão nacional da música através de grandes veículos midiáticos, bem como das grandes polêmicas causadas pela sua, aparentemente, estreita conexão com a criminalidade.

Embora o *funk* possa ser classificado como um estilo de música nacional, também se identifica como uma produção cultural vulnerável, que levanta polêmicas e submete-se a classificações constituídas, quase sempre, por objetivos que carregam traços negativos, que, segundo Adriana Lopes (2011, p. 21), “[...] mais do que revelar uma qualidade intrínseca à esta produção cultural em si, serve para mapear as performances culturais negras dentro de uma perspectiva burguesa”.

No que se refere especificamente ao gênero discursivo letra de *funk* ostentação, as práticas de consumo são essenciais para sua compreensão, pois destacam as manifestações simbólicas de construção dos estilos de vida. Em geral, o *funk* apresenta-se como um espaço privilegiado de elaboração de projetos individuais e de identidades que colocam em evidência as contradições, as expectativas e as incertezas vividas pelos(as) jovens das camadas populares.

Além disso, a análise de um gênero discursivo que surge no contexto da produção cultural da periferia objetiva apresentar outro acréscimo às perspectivas nas quais o consumo tem sido analisado, propondo uma reflexão sobre os problemas da desigualdade social.

Concluída essa contextualização, passo, a seguir, à descrição das estratégias metodológicas que serviram de suporte para as análises discursivas do *corpus*.

## **CAPÍTULO 2** **“NO FLOW”**

---

A expressão *no flow* é uma gíria, derivada da palavra de língua inglesa *fluency*, muito utilizada nas letras de *funk* para significar fluência no ritmo, cadência. Inspirada por este embalo, apresentarei, neste capítulo, as estratégias metodológicas acessadas para compor o desenvolvimento da pesquisa, bem como a apresentação do *corpus* que constitui o estudo.

### **2 CADÊNCIAS METODOLÓGICAS**

Magalhães *et al.* (2017) apontam o discurso como uma dimensão da globalização que simplifica relações econômicas e políticas de uma perspectiva particular que, muitas vezes, pode apresentar-se de forma enganadora, justificando, assim, estratégias de determinados agentes e agências poderosas. Sob esse ponto de vista, o discurso “[...] pode disseminar ideologias que contribuem para manter uma forma de globalização com o significado de uma relação de poder que é injusta” (MAGALHÃES *et al.*, 2017, p. 19) e contribui para representações imaginárias que acabam transformando-se em realidades.

Sob essa orientação, entende-se que as letras de *funk* ostentação constituem um discurso que segue o molde de tantos outros veiculados pelos meios de comunicação de massa cujo propósito é criar necessidades superdimensionadas de consumo. Assim, a prática social de consumo de determinadas mercadorias leva à ilusão da livre escolha como exercício pleno da cidadania, assumindo papel de grande importância na formação e na reprodução dos valores da sociedade e divulgando determinados estilos de vida. Tais estilos de vida carregam consigo signos e significados estabelecidos socialmente por meio de um capital simbólico.

Com base neste panorama, esta pesquisa objetiva:

- a) analisar as representações de um ideal de sucesso nas letras do *funk* ostentação selecionadas;
- b) discutir como as escolhas linguísticas particulares constituem formas de ação e interação no mundo; e
- c) analisar como as escolhas do estilo de vida carregam representações de sucesso e ideologias de inclusão e exclusão que contribuem para a construção de identidades sociais e culturais.

Tal compreensão poderia enredar a pesquisa na tradição dos estudos culturais que, conforme Denzin e Lincoln (2006), têm se moldado como uma resposta à assimilação social das tecnologias das comunicações contemporâneas e com diferenciados modos de vida, de forma que a mídia é compreendida como um ambiente semiótico que inclui atividades econômicas, políticas, relações sociais, entre outras. Os autores esclarecem que, nos estudos culturais, o conceito de cultura opera no nível da classe, do gênero, da raça, da sexualidade, da idade, da etnicidade, da comunidade como campo de pesquisa. Entretanto, reconhecendo que os estudos culturais configuram-se como uma área pouco desenvolvida e tendem a utilizar, cada vez mais, as técnicas de análise textual para além dos sistemas textuais em si mesmos, enfocando a história das relações sociais da textualidade, opto pela ADC como método de pesquisa em função de sua circunscrição epistemológica.

Dessa forma, defino a ADC como teoria e método de análise textual para o estudo do discurso, pois proponho o estudo de textos do gênero em tela como produto de uma prática sociodiscursiva ideologicamente estruturada que pode distorcer a realidade e legitimar a desigualdade. Assim, a escolha faz-se adequada na medida em que a ADC configura-se como uma disciplina crítica voltada ao estudo de problemas sociais, centrada em conceitos básicos de discurso, poder e ideologia, cuja unidade básica de análise é o texto, visto que ele é a materialidade discursiva dos eventos decorrentes das práticas sociais.

Isto posto, passo a delimitar as estratégias metodológicas que constituem o desenvolvimento desta pesquisa quanto à caracterização, aos métodos e aos procedimentos. De acordo com Magalhães *et al.* (2017, p. 28), nos estudos de ADC distinguem-se as abordagens de indução-dedução, podendo ser orientadas por um arcabouço teórico fechado, com a apresentação de exemplos. O que proponho aqui é um estudo em ADC com abordagem indutiva e fins explicativos cujos meios de investigação lançam mão da estratégia dialética-relacional e da observação de atores sociais, conforme pode ser observado na figura 28, que relaciona a síntese de abordagens apresentada por Magalhães *et al.* (2017), com base Wodak e Meyer (2009, p. 20).

Figura 28: Estudos de Análise de Discurso Crítica

<b>Abordagens</b>		<b>Autores</b>
1)	Histórico-Discursiva (HD)	Reisigl e Wodak (2009)
2)	Linguística de <i>Corpus</i> (LiC)	Mautner (2009)
3)	Atores Sociais (AS)	Van Leeuwen (2009)
4)	Análise de Dispositivo (AD)	Jäger e Maier (2009)
5)	Sociocognitiva (SC)	Van Dijk (2009)
6)	Dialético-Relacional (DR)	Fairclough (2009)

Fonte: Wodak e Meyer (2009, p. 20); e Magalhães *et al.* (2017, p. 28)

O estudo está assente sob o viés da tradição qualitativa interpretativista que, de acordo com Brasileiro (2013, p. 49), “[...] é aquela que se ocupa de interpretação dos fenômenos e da atribuição de significados”. A este respeito, Fairclough (2001, p. 245) defende que os estudos em ADC não podem consistir em simples descrição de textos isoladamente de sua interpretação. Conforme o autor, a interpretação é necessária para tentar construir um sentido para os aspectos dos textos e de como esses sentidos são produzidos e interpretados em uma prática social mais ampla, observando-os como elementos de práticas discursivas, de forma que tanto a descrição quanto a interpretação dos textos se interpenetram. Em consonância, Bauer e Gaskell (2017, p. 248-249) realçam que estamos continuamente nos orientando pelo contexto interpretativo em que nos encontramos e orientamos nossos discursos para se ajustarem a esses contextos, assim,

[...] a noção de “contexto interpretativo” não é fechada ou mecanicista. Ele é empregado não simplesmente para se referir aos amplos parâmetros de uma interação, tais como onde e como ela tem lugar, e a quem a pessoa está falando ou escrevendo, mas também para atingir características mais sutis da interação, incluindo os tipos de ações que estão sendo realizadas, e as orientações dos participantes. Como um analista de discurso, a pessoa está



envolvida simultaneamente em analisar o discurso e em analisar o contexto interpretativo.

No que se refere ao contexto interpretativo, Denzin e Lincoln (2006, p. 208, grifo do autor) acrescentam que

[...] o *contexto* refere-se tanto à história específica de cada indivíduo, sua identidade e constituição afetiva e emocional quanto à relação existente entre os grupos no encontro com sua história, identidade e definição afetiva. Esses dois elementos ligam-se por meio da narrativa.

A perspectiva acima descrita implica questionar a maneira como usamos a linguagem para dar sentido às coisas, às ações, aos sentimentos, enfocando a construção, a organização e as funções do discurso. Conforme os autores,

[...] dizer que uma ação humana é significativa é o mesmo que alegar que esta possui um certo conteúdo intencional que indica seu tipo de ação e/ou que o significado de uma ação pode ser compreendido apenas como o sistema de significados ao qual esta pertence. (DENZIN; LINCOLN, 2006, p. 195).

Portanto, para que determinada ação social seja entendida, é necessário compreender o significado que constitui essa ação. Diante desse posicionamento, Denzin e Lincoln (2006, p. 197) versam que a tradição do interpretativismo assume, epistemologicamente, que é possível compreender o significado subjetivo da ação, porém de maneira objetiva. Os autores afirmam que as epistemologias interpretativistas podem ser retratadas como hermenêuticas, pois enfatizam a necessidade de compreensão dos sentidos de determinada ação específica a partir de um todo, ou seja, a compreensão de um conhecimento intelectual com base no conhecimento a respeito de um objeto.

Essa perspectiva interpretativista define o pesquisador como um indivíduo engajado em uma análise crítica cuja pesquisa converge para a aplicação da ADC como método de pesquisas qualitativas com orientação para a crítica social, conforme será apresentado na próxima seção.

## 2.1 Pesquisa qualitativa

A pesquisa social apoia-se em dados sociais que são construídos nos processos de comunicação. Para o desenvolvimento da pesquisa social, Uwe Flick (2009) aponta que os estudos de abordagem quantitativa têm apresentado limitações no que se refere aos estudos de cunho social e crítico, tendo em vista que as relações em que ocorrem são controladas ao extremo e tentam eliminar a influência e as opiniões do pesquisador e dos participantes, logo fornecem ofertas limitadas para a interpretação. Bauer e Gaskell (2017, p. 24) argumentam que não há quantificação sem qualificação tendo em vista que

[...] a mensuração dos fatos sociais depende da categorização do mundo social. As atividades sociais devem ser distinguidas antes que qualquer frequência ou percentual possa ser atribuído a qualquer distinção. É necessário ter uma noção das distinções qualitativas entre categorias sociais, antes que se possa medir quantas pessoas pertencem a uma ou a outra categoria.

Ademais, a pesquisa quantitativa tem como objetivo documentar e analisar a frequência e a distribuição dos fenômenos sociais na população, entretanto, essas “[...] descobertas científicas não são incorporadas às práticas políticas e institucionais tanto quanto se esperava que fossem” (FLICK, 2009, p. 22). Desse modo, os estudos de abordagem quantitativa afastam-se dos problemas da vida cotidiana.

Por outro lado, encontra-se um processo contínuo de propagação da pesquisa qualitativa, pois, apesar dos mecanismos de controle metodológico, torna-se difícil, em estudos sociais, evitar a influência dos interesses da formação social e cultural na pesquisa. A discussão sobre a pesquisa qualitativa, segundo Bauer e Gaskell (2017, p. 20), tem conseguido desmistificar a estatística como único método para conseguir resultados significativos. Sobre o mesmo aspecto, Flick (2009, p. 24) também pondera que a formulação empiricamente bem fundamentada de enunciados relacionados a sujeitos e a situações é um objetivo que pode ser alcançado com a pesquisa qualitativa. Para o autor, os aspectos essenciais da pesquisa qualitativa consistem na escolha de métodos e teorias convenientes; no reconhecimento e na análise de diferentes perspectivas; nas reflexões dos pesquisadores a respeito de suas pesquisas como parte do processo de produção

de conhecimento e na variedade de abordagens e métodos. Reforça ainda que, na pesquisa qualitativa,

[...] os objetos não são reduzidos a simples variáveis, mas sim representados em sua totalidade, dentro de seus contextos cotidianos. Portanto, os campos de estudo não são situações artificiais criadas em laboratório, mas sim práticas e interações dos sujeitos na vida cotidiana. (FLICK, 2009, p. 24).

Por esse mesmo ângulo, Izabel Magalhães *et al.* (2017, p. 30) aludem que

[...] na pesquisa qualitativa é possível examinar uma grande variedade de aspectos do processo social, como o tecido social da vida diária, o significado das experiências e o imaginário dos participantes da pesquisa; a forma como se articulam os processos sociais, as instituições, os discursos e as relações sociais, e os significados que produzem.

Portanto, a pesquisa qualitativa demonstra a variedade de perspectiva sobre o objeto, partindo de significados sociais e subjetivos a ele relacionados. O conhecimento, as práticas e as interações dos participantes em um campo específico são analisados, levando em consideração que “[...] os pontos de vista e as práticas no campo são diferentes devido às diversas perspectivas e contextos sociais a eles relacionados” (FLICK, 2009, p. 25). Ademais, a subjetividade do pesquisador e dos participantes torna-se parte do processo de pesquisa, portanto, esses pontos de vistas subjetivos constituem o primeiro ponto de partida para a abordagem teórico-metodológica das pesquisas qualitativas de modo que “[...] a pesquisa qualitativa torna-se um processo contínuo de construção de versões da realidade” (FLICK, 2009, p. 27). Essa concepção está de acordo com o que Fairclough (2001, p. 246) nos apresenta ao afirmar que “[...] os analistas não estão acima da prática social que analisam; estão dentro dela”.

Outro argumento em favor da pesquisa qualitativa é que ela é intrinsecamente uma forma de pesquisa mais crítica e potencialmente emancipatória e, para isso, o pesquisador precisa “[...] compreender as interpretações que os atores sociais possuem do mundo, pois são estes que motivam o comportamento que cria o próprio mundo social” (BAUER; GASKELL, 2017, p. 32).

Fica claro que a abordagem qualitativa preocupa-se em compreender o significado das ações sociais, ou seja, com o que os atores sociais fazem ou dizem.

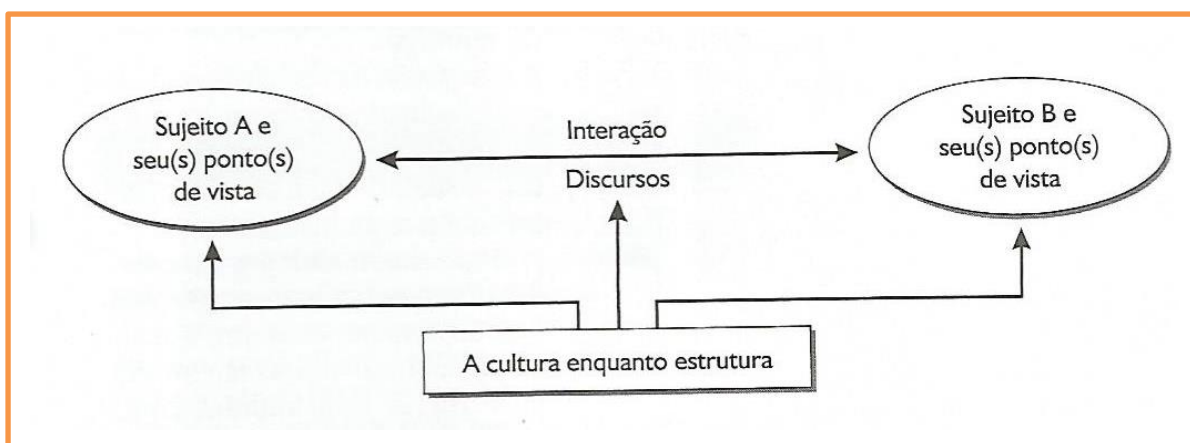
Nesse âmbito, o texto em suas mais diversas formas (fala, escrita, imagem, sons) é a mediação da vida social contemporânea e ainda que, viabilizado por novas tecnologias, ocorre em um contexto virtual de comunicações, portanto, trata-se de importante fonte de pesquisa. Magalhães *et al.* (2017, p. 31.) versam que a proposta de análise textual precisa ser contextualizada e que

[...] os elementos textuais são entendidos como argumentos para a interpretação da prática social. Nesse sentido os textos são artefatos para o estudo do processo social, podendo ter sua análise expandida na relação com categorias sociais, como é o caso das identidades.

Logo, para entender o texto, é necessário relacioná-lo ao contexto social específico em que as ações dos participantes e suas relações sociais têm significados. De acordo com os autores, o método desenvolvido pela ADC “[...] situa-se na tradição da pesquisa qualitativa, em virtude do foco na análise detalhada de textos e discursos” (MAGALHÃES *et al.*, 2017, p. 33). Trata-se de um método que conjuga o estudo textual-discursivo à crítica social.

Em suma, a abordagem qualitativa trata da construção social de fenômenos na vida cotidiana, pois parte dos “[...] sujeitos envolvidos em uma determinada situação e dos significados que essa situação representa para eles” (FLICK, 2009, p. 75). O contexto situacional, as interações com outros membros, os papéis que os participantes desempenham e os significados sociais e culturais são reconstruídos. Esse processo pode ser observado na figura 29.

Figura 29: Perspectivas na pesquisa qualitativa



Fonte: Flick (2009, p. 75).

Flick (2009) destaca que a pesquisa qualitativa visa à compreensão do fenômeno ou do evento em estudo a partir da reconstrução de casos como ponto de partida. Esses casos contêm fenômenos interativamente produzidos por diferentes atores que, em vários níveis, reconstituem a realidade. A reconstrução dessas estruturas de significados ocorre a partir de textos que servem como base da interpretação.

Dessa maneira, apresento, neste estudo, uma investigação da linguagem e de recursos linguísticos/discursivos particulares, sob a concepção crítica e social, a fim de ponderar sobre o quanto a produção, a distribuição e o consumo de diversas modalidades de textos servem como instrumento de alienação e dominação.

Sob essa orientação, as letras de *funk* ostentação são produto de uma prática discursiva ideologicamente estruturada que pode tanto servir para resistir quanto para distorcer a realidade e legitimar a desigualdade em todo o processo social. Os referidos textos constituem uma forma de ação comunicativa informal que, segundo Bauer e Gaskell (2017, p. 20), possui poucas regras de competência explícitas, ou seja, pouco conhecimento especializado, mas que referem-se à “[...] maneira como as pessoas espontaneamente se expressam e falam sobre o que é importante para elas e como elas pensam sobre suas ações e a dos outros” (BAUER; GASKELL, 2017, p. 21). Descrevo, na seção seguinte, os meios de investigação eleitos para a análise.

## **2.2 Meio de investigação: pesquisa documental**

A pesquisa qualitativa pressupõe a compreensão das realidades sociais por meio da interpretação de textos. Nesse processo de pesquisa, os textos servem a três finalidades: representam os dados essenciais, a base das interpretações e o meio para apresentação e a comunicação das descobertas. Flick (2009) afirma que é o processo de tradução da realidade para o texto e de retradução do texto para a realidade que geram os dados, as interpretações e, conseqüentemente, as interferências na realidade acontecem. Dessa forma, acredito que o olhar crítico sobre as letras/textos de *funk* ostentação como um gênero discursivo pode promover mudanças culturais e sociais.

Este estudo foi desenvolvido a partir da pesquisa documental que “[...] vale-se de materiais que não receberam tratamento analítico, ou que ainda podem ser

reelaborados de acordo com os objetivos da pesquisa” (GIL, 2012, p. 51). Em consonância com Flick (2009), defino como universo de pesquisa textos propagados pelos meios de comunicação de massa do gênero *funk* ostentação entendidos como práticas discursivas. A escolha da amostragem foi delimitada por três critérios: textos largamente consumidos por jovens de periferia (foco nos atores sociais); textos que refletem a realidade dos jovens de periferia (foco no contexto social); textos que propagam a cultura consumista (foco na ideologia). Com a finalidade de levar em conta esses três fatores, foram definidas como dimensão principal da amostra 13 letras de *funk* ostentação em função da acessibilidade aos elementos de pesquisa e do caráter representativo e significativo desses textos.

Flick (2009, p. 231) esclarece que a classificação de registros como documentos depende das formas pelas quais esses objetos estão integrados nos campos de ação, e os documentos só podem ser definidos em relação a esses campos. Na ótica do autor,

[...] os documentos não são somente uma simples representação dos fatos ou da realidade. Alguém (ou uma instituição) os produz visando a algum objetivo (prático) e a algum tipo de uso (o que também inclui a definição sobre a quem está destinado o acesso a esses dados). Ao decidir-se pela utilização de documentos em um estudo, deve-se sempre vê-los como meios de comunicação.

De acordo com Antônio Carlos Gil (2012), as produções da comunicação de massa, tais como jornais, revistas, filmes, programas de televisão e rádio, internet, entre outros, constituem importante fonte de dados documentais para a pesquisa social e podem esclarecer aspectos da vida cultural de determinado grupo social bem como de mudanças sociais. Nesse contexto, a globalização é amplamente invocada como força que torna racional o imperativo da cultura, por meio de uma rede de representações (textos imagens, conversas, códigos de comportamento e estruturas narrativas que os organizam) que influenciam diversos aspectos da vida social e agem como determinante de estilos de vida, portanto, produções como as letras do *funk* ostentação podem ser pensadas

[...] em uma conexão direta com o trabalho e sua organização; com as relações de poder e de gênero no local de trabalho, no lar, no bairro, na rua; com os prazeres e as pressões de consumo; com as complexas relações de classe e de parentesco através das quais forma-se uma noção do eu e do pertencimento; e com as fantasias e

desejos através das quais a relações sociais são desenvolvidas e ativamente influenciadas. (DENZIN; LINCOLN, 2006, p. 316).

Sob essa perspectiva e observando o direcionamento de Flick (2009), considero as letras de *funk* ostentação como “[...] *dispositivos comunicativos metodologicamente desenvolvidos* na construção de versões sobre o evento” (FLICK, 2009, p. 234, grifo do autor) que, na análise de Bourdieu (1983), constituem variáveis culturais indicadoras de realidades sociais. Ou seja, os gostos musicais são parte de um *habitus*, ou estilo de vida, que informa um julgamento, aceito sem discussão de preferências e aversões e que é coletivamente partilhado pelos grupos sociais. As consequências, segundo Denzin e Lincoln (2006), são implicações estéticas, com associação de imagens éticas de prazer e de desenvolvimento social. Trata-se de um domínio que tem a capacidade de tanto unir quanto de ressaltar a diversidade e a contestação, como também de aguçar a consciência de classe ao tornar mais aceitável a desigualdade. Dessa forma, analisar um evento de grande circulação na mídia é um trabalho que

[...] não constitui uma modesta celebração deste ou daquele item pop, mas uma investigação crítica da mídia como força que não apenas age sobre os conflitos sociais, os desejos e as relações e poder existentes, mas que está sempre ajudando a produzi-los e às vezes ajuda a mudá-los. (DENZIN; LINCOLN, 2006, p. 323).

O procedimento adotado para a análise dos dados foi a análise do discurso com uma perspectiva crítica para a qual, conforme Flick (2009, p. 304), o pesquisador deve associar ao *corpus* uma variedade de significados como forma de acessar redes culturais; relacionar sistematicamente os objetos, normalmente assinalados por substantivos; tratar o texto como o próprio objeto de estudo; relacionar, de modo sistemático, os sujeitos e os papéis especificados no texto e, por fim, mapear as redes de relacionamento com os padrões de linguagem que podem ser situados em relações de ideologia, de poder e de instituições.

Os processos da análise de discurso aproximam-se das ciências sociais e combinam procedimentos analíticos da linguagem com análises de processos de conhecimento e construções. Para esse procedimento, as questões de pesquisa concentram-se na definição das formas como a realidade social é produzida. Consoante Bauer e Gaskell (2017, p. 247), a análise do discurso tem quatro temas principais: a) a preocupação com o discurso em si mesmo; b) uma visão da

linguagem como construtiva e construída; c) ênfase no discurso como forma de ação; e d) uma convicção na organização retórica do discurso.

Assim, circunscrevo as letras de *funk* ostentação como textos de um gênero discursivo que compõem uma prática discursiva para a qual as relações semânticas e gramaticais articulam práticas sociais ideologicamente estruturadas. A descrição e o detalhamento do *corpus* serão feitos na seção seguinte.

### **2.2.1 Coleta de dados e detalhamento do corpus**

A escolha sistemática dos dados ocorreu com base em pesquisa na internet, *sites* e artigos acadêmicos, tendo como objeto de pesquisa uma amostra no tempo e no espaço de letras do *funk* ostentação que foram consideradas como documentos autônomos, informativos da realidade registrada, disponíveis como textos impressos ou como arquivos eletrônicos. O objetivo desta seleção é oferecer suporte textual para a análise das representações e práticas discursivas que constroem um ideal de sucesso com base na difusão de traços identitários e da relação com o consumo de mercadorias como forma de ascensão e articulação social.

Bauer e Gaskell (2017) pontuam que o delineamento de um *corpus* deve ter apenas um foco temático, deve ser tão homogêneo quanto possível, deve ser sincrônico. Assim, delimito o *corpus* a partir de 13 letras de *funk* cuja temática principal é o consumo e a ostentação de objetos socialmente valorizados.

Amparando-me em Flick (2009), considero que a interpretação de dados é a essência da pesquisa qualitativa e tem como função o desenvolvimento da teoria e o embasamento para a coleta de dados. Nesse sentido, o delineamento do *corpus* deste estudo tem como principal interesse as representações dos sujeitos, das relações sociais, de estereótipos, de crenças, de identidades, de ideologias, de hábitos e práticas sociais perceptíveis nos 13 textos selecionados. O delineamento do *corpus* pretende identificar processos circunstanciais, construídos com base em recursos interpretativos particulares, tendo como mira contextos específicos.

Minha reflexão surge em torno de uma consciência crítica e de questões sobre formas de representar e de pensar as relações sociais em formatos que relacionem a vida cotidiana às estruturas econômicas e, a partir disso, fomentar análises e narrativas que reformulem discursos hegemônicos de forma que pensar sobre o que letras de *funk* ostentação estão dizendo implica refletir sobre as



relações econômicas e sociais de seus produtores. Academicamente, minha intenção é favorecer ou criar um espaço para a discussão crítica a respeito de uma esfera pública que ultrapassa o anseio incauto do comprar, mas que traga em seu centro uma cidadania plena e participativa, atentando para o modo como os(as) jovens da periferia enxergam as oportunidades econômicas, como eles(as) compõem as imagens do futuro, como refletem sobre os pontos de crítica contra a hegemônica.

A codificação do *corpus* está amparada pelas regularidades:

- a) de tema;
- b) de gênero (modo de agir);
- c) de construção composicional no nível lexical e no nível gramatical (modo de ser); e
- d) pelo discurso (modo de representar).

A representação será observada segundo a constância das categorias de inclusão por: nomeação, coletivização, categorização, classificação e identificação. As categorias selecionadas para a análise serão balizadas pelo entendimento das teorias correlacionadas no Capítulo 3.

No que se refere à temática, optam pelo consumo e pela ostentação de marcas de produtos como um ideal de sucesso. Os textos são construídos a partir de um vocabulário específico que faz uso de gírias para determinar o estilo da comunicação e podem ligar-se a discursos religiosos e do domínio do aconselhamento para legitimar seu ponto de vista. Os textos analisados apresentam histórias de vida, vitórias e paixões dos(as) jovens de periferia, trazendo detalhes de seu cotidiano permeado pela falta de oportunidades de trabalho formal, de educação, de segurança, bem como de sua estrutura familiar, sua crença e espiritualidade, sua perspectiva sobre a sexualidade e a violência. Em sua maioria, são textos produzidos por homens, haja vista o reduzido espaço destinado às mulheres na cena do *funk* ostentação.

A fim de sistematizar melhor a análise, o *corpus* foi dividido em dois grupos. O Grupo 1 constitui-se de letras compostas por MCs homens e o Grupo 2 por letras compostas por MCs mulheres. Os textos que compõem os grupos de análise são referenciados da seguinte maneira: G1 ou G2 para os grupos de textos correspondentes seguidos da inicial T e do número respectivamente correlato aos

textos em questão. Por exemplo: G1/ T1, G2/ T1 e assim pode diante. Segue a esquematização da descrição dos textos que compõe *corpus* (figura 30):

Figura 30: Descrição dos textos que compõe *corpus*

<b>GRUPO 1</b> <b>Letras compostas por MCs</b> <b>homens</b>	<b>GRUPO 2</b> <b>Letras compostas por MCs</b> <b>mulheres</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Texto 1 – Você vale o que você tem</b> MC Guimê (2011)</li> <li>• <b>Texto 2 – Plaquê de 100</b> MC Guimê (2012)</li> <li>• <b>Texto 3 – É classe A</b> MC Backdi e Bio G3 (2012)</li> <li>• <b>Texto 4 – Pode chamar que ela vem</b> MC Nego Blue (2012)</li> <li>• <b>Texto 5 – Megane</b> MC Boys do Charme (2013)</li> <li>• <b>Texto 6 – Tá Patrão</b> MC Guimê (2013)</li> <li>• <b>Texto 7 – Príncipe da ostentação</b> MC Gui (2014)</li> <li>• <b>Texto 8 – Os caras do momento</b> MC Nego do Borel (2014)</li> <li>• <b>Texto 9 – Bonde dos brabos</b> MC Nego do Borel (2014)</li> <li>• <b>Texto 10 – Eu sou patrão, não funcionário</b> MC Menor do Chapa (2014)</li> <li>• <b>Texto 11 – Papel do mal</b> MC Menor da VG (2016)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Texto 12 – Camaro</b> MC Britney (2013)</li> <li>• <b>Texto 13 – Mulher do Poder</b> MC Pocahontas (2015)</li> </ul>

Fonte: elaborado pela autora.

A composição do *corpus* com letras predominantemente masculinas justifica-se em função do papel secundário que as mulheres ocupam no cenário do *funk* ostentação. Nesse espaço, as mulheres figuram como dançarinas e em poucas situações como MCs, empresariadas por homens.

Na seção seguinte, apresento as questões de pesquisa que guiaram a análise dos dados cujos resultados estão descritos no Capítulo 4.

### 2.3 Questões de pesquisa

As questões de pesquisa deste estudo norteiam a circunscrição do *funk* ostentação no campo dos dados da comunicação de massa e da cultura do consumo. Na análise dos dados, o gênero em questão foi situado como prática discursiva cuja conjuntura evidencia um conflito socioeconômico e que, de certa forma, aponta práticas que naturalizam relações e ideologias. Em consonância com a Teoria Sociocultural do Consumo, Canclini (2015, p. 36) alude que “[...] o consumo se torna uma área fundamental para instaurar e comunicar as diferenças”. Nessa mesma linha de pensamento, considero o consumo como um aspecto de reflexão e reelaboração do sentido social, agregando novo significado para as questões de pertencimento, instituindo formas de comunicação e sociabilidade como parâmetro de configuração das identidades.

Na análise dos dados, pretendo guiar-me pelas seguintes questões:

- a) Como é representado o ideal de sucesso nas letras do *funk* ostentação?
- b) Como o discurso de consumo e a representação do ideal de sucesso influenciam as formas de ação e interação social dos(as) jovens funkeiros(as) na elaboração de suas identidades sociais?
- c) Como os recursos linguísticos e as representações de um estilo de vida pautado por padrões de consumo carregam ideologias de inclusão e exclusão social?

Para responder à questão **Como é representado o ideal de sucesso nas letras do *funk* ostentação?**, recorrerei às categorias analíticas da ADC no enquadre aventado por Normam Fairclough (2001; 2003), que conjuga categorias com as práticas do significado representacional, pois destaca a representação de

aspectos do mundo (físico, mental, social) e questiona posições dos atores sociais e das relações sociais. Considero também o quadro de categorias alvitado por Teo van Leeuwen (1997), por considerar que as maneiras como os atores sociais são representados em textos podem indicar posicionamentos ideológicos em relação a eles e a suas atividades, bem como da Teoria de Representações Sociais preconizada por Moscovici (2007), uma vez que considera as representações como algo partilhado pelos diferentes grupos sociais por meio da comunicação. Para o autor, representar significa apresentar, de forma comunicativa, as coisas do mundo de tal modo que satisfaçam as condições de uma coerência argumentativa, de uma racionalidade e de uma integridade normativa do grupo.

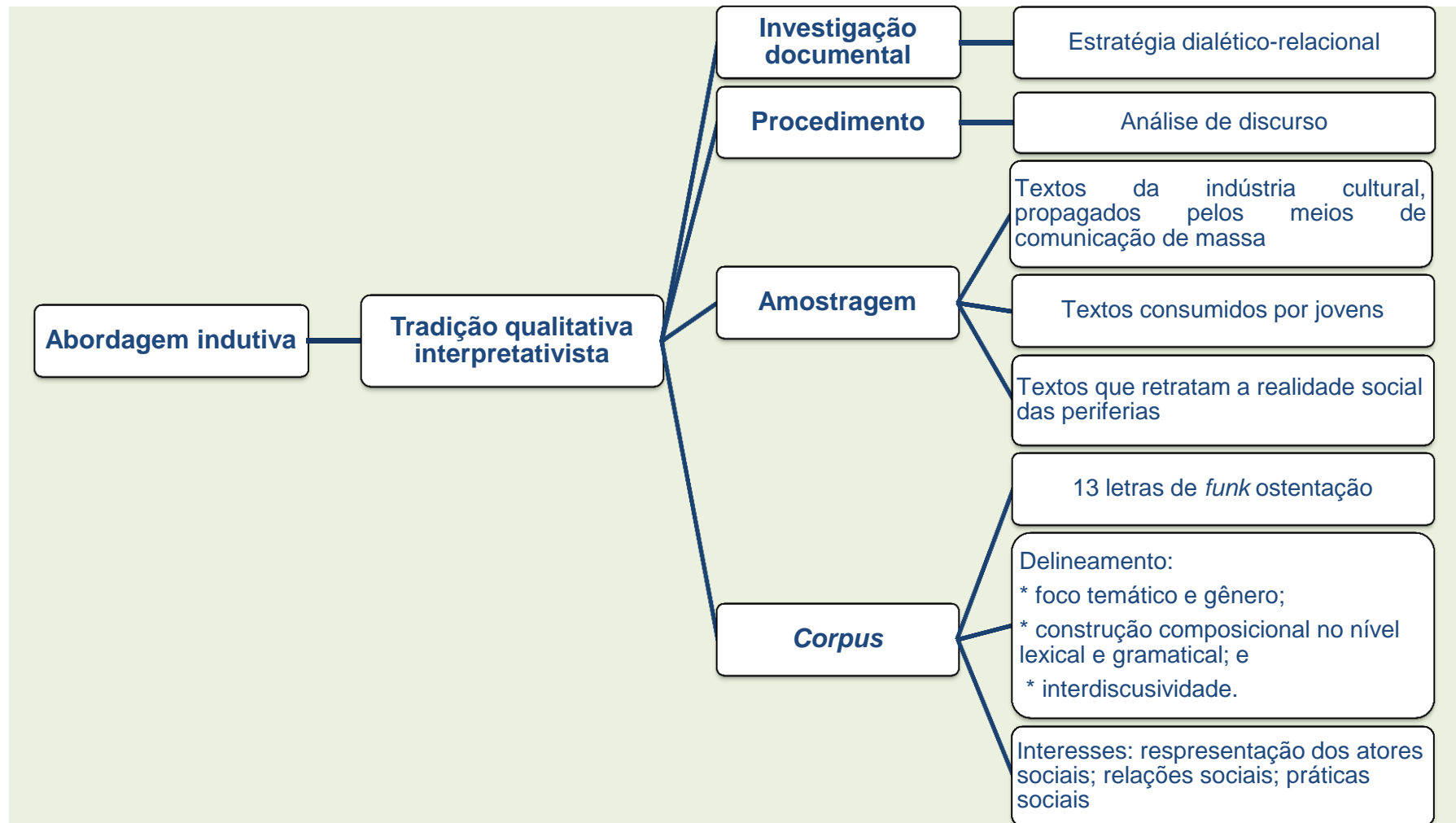
Quanto à questão **Como o discurso de consumo e a representação do ideal de sucesso influenciam as formas de ação e interação social dos(as) jovens funkeiros(as) na elaboração de suas identidades sociais?**, emprego os conceitos de Norman Fairclough (2001; 2003) e Chouliaraki e Fairclough (1999), que se referem ao discurso na qualidade de momentos de práticas que evidenciam um conflito e uma conjuntura, bem como os significados do discurso. Nesta questão, destaco o significado acional que focaliza o texto como modo de interação nos eventos sociais. Assim, serão observadas: a regularidade temática na constituição do gênero letra de *funk* ostentação; a construção composicional no nível lexical e no nível gramatical; e a prática discursiva.

Por fim, para responder à questão **Como os recursos linguísticos e as representações de um estilo de vida pautado por padrões de consumo carregam ideologias de inclusão e exclusão social?**, utilizarei os preceitos da Teoria Crítica Social, Teoria da Sociedade do Espetáculo e da Teoria Sociocultural do Consumo propostos por Zygmund Bauman (2008), Guy Debord (2015) e Garcia Canclini (2015), respectivamente. Considero que o tema do consumo tornou-se indispensável para a compreensão da formação dos indivíduos envolvidos na cultura do *funk* ostentação, pois, na “sociedade de consumidores” (BAUMAN, 2008), os objetos consumidos trazem em si a identidade dos indivíduos. Nesta questão, atentarei para o significado identificacional que trata da construção e negociação de identidades.

## **2.4 Síntese das escolhas metodológicas**

Apresento, a seguir (figura 31), a síntese do planejamento metodológico que embasou o desenvolvimento desta pesquisa.

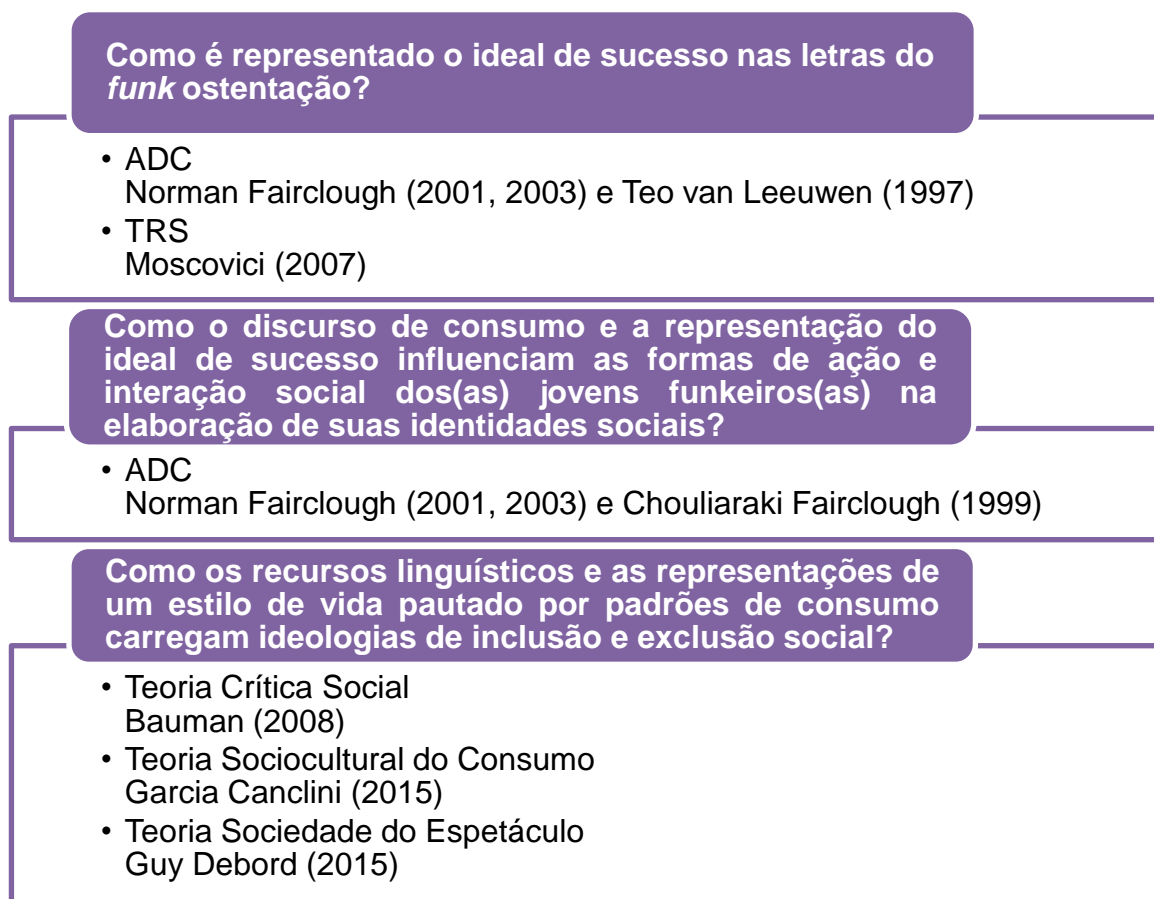
Figura 31: Síntese do planejamento metodológico



Fonte: elaborado pela autora.

Na sequência, relaciono na figura 32 cada uma das questões de pesquisa com as teorias e/ou autores que guiaram a análise dos respectivos textos e a discussão dos resultados.

Figura 32: Questões de pesquisa/teorias e autores



Fonte: elaborado pela autora.

Após ter apresentado as estratégias metodológicas que guiaram a pesquisa, passo à apresentação do marco teórico que fundamenta a investigação. Nesta seção, discuto conceitos referentes à interação entre o discurso hegemônico capitalista e as letras de *funk* ostentação compreendidas como gênero discursivo.

### **CAPÍTULO 3** **“DE CAMAROTE FECHADO”**

---

A expressão “de camarote fechado”, que intitula este capítulo, faz parte do *funk* ostentação *Na pista eu arraso*, do funkeiro MC Guimê (2012), e foi selecionada por fazer referência a um espaço fechado, destinado a um grupo seleto de pessoas. Nesse embalo, destaco como grupo *VIP* os autores cujo trabalho compõe o aporte teórico e analítico deste estudo.

### **3 APORTE TEÓRICO E CATEGORIAS ANALÍTICAS**

Este trabalho está definido pelo triângulo discurso, representação e sociedade, por isso desenvolveu-se na área de Linguagem e Sociedade, na linha de pesquisa de Discursos, Representações Sociais e Textos. Por consequência, refletir sobre as letras de *funk* ostentação enquanto construto social e como uma das formas de texto resultante das estruturas e dos processos sociais nos quais os produtores e receptores estão localizados com suas subjetividades e particulares é uma problematização discursiva.

O foco na supressão da diferença por meio da imposição de discursos hegemônicos com pretensões de projeção universal das ideologias dominantes faz parte da agenda da Análise de Discurso Crítica (ADC) e da Teoria das Representações Sociais (TRS). Isso pode incluir a prática social do consumo, que, nas sociedades contemporâneas, constitui uma das principais condições de inclusão social, conforme apontam a Teoria Sociocultural do Consumo (TSC) e a Teoria da Sociedade do Espetáculo (TSE).

O caráter totalitário do discurso do consumo configura-se no sentido de articular, assimilar e refazer outros discursos sobre os princípios de uma unidade básica essencial, um protótipo, que é o padrão de consumo ou o estilo de vida. As letras de *funk* ostentação localizam-se nesse âmbito. São textos de um gênero discursivo que se materializa a partir de expressões musicais e culturais e que, embora ainda muito marginalizado e pouco aceito no domínio acadêmico, se configura como elemento de importante representação e de internacionalização da cultura brasileira.

Tendo como partida o entendimento de que a construção dos sistemas de conhecimento se estrutura pela linguagem e que se materializa nas formas de ser,



representar, agir e interagir, neste capítulo, abordo a ADC (FAIRCLOUGH, 2001; 2003; CHOULIARAKI; FAIRCLOUGH, 1999; VAN LEEUWEN, 1997; PEDRO, 1997), bem como a TRS (MOSCOVICI, 2007) como fundamentação teórica e metodológica. Também serão consultadas referências relacionadas à TSC (CANCLINI, 2015) Teoria Crítica Social (BAUMAN, 2008) e da TSE (DEBORD 2015). A triangulação desse referencial teórico-metodológico permitirá responder às questões motivadoras desta pesquisa.

### 3.1 Análise de Discurso Crítica

A ADC constitui-se como uma versão crítica das ciências sociais. A teoria ampara-se na linguagem e estabelece suas premissas sob a perspectiva da vida social enquanto práticas sociais e do discurso como um dos elementos das práticas sociais. Esses preceitos trazem à luz a consciência sobre a importância da linguagem para elucidar estratégias ideológicas de construção da realidade.

A ADC considera que a análise linguística é, em parte, uma análise social, por isso concentra seus esforços em investigar a linguagem dinamicamente, em processos de mudanças sociais e culturais. Emilia Ribeiro Pedro (1997, p. 20) ressalta que “[...] trata-se de explicar o significado das formas e das funções da linguagem, olhando para as formas gerais do contexto e do conhecimento anterior que os falantes possuem, em termos contextuais, co-textuais e culturais”. Nessa mesma linha de pensamento, F. Silva (2015) alude que a ADC é uma ciência crítica porque “[...] questiona as formas dos textos, seu processo de produção e de leitura, assim como estruturas de poder que as permeia e aspectos discursivos da mudança social contemporânea” (SILVA, F., 2015, p. 253).

Fairclough (2003) propõe que os textos sejam analisados de modo interdisciplinar a fim de contribuir para a análise linguística mais detalhada destes. Mediante este enfoque, acredita-se que o levantamento lexical, semântico e gramatical, bem como o viés psicológico e sociológico das representações sociais, dos padrões de interação social e das estruturas de poder evidenciaram, nas letras de *funk* ostentação, uma prática discursiva particular que diz respeito ao campo de conhecimento do sistema econômico e a um espaço de diferenciação social que legitima classificações hierarquizadas, narrativas homogêneas e verdades universais.

Na seção seguinte, o foco está nos textos enquanto eventos sociais que têm implicações materiais para as sociedades em que estão inseridos.

### **3.1.1 Eventos: texto, linguagem e sociedade**

Qualquer exemplo de linguagem em uso é um texto. Esse é o posicionamento defendido por Fairclough (2003), que utiliza o termo texto em sentido amplo, isto é, textos impressos, escritos, falados, programas de televisão e páginas na internet. Para o teórico, os textos como elementos de eventos sociais têm efeitos causais, de outra maneira, podem provocar mudanças em nosso conhecimento, nossas crenças, nossas atitudes e valores. Os textos também podem ter efeitos prolongados e podem, com isso, moldar identidades.

Chouliaraki e Fairclough (1999, p. 41) apontam que a ADC tem em conta responder aos textos com um senso de significância a julgar pelo fato de que as pessoas estabelecem suas identidades e diferenças por meio das diversas maneiras pelas quais interpretam os textos e os incorporam às suas práticas sociais. Em harmonia com os autores, Emília Pedro (1997) considera que uma das questões que norteia a ADC é que, na interação comunicativa, as pessoas representam o mundo para o fim de suas realidades sociais, de suas relações com os outros e de suas identidades coletivas de forma que os participantes estão ativamente interpretando o que foi dito e projetando as representações do que não foi dito.

Com esse mesmo entendimento, F. Silva (2015, p. 20) aponta que o contexto é fundamental para o processo de socialização dos sujeitos por meio da linguagem. Ou seja, nós podemos construir textualmente (representar, imaginar, etc.) o mundo social, porém os efeitos de nossas representações dependem de vários fatores contextuais, incluindo a realidade social já existente, de quem a está construindo, pois “[...] de todas as coisas que poderiam ser ditas, apenas certas coisas foram ditas” (PEDRO, 1997, p. 20).

Assim, refletir sobre o que foi dito e o que deixou de ser dito nas representações registradas nas letras de *funk* ostentação pode elucidar aspectos sociais relevantes. Afinal, a análise do momento discursivo de uma prática social específica pode compreender seu dinamismo que possivelmente estará disponível em outros momentos também. Para a ADC, os sujeitos são atores sociais

ideológicos e as variações do discurso estão carregadas de fatores econômicos e sociais, expressando, dessa maneira, as diferenças sociais.

Nessa perspectiva e na tentativa de sistematizar e operacionalizar a ADC, Fairclough (2001) propôs o modelo tridimensional que distingue três elementos nos discursos: o texto, a prática discursiva e a prática social. Nesse modelo, a análise da prática social ocorre com base no texto, que é a sua menor unidade de análise, é “[...] o produto social dos falantes diferencialmente localizados e dos significados como produtos das relações sócio-políticas” (PEDRO, 1997, p. 22).

Fairclough (2003) defende que os textos são parte dos eventos sociais situados em estruturas sociais específicas. O autor reforça que a relação entre as estruturas sociais e os eventos é mediada pelas práticas sociais. Por sua vez, uma rede de práticas sociais delimita a variabilidade linguística para certas áreas da vida social, constituindo as ordens de discurso de modo que o elemento discursivo internaliza a prática social e vice-versa. Nessa lógica, inserem-se as letras de *funk* ostentação, visto que são textos, que integram eventos sociais moldados por práticas sociais, que constituem elementos de uma ordem de discurso.

No que se refere a uma conjuntura econômica global ou, nas disposições de Fairclough (2003), ao novo capitalismo, as práticas econômicas da contemporaneidade são organizadas por meio de sofisticadas tecnologias de mediação em que a interação comunicativa ocorre por meio da comunicação de massa. Muitos textos são mediados pela comunicação de massa, ou seja, instituições que fazem uso da tecnologia de produção de cópias para disseminar a comunicação. Nessa interação, os textos figuram nas mais diversas modalidades semióticas e proporcionam às pessoas recursos com os quais se pode relacionar a vida comum e o contexto organizacional dos sistemas sociais modernos da economia.

Entende-se, nesta pesquisa, que as letras de *funk* compõem um evento discursivo cujo capital simbólico tem como elemento central a linguagem, que se manifesta por meio de enunciados que produzem e impõem sua própria representação como forma de agir no mundo. De outro modo, o discurso que marca o gênero discursivo em estudo é uma faceta da reprodução do discurso consumista para selecionar e destacar uma posição de luta simbólica contra uma ordem social estabelecida, criando sujeitos que transformam o consumo e os estilos de vida em narrativas de sucesso e transformação da realidade. No entanto, esses textos, ao

reproduzirem símbolos socialmente reconhecidos, posicionam os sujeitos diferentemente na prática da qual participam, acionando diferentes contextos e delimitando o que pode ser pensado e quem pode pensar; que vozes são incluídas e quais são excluídas.

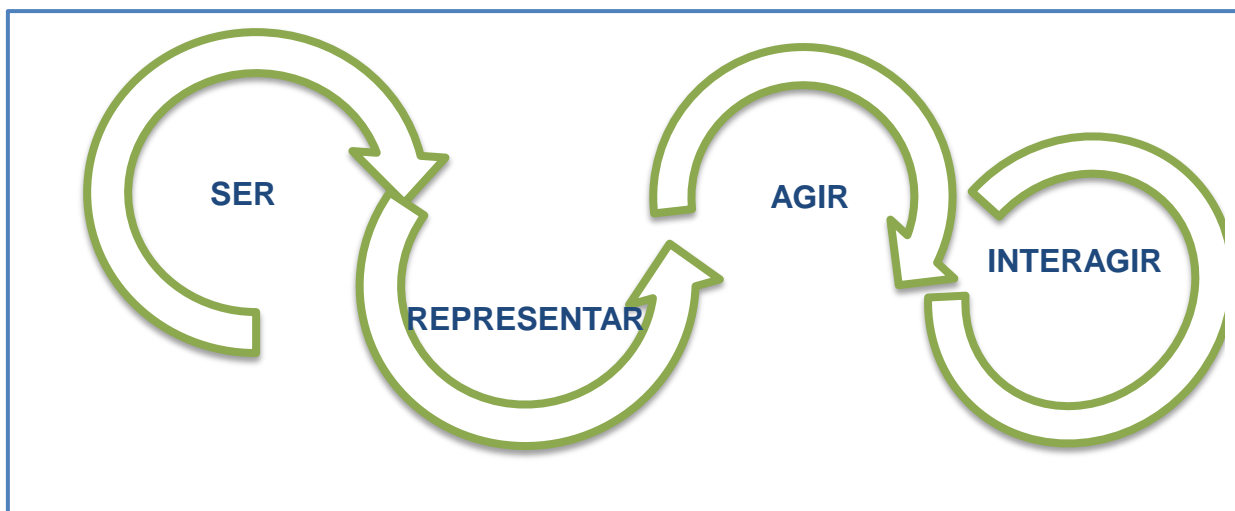
Não há dúvida de que a obtenção de informação é uma questão de acesso privilegiado e que, portanto, as práticas sociais são opacas para aqueles(as) que estão desprovidos(as) dessas informações. Assim, o rastreamento de conexões estruturais e de conexões insuspeitas entre as práticas discursivas proporciona alternativas para a vida social que podem tornar-se novas formas de ação e, conseqüentemente, podem alcançar mudanças no mapa social. Para esta proposição, a ADC apresenta uma reflexão do uso da linguagem e de outros recursos semióticos que implicam a interpretação das práticas simbólicas do mundo, na interação social, para a compreensão mais aprofundada do social a serviço do conhecimento emancipatório. Desse modo, passo a contemplar, na seção seguinte, as práticas sociais como formas de representação e ação no mundo.

### ***3.1.2 Práticas sociais: representação e ação***

Se práticas sociais envolvem o uso da linguagem em algum grau, então elas são também questões discursivas. A linguagem é, portanto, um eficaz instrumento de pesquisa social porque é parte integrante da estrutura social, das práticas sociais e dos eventos discursivos. Fairclough (2003) destaca que o discurso figura de três maneiras na prática social: a) gênero (modos de agir), b) discursos (modos de representar); e c) estilos (modo de ser).

Nessa conjuntura, a análise de textos como parte de eventos sociais focaliza as formas como a ação, a representação e a identificação são realizadas nos traços dos textos, além de estabelecer a relação entre o evento social e a prática social. Ou seja, com base em Vieira e Resende (2016, p. 46), nas práticas sociais cotidianas, utilizamos o discurso de maneiras simultâneas e dialéticas. Nelas os gêneros são maneiras relativamente estáveis de interagir discursivamente na vida social; os discursos são maneiras relativamente estáveis de representar o mundo; e os estilos são maneiras relativamente estáveis de identificar a si e a outrem. O curso descrito está ilustrado na figura 33.

Figura 33: Formas dialéticas do discurso



Fonte: elaborado pela autora.

O universo descrito na figura 33, acima, propõe que gênero, discurso e estilo são “[...] elementos de uma ordem de discurso no nível da prática social” (FAIRCLOUH, 2003, p. 33), que estabelecem relações dialéticas de controle sobre as coisas, de ações sobre os outros e de relações consigo mesmo. Vieira e Resende (2016, p. 24) ressaltam que

[...] o texto traz em si traços da ação individual e social que lhe deu origem e de que fez parte; da interação possibilitada também por ele; das relações sociais, mais ou menos assimétricas entre as pessoas envolvidas na interação; de crenças, valores, histórias; do contexto sócio-histórico específico num mundo material particular, com mais ou menos recursos.

Segundo Chouliaraki e Fairclough (1999, p. 43-44), as tecnologias avançadas que processam e reproduzem informações são profundamente integradas na experiência social e transformam radicalmente o relacionamento social de maneira que os indivíduos têm que assumir projetos de vida amparados por recursos simbólicos mediados, a fim de participar das relações sociais do capitalismo que se materializam nas práticas de consumo.

Assim, Bauman (2008), Canclini (2015), Chouliaraki e Fairclough (1999), Debord (2015) e Fairclough (2001, 2003) têm apontado que, em resposta às mudanças de mercado, as sociedades contemporâneas são dominadas por formas de fazer e ser que são amparadas por um caráter efêmero e descartável. Em tal contexto, as imagens da realidade deslocam-na até o ponto em que a linha entre o

real e a cópia desaparece e o simulacro reproduz e oferta as práticas culturais como hábitos alimentares, estilos de vida, estilos musicais, estilos arquitetônicos, entre outros. Essas mercadorias reeditam múltiplas vezes o espetáculo, tantas quantas forem de interesse institucional do mercado.

Na incorporação dos domínios culturais do mercado, as práticas comunicativas do sistema financeiro internacional abrem uma rede de comunidades discursivas que dispersam e retrabalham o discurso hegemônico capitalista, propondo para a interação social a acumulação flexível de bens. Esse discurso institucional e ideológico se concretiza em práticas locais de consumo e como mecanismo de manutenção de ideal econômico. Ou seja, com base em Canclini (2015), entende-se que o efeito específico do discurso hegemônico capitalista é o incentivo às práticas de consumo cujo potencial na interação social é realizado pelos estilos de vida em oferta.

Chouliaraki e Fairclough (1999, p. 145) definem o gênero como um dispositivo de articulação que controla as ações particulares e o que elas demandam, incluindo que configuração e ordenação de discursos é possível em diferentes escalas, como uma faceta regulativa do discurso. Logo, um gênero compreende diferentes orientações de recursos relacionados à posição social dos agentes. Dessa forma, as letras de *funk* ostentação compõem um gênero discursivo absolutamente característico de organizações e interações sociais nas quais figuram jovens; exhibe uma linguagem ligada a uma conjuntura social específica que, por sua vez, inclui combinações de discursos públicos, conversacionais, algumas vezes metafóricos, que constituem um sistema de textos desenhados de maneira específica.

Assumo que a dialética entre textos e práticas sociais engendra as letras de *funk* ostentação como gênero discursivo que encerra interseções complexas entre os discursos capitalista, religioso e meritocrático. Essas intersecções são orientadas para a semiótica do consumo. A interação comunicativa ocorre por meio do estilo musical que rearticula, nos textos, os recursos linguístico-discursivos de forma criativa e, de certo modo, até inovadora que, por sua vez, implicam práticas sociais e discursivas particulares, conforme será explicitado na próxima seção.

### 3.1.3 Prática social, prática discursiva e texto

Com relação ao enquadre tridimensional proposto por Fairclough (2001, p. 101), neste estudo, a dinâmica do discurso hegemônico capitalista está compreendida na dimensão da prática social; a prática discursiva, que são os processos de produção distribuição e consumo do texto, contempla as ordens de discurso de mercado e suas representações no discurso dos meios de comunicação de massa. Nesse escopo, os eventos discursivos são constituídos pelas letras de *funk* ostentação. A sistematização da análise está resumida na figura 34, que é uma adaptação da concepção tridimensional do discurso apresentado por Fairclough (2001, p. 101).

Figura 34: Sistematização do modelo tridimensional de ADC



Fonte: elaborado pela autora.  
Adaptado de Fairclough (2001, p. 101).

A perspectiva de circunscrição acima descrita considera a linguagem como prática social, vertente em que as diversas manifestações da linguagem podem ser compreendidas como a materialização das estruturas sociais e ideológicas que organizam a sociedade. Para isso, há três elementos analiticamente distinguíveis: a produção do texto, o texto propriamente dito e a recepção do texto.

A produção do texto coloca em foco os produtores, os autores, os falantes e os escritores. No que se refere à produção e à distribuição, devem ser observados, na análise, segundo Fairclough (2001), aspectos formais como: a) força dos

enunciados; b) coerência dos textos; c) intertextualidade (manifesta ou interdiscursiva); e d) controle interacional. Logo, os sentidos são produzidos ao longo da interação social e deve-se levar em conta a posição institucional, os interesses, os valores, as intenções, os desejos dos produtores, a relação entre os elementos em diferentes níveis de texto.

Com relação à recepção do texto, o foco recai sobre a interpretação, os intérpretes, os leitores e os ouvintes. Assim, os efeitos sociais do texto são gerados pela produção de sentidos e podem ser acessados por meio da observação das seguintes categorias:

a) Vocabulário (realiza-se por lexicalizações alternativas, relexicalizações; sentido das palavras; metáforas).

b) Gramática (analisa os tipos de orações, o tópico ou tema, o uso da voz passiva ou ativa e se ocorre ou não apagamento do agente da ação verbal).

c) Coesão (trata da ligação entre frases e orações por meio de vocabulário do mesmo campo semântico, sinônimos, conjunções, repetições de palavras, referência e substituição por pronomes, artigos definidos, demonstrativos, elipse de palavras e outros).

d) Estrutura textual (propriedades organizacionais do texto).

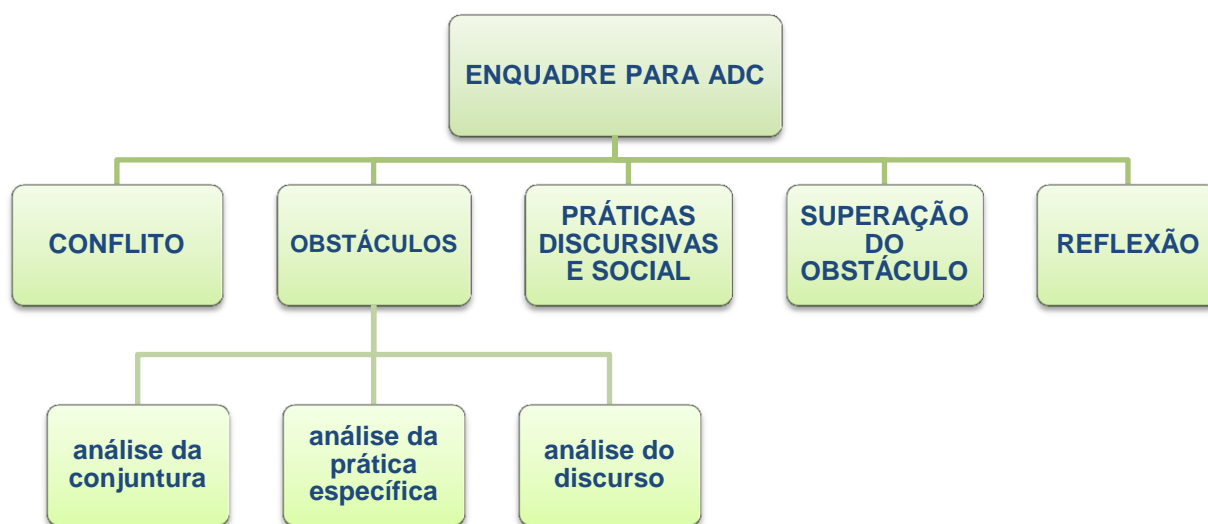
Essa acepção dá ao gênero discursivo letra de *funk* ostentação um lugar na teia de textos que liga o processo cotidiano com as relações de mercado nas sociedades capitalistas contemporâneas. No que se refere ao enquadre de Chouliaraki e Fairclough (1999, p. 60), as categorias analíticas contribuem para a reflexão sobre o discurso no campo da pesquisa social crítica, na teoria e na análise linguística. Os autores referem-se ao discurso como momentos de práticas que evidenciam uma problemática e uma conjuntura e propõem diversas etapas do enquadre para ADC. De acordo com esse enquadre, a análise em ADC parte da identificação de um conflito baseado nas relações de poder e de obstáculos para que esse conflito seja superado. Os aspectos que reportam os obstáculos a serem superados podem ser observados com base em análise da conjuntura, da prática particular e da análise do discurso.

Outra etapa desse método é a verificação da função específica para o aspecto problemático do discurso nas práticas discursivas e sociais. Na sequência, o enquadre focaliza os possíveis modos de ultrapassar os obstáculos. Por fim, o



caráter crítico da ADC deve apresentar uma reflexão sobre a análise. Este enquadramento está sintetizado na figura 35 a seguir.

Figura 35: Enquadre para ADC de Chouliaraki e Fairclough (1999)



Fonte: elaborado pela autora.  
Adaptado de Chouliaraki e Fairclough (1999, p. 60).

Fairclough (2003) destaca, também, os três tipos de significados: o significado acional, o significado representacional e o significado identificacional. O significado acional focaliza o texto como modo de interação nos eventos sociais. O significado representacional destaca a representação de aspectos do mundo (físico, mental, social) e questiona as relações sociais. O significado identificacional trata da construção e da negociação de identidades. O autor considera que os atores sociais produzem tanto representações das práticas em que estão inseridos como de outras, de modo distinto, dependendo da posição que eles ocupam dentro de suas práticas. A representação é um processo de construção social no qual as posições particulares dos atores sociais constituem os estilos, as maneiras de ser, dependendo de aspectos de identidade.

Assim, também, em consonância com Chouliaraki e Fairclough (1999), Pedro (1997, p. 22) afirma que

[...] é tarefa da ADC analisar o funcionamento das visões de mundo que subjazem à constituição dos fatos, dos acontecimentos, da

agenciação nos aspectos que se relacionam com a linguagem, o discurso, a ideologia e a sociedade.

Nesse sentido, a ADC pode contribuir para desnaturalizar práticas discursivas cristalizadas e tornar visíveis as estruturas sociopolíticas de poder e dominação. Cabe ressaltar que a ADC orientada para o reconhecimento de conflitos de representação levanta questões sobre o poder tanto quanto de outras questões, como crença ou desejo. Em suma, são relações de luta simbólicas estabelecidas no processo textual por meio dos detalhes linguísticos e semióticos dos textos.

Para contribuir com a análise do discurso, van Leeuwen (1997, p. 219) apresenta uma descrição detalhada dos modos pelos quais os atores sociais podem ser representados de forma que a análise dessas representações pode ser útil no desvelamento de ideologias em textos e interações.

Emília Pedro (1997), citando Van Dijk, Kress e van Leeuwen, pondera que, para conseguir relacionar discurso e sociedade, “[...] será necessário examinar o papel das representações sociais que organizam a mente dos atores sociais” (PEDRO, 1997, p. 26), e que são, conseqüentemente, estabelecidas pela cognição social. Nessa mesma linha de pensamento, Chouliaraki e Fairclough (1999) apontam que as pessoas ocupam determinada posição no discurso de acordo com a sua posição nas estruturas sociais, sua classe social, gênero, raça e geração. Esse posicionamento afeta as relações de contingência de semioses específicas.

Nesse diapasão, van Leeuwen (1997) sugere um inventário sociossemântico dos modos pelos quais os atores sociais podem ser representados, visto que cada escolha representacional, necessariamente, estará ligada a realizações linguísticas específicas cujo potencial de significados são orientados pelo contexto. Tais orientações geram transformações que envolvem sistemas linguísticos diferentes, que, por sua vez, causam o apagamento das vozes dos atores sociais, a reestruturação das posições sociais e a substituição dos grupos sociais.

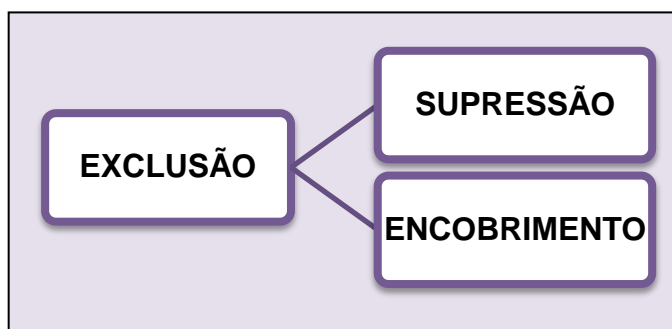
Van Leeuwen (1997, p. 180) preconiza padrões de inclusão e exclusão e assevera que as “[...] representações sociais incluem ou excluem atores sociais para servir aos seus interesses e propósitos em relação aos leitores a quem se dirige”. Assim, a exclusão pode ocorrer por:

- a) Supressão – quando não há referência aos atores sociais no texto.

b) Encobrimento – os atores sociais estão pouco visíveis, ou seja, são colocados em segundo plano.

A sistematização dos processos de inclusão e exclusão dos atores sociais está ilustrada na figura 36.

Figura 36: Processos de exclusão dos atores sociais

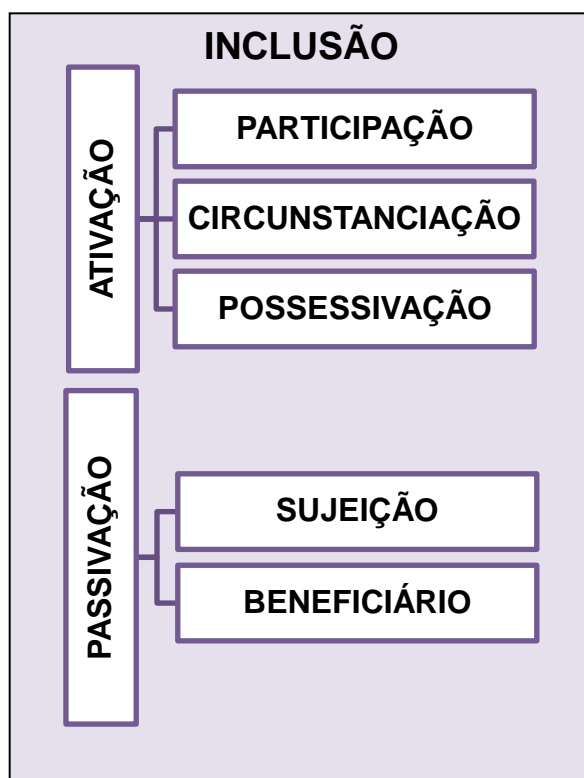


Fonte: elaborado pela autora.

Dentro dos critérios alitrados por van Leeuwen (1997, p. 183), a supressão processa-se por apagamento do agente da passiva; através de orações infinitivas; da subordinação; das nominalizações e aDJetivações de processos. No que se refere ao encobrimento, colocar em segundo plano pode resultar de elipses em orações infinitivas e em orações coordenadas. De acordo com o autor, a padronização da inclusão pode dotar os atores sociais com papéis ativos ou passivos.

No mapeamento sociossemântico de representações sociais preconizado por van Leeuwen (1997), a ativação ocorre quando os atores sociais são representados como forças ativas. A ativação também pode ocorrer por circunstancialização, ou seja, quando a ação é introduzida por circunstâncias preposicionais; por possessivação, quando o uso de um pronome possessivo ativa um ator social. Já na passivação, os atores sociais são representados como se submetendo ou se beneficiando da atividade, ou seja, como sujeito ou beneficiado da ação. Este processo está esboçado na figura 37.

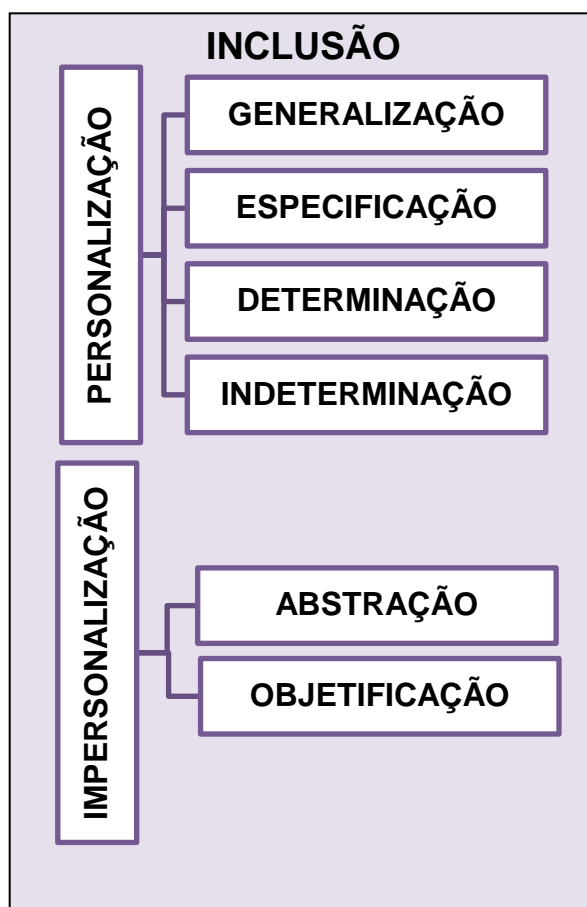
Figura 37: Processos de inclusão de atores sociais



Fonte: elaborado pela autora.

Van Leeuwen (1997) destaca que os atores sociais podem ser representados como seres humanos ou não, por personalização e impersonalização. A personalização, por seu turno, ocorre por referenciação genérica ou específica na representação dos atores sociais. Na generalização, os participantes são integrantes de entidades generalizadas e designam ações habituais ou universais. Na especificação, a classificação cria um mundo específico como concepção da realidade, efetivando-se por meio de um numerativo que aparece tanto como individualização quanto como assimilação (figura 38).

Figura 38: Processos de inclusão de atores sociais



Fonte: elaborado pela autora.

A personalização pode realizar-se por meio da indeterminação dos atores sociais, categoria na qual os sujeitos são representados como indivíduos anônimos e não especificados, tornando a sua identidade irrelevante; e da determinação, ou seja, identidade dos agentes é especificada. Na determinação, os indivíduos podem ser nomeados em termos de uma identidade única (formal, informal ou semiformal) ou categorizados quanto a funções partilhadas. Constituem-se tipos fundamentais de categorização dos atores sociais: a) funcionalização: referência em termos de uma atividade, ocupação ou função; e b) identificação: referência em relação ao que são. A identificação pode ser subdividida em: classificação (classes de pessoas); relacional (relação pessoal entre si); física (características físicas); e c) avaliação (no sentido de qualificar ou desqualificar os indivíduos).

Outra subcategoria da determinação é a sobredeterminação, que ocorre quando os atores sociais aparecem participando de práticas sociais simultâneas. A

sobredeterminação manifesta-se por: a) inversão (práticas sociais que se opõe); b) simbolização (o ficcional representa o real); c) conotação (traços estabelecidos pela tradição cultural); e d) destilação (qualidades periféricas generalizadas).

Quando a referência aos atores sociais realiza-se por meio de substantivos cujo significado não inclui características semânticas humanas, ocorre a impersonalização. A impersonalização apresenta-se por abstração, se a representação dos atores sociais for atribuída a uma qualidade; e por objetificação, se a referência aos atores sociais estabelecer uma relação metonímica: ao local a que os atores sociais estão associados (espacialização); por meio de referência dos seus enunciados (autonomização do enunciado); por meio do instrumento com o qual os atores sociais exercem suas atividades (instrumentalização); e por somatização, quando os atores sociais são representados por referência a uma parte do seu corpo.

Diante do exposto, considera-se que as subjetividades particulares dos produtores e os receptores das mais variadas formas de textos são resultantes de estruturas e processos sociais nos quais estão localizados, por isso a compreensão desses aspectos e a de suas representações são fundamentais para a problematização teórica da ADC.

Corroborando com os postulados da ADC no que se refere a representações sociais, pontuo na seção 3.2 (Teoria das Representações Sociais) alguns aspectos da Teoria das Representações Sociais (MOSCOVICI, 2007) que respaldam as análises deste estudo.

### **3.2 Teoria das Representações Sociais**

A Teoria das Representações Sociais (TRS), preconizada por Moscovici (2007), é uma linha interdisciplinar de estudos da Psicologia Social, que trata da produção de saberes sociais com enfoque nos fenômenos psicológicos do ponto de vista da vida social e cultural. Centra-se na análise da construção e transformação do conhecimento social e considera as representações como algo compartilhado pelos diferentes grupos sociais por meio da comunicação.

A teoria preconizada por Moscovici (2007, p. 46) congrega aspectos cognitivos, sociais e discursivos e contribui para a compreensão de um amplo espectro de fenômenos sociais. Consequentemente, as representações sociais

correspondem a uma maneira específica de compreender e comunicar, tendo como objetivo abstrair sentido do mundo e introduzir nele ordem e percepções que o reproduzam de forma significativa.

Sobre este tema, Guareschi e Jovchelovitch (1994) pontuam que a TRS objetiva identificar, de maneira concreta, as representações dentro das quais se elaboram os saberes populares e o senso comum como um protótipo dos fenômenos sociais em geral e como um sistema coerente de signos. A teoria recupera um sujeito que, através de sua atividade, constrói tanto o mundo como a si próprio com base em uma construção de significação simbólica que, por sua vez, é simultaneamente um ato de conhecimento e um ato afetivo.

Essa acepção carrega a marca da tensão entre o individual e o coletivo, apresenta uma relação fundamental entre o todo e suas partes, entre o universal e o particular, entre a unidade e a totalidade, além de possuir implicações ideológicas e políticas. Os autores pontuam que as representações sociais encontram sua base na realidade social e materializam-se na comunicação de sorte que

[...] sua produção se encontra nas instituições, nas ruas, nos meios de comunicação de massa, nos canais informais, nos atos de resistência e em uma série infindável de lugares sociais. É quando as pessoas se encontram para falar, argumentar, discutir o cotidiano, ou quando elas estão expostas às instituições, aos meios de comunicação, aos mitos e à herança histórico-cultural de suas sociedades, que as representações sociais são formadas. (JOVCHELOVITCH; GUARESCHI, 1994, p. 20).

Em suma, a teoria proposta por Moscovici (2007) tenta entender os conceitos construídos diante de uma prática social, a partir das representações discursivas. Desse modo, os significados das representações são resultados de processos sociais e provém da interação entre os produtores e os receptores dos textos, sujeitando-se a relações de significado que podem ser reguladas por padrões sociais e de poder. Nas palavras de Jovchelovitch e Guareschi (1994, p. 23), esse poder se estabelece pela manipulação de significados, imagens, valores e crenças por meio das representações sociais que são construções simbólicas inseridas em uma estrutura social na qual alguns grupos têm acesso privilegiado à imposição dessas construções. F. Silva (2009, p. 102) refere-se às relações entre as representações sociais e a ADC como estruturadas com base em um “[...] ponto comum que é a convergência na cognição social como fonte estruturadora do

conhecimento de um grupo”. Isto é, são compreendidas pelo escopo de um conhecimento social internalizado que processa a informação social e “[...] constrói formas de saber individual e coletivo que circulam socialmente como interações sociais” (SILVA, F. 2009, p. 103). Nesse ponto, percebe-se a intersecção entre os postulados da TRS e da ADC, posto que a linguagem e a posição social do sujeito são elementos comuns às duas áreas de conhecimento. Além disso, ambas as teorias atentam para questões de desigualdade e mudança social.

Outro fator que merece destaque são os modos de articulação simbólica nos quais os sujeitos sociais “[...] lutam para dar sentido ao mundo, entendê-lo e nele encontrar seu lugar por meio de uma identidade social” (JOVCHELOVITCH; GUARESCHI, 1994, p. 65). Portanto, explorar os significados que a vida social assume nas suas representações é revelar o espaço da ação e do discurso nos quais as pessoas podem falar e agir.

Não há dúvida de que a teoria das representações sociais se constrói sobre uma teoria de símbolos que, em tese, são “[...] pedaços da realidade social mobilizados pela atividade criadora de sujeitos sociais para dar sentido e forma às circunstâncias nas quais eles se encontram” (JOVCHELOVITCH; GUARESCHI, 1994, p. 78). Ou seja, nas palavras de Moscovici (2007, p. 25), “[...] a teoria das representações sociais fornece o referencial interpretativo tanto para tornar as representações visíveis, como para torná-las inteligíveis como formas de prática social”.

Nesse mesmo nexos, van Leeuwen (1997) admite que as representações podem rearranjar os papéis e as relações sociais entre os participantes. Essa perspectiva aponta os atores sociais como agentes de um processo que “[...] ao mesmo tempo desafia e reproduz, repete e supera, que é formado, mas que também forma a vida social” (JOVCHELOVITCH; GUARESCHI, 1994, p. 82).

Fica claro, portanto, que os processos que engendram as representações sociais estão imersos na comunicação e nas práticas sociais, por isso dialogam com as acepções da ADC na medida em que põem em foco as estruturas sociais nas expressões do discurso, dos rituais, dos padrões de trabalho e produção, da arte e da cultura. Nesse sentido, Chouliaraki e Fairclough (1999), Fairclough (2003), van Leeuwen (1997), Jovchelovitch e Guareschi (1994) e Moscovici (2007) concordam que uma análise das representações sociais envolve a linguagem da vida real,



portanto constitui uma análise discursiva na busca por sentidos e significados para a realidade social.

Moscovici (2007, p. 35-38) alude que as representações convencionalizam os objetos, as pessoas ou os acontecimentos que encontram como um modelo de determinado tipo partilhado por um grupo de pessoas. Para esse entendimento, por meio da linguagem, da representação e da cultura, cada experiência é somada a uma realidade predeterminada por convenções que nos possibilitam conhecer o que representa o quê e coloca cada pessoa em uma categoria distinta. Além disso, as representações são prescritivas no sentido de que incutem uma forma de pensar como um conceito de tradição, ou seja, elas são impostas e transmitidas como sistemas de classificação, imagem, como descrições formuladas no decurso do tempo e das gerações.

Nesse contexto, algumas representações atuam em determinado sentido, exercendo coerção social e transformando-se elas próprias em fatos sociais. São concepções de mundo que, em geral, são elaboradas pelos grupos dominantes, mas que perpassam toda a sociedade como representações sociais de um senso comum. Essa concepção atua na vida cotidiana como um tecido de significados instituídos pelas formas como os grupos sociais vivem, pensam e agem em determinado contexto social. Assim, as relações de dominação seriam as materializações das ideias dominantes colocadas como universais, isto é, hegemônicas. Jovchelovitch e Guareschi (1994, p.109) alertam para o fato de que

[...] algumas representações sociais são concepções de classes dominantes e projetam o futuro em termos de reprodução da dominação. Cada grupo social faz da visão abrangente uma representação particular, de acordo com sua posição no conjunto da sociedade.

O foco na análise das representações sociais justifica-se pela necessidade de recuperar criticamente esse senso comum e refletir sobre o modo como a hegemonia conceitualiza determinados atores sociais e como estes últimos se posicionam através de modos de interação social e discursiva que direcionam consensos, conformismo ou resistência. Afinal, a representação e o comportamento coletivo são um só lado da mesma moeda, visto que

[...] a realidade vivida é também representada e através dela os atores sociais se movem, constroem sua vida e explicam-na mediante seu estoque de conhecimentos. Nesse sentido, a visão de mundo dos diferentes grupos expressa as contradições e conflitos presentes nas condições em que foram engendradas. (JOVCHELOVITCH; GUARESCHI, 1994, p. 109)

Nesse contexto, a análise de um conjunto de recursos linguísticos que compõe discursos articulados por um ideal permitirá compreender como a seleção desses traços linguísticos contribui para disseminar os modos de representação dos saberes, das atitudes, das crenças, das atividades e das ideologias dos atores sociais como uma prática discursiva e social de um sistema simbólico de poder. Por esse viés, concebe-se que

[...] as Representações Sociais se manifestam em palavras, sentimentos e condutas e se institucionalizam, portanto, podem e devem ser analisadas a partir da compreensão das estruturas e dos comportamentos sociais. Sua mediação privilegiada porém, é a *linguagem*, tomada como forma de conhecimento e interação social. (JOVCHELOVITCH; GUARESCHI, 1994, p. 108, grifo dos autores).

As representações são expressões de sujeitos sociais sobre conceitos e posições socialmente valorizadas, logo, precisam ser entendidas a partir do contexto em que são produzidas e a partir de sua funcionalidade nas interações sociais do cotidiano. São elaborações de um senso comum, afinal

[...] o sistema coletivo de entendimento, justificação e racionalização que o grupo desenvolve sobre suas práticas define a perspectiva dentro da qual os membros do grupo podem alcançar um entendimento de sua situação social e de sua identidade (JOVCHELOVITCH; GUARESCHI, 1994, p. 169).

A respeito do senso comum, Moscovici (2007) versa que as condições sociais em que um grupo vive delimitam o espaço de experiência de seus membros. Isso quer dizer que o comportamento social obedece a modelos culturais interiorizados, ainda que de forma conflitante. Isto é, “[...] existe um comportamento adequado para cada circunstância, uma fórmula linguística para cada confrontação, [...] a informação apropriada para um contexto determinado” (MOSCOVICI, 2007, p. 52). Esses comportamentos são mediados por aquilo que Bourdieu (2007, p. 61) chamou de *habitus*. Nos termos do autor, *habitus* é um conhecimento prático, adquirido, uma disposição incorporada, quase postural. Trata-se do entendimento

que informa sobre a ação social de um grupo, tendo-se em conta o limite de suas informações e seus valores. Ou seja, a estrutura social determina, em grande parte, o que e como os membros de um grupo pensam e mesmo que

[...] indivíduos pertencentes ao mesmo grupo social possam ser bastante diferentes em termos de suas personalidades, eles se aproximam um dos outros no que diz respeito à estrutura básica de sua experiência social comum, de seu pensamento e de sua ação. Eles são similares com respeito ao *habitus* que incorporam, bem como com respeito aos padrões de linguagem e racionalização que compartilham, isto é, com respeito às suas representações sociais. (JOVCHELOVITCH; GUARESCHI, 1994, p. 173).

Os sistemas de classificação e de estruturas mentais ajustadas às estruturas sociais e às relações objetivas entre as posições ocupadas pelos agentes determinam a forma das interações e de uma identidade para o gênero de um campo específico de maneira que as formas de representação exprimem a lógica interna do sistema. A este decurso Bourdieu (2007, p. 72) acrescentou a noção de campo, que tem em vista explicar que

[...] as lutas que têm lugar no campo intelectual têm o poder simbólico como coisa em jogo, quer dizer, o que nela está em jogo é o poder sobre um uso particular de uma categoria particular de sinais e, deste modo, sobre a visão e o sentido do mundo natural e social.

Quando as representações sociais são focalizadas na condição de campos socialmente estruturados, levam à conceituação de ideologia como visão de mundo. Se as ideologias são representações, elas podem ser postas em ação nas encenações sociais e inculcadas nas identidades dos agentes sociais. As ideologias podem ser associadas com discursos (como representações), com gêneros (como encenações) e com estilos (como inculcações). Essa lógica está em acordo com o que pensam Fairclough (2001, 2003), Giddens (2001) e Moscovici (2007, p. 62) no que se refere aos efeitos materiais dos textos, às ordens de discurso hegemônicas, aos estilos de vida. Essas práticas sociais possibilitam representações hegemônicas tendo em vista que, para o nexos de um sistema simbólico, todas as coisas devem ter um valor positivo ou negativo.

As formas como as pessoas e os grupos sociais são representados no discurso acompanham a lógica da linguagem como ação, pois apontam um sistema de crenças e valores e de relações entre grupos estabelecidas nas práticas sociais.

Cabe ao pesquisador mapear o discurso a partir das dimensões internas (categorias analíticas) da representação e dos temas emergentes; analisar a variedade de ideias e imagens presentes em uma única dimensão de representação social; desmistificar a possível neutralidade do processo de representação; desvendar como essas representações atuam como mediadoras nas relações de dominação e exploração socioeconômica. Esse empenho permitirá trazer à luz o poder dos processos de significação e do conjunto de relações de determinado recorte no tempo e no espaço. Tais propósitos coadunam-se claramente com a perspectiva de análise da ADC.

À vista disso, e de acordo com Moscovici (2007, p. 54), a representação é uma forma de estabelecer relações entre categorias e rótulos de classificação, nomeação e comparação com um protótipo previamente definido e generalizado. O autor afirma que o propósito de todas as representações é transformar algo não familiar em familiar. Assim, o que era primeiramente alarmante, ofensivo e paradoxal torna-se comum e normal. Portanto, se uma representação social surgiu porque um grupo social a elaborou coletivamente, então isso explica o fato de que esses indivíduos exibem essa representação.

Esse enfoque corresponderia a uma perspectiva na qual as condições sociais de representação classificam e decidem se há semelhança com um protótipo de modo que o não familiar deve ser transposto ao universo do consenso, do senso comum, da prática legitimada. Esse encadeamento cria uma estabilidade de imagens da realidade e permite ao sujeito localizar-se entre os demais mediante um senso de identidade social em contextos de pluralidade cultural. Isso é o que Moscovici (2007, p. 60-61) chama de ancoragem e objetivação.

Contudo, como produção cultural de uma comunidade, as representações culturais também podem ter como objetivo promover a resistência contra conceitos e classificações que ameassem a identidade dos atores sociais envolvidos. Jovchelovitch e Guareschi (1994, p. 252) assinalam a resistência como um fator de “[...] criatividade e diversidade que multiplica as imagens de um objeto à medida em que ele se funde em vários contextos”.

Diante do exposto, nesta pesquisa, é pertinente considerar a abordagem das representações sociais proposta por Moscovici (2007 p. 65), pois ele analisa a construção e reconstrução das representações sociais enquanto elas passam de um grupo social a outro como característica coextensiva a todos os membros de

determinada categoria, particularizando-a ou generalizando-a. As diversas formas de representação refletem a organização social de crenças e valores e os padrões de relações sociais estabelecidos entre grupos. Essas relações materializam-se nos textos, nos discursos e nas ações. Portanto, são considerações relevantes para entender como os atores sociais são representados nas letras de *funk* ostentação. Sejam quais forem as representações internalizadas, elas estão sempre entrelaçadas aos processos de construção de identidade. Nessa conformidade,

[...] ao serem internalizadas, as representações passam a expressar a relação do sujeito com o mundo que ele conhece e, ao mesmo tempo, elas o situam nesse mundo. É essa dupla operação de definir o mundo e localizar um lugar nele que fornece às representações o seu valor simbólico. (JOVCHELOVITCH; GUARESCHI, 1994, p. 267).

Esse valor simbólico atribuído às representações aparece no *funk* ostentação, em grande medida, mediado pelos valores da ordem de discurso mercadológica que tem como objeto principal a satisfação dos desejos de um cidadão consumidor moldado pelo discurso hegemônico capitalista. Tratarei mais especificamente sobre este tema na seção 3.3 Teoria Social Crítica e Teoria Sociocultural do Consumo.

### **3.3 Teoria Social Crítica e Teoria Sociocultural do Consumo**

Aparentemente, o consumo é algo inerente à natureza humana, inseparável da sobrevivência biológica e sem limites temporais ou históricos. O fenômeno do consumo tem raízes tão antigas quanto os seres vivos e, em um processo de continuidade, acompanha a dinâmica das mudanças sociais. Nesse curso, as transformações no modo humano de ser e de estar no mundo abrem espaço para a era dos excedentes e da estocagem. Esse momento determina um ponto de ruptura entre o consumo para a sobrevivência e o consumo para a satisfação dos desejos.

Nesse sentido, Bauman (2008, p. 41) diferencia os conceitos de consumo e consumismo, apresentando o consumo como “[...] uma característica e uma ocupação dos seres humanos como indivíduos” e o consumismo como “[...] um atributo da sociedade”. O autor expõe o consumismo como uma estratégia que associa a felicidade a um volume de desejos sempre crescente que, por sua vez, implica o consumo.

Por outro lado, Garcia Canclini (2015, p. 60), sob o viés de uma linha sociocultural de interpretação do consumo, sugere um conceito mais global no qual “[...] o consumo é o conjunto de processos socioculturais em que se realizam a apropriação e os usos de produtos” incluídos em processos de comunicação e recepção de bens simbólicos. Canclini (2015, p. 62) ressalta que no consumo se manifesta também uma racionalidade sociopolítica interativa, pois, na concepção do autor, “[...] consumir é participar de um cenário de disputas por aquilo que a sociedade produz e pelos modos de usá-lo”. Assim, para além de ser compreendido em sua racionalidade econômica como um momento de produção e reprodução social em que se realiza a expansão do capital e se reproduz a força de trabalho, o consumo é uma prática social de interação, inclusão e exclusão.

Neste estudo, adoto o termo “consumo” como uma prática sociopolítica de controle e homogeneização de gostos e gastos, considerando que o consumo é uma prática social que assume o ponto de vista dos negócios do mercado. A disputa em relação à apropriação dos meios de distinção simbólica por meio de significados ideológicos é experimentada nas relações sociais.

Esses meios de distinção simbólica são mediados pelas inovações de tecnologias e de moda que intervêm nos processos de homogeneização e disseminam um discurso hegemônico cultural. Tal perspectiva acolhe o conceito de consumismo aventado por Bauman (2008) e o conceito de consumo proposto por Canclini (2015), além de sugerir a observação do consumo como lugar de diferenciação e distinção cultural entre grupos hegemônicos e subalternos a partir de aspectos simbólicos e estéticos da prática social em questão. Implica, também, uma concepção de mercado como o lugar de interações sociais complexas no qual

[...] o consumo é visto não como a mera posse individual de objetos isolados mas como a apropriação coletiva, em relações de solidariedade e distinção com outros, de bens que proporcionam satisfações biológicas e simbólicas, que servem para enviar e receber mensagens. (CANCLINI, 2015, p. 71).

Dessa forma, com ajuda da imaginação, da inventividade cultural e da manipulação, as atividades de consumo têm oferecido uma variedade de fatores determinantes do estilo, da qualidade de vida e dos padrões das relações sociais. Conduzido por essa dinâmica e influenciado pela capacidade de experimentar

emoções e desejos, o consumo passou a sustentar a organização do convívio humano, ou seja, a estrutura social.

Como instrumento de compreensão dessa configuração social demarcada pela aquisição e acumulação de bens, lanço mão da TSC, que considera essa prática social como fenômeno que extrapola o aspecto da racionalidade econômica para situá-lo em um espaço de reflexão e reelaboração do sentido social. Esse entendimento admite que o consumo agrega novo significado para as questões de pertencimento, instituindo formas de comunicação e sociabilidade como parâmetro de configuração das identidades contemporâneas.

A visão sociocultural do consumo, pensada por Garcia Canclini (2015), apresenta o consumo como área fundamental para instaurar e comunicar as diferenças. Ele afirma que possuir determinado produto distingue o seu possuidor, de modo que quem não pode possuí-lo conhece o seu significado sociocultural. O teórico argumenta ainda que as identidades configuram-se por meio da compra, dependendo daquilo que se possui ou daquilo que se pode possuir, de modo que “[...] no consumo se constrói parte da racionalidade integrativa e comunicativa de uma sociedade” (CANCLINI, 2015, p. 63). Assim, atribuir aos bens de consumo “[...] funções na comunicação com os outros, são os recursos para se pensar o próprio corpo, a instável ordem social e as interações incertas com os demais” (CANCLINI, 2015, p. 65). Em suma, o consumo é “[...] um processo em que os desejos se transformam em demandas e em atos socialmente regulados” (CANCLINI, 2015, p. 65), por isso serve também para pensar as estruturas sociais e os discursos hegemônicos que permeiam as práticas sociais.

A TSC propõe que o reordenamento das diferenças e desigualdades nos movimentos globalizadores é indissociável das tendências hegemônicas de urbanização e industrialização da cultura. Essas tendências concretizam-se por meio da produção, da circulação e do consumo de tecnologia e cultura dentro de um sistema mundial de intercâmbios que interpela o cidadão como consumidor.

Nessa mesma linha de pensamento, Debord (2015), em sua Teoria da Sociedade Espetacular, alude que a unificação do mundo em um bloco único da mesma organização consensual do mercado é decorrente de uma fusão econômico-política que o transformou economicamente e que garante a sua manutenção por meio do espetáculo. Entenda-se por espetáculo, segundo a própria explicação do autor, “[...] uma relação social entre pessoas, mediada por imagens” (DEBORD,

2015, p. 14). Debord (2015) considera o espetáculo como uma da sociedade e como instrumento de unificação social, como resultado e projeto do modo de produção existente.

Para deslindar o conceito de espetáculo, o autor o define como domínio da mídia um serviço público de comunicação que, sob a égide da tecnologia e do profissionalismo, e de forma altamente harmoniosa, comunica e comenta ordens e decisões já tomadas. Para o filósofo, o espetáculo é “[...] ao mesmo tempo o resultado e o projeto do meio de produção existente [...] constitui o modelo atual da vida dominante na sociedade” (DEBORD, 2015, p. 15).

Até aqui, as perspectivas apontadas pelas teorias sociais indicam a influência de mudanças econômicas, tecnológicas e culturais e sugerem a mudança da ênfase sobre as identidades tradicionais para uma política de reconhecimento na qual as identidades se formam a partir dos modelos propostos pelos meios de comunicação de massa.

No que se refere à transitoriedade das identidades conectadas ao processo cultural simbólico do consumo como meio de produção e de circulação de produtos e estilos de vida e de identificação, Bauman (2008, p. 13) propõe que, para obter o reconhecimento e a aprovação exigidos no jogo da sociabilidade em uma sociedade de consumidores, as pessoas são encorajadas a promover-se e vender-se a si mesmas como mercadorias. Nessa concatenação, o autor considera que as pessoas são, portanto, aliciadas, estimuladas, forçadas a promover-se como mercadoria atraente e desejável, são simultaneamente o produto e os vendedores, já que habitam o mesmo espaço social conhecido como mercado. Dessa forma, a motivação para o consumo é o desejo de sair da invisibilidade e da imaterialidade, destacando-se nos grupos sociais, pois, “[...] para entrar na sociedade de consumidores e receber um visto de residência permanente, homens e mulheres devem atender às condições de elegibilidade definidas pelos padrões do mercado” (BAUMAN, 2008 p. 82).

Nesse cenário, as relações humanas estariam sendo reduzidas a uma vinculação meramente financeira que projeta uma mercadoria desejável e desejada como um sonho de realização pessoal, como quesito para a inclusão social e o sucesso, dividindo o mundo entre as mercadorias a serem escolhidas e aqueles que podem escolhê-las. Essas mercadorias são instrumentos simbólicos úteis e indispensáveis para demarcar alguns aspectos da realidade social e deixar na



sombra (ou silenciar) outros que não são considerados tão importantes. Trata-se de um contexto e um arranjo social resultante da

[...] reciclagem de vontades, desejos e anseios humanos rotineiros, permanentes e, por assim dizer, 'neutros quanto ao regime', transformando-os *na principal força propulsora e operativa* da sociedade, uma força que coordena a reprodução sistêmica, a integração e a estratificação sociais, além da formação de indivíduos humanos, desempenhando ao mesmo tempo um papel importante nos processos de autoidentificação individual e de grupo, assim como na seleção e execução de políticas de vida individuais. (BAUMAN, 2008, p. 41, grifo do autor).

Considero que uma das consequências da reprodução sistêmica de uma sociedade de consumidores é a fixação de modelos, padrões e parâmetros específicos, bem como de estratégias de manipulação de escolhas e condutas individuais. Esses padrões e estratégias trabalham para padronização e rotinização comportamental. Assim, para além da posse e acumulação de mercadorias, a motivação primordial do consumo ostensivo baseia-se na exibição pública do luxo e do excedente e na demonstração das facilidades e prazeres que o acesso a esses produtos pode propiciar. Dessa forma, o valor dos produtos exibidos aumenta proporcionalmente os lucros e prazeres dessa exibição e a felicidade precisa ser paga. O valor mais característico de uma sociedade ancorada no consumismo é uma vida feliz e, para garantir esse valor supremo, o consumo adquire o *status* de caminho de redenção. Contudo, contraditoriamente,

[...] uma economia orientada para o consumo promove ativamente a deslealdade, solapa a confiança e aprofunda o sentimento de insegurança, tornando-se ela própria uma fonte do medo que promete curar ou dispersar – o medo que satura a vida líquido-moderna e é a causa principal da vida líquido-moderna de infelicidade. (BAUMAN, 2008, p. 63).

Como resultado dessa construção social de padrões e modelos de comportamento que interpelam os indivíduos basicamente na condição de consumidores, os papéis sociais estabelecidos pela prática social do consumo encorajam e reforçam a escolha de um estilo de vida consumista, rejeitando todas as opções culturais alternativas.

No que se refere ao termo estilo de vida, Giddens (2002, p. 13) afirma que foi adotado pelo discurso midiático como forma de promoção do consumo e que “[...]”

refere-se apenas aos projetos dos grupos ou classes mais prósperos. Os pobres seriam quase completamente excluídos da possibilidade de escolher estilos de vida”. Os pobres, pessoas de recursos escassos, seriam consumidores falhos e, por isso, desnecessários para a sociedade de consumidores. Afinal,

[...] numa sociedade que avalia seu sucesso ou fracasso pelas estatísticas do PIB (ou seja, a soma total de dinheiro que troca de mãos nas transações de compra e venda), esses consumidores deficientes são descartados por serem perigosos. (BAUMAN, 2008, p. 88).

Ou seja, indivíduos com baixo potencial de consumo são perigosos porque não sustentam a reprodução do sistema.

Essa forma de vincular a cidadania a certos padrões comportamentais pela adoção de modelos específicos é um modelo de doutrinação ideológica que pretende conduzir os indivíduos a “[...] *desejarem realizar* o que é *necessário* para capacitar o sistema a se auto-reproduzir” (BAUMAN, 2008, p. 90, grifo do autor). Esse método de manipulação comportamental necessário para sustentar o sistema de dominação estabelece, como ordem social, um processo civilizador vinculado à “[...] liberdade de escolha individual (incluindo a escolha da auto-identidade) resultante da indeterminação sem precedentes da colocação social” (BAUMAN, 2008, p. 90).

Assim, segundo as teorias sociais citadas, o exercício da cidadania tem seu principal modo de participação social organizado por meio de um protótipo de aquisição de bens materiais, se considerarmos que a noção política de cidadania inclui “[...] direitos de habitação, saúde, educação e apropriação de outros bens em processo de consumo” (CANCLINI, 2015, p. 14). Nesse sentido, pensar o consumo como um espaço “[...] no qual se organiza grande parte da racionalidade econômica, sociopolítica e psicológica nas sociedades” (CANCLINI, 2015, p. 14) significa considerar que o verdadeiro detentor de poder soberano em um modelo de sociedade de consumidores é o mercado de bens de consumo. Nesta realidade, consumir passa a vigorar como um exercício de liberdade, um ato de autoafirmação no qual “[...] submeter-se às demandas rigorosas de ‘princípio da realidade’ se traduz em cumprir o compromisso de buscar o prazer e a felicidade” (BAUMAN, 2008, p. 97).

A concepção de uma sociedade de consumidores ancora a cidadania na capacidade de consumo do indivíduo, favorecendo um senso comum de que o sucesso e a emancipação das responsabilidades do indivíduo estão na liberdade de escolha que, por sua vez, mantém-se sob a coerção do mercado de bens de consumo. Entretanto, as opções de escolha, estritamente limitadas, já foram pré-selecionadas, pré-certificadas e prescritas pela sedução, pelo policiamento do comportamento, pela publicidade e pela incitação de desejos e necessidades definidas pela lógica mercadológica.

A lógica dos mercados de consumo concretiza a necessidade de ter um eu adequado a ser exibido publicamente, ao mesmo tempo em que engendra a insatisfação com a identidade adquirida e o conjunto de necessidades pelo qual se define essa identidade. Bauman (2008, p. 142) versa que, nesse contexto, o conceito de identidade diz respeito a um projeto composto por tarefas implicadas no esforço de tornar uma seleção de escolhas individuais publicamente reconhecíveis na busca por uma autodefinição que leva a uma transformação do eu em mercadoria. Nesse sentido, “[...] mudar de identidade, descartar o passado e procurar novos começos, lutando para renascer – tudo isso é estimulado por essa cultura como um *dever* disfarçado de privilégio” (BAUMAN, 2008, p. 128, grifo do autor). Assim, os símbolos de identidades exibidos em público são todos fornecidos pelo mercado com seus devidos certificados de identidade incluída e dotada de habilidades básicas de consumo.

A meu ver, trata-se de um processo no qual a identidade na sociedade contemporânea é transformada em mercadoria, já que são identidades que desenvolvem redes de pertencimento entrelaçadas pelo consumo de produtos. A identidade passa a ser concebida como

[...] o foco de um repertório fragmentado de minipapéis mais do que como o núcleo de uma hipotética interioridade contida e definida pela família, pelo bairro, pela cidade, pela nação ou por qualquer desses enquadramentos em declínio. (CANCLINI, 2015, p. 49).

Nota-se que a estratégia do mercado de bens de consumo constrói narrativas dominantes que aspiram à dominação no âmbito da construção de identidades como fonte inesgotável de capital. São identidades que “[...] configuram-se no consumo, dependem daquilo que se possui, ou daquilo que se pode chegar a possuir”

(CANCLINI, 2015, p. 30). Esse enredo reforça os interesses econômicos e a vantagem competitiva na luta pela obtenção de lucros financeiros. São narrativas que colocam as atividades de consumo em um patamar de modelo-padrão das práticas sociais da sociedade contemporânea. Para o sucesso dessa estratégia, o mercado de bens de consumo conta com o apoio *sine qua non* das instituições de comunicação de massa que bombardeiam os cidadãos com necessidades criadas, articuladas por mercadorias que evocam uma representação de aceitação, inclusão e sucesso. Isto é, identidades organizam-se em torno dos padrões de consumo propostos pela comunicação de massa e do exercício da cidadania desloca-se em direção às práticas de consumo para o desfrute de um estilo de vida. Nesse sentido, Bauman (2008, p. 160) pondera que:

[...] para garantir os padrões de normalidade, ser reconhecido como um membro pleno, correto e adequado da sociedade, é preciso reagir pronta e eficientemente às tentações do mercado de consumo, contribuir com regularidade para a “demanda que esvazia a oferta”, enquanto em tempos de reviravolta ou estagnação econômica se deve ser parte da “recuperação conduzida pelo consumidor”.

Essa racionalidade do consumo excessivo parte da hipótese de que

[...] quando selecionamos os bens e nos apropriamos deles, definimos o que consideramos publicamente valioso, bem como os modos de nos integrarmos e nos distinguirmos na sociedade, de combinarmos o pragmático e o apazível. (CANCLINI, 2015, p. 35).

A racionalidade do consumo refere-se a um sistema simbólico que leva à crença de que consumir e possuir objetos específicos é sinal de sucesso e que a prática de determinados estilos de vida conduz à felicidade e ao reconhecimento. Portanto, estar fora do padrão estabelecido pelo mercado de bens de consumo é desconfortável, vergonhoso, induz à desesperança e significa fracasso perante os valores da sociedade moderna.

O diálogo entre as proposições dos autores permite-nos considerar que o consumo eleva o comprador de símbolos que, por seu turno, agregam um valor de mercado ao comprador, majorando-o a uma posição social soberana. Esta vinculação dá às mercadorias o *status* de símbolos constituintes de identidades construídas com base na aparência. Nesse sentido, tanto Bauman (2008) quanto Canclini (2015) apontam o consumo como atividade que delimita a cidadania dos

grupos sociais e, como consequência, a soberania do consumidor. Esse processo denota que, quanto maior for a potência de consumo de um indivíduo, maior será a sua relação com valores, como racionalidade, autonomia, autodefinição e autoafirmação. Sendo assim, na sociedade contemporânea, as atividades de consumo devem ser ao mesmo tempo uma vocação, um direito e um dever que não conhece exceção cuja rejeição pode ser punida sob a pena de exclusão social. Dessa forma, “[...] ‘consumir’, portanto, significa investir na afiliação social de si próprio” (BAUMAN, 2008, p. 75), ou melhor, se o indivíduo quiser ter a capacidade de alcançar ou manter determinada posição social, desempenhar suas obrigações sociais, usufruir seus direitos, assim como serem vistos e reconhecidos como membros autênticos da sociedade, homens e mulheres deverão responder com prontidão aos apelos de consumo do mercado bem como fazer de si mesmos mercadorias vendáveis. Em resumo, “[...] o consumo é um investimento em tudo que serve para o ‘valor social’ e a autoestima do indivíduo” (BAUMAN, 2008, p. 76).

De acordo com Chouliaraki e Fairclough (1999, p. 131), as relações discursivas podem ser consideradas como esteticamente focadas no novo capitalismo, haja vista a estetização da vida cotidiana ligada aos estilos de vida. A tendência implícita no conceito de estilo de vida é a de que os consumidores vivam a sua vida como um objeto estético de *design* e se possam definir a si mesmos e aos outros em termos dos objetos que possuem.

Com referência à temática da cultura do consumo, Lury (2015) discorre que o novo capitalismo envolve a esteticização e estilização da vida cotidiana. A autora afirma que o consumo está intimamente ligado a práticas estéticas para a construção de identidades. Além disso, os sujeitos são diferentemente posicionados de acordo com as diversas possibilidades de acesso aos bens de consumo com base na classe, no gênero, na raça, na idade ou na geração. De acordo com a autora, na cultura do consumo, os valores, as normas e os significados são produzidos nas práticas de consumo, ou seja, é adquirindo, utilizando e ostentando bens que o indivíduo se posiciona da vida social. A proposta inclui a noção de que o consumo é um fenômeno cultural e econômico arranjado em um contexto no qual o acesso às posses materiais carrega significados e pode ser analisado como recurso de comunicação de necessidades, desejos, gostos e estilos. Assim, o ato de possuir é uma atividade que reflete a experiência dos indivíduos e seus conceitos sobre si mesmos e sobre o mundo, de forma que a capacidade performativa dos objetos

expressa certos aspectos da identidade dos indivíduos e de uma identidade social situada em um sistema simbólico de trocas. Essa relação simbólica localiza-se entre o *status* econômico, a posse e a desigualdade de acesso aos bens e aos seus significados para acessar a liberdade, ou em correlação com Canclini (2015), a cidadania.

Segundo Lury (2011), uma das consequências do processo simbólico e performativo dos bens de consumo é a classificação de categorias sociais para as quais há um consenso que não só acessa e controla os significados culturais, mas adota estratégias para certificar-se de que serão amplamente aceitos. O aspecto consensual do controle cultural de significados está, como sabemos, relacionado a questões de poder e desigualdade social. A autora destaca que, para além do ciclo de produção e distribuição, o ponto focal da cultura do consumo está no momento de uso das posses e nas suas representações simbólicas. Lury (2011, p. 18) pontua que roupas e adereços também comunicam propriedades inerentes às categorias culturais e servem como base para discriminação por meio de uma comunicação mediada pelos objetos. Para a autora, os objetos contribuem para a organização das relações sociais no que se refere à sua função (fazer), à criação subjetiva de identidades sociais (ter e ser), ao espaço (o espaço pode ser transformado por objetos e pode restringir valores e significados do objeto), tempo (relação entre passado, novo e aquilo que é moda) e estilo (processo de comparação entre objetos). Essas cinco propriedades dos objetos contribuem para integrar a esfera individual à ordem normativa e mediar as relações sociais.

Cabe ressaltar que, na cultura do consumo, não basta apenas consumir, é preciso abastecer também a linguagem do modo de produção reinante por meio da ostentação desse consumo, de forma que a materialidade do consumo é invadida pela contemplação do espetáculo. “[...] Essa alienação recíproca é a essência e a base da sociedade existente” (DEBORD, 2015, p. 15). O espetáculo garantido pela ostentação do consumo é a afirmação da vida social organizada como uma diversidade de fenômenos de simples aparência nos quais as posses materiais são símbolos de qualidades pessoais atreladas aos seus interesses. Assim, como indispensável adorno dos bens de consumo, e como “[...] setor econômico avançado que molda diretamente uma multidão crescente de imagens-objetos, o espetáculo é a principal produção da sociedade atual” (DEBORD, 2015, p. 17).

Observa-se, portanto, uma evidente dominação da vida econômica sobre a vida social e uma gradação do ser para o ter, na qual a vida social está totalmente tomada pelas orientações do mercado e da economia que manipulam e subordinam os agentes sociais. Como o mercado e a economia também aparecem regulados pela dominação da mídia, a lógica reinante é: “[...] ‘o que aparece é bom, o que é bom aparece’” (DEBORD, 2015, p. 17). Isso leva a um deslizamento do ter para o parecer de modo que “[...] toda realidade individual tornou-se social, diretamente dependente da força social, moldada por ela” (DEBORD, 2015, p. 18).

A exposição acima me leva a crer que a vida concreta e a individualidade tornaram-se matéria de especulação do mercado, transformando o mundo real em imagens hipnóticas e protótipos que criam necessidades artificiais relacionadas a determinadas mercadorias. O espetáculo concerne ao discurso ininterrupto de representação da sociedade hierárquica, em uma época em que a aparência esconde o seu caráter de relação entre homens e entre classes. Sobre o aspecto espetacular da sociedade contemporânea, Guy Debord (2015, p. 21) aponta que:

[...] se o espetáculo, tomado sob o aspecto restrito dos “meios de comunicação de massa” que são sua manifestação superficial esmagadora, dá a impressão de invadir a sociedade como simples instrumentação, tal instrumentação nada tem de neutra: ela convém ao automovimento total da sociedade. Se as necessidades sociais da época na qual se desenvolvem essas técnicas só podem encontrar satisfação com sua mediação [...] é porque essa “comunicação” é essencialmente unilateral; sua concentração equivale a acumular nas mãos da administração do sistema os meios que lhe permitem prosseguir nessa precisa administração.

Diante do exposto, o espetáculo enquanto dominação da mídia, como sugere Debord (2015), seria um produto da hegemonia de classe, que expressaria aquilo que é permitido que a sociedade saiba e faça, no entanto, não ultrapassa essa extensão, de modo que o quê é possível fazer continua oculto sobre as cortinas do espetáculo. Assim, a ostentação do consumo com o aval da mídia de massa promove o crescimento da produtividade, trabalhando para o desenvolvimento de um mercado cada vez mais ampliado que encontra na submissão dos atores sociais a dissolução do senso crítico e do senso de coletividade. Segundo o autor, o espetáculo é “[...] o capital em tal grau de acumulação que se torna imagem” (DEBORD, 2015, p. 24). Para isso,

[...] a alienação do espectador em favor do objeto contemplado (o que resulta da sua própria atividade inconsciente) se expressa assim: quanto mais ele contempla, menos vive; quanto mais aceita reconhecer-se nas imagens dominantes da necessidade, menos compreende sua própria existência e seu próprio desejo. Em relação ao homem que age, a exterioridade do espetáculo aparece no fato de seus próprios gestos já não serem seus, mas de um outro que os representa por ele.

Portanto, a imagem é a mercadoria cujo poder simbólico concretiza a alienação; e a ostentação é o momento em que essa mercadoria ocupa totalmente a vida social como base material desta e do domínio do dinheiro como forma de poder. O cidadão torna-se um consumidor de ilusões já que o resultado de todo o trabalho social submete a realidade à aparência, que é também seu produto. Esse círculo é o retrato da acumulação de capital. O problema aí é que nem todos os consumidores experimentam essa relação estética do mesmo modo, uma vez que isso é relativo a posições sociais específicas.

A imagem de um papel social possível, ou seja, a representação dos papéis sociais, existe para ilustrar tipos variados de estilos de vida e de compreensão da sociedade. Essa representação, por sua vez, aparece como “[...] um modelo de identificação” (DEBORD, 2015, p. 40) que renuncia à autonomia para identificar-se com uma lei geral de obediência. Guy Debord (2015, p. 40 - 41) esclarece que

[...] a verdade do consumo embora represente exteriormente diferentes tipos de personalidade, mostra cada um desses tipos como se tivesse igual acesso à totalidade do consumo, e também como capaz de encontrar a felicidade nesse consumo.

A felicidade que deve ser comprada não deixa às massas nenhuma margem significativa de escolha, pois a imagem imposta daquilo que é bom, daquilo com o que todos devem identificar-se replica a ideia de que a acumulação de bens é fruto de uma pseudonecessidade produzida pela sociedade e que provoca a falsificação da vida social e, por consequência, um conformismo com as práticas sociais existentes.

O discurso hegemônico capitalista sustenta a ideologia consumista através da propagação da ilusão legitimada pela imagem, pela representação. Assim,

[...] a materialização da ideologia provocada pelo êxito concreto da produção econômica autonomizada, na forma do espetáculo, praticamente confunde com a realidade social uma ideologia que



conseguiu recortar todo o real de acordo com seus modelo. (DEBORD, 2015, p. 137).

Ou seja, a ideologia se encontra legitimada na sociedade moderna pela ditadura da ilusão, na qual “[...] o espetáculo é a ideologia por excelência, porque expõe e manifesta em sua plenitude a essência de todo sistema ideológico: o empobrecimento, a sujeição e a negação da vida real” (DEBORD, 2015, p. 138).

Com base na ponderação desenvolvida pelos autores citados, a análise crítica das letras de *funk* ostentação pretende evidenciar os sistemas simbólicos de representação do consumo como estilo de vida que instauram e promovem a inclusão ou a exclusão social e suas possíveis consequências para as identidades dos jovens que assumem esse discurso do consumo como projeto de vida. Essa compreensão considera que “[...] a cultura é a esfera geral do conhecimento e das representações do vivido” (DEBORD, 2015, p. 119).

Nessa conjuntura, a temática das letras de *funk* ostentação enfatiza o desejo e o prazer como formas de demandar autonomia, direitos e justiça. Narra um espetáculo que leva os ouvintes a assimilar uma retórica de embate e a pensar sobre o consumo como alternativa para a subversão das diferenças. A esteticização da vida cotidiana, consoante Chouliaraki e Fairclough (1999, p. 131), sugere que as práticas discursivas das pessoas são parcialmente esteticamente motivadas pelas escolhas dos estilos de vida.

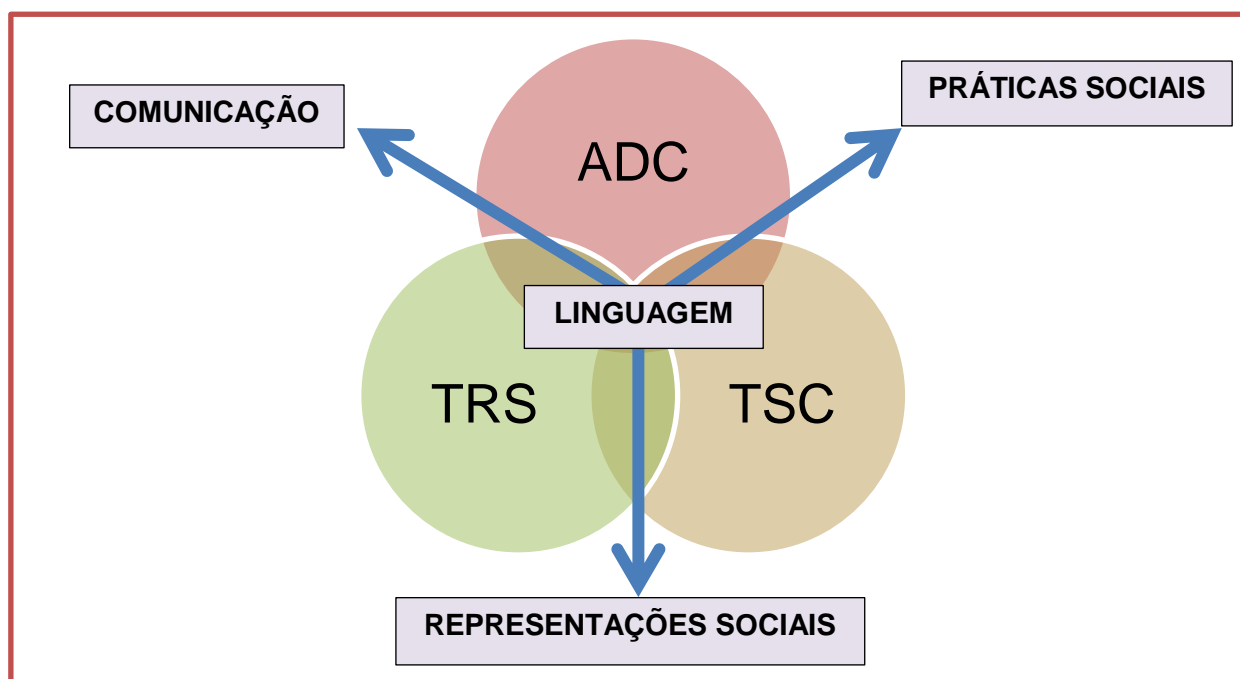
Percebe-se claramente que os processos que delineiam os preceitos da TSC estão ancorados na comunicação e nas práticas sociais e dialogam com as acepções da ADC e da TRS, pois emergem das estruturas sociais como práticas sociais e discursos. A TSC fornece um referencial interpretativo tanto para compreender a construção das representações discursivas sobre o consumo quanto para torná-las transparentes enquanto formas de práticas sociais.

A triangulação das teorias supracitadas está explicitada na próxima seção.

### **3.4 Triangulação teórica**

As três teorias citadas, ADC, TRS e TSC, são consoantes com pesquisas críticas e têm como ponto de intersecção a linguagem, a comunicação e a representação social como parâmetro de configuração de identidades, ilustrada na figura 39.

Figura 39: Triangulação teórica



Fonte: elaborado pela autora.

ADC, TRS e TSC são teorias que colaboram para a compreensão do estabelecimento de um senso comum como construto social que trafega através das instituições sociais e materializa-se nas práticas sociais por meio das mais diversificadas estratégias de comunicação de massa. Referem-se a princípios que, embora nomeados de forma diferenciada, são comuns, tangenciam-se e fundamentam-se na linguagem cotidiana como discurso dominante, isto é, hegemônico, que serve para classificar, particularizar, generalizar, distanciar, aproximar, incluir ou excluir.

O diálogo entre a ADC, a TRS, a TSC e a TSE possibilitará analisar a interação entre os propósitos estrategicamente organizados nos discursos midiáticos que envolvem criação, produção e distribuição de signos e significados, atribuindo valoração a bens simbólicos que incorporam práticas socioculturais e estruturam as identidades dos jovens das camadas populares por meio da prática social do consumo.

Na sequência, o Capítulo 4 apresenta os resultados encontrados por meio de análises textualmente orientadas das letras de *funk* ostentação.

## **CAPÍTULO 4** **“TÁ PATRÃO”**

---

A expressão “tá patrão” é uma gíria característica do *funk*, usada para qualificar uma pessoa que está em boa situação financeira, acompanhado de belas mulheres, em lugares interessantes e confortáveis, usufruindo de carros luxuosos, roupas e acessórios caros. É com base nessa definição que, após situar a pesquisa teórica e metodologicamente, apresento as análises desenvolvidas em torno do *corpus* selecionado.

### **4 ANÁLISES LINGUÍSTICO-DISCURSIVAS**

A abordagem dialético-relacional de Fairclough (2001) prevê a indissociabilidade entre linguagem e sociedade. Nessa perspectiva, as letras do *funk* ostentação podem ser consideradas como parte de práticas sociais com orientações econômicas, políticas, culturais e ideológicas.

#### **4.1 O arranjo de significados**

Diante da compreensão das letras de *funk* ostentação como prática social que se materializa na linguagem, torna-se necessário, neste ponto, retomar as questões de pesquisa elencadas como norteadoras do estudo. São elas:

Como é representado o ideal de sucesso nas letras do *funk* ostentação?

Como o discurso de consumo e a representação do ideal de sucesso influenciam as formas de ação e interação social dos(as) jovens funkeiros(as) na elaboração de suas identidades sociais?

Como os recursos linguísticos e as representações de um estilo de vida pautado por padrões de consumo carregam ideologias de inclusão e exclusão social?

Cabe ressaltar que a natureza dos textos que compõem o *corpus* compreende o gênero discursivo letra de *funk* ostentação. De acordo com Chouliaraki e Fairclough (1999), gêneros constituem momentos de ordens de discurso e, portanto, de práticas sociais que sistematizam maneiras particulares de representar essas práticas e de influenciar modos de identificação.

Assumo que as letras de *funk* ostentação desenvolvem uma sequência de base narrativa que caracteriza uma forma de comunicação na qual os produtores do texto revelam uma postura de estetização da vida cotidiana. Nesses textos, o potencial para realizações linguísticas e de múltiplos significados para suas relações sociais é definido pelo conteúdo da ostentação, pela prática do consumo e pela composição textual encadeada por gírias características do estilo que identifica os(as) funkeiros(as).

Nesse entendimento, as categorias analíticas apontam os recursos linguístico-discursivos empregados nos textos a fim de destacar a representação de um ideal de sucesso e as formas de identificação dos(as) funkeiros(as) com esse ideal, bem como o posicionamento e a estratégia de enfrentamento que esses textos implicam como ação.

Ao analisar os textos, os elementos linguísticos trazem marcas das crenças, dos valores e dos desejos implícitos nas redes de práticas sociais. Sendo assim, com Fairclough (2003) e Chouliaraki e Fairclough (1999), proponho a reflexão sobre o arranjo de significados do discurso do *funk* ostentação na seguinte composição:

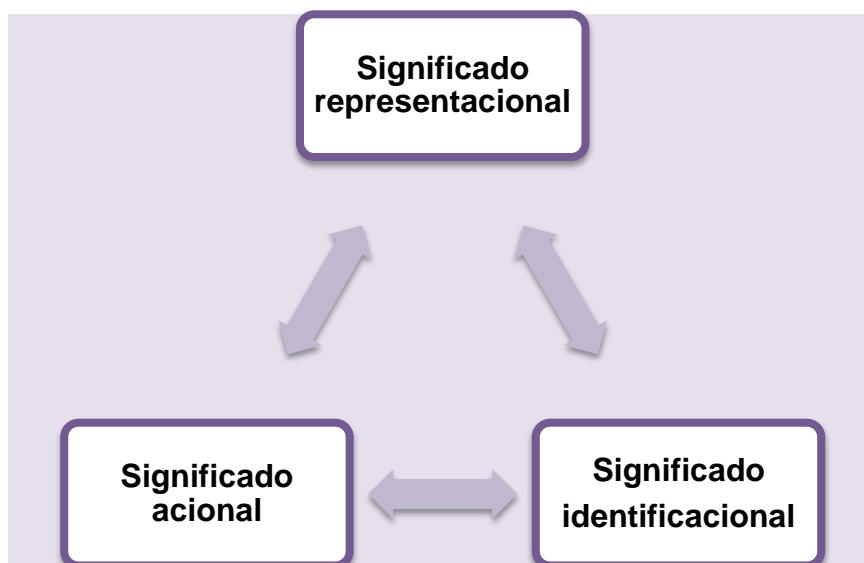
a) quanto aos significados representacionais, destacar-se-á a representação dos atores sociais por processos de *inclusão* por meio de *nomeação*, *coletivização*, *categorização*, *classificação* e *identificação* como forma de (re)produzir discursos cujas perspectivas de mundo ligam-se a campos e a projetos sociais específicos;

b) quanto aos significados acionais/interacionais, os atores sociais são identificados em termos das posições que ocupam nas práticas sociais e nas redes sociodiscursivas de gêneros, discursos e estilos; e

c) quanto às categorias identificacionais, observar-se-á a linguagem utilizada de forma peculiar para expressar processos de identificação de um grupo particular de atores sociais.

Tal planejamento está em harmonia com Fairclough (2003) na medida em que representações particulares (discursos) podem desempenhar, de modo particular, ações e relações (gêneros) e apontar modos de identificação (estilos). Esse processo está apresentado na figura 40.

Figura 40: Relação dos significados no discurso



Fonte: elaborado pela autora.

Esclareço que, como critério de avaliação de pesquisas de abordagem qualitativa, todos os textos que compõem o *corpus* de estudo foram anexados ao final desta dissertação. Neste capítulo, serão inseridos, ao longo da análise textual, excertos que considero relevantes e representativos das demais ocorrências.

A fim de sistematizar melhor a análise, o *corpus* foi dividido em dois grupos. O Grupo 1 constitui-se de letras compostas por MCs homens e o Grupo 2 por letras compostas por MCs mulheres em razão dos diferentes papéis e formas de representação social dos atores sociais referenciados nos textos. Os textos que compõem os grupos de análise são referenciados da seguinte maneira: G1 ou G2 para os grupos de textos correspondentes seguidos da inicial T e do número respectivamente correlato aos textos em questão. Por exemplo: G1/ T1, G2/ T1 e assim por diante. A descrição dos textos que compõem o *corpus* de análise encontra-se no Capítulo 2 e os textos completos estão dispostos nos anexos desta dissertação.

No que tange à seleção de textos para a composição do *corpus*, Fairclough (2001, p. 29) afirma que a

[...] seleção de textos prévios que são articulados em uma dada instância (um evento discursivo particular) e a maneira como são articulados dependem de como o evento discursivo se situa em

relação às hegemonias e às lutas hegemônicas existentes ou, ao contrário, toma-as como dadas.

Tomando como ponto de partida o inventário de textos descrito no Capítulo 2, passo agora às análises dos textos com base nos aspectos semióticos das práticas sociais (discurso, gênero e estilo), a partir das categorias analíticas que engendram o quadro teórico anteriormente proposto.

## **4.2 Significados do discurso**

Os processos de representação são ligados a processos sociais implicados com as diferenças na sociedade de modo que “[...] do ponto de vista das representações sociais elas são vistas como formas de conhecimento produzidas e sustentadas por grupos sociais específicos, numa determinada conjuntura histórica” (MOSCOVICI, 2007, p. 20). Assim, as representações sociais emergem como uma forma em que o sujeito (indivíduo ou grupo) adquire uma capacidade de definição. Ou seja, uma identidade para expressar um valor simbólico com base em um sistema de valores, ideias e práticas, que tem a função de orientar e controlar o mundo social e de possibilitar a comunicação.

Fairclough (2003) alude que os modos de representação que decorrem de uma lista de recursos linguísticos realizam discursos que lexicalizam o mundo de modos particulares por meio de escolhas lexicais e gramaticais que incluem, ou excluem, afetam ou beneficiam, nomeiam ou classificam, especificam ou generalizam. Nesse sentido, Van Leeuwen (1997) detalha outras formas de representação e aponta que os atores sociais produzem representações distintas de acordo com as posições sociais que ocupam dentro de suas práticas, isto é, as representações adentram e modelam os processos e as práticas sociais.

Considerando o que foi exposto acima e as diferentes formas de representação de gênero em textos de comunicação de massa, as análises dos significados do discurso nos textos que compõe o material de pesquisa foram divididas em dois tópicos: a) “É nós que manda”, para letras compostas por MCs homens e b) “Mulher do poder”, para letras compostas por MCs mulheres.

#### 4.2.1 “É nós que manda”

O trecho que intitula esta seção é uma gíria popular entre os(as) funkeiros(as) que, entre outros significados, posiciona seus interlocutores de forma ativa e empoderada na medida em que remete a uma noção de grupo que assume uma posição particular de afirmação de sua identidade.

A expressão foi selecionada para encabeçar esta análise porque é representativa das escolhas sociossemânticas que ajudam a elucidar a questão **Como é representado o ideal de sucesso nas letras do funk ostentação?** Para tanto, apresento a análise das representações sociais que compõem o conjunto de textos do Grupo 1 e no tópico 4.2.1, intitulado “Mulher do poder”, as análises das representações sociais que compõem o conjunto de textos do Grupo 2.

De acordo com Fairclough (2001, p. 105), um dos focos de análise do discurso recai sobre “[...] lexicalizações alternativas e sua significância política e ideológica, [...] como parte de lutas sociais e políticas”. É com essa perspectiva que proponho a análise do quadro de representação dos atores sociais no *funk ostentação*.

O quadro de representação que dá ancoragem à narrativa de autoidentidade e de sucesso dos funkeiros ocorre por *inclusão* e emerge de processos sociais implicados com as diferenças sociais. Neste processo de representação, os funkeiros aparecem representados em termos de sua identidade única, *nomeados de maneira informal*, ou seja, por apelidos que, em geral, foram escolhidos por eles como forma de suporte identitário em um contexto de pertencimento no qual seus nomes e suas identidades falam pelo seu papel, pela sua característica pessoal, pela sua especialidade e pela sua expectativa de sucesso. Como apresentam os excertos a seguir:

(1) *Se um é pouco  
Dois é bom  
Três é demais!  
MC Guimê, Kondzilla  
DJ Bala na batida  
Vai segurando (G1/ T6)*

(2) *MC Gui solta a voz fazendo as gatinhas mexer (G1/ T7)*

(3) *No palco tem um moleque feio  
Com o bolso cheio de dinheiro*

*Chamado de Leno Maycon  
Conhecido como MC Nego (G1/ T9)*

Assim, entende-se que a questão da *autonomeação* está vinculada a escolhas identitárias no âmbito da participação social desses funkeiros. Nos estudos de Moscovici (2007, p. 66), a *nomeação* particulariza uma escolha que reflete um desejo de tornar o ator social reproduzido familiar, libertando-o do anonimato para incluí-lo na matriz de identidade. Logo, os atores sociais nomeados tornam-se personalidades reconhecidamente agentes de transformação nas suas próprias histórias e nas suas formas de sociabilidade.

No que diz respeito à *posição dos atores sociais*, os produtores do texto estabelecem um *vínculo ativo* com seus interlocutores, pois ocupam um lugar em que podem, querem e gostam de contar a própria história, ou seja, ocupam um lugar de sonhos, realizações e disputas. Dessa forma, pode-se inferir que, nos excertos 4, 5 abaixo, as representações ancoradas nas expressões “*portar o kit de nave do ano*”<sup>40</sup> e “*ter carro, moto e dinheiro*”, cujo significado é a posse carros de luxo, lançamentos automobilísticos do ano, remetem à possibilidade de posse desses símbolos socialmente valorizados como forma de realização pessoal, como nos exemplos:

(4) *Portando o kit de nave do ano*  
*Essa é a nossa condição (G1/ T6)*

(5) *Quando o bonde passa nas pistas  
geral tá ligado que é ruim de aturar  
É classe A, é classe A  
Nóis tem carro, tem moto, dinheiro  
Nóis faz as piranha gamar (G1/ T3)*

Nos excertos 6 e 7 a seguir, as expressões “*guerreiro tô na luta*” e “*tô firmão, de cabeça erguida*” mencionam uma posição social ativa cuja valoração positiva reporta à resistência diante das dificuldades da vida cotidiana. Vejamos nos exemplos:

(6) *Guerreiro tô na luta*  
*Vô na fé e assim que é (G1/ T5)*

---

<sup>40</sup> O termo *kit* é uma gíria característica do *funk* ostentação e faz referência ao vestuário e acessórios para ostentar, como: tênis, bermuda, camisa, boné, óculos escuros, carros, motos e joias de marcas socialmente valorizadas.



(7) *É nós que manda mandando, na rima sou chapa quente [...]*  
*Tô firmão, de cabeça erguida, cantando meu funk, sigo em frente (G1/ T1)*

Nessa mesma lógica de resistência, o excerto 8 faz alusão ao texto bíblico de Davi e Golias<sup>41</sup> que conta a história de um jovem pastor de ovelhas que se tornou rei após derrotar Golias, o guerreiro gigante, campeão de batalhas. A narrativa bíblica reforça a crença na capacidade do ser humano de superar os obstáculos. Assim, compreende-se que essa alusão traça um paralelo entre a narrativa da história de sucesso do produtor do texto e o personagem bíblico, ultrapassando toda a descrença que paira sobre a figura do funkeiro para situá-lo em uma posição de agente de transformação de sua própria história e de suas formas de sociabilidade. Vejamos no exemplo:

(8) *Você que desacreditou*  
*A vida é uma roda gigante*  
*Então me responde quem acreditava*  
*Que aquele menino vencia o gigante*  
*Símbora nós vamos adiante*  
*O mundo gira e o tempo não para*  
*De cordão de ouro, perfume importado*  
*Com as nave do ano de roda cromada (G1/ T7)*

Nos excertos 4, 5, 6, 7 e 8, os produtores dos textos renunciam ao anonimato, à invisibilidade, ao abandono e à lógica perversa da exclusão social para estampar toda a potência do que “eu também consigo fazer/ ter/ ser” e, dessa forma, eles subvertem a tensão entre percursos sociais desfavorecidos para ocupar ativamente um lugar de fala no qual os sonhos podem mudar a trajetória de suas vidas.

Considerando que “[...] as representações sociais podem redistribuir papéis e organizar as relações sociais entre os participantes” (VAN LEEUWEN, 1997, p. 186), é possível observar nos excertos acima que a posição de vínculo ativo dos atores sociais em destaque consiste em atrair atenção sobre suas figuras e conquistar espaços de visibilidade. A posse de objetos simbólicos do universo do consumo é a ação por meio da qual se pode firmar uma existência para além da invisibilidade e da negação a que estão submetidos cujo centro do significado é a própria ideia de

---

<sup>41</sup> A história de Davi e Golias é um texto bíblico constante do *Velho Testamento*, contada no primeiro livro de Samuel, capítulo 17.

fazer alguma coisa, mostrar-se ativo, afirmar uma presença que expresse a potência das iniciativas e a não aceitação do estado das coisas.

Nessa mesma linha de pensamento, Jovchelovicht e Guareschi (1997, p. 229) defendem que “[...] a resistência é um fator criativo que introduz e mantém heterogeneidade no mundo simbólico”. Dessa forma, nos excertos 9, 10, 11, a afronta às distinções e às hierarquias sociais materializa-se em uma busca permanente pela construção de uma representação positiva e de estilos próprios que compõem a identidade social dos funkeiros. Vejamos os excertos:

(9) *Tapa, tapa, tá patrão (G1/ T6)*

(10) *Nóis é pika de verdade<sup>42</sup> (G1/ T2)*

(11) *É classe A, é classe A (G1/ T3)*

No excerto 12, a menção ao ditado popular “*a voz do povo é a voz de Deus*” estabelece uma metáfora que reivindica uma posição de poder nas relações sociais que se desenham no texto. No trecho citado, a representação da voz dos funkeiros está para a voz de Deus como a simulação de uma relação de supremacia entre quem fala e quem escuta como uma referência a um lugar de fala que demanda posições de prestígio e poder. Logo, os produtores do texto apropriam-se do ditado popular como forma de legitimar a sua própria voz e atribuir a ela uma potência divina.

(12) *A voz do povo é a voz de Deus  
A voz de Deus é a nossa voz [...]  
*Cola com nóis, então chega, que aqui só tem sangue bom*<sup>43</sup> (G1/ T1)*

Destaca-se que o quadro de representação dos funkeiros estabelece-se por meio da identificação desses atores sociais, recorrendo à categoria de *coletivização* que, segundo van Leeuwen (1997, p. 196), denota determinado grupo de pessoas. Particularmente, nos textos estudados, os grupos de atores sociais são caracterizados por meio de um estilo de vida ou de um tipo específico de associação. A associação desse grupo específico de jovens recebe o nome de “bonde” e tem como objetivo proeminente partilhar vivências em torno do consumo e do estilo de vida, conforme se observa nos fragmentos a seguir:

<sup>42</sup> A expressão “*pika de verdade*” é uma gíria que remete ao conceito de competência.

<sup>43</sup> A expressão “*sangue bom*” é uma gíria associada aos atributos de confiança, camaradagem e amizade.

(13) *Mas não vale esquecer que somos vida loca*<sup>44</sup> (G1/ T6)

(14) *É o bonde dos malote fecha os camarote  
É os donos da night [...]  
O bonde é classe A, nós vem pra forgá  
Deixa nós passar* (G1/ T3)

(15) *Nosso bonde assim que vai  
É euro, dólar e nota de 100 [...]  
Nosso bonde é esse, sintonia e correria* (G1/ T5)

Percebe-se, pelos fragmentos 13, 14 e 15, que o “bonde” caracteriza-se por coletivização como uma organização ativa e seletiva que se configura em torno de objetos simbólicos que são ressignificados, articulando valores e relações sociais. Portanto, fazer parte de um bonde significa ter um código de reconhecimento e agir positivamente nas formas de sociabilidades em que estes jovens estão inseridos, pois, em certa medida, essa associação confere aos funkeiros lugar criativo e de destaque na comunidade de pertença. A condição de estar vinculado a um “bonde” significa participar de uma coletividade que propõe certa autonomia e inventividade para o cotidiano. Essa inventividade impulsionada pelo caráter e pela forma de comportamento coletivo confere aos produtores e receptores dos textos outros olhares sobre os funkeiros para que possam escrever outras histórias e questionar os cânones dos padrões dominantes.

Na *coletivização* construída pela menção ao “bonde”, não há a determinação de lideranças internas, sendo uma estrutura alicerçada na movimentação na vizinhança, no baile e nas atividades ligadas ao lazer, ao estilo de vida e ao padrão de consumo. O “bonde” distingue, de forma positiva, seus integrantes cujos critérios de inclusão no grupo estão intimamente ligados à estética da ostentação de produtos. Esses aspectos são marcadamente regidos pela lógica capitalista e fixam um espaço a partir do qual seus integrantes ganham visibilidade e representatividade, imprimindo uma marca de solidariedade, de proteção e de reconhecimento do grupo corroborando para um sentimento de força e poder. Compreende-se que “o bonde” organiza-se em torno de objetos simbólicos. Assim, a menção às marcas de roupas e de carros atribui características que são diferenciadores simbólicos dos integrantes do grupo.

---

<sup>44</sup> A expressão “vida loca” denota uma vida intensa e cheia de preocupações e obstáculos.

Por outro lado, o *funk* ostentação constitui outra forma de representação, ainda marcada pela ênfase na diferença, mas que modifica o padrão de caracterização dos jovens de classe média. Os jovens em questão são qualificados por meio da *classificação*, pois, segundo van Leeuwen (1997), são referenciados em termos da classe social. A identificação se expressa-se por meio de valorações negativas, como é demonstrado no exemplo a seguir:

(16) *E os zé povinho que olha de longe, diz: que absurdo  
Invejoso se pergunta: tão maluco o que que é isso (G1/ T2)*

O fragmento 16 mostra que as tensões e os conflitos sociais vivenciados por esses jovens também são reproduzidos por modelos que afirmam as diferenciações sociais. Concomitantemente, coloca no rol de discussões do *funk* ostentação o lugar que o funkeiro reivindica na sociedade, conforme se pode ler no seguinte excerto:

(17) *Sou patrão, não funcionário  
Meu estilo te incomoda (G1/ T10)*

Nessa mesma perspectiva, Moscovici (2007, p. 64) relata que “[...] em sua grande maioria, essas classificações são feitas comparando as pessoas com um protótipo geralmente aceito como representante de uma classe”. Sendo assim, ressalta-se que aqueles que não fazem parte do “bonde” não são retratados como inimigos a serem combatidos, mas *classificados* conforme a classe social e que pertencem e, por isso, apresentados como alguém em quem se espelhar, alguém cujas referências inspiram novas pautas de comportamentos e estilos de vida orientados por grupos diferentes aos quais pertencem, conforme o exemplo:

(18) *A picadilha<sup>45</sup> pode ser de boy  
Mas não vale esquecer que somos vida loca (G1/ T16)*

No excerto 18, a escolha lexical para representar os atores sociais permite inferir que a articulação entre o estilo de vida e a origem social desses jovens está delimitada pelas expressões “*boy*” e “*vida loca*”, o que nos remete à demanda dos funkeiros em relação à ocupação de novos lugares sociais.

Outro aspecto que chama a atenção nas letras de *funk* ostentação é o apontamento metafórico do binarismo centro/periferia por meio da referência a bairros elitizados do Rio de Janeiro e de São Paulo. Essa relação espacial aparece,

---

<sup>45</sup> O termo “picadilha” remete à aparência e ao estilo da pessoa.

nos textos, marcada pelas fronteiras simbólicas que delimitam os centros urbanos como lugares de prestígio e pelas periferias como lugares invisibilizados. Esse processo de diferenciação territorial tem motivação ideológica e deixa entrever certo consenso a respeito dos locais socialmente valorizados e daqueles marginalizados de forma que, nos textos estudados, não há menção aos bairros de periferia. Vejamos o excerto 19:

(19) *Quando subi no camarote, lá vo encontrar os irmão da zona sul*  
(G1/ T5)

Assim, dividir o camarote com o “irmão da zona sul” parece estabelecer uma nova relação dos funkeiros com o padrão social vigente. Esta posição de sujeito denota uma sensação de “sucesso” diante da realidade e do modo de vida que esses jovens desejam, além de sugerir a necessidade de se reequacionar as relações sociais. Logo, a estratégia de espelhamento faz com que o discurso sobre si se torne um discurso sobre os outros e sobre o mundo. É um modo de dizer que as relações sociais estão organizadas sobre padrões de exclusão e que o *funk* ostentação apresenta uma reação a essa condição dada. Esta é a maneira particular pela qual os funkeiros reclamam seu espaço no mundo e se posicionam contra as restrições sociais. A intenção é criar um espaço para si mesmos no qual as diferenças sociais estejam em negociação e que embasem as perspectivas de atuação e as possibilidades de construção de uma identidade comum entre os “vida loca” e os “boy”. Isto é, os funkeiros querem frequentar os lugares que os outros (“boy”) frequentam e consumir o que eles consomem. Essa relação espacial sugere que o ideal de sucesso significa, também, sair da periferia.

No que se refere à questão de gênero, o conjunto de textos que compõem o Grupo 1 retrata um ambiente nitidamente masculino, apresentando como protagonista um ator social heterossexual que exhibe sinais de riqueza e se empodera por possuir e ostentar objetos de luxo. A ostentação, por sua vez, parece ter por objetivo principal atrair e conquistar as mulheres. Como no exemplo 20:

(20) *Se só foder, de moto eu paro*  
*Eu vou até minha garagem*  
*Buscar meu Veloster, Sonata ou Camaro (G1/ T6)*

O texto sugere que a atratividade desses rapazes baseia-se no luxo que podem proporcionar a sua parceira, bem como o suposto interesse feminino sobre

as figuras masculinas que detêm os bens destacados no texto. Vejamos nos exemplos:

(21) As mais top vem do nosso lado  
Ficam surpresas, ganha mó moral (G1/ T6)

(22) Com nós é sem massagem, nois tem tudo que atrai as mulher  
Nois tem carro, tem moto, também tem dinheiro e tudo que elas quer  
(G1/ T3)

Em vista da lógica explicitada nos fragmentos 21 e 22, observa-se que as letras de *funk* ostentação compostas por homens mostram uma masculinidade cujo desejo de conquista das mulheres é viabilizado pela ostentação de objetos que os tornam admirados e poderosos.

Quanto à referência feita às mulheres nos textos que compõem o Grupo 1, predomina a representação por *identificação física*, pois os atributos físicos são ressaltados por meio de termos que constituem gírias usadas para destacar um padrão de beleza física das mulheres. Vejamos nos exemplos:

(23) As mais top vem do nosso lado (G1/ T6)

(24) Vem gata cola grande no peão de Kawasski (G1/ T3)

(25) Sente aí novinha  
O cheiro do negão  
Que vai como um tiro  
Na sua direção (G1/ T9)

(26) A novinha tá na minha mira, não vai escapar (G1/ T4)

Os excertos 23, 24, 25, e 26 salientam que o estereótipo de beleza feminina (mulheres magras, de pouca idade) e o padrão de consumo masculino constituem valores que organizam posturas e tangenciam escolhas, orientando relacionamentos. Essas narrativas reverberam discursos nos quais prevalecem as desigualdades nas relações entre homens e mulheres no contexto em que o texto é produzido, distribuído e consumido.

Observa-se, ainda, a menção feminina por *categorização* tendo em vista a identidade única definida por um atributo-padrão (VAN LEEUWEN, 1997, p. 201), conferida à classificação de “fiel” e de “amante”. Nesses casos, a representação da mulher faz-se pela diferença de *status* dentro do relacionamento, reproduzindo, por meio do léxico, os papéis de gênero mais tradicionais nos quais os rapazes se

posicionam como os “conquistadores/ dominadores” e as meninas como “seduzidas/dominadas”. Vejamos os exemplos:

(27) *Se a fiel tá atacando, nois leva as amante pra forga no baile (G1/ T3)*

(28) *Ih, nóis tem fiel, tem amante  
E a briga das duas é constante  
A fiel bate no peito diz que se garante  
Ih, o lema é se adiantar conta várias de cem  
Fazendo elas gamá (G1/ T4)*

Essa forma de inclusão prioriza a competição e a rivalidade típica do ambiente produzido pelo *funk* ostentação, seja por homens ou por mulheres, além de reproduzir uma lógica compulsória dos gêneros.

Outra representação feminina ocorre por processo de *avaliação*, pois são referidas em termos que as qualificam (VAN LEEUWEN, 1997, p. 206), evocando uma construção valorativa depreciativa da figura feminina, como no excerto 29:

(29) *Nois tem carro, tem moto, dinheiro  
Aqui nois faz as piranha gamar (G1/ T3)*

Esse quadro representativo das mulheres nas letras de *funk* ostentação implica uma perspectiva na qual os papéis de gênero são altamente marcados, reforçando estereótipos de dominação masculina e padrões assimétricos de poder que são culturalmente propagados e amplificados pela mídia. O léxico usado para representar as mulheres nos textos do Grupo 1 apresenta carga semântica ideologicamente estruturada no padrões de gênero tradicionais, como apresentado na figura 41.

Figura 41: Representação feminina nos discursos dos funkeiros



Fonte: elaborado pela autora.

A escolha lexical é ideológica e, no caso descrito acima, estrutura um discurso que reproduz uma ideologia machista. É claro que a questão da sexualidade nas letras de *funk* é bastante controversa e envolveria muitas outras considerações que estão fora do escopo desta pesquisa, entretanto “[...] existe a possibilidade não apenas de luta quanto a diferentes leituras dos textos, mas também de resistência às posições estabelecidas nos textos” (FAIRCLOUGH, 2001, p. 114), de sorte que esta é a dimensão presente nos discursos dos próprios funkeiros. Uma dimensão na qual os textos, as poses, os gestos, a postura do corpo são marcados por padrões de sexualidade que reforçam os papéis de gênero.

As análises desenvolvidas nesta seção revelaram que o quadro geral de representação dos atores sociais que compõem o conjunto de textos elaborados por homens (Grupo 1) no *funk* ostentação combina escolhas sociossemânticas de modo a construir uma narrativa de sucesso, superação e inclusão ou, ainda, a subversão de discursos estigmatizantes, embora eles também produzam discursos estigmatizantes. Intenciona construir um polo positivo de referências e autovalorização com vistas à visibilidade que lhes possa conferir uma (re)colocação no estrato social.



Embora a cor e a questão da territorialização (cultura de periferia, suburbana, ou da favela) não sejam eixos temáticos nas representações instituídas pelo *funk* ostentação, isso não significa que estejam ausentes das experiências cotidianas dos funkeiros, pois estas são questões pertinentes a uma herança social em que a violência contra as minorias etnicamente identificadas e excluídas se reproduz em territórios urbanos de marginalização, a saber: a periferia. O contexto socioeconômico em que o *funk* ostentação se materializa como *discurso de resistência* não pode ser observado isoladamente das questões raciais na sociedade brasileira, pois configura-se como uma das variáveis relativas às condições de vida e ao pertencimento racial. Nos textos em estudo, não há qualquer reivindicação de gênero ou de luta por direitos sexuais o que, a meu ver, reitera as desigualdades entre gêneros. Passo agora às análises das representações que compõe os textos do Grupo 2, letras de *funk* ostentação produzidas por mulheres.

#### **4.2.2 “Mulher do poder”**

De acordo com F. Silva e Rocha (no prelo), uma pesquisa realizada pela Fundação Getulio Vargas (FGV) apontou o contexto social do *funk* como predominantemente masculino. Nesta conjuntura, as mulheres figuram, em sua grande maioria, apenas como dançarinas e, em poucas situações, como MCs empresariadas por homens que, conforme Adriana Lopes (2011, p. 139), “muitas vezes são pessoas com quem elas têm algum grau de parentesco (irmãos ou maridos)”, o que significa dizer que os homens têm um grande poder de decisão sobre a forma e o conteúdo da produção textual das funkeiras. Esta condição explica o reduzido número de letras compostas por MCs mulheres em contraposição à quantidade de textos produzidos por MCs homens disponíveis para a composição do *corpus* desta pesquisa. A seleção, contudo, foi considerada representativa dos diferentes modos de representação nos dois segmentos.

Os discursos presentes nos textos do Grupo 2 também integram um quadro de representação em que a *nomeação* de maneira *informal* configura-se com base em características pessoais ou pela sua expectativa de sucesso. Vejamos os exemplos:

(30) *E quem tá comigo sabe*  
*Aonde eu chego eu dou um sacode*  
*Sou a MC Pocahontas, tamo junto, a firma é forte (G2/ T13)*

(31) *A minha Captiva eu uso só pra diversão*  
*Sou Britney MC no mundo da ostentação (G2/ T12)*

Jovchelovitch e Guareschi (1994, p. 20) assinalam que “[...] representações e símbolos tornam-se a própria substância sobre as quais ações são definidas e o poder é – ou não – exercido”. Com esse entendimento, atenta-se que os discursos presentes nos textos elaborados por MCs mulheres (Grupo 2) apresentam símbolos de consumo análogos àqueles que aparecem nas letras compostas por homens (Grupo 1) conforme observado nos seguintes excertos:

(32) *Ostentação, palavra que eu gosto de ouvir*  
*Se me quer do seu lado, tem que me fazer rir*  
*Vem me buscar de Hornet, R1, RR*  
*Me dá condição*  
*Deixe eu totalmente louca, chapadona de Chandon*  
*Gosto de gastar, isso não é novidade*  
*Hoje já torrei mais de 10 mil com minha vaidade*  
*É salão de beleza, roupa de marca, sandália de grife no pé*  
*Bolsa da Luis Vuitton, sonho de toda mulher (G2/ T13)*

(33) *Então joga a chave do Camaro no meu porte*  
*Tu tá ligado aqui a firma é forte*  
*Tenho dinheiro e sempre estou por cima*  
*Ouro em pó, pra mim é purpurina*  
*Esta noite eu vou brilhar*  
*Estoure um Chadon e vou comemorar*  
*No meu iate só artistas convidados*  
*Bebidas importadas, tá tudo liberado (G2/ T12)*

Entretanto, em oposição ao que se apresenta nos textos do Grupo 1, para as funkeiras, o foco do posicionamento ativo não está no acesso e na conquista de bens e de espaços para circular com esses bens, mas na possibilidade de se posicionarem ativamente no jogo da sedução. Isto é, o modo como elas expressam que terão acesso a esses bens é por meio da conquista de homens capazes de lhes oferecer os produtos e os serviços de luxo que desejam. Vejamos nos exemplos 34 e 35:

(34) *Se me quer do seu lado, tem que me fazer rir*  
*Vem me buscar de Hornet, R1, RR*  
*Me dá condição (G2/ T13)*

(35) *Então joga a chave do Camaro no meu porte (G2/ T12)*

Esse padrão de comportamento explícito nos fragmentos 34 e 35 não tem como cerne a mudança social, pois não implica o rompimento com os papéis de gênero tradicionais, mas, ao contrário, colabora para sua reprodução. Nos excertos acima, fica claro que a MC delega aos homens com quem se relaciona o subsídio de seu consumo, porém não se reconhece como sendo “seduzida/ dominada” por eles, mas como detentora do poder que consegue vantagens financeiras por meio de seus atributos físicos. Vejamos o excerto:

(36) *Gosto de ostentar e essa é a minha vida*  
*Mulher do poder, é assim que eu sou conhecida* (G2/ T13)

Essa classificação atribuída em função da detenção do poder é uma estratégia discursiva que parece intencional uma valoração positiva no posicionamento das funkeiras na medida em que evidencia uma sexualidade feminina que se opõe à passividade sexual, desafiando a autoridade e o poder masculino no jogo da sedução. Em consonância com Jovchelovitch e Guareschi (1997, p. 241), as representações sociais são recursos que influenciam “[...] o modo como pensamos e aquilo que fazemos, elas tornam-se também nossos limites”. Assim, essa reivindicação da sensualidade e da conquista não rompe com a imagem estereotipada da mulher que aparece também nos textos do Grupo 1, por isso não está ligada à inversão de significados hegemônicos no que tange à questão de gênero.

Em oposição ao que acontece nos textos do Grupo 1, a beleza masculina não é um atributo que parece ser levado em conta. O fator de maior valoração masculina é o seu potencial de consumo, de luxo que podem proporcionar às suas parceiras, da ostentação e dos lugares de lazer.

No tocante à formação de grupos e associações, não há menção de rivalidade entre mulheres como ocorre nos textos do Grupo 1. Além disso, permanece o padrão de classificação por estilo de vida, conforme o exemplo abaixo:

(37) *Bota o dedo pro alto, deixa os homens louco*  
*Esse é o bonde das minas que andam no ouro* (G2/ T13)

Cabe ressaltar que, nos textos compostos por MCs mulheres, há menor ocorrência de divergência da norma-padrão da língua portuguesa e que as formas de representação feminina ocorrem, em maior número, por meio de ações, em contrapartida à caracterização por atributos físicos, registrada nos textos do Grupo

1. Outra característica importante dos textos do Grupo 2 é que ocorre a *supressão* dos atores sociais masculinos, pois “[...] não há qualquer referência aos atores sociais em questão em qualquer parte do texto” (VAN LEUWEEN, 1997, p. 183).

Para representar a si mesmas, o léxico usado pelas produtoras dos textos do Grupo 2 apresenta carga semântica positiva, ideologicamente constituídas pelas diferenças balizadas pelo *status* conferido por meio da estética e do poder de sedução, conforme apresentado na figura 42.

Figura 42: Representação feminina nos discursos das funkeiras



Fonte: elaborado pela autora.

O quadro geral de representação dos atores sociais que compõem o conjunto de textos elaborados por mulheres (Grupo 2) no *funk* ostentação compatibiliza a narrativa de sucesso, superação e inclusão apresentada nos textos elaborados por homens (Grupo 1), bem como reforça o discurso machista que estabelece papéis de gênero. A figura 43 expõe a síntese das categorias de representação dos atores sociais, utilizadas pelos produtores dos textos para engendrar as posições sociais.

Figura 43: Quadro-síntese das representações



Fonte: elaborado pela autora.

Fairclough (2003, p. 129) aponta de que os discursos lexicalizam o mundo de maneiras particulares. Sobre esse aspecto, Moscovici (2007, p. 45) afirma que

... pessoas e grupos, longe de serem receptores passivos, pensam por si mesmo, produzem e comunicam incessantemente suas próprias e específicas representações e soluções às questões que eles mesmos colocam.

Considerando essa disposição, observa-se que os discursos e as escolhas lexicais que compõem o gênero discursivo em estudo sinalizam formas de resistência ideologicamente constituídas nas relações de exclusão historicamente construídas para esses atores sociais, ou ainda, como forma de subversão dos discursos estigmatizantes vinculados à violência e à criminalização, amplamente atribuídos aos(as) funkeiros(as).

Nesta seção, as categorias analíticas da representação dos atores sociais alvitadas por Fairclough (2001) e van Leeuwen (1997), em uníssono com Moscovici

(2007) e Jovchelovitch e Guareschi (1994), revelaram que o ideal de sucesso nas letras do *funk* ostentação é representado por léxico característico que intenciona construir um polo positivo de referências e autovalorização por meio de atividades e símbolos próprios, utilizando, entre outros elementos, os bens de mercado, na busca por uma resposta social diferenciada daquelas disponíveis para os(as) funkeiros(as). Dessa forma, ao ganhar visibilidade nos meios de comunicação de massa, o *funk* ostentação contribui para a transformação dos cenários de representação desse segmento da juventude brasileira que resiste à negatividade de suas representações pelo investimento na linguagem e na própria imagem. Contudo,

[...] sejam quais forem as representações internalizadas, elas estão entrelaçadas aos processos de construção de identidade, ainda que as consequências da identidade nem sempre sejam as mesmas. (JOVCHELOVICH; GUARESCHI, 1994, p. 266).

Assim, nas análises das representações no *funk* ostentação, destaca-se que essa potencialidade de resistência pode ou não ser canalizada para processos de mudança social.

Em suma, o ideal de sucesso é representado nas letras de *funk* ostentação por meio de escolhas sociossemânticas que constroem narrativas de sucesso, superação e inclusão social para os(as) jovens funkeiros(as). Este quadro representativo constitui um polo positivo de referências e de autovalorização para esses(as) jovens por meio de atividades e símbolos próprios.

Diante do que foi exposto e sob a hipótese de que “[...] a análise de um discurso particular como exemplo de prática discursiva focaliza os processos de produção, distribuição e consumo textual” (FAIRCLOUGH, 2001, p. 99), apresento na seção seguinte os recursos linguísticos utilizados pelos(as) funkeiros(as) para conceber novas conjunturas ideológicas.

### **4.3 Quanto aos significados do gênero**

No que se refere à produção e consumo textual, Fairclough (2001, p. 102) destaca que, ao analisar textos, as questões de forma (descritivas) e as questões de significado (interpretativas) devem ser sempre examinadas, tendo em vista que os signos são socialmente motivados. Assim, para responder à questão **Como o discurso de consumo e a representação do ideal de sucesso influenciam as**

**formas de ação e interação social dos(as) jovens funkeiros(as) na elaboração de suas identidades sociais?**, recorro aos trabalhos de Chouliaraki e Fairclough (1999) e Fairclough (2001, 2003) para empreender a análise do gênero discursivo letra de *funk* ostentação. Conforme salientado anteriormente, considero o gênero discursivo em análise como uma forma de ação e interação que propicia uma relação social particular entre os produtores e os receptores. Além disso, o *funk* ostentação revela uma postura de estetização da vida cotidiana cujo potencial para realizações linguísticas e de múltiplos significados para suas relações sociais é definida pelo conteúdo da ostentação, pela prática do consumo e pela composição textual encadeada por gírias características do estilo que identifica os(as) funkeiros(as).

Gêneros discursivos são, segundo Fairclough (2003, p. 216), uma forma de ação em seu aspecto discursivo, isto é, o modo pelo qual as pessoas participam ativamente no seio de uma prática social. O autor também define o gênero discursivo como um “conjunto de convenções relativamente estável que é associado com, e parcialmente representa, um tipo de atividade socialmente aprovada” (FAIRCLOUGH, 2001, p. 161). Nesse sentido, é no bojo da natureza social da linguagem e das particularidades dos discursos em relação ao lugar e à posição que os sujeitos ocupam no quadro da dinâmica social, política e econômica que os(as) funkeiros(as) dispõem de recursos linguísticos que caracterizam expressões próprias marcadas pelas gírias e por enunciações informais.

Chouliaraki e Fairclough (1999, p. 56) apontam que o gênero discursivo diz respeito a um tipo de uso da linguagem desempenhado em uma prática social particular. Essas formas de uso da linguagem e de enunciações conectadas com a dinâmica da vida levam a concatenações ideológicas que podem salientar o controle da situação como uma forma autônoma e não determinada de fazer as coisas. Isto é, a estrutura textual, as relações gramaticais e semânticas que se constroem por meio das expressões e/ou vocábulos selecionados e/ou criados dentro de um campo específico de códigos, delimitam “como faço”, “por que faço” e, conseqüentemente, “quem sou” e caracterizam as histórias e trajetórias desse grupo de funkeiros(as). Ou seja, Fairclough (2003) conceitua gênero fundamentando-se em pré-gêneros, subgêneros e gêneros situados (explicar). Considerando que o *funk* ostentação apresenta as histórias, os sonhos e os anseios dos produtores dos textos, trazendo-os para uma relação que incorpora um ponto de vista particular, entende-se como

pré-gênero a narração, pois o arranjo de eventos, em uma sequência, provê os atores sociais de ações que os transformam em personagens que constroem relações específicas. Essa dinâmica pode ser observada no fragmento abaixo:

*(38) Quando dá uma hora da manhã  
é que o bonde se prepara pra vibe  
Abotoa a polo listrada  
Dá um nó no cadarço, no tênis da Nike  
Joga o cabelo pra cima  
Ou põe boné que combina com a roupa*

No fragmento 38, a narração do ritual que antecede o baile é atravessada por subgêneros, como a descrição e o aconselhamento. O subgênero descrição participa da composição dos exemplos 39 e 40 abaixo:

*(39) De Abercrombie, de Christian ou Ed Hardy  
De anel, uma aeropostale, os cara vão pirar, babar. (G1/ T8)*

*(40) É salão de beleza, roupa de marca, sandália de grife no pé  
Bolsa Louis Vuitton, sonho de toda mulher (G2/ T 13)*

O subgênero aconselhamento constitui os fragmentos 41 e 42. Vejamos os exemplos:

*(41) A vida é uma escola  
estuda senão sofre com as consequências  
A humildade além de tudo,  
É a visão da sobrevivência  
O Lon que me disse isso  
e nós manda consciente (G1/ T1)*

*(42) Tu tem que ser transparente  
Nunca egoísta e invejoso  
Não ferir o coração  
E também não ser ganancioso*

Quanto ao subgênero aconselhamento, assinala-se, ainda, a evocação da intertextualidade do senso comum e do discurso religioso, como no excerto 43 abaixo:

*(43) A voz do povo é a voz de Deus  
A voz de Deus é a nossa voz [...]  
Porque o Senhor é o meu pastor  
E nada me faltará  
Coloca o Chandon na taça pra rapa toda (G1/ T1)*



Os pressupostos intertextualmente estabelecidos no fragmento 43 mostram que a ressonância da representação da “voz de Deus” é também a voz do produtor do texto, traduzindo uma crença e uma posição do senso comum que é igualmente a dos receptores dos textos. Ainda, no trecho destacado no fragmento 43, é possível notar a interdiscursividade com o discurso religioso utilizado, ao mesmo tempo, como meio de conformismo e de possibilidade de ascensão social, pois fica implícito que, além do mérito, é preciso algo mais, neste caso, a ação de algo sobrenatural, representado nas palavras “Deus” e “Senhor”. Dessa forma, a interdiscursividade entre o discurso religioso e o meritocrático implica que os pressupostos da fé exercem grande força no contexto de produção dos textos, fazendo parte indissociável da ideia de meritocracia que, conjuntamente com o discurso do consumo ostensivo, aponta para um modelo hegemônico espetacular de estilos de vida. Assim, os produtores do texto e os receptores são construídos em uma relação de solidariedade e de experiência comum e a cena instituída é a de superação e sucesso pessoal.

Fica claro que o *funk* ostentação revisita o contexto social desses jovens e os reposiciona em uma nova perspectiva, demandando uma historicidade na qual os atores sociais podem passar da condição de excluídos para a posição de agentes que promovem, por meio da linguagem, o próprio destino, fazendo com que novas experiências sejam consolidadas em torno de um novo impulso e de um novo centro de configuração, constituindo-se como um gênero situado dentro de práticas sociais particulares. Esta correlação está registrada na figura 44.

Figura 44: *Funk* ostentação: pré-gênero, subgênero, gênero situado



Fonte: elaborado pela autora.

Chouliaraki e Fairclough (1999, p. 23) relatam que toda produção de texto envolve pessoas específicas em relações particulares, utilizando recursos característicos que, como forma particular de linguagem, emergem de modo significativo para a problematização e a reflexão sobre as informações recebidas localizadas e experimentadas em um tempo presente. Logo, o gênero situado letra de *funk* ostentação constitui um fenômeno de resistência cuja asserção provém da obstinação em manter uma rede de significados que incomoda grupos que detém o poder, como a elite letrada. Vejamos nos exemplos abaixo:

(44) *Você vale o que tem*  
*E nóis veio te explicar [...]*  
*Nóis que tá na situação e a realidade é dita na rima*  
*Se você não tá sabendo, vem com nós*  
*Que nóis te explica,*  
*Vai criando, improvisando*  
*Quem canta o mal espanta*

*Vai rimando e inovando  
Tirando o nó da garganta (G1/ T1)*

*(45) Não ajudou o menino  
No farol pedindo esmola  
Hoje ele é profissional  
Jogador do seu time  
Moleque da ora [...] com 20 conto no bolso  
Só o almoço tu compra  
Mas com um milhão na conta  
É só MC Donald e comida pronta. (G1/ T11)*

Nos excertos 44 e 45 destacados, observa-se que o texto é estruturado sem muita preocupação com a norma-padrão da Língua Portuguesa, especificamente no tocante à concordância verbal e à concordância nominal.

Fairclough (2001, p. 233) defende que discursos diferentes dão destaque a diferentes sentidos pela concepção de configurações particulares cuja aceitação implica o estabelecimento de um modelo hegemônico de significado de palavras. Nesse sentido, a escolha por termos de baixo calão é recurso disponível no *funk* ostentação para a subversão das estruturas sociais normativas que, por diferenciados processos de exclusão, imprimiu aos(as) jovens funkeiros(as) uma marca estigmatizante fortemente associada à violência e ao crime (cf. Capítulo 1). Vejamos os exemplos:

*(46) quem nasceu pra ser cu, nunca vai ser pica  
É uma firma pobre, faço firma rica (G1/ T8))*

*(47) Cheroso pra caralho, to de Armani ou de Ferrari  
Quando subi no camarote  
Lá vô encontrar os irmão da zona sul (G1/ T5)*

Os fragmentos 46 e 47 mostram modos de elaboração e projeção discursiva de especificidades que surgem no bojo das narrativas do grupo de produtores dos textos em estudo. Esses textos estão ligados às experiências reais de seus produtores e receptores e, por isso, inseridos na disputa pela hegemonia. É por meio das gírias e de referências de duplo sentido que esses jovens expressam suas aspirações e demandas sociais e põem em xeque a fantasia da mobilidade social, disputando espaço no camarote com os jovens da classe média, o “irmão da zona sul” ou “na sua poltrona”, como nos excertos abaixo:

(48) *Só comenta e critica, fala mal da picadilha*  
*Não sabe que somos sonho de consumo da tua filha*  
*Então não se assuste não quando a notícia vier à tona*  
*Ou se trombar ela na sua casa*  
*Em cima do meu colo*  
*Na sua poltrona* (G1/ T2)

(49) *No meu iate só artistas convidados [...]*  
*Então, o meu jatinho eu uso a vontade* (G2/ T1)

Assim, as características que constituem o gênero discursivo letra de *funk* ostentação contribuem para apresentar uma crítica ao presente como uma possibilidade de um porvir desejado, lidando com os binarismos qualificado/desqualificado, incluído/excluído como projeção de uma ascensão social para expressar e resolver as contradições que se escondem no cerne da ideologia do consumo. O parâmetro do que se apresenta como possível é construído como o investimento de todos os desejos que orientam os investimentos no futuro. Vejamos o excerto 50:

(50) *Garoto propaganda, tô na televisão*  
*Jovem brasileiro*  
*Príncipe da ostentação*  
*Você que desacreditou*  
*A vida é uma roda gigante*  
*Então me responde*  
*Quem acreditava que aquele menino*  
*Vencia o gigante* (G1/ T7)

Fairclough (2001, p. 209) afirma que a ênfase nas dimensões do discurso e do texto tem implicações nas formas como as sociedades constroem identidades para seus membros, como exercem relações de poder, como estruturam sua dinâmica de funcionamento, reprodução e modificação. Com base nessa lógica, o *funk* ostentação projeta-se como meio de questionar as tensões sociais e desafiar o ideal de consumo planejado pelo novo capitalismo, delimitando, assim, o lugar do sucesso e do fracasso na sociedade contemporânea.

Consequentemente, participar de um mundo que está além das fronteiras simbólicas de cultura e de origem de classe social, por meio da posse e ostentação de bens do mercado cultural e, ao mesmo tempo, reafirmar os valores próprios do grupo subalterno, parece ser compreendido como atitude defensiva de espaço para definição de identidades sociais, para tentativas de reinvenção da ordem social e dos padrões de comportamento e, até, para a formulação de utopias no sentido de

projetar uma alteridade em relação ao que se vive. Os excertos a seguir mostram que os textos carregam consigo a promessa de um futuro redentor que está por vir.

(51) *Gosto de gastar isso não é novidade*  
*Hoje já torrei mais de 10 mil com a minha vaidade (G2/ T2)*

(52) *No meu iate só artistas convidados [...]*  
*Então, o meu jatinho eu uso a vontade*  
*Viajo o mundo inteiro em total privacidade (G2/ T1)*

(53) *quando eu passar de carro da moda, a mulher da hora*  
*Ai de vagabundo cobiçar (G1/ T8)*

(54) *Eu sou patrão, não funcionário*  
*Meu estilo te incomoda*  
*Só pego as melhores e ando sempre na moda*  
*Bacana, eu tiro é onda*  
*Vem no pique olha só*  
*A nossa fé em Deus é a riqueza maior (G1/T10)*

É na singularidade das expectativas e experiências particulares que os limites impostos pela diferença de poder aquisitivo aparecem como característica relevante. O discurso da desigualdade social não está marcado nos textos, mas se apresenta de forma implícita por meio dos tipos de discurso e de seus elementos constituintes, evocando o discurso do consumo ostensivo/desejo de consumo e da meritocracia. Assim, os textos reproduzem uma tentativa de hiperestilização que passa a ser concebida como uma marca indentitária. Essa hiperestilização é fortemente vinculada ao consumo de símbolos de poder como forma de resistência aos limites impostos por uma sociedade em que tanto os padrões estéticos quanto as condições/possibilidades de consumo atuam como forma de controle social. Na perspectiva da indissociabilidade entre a linguagem e a sociedade, esse controle social materializa-se nas redes de textos que ligam os processos cotidianos com as relações de mercado, nas ordens de discurso da mídia e do capitalismo neoliberal. Nesse universo, a hiperestilização, seja pela linguagem, seja pela estética, é encarada como uma conquista, pois quem não ostenta passa a ser considerado como desqualificado para o convívio social pela demonstração de incapacidade de consumo.

O *funk* ostentação marca presença e expressa o descontentamento dos(as) funkeiros(as) com os estereótipos que lhes são historicamente atribuídos ao incorporar, criar, ressignificar e reinventar os usos sociais da linguagem com vistas a

circunscrever uma possibilidade de futuro e uma vontade de interferir sobre ele. Considerando o que Chouliaraki e Fairclough (1999, p. 123) postulam, as práticas sociais são caracterizadas por uma tensão entre a criação e a subversão das diferenças por meio de equivalências. Dessa maneira, a linguagem característica do *funk* ostentação possibilita a construção de novos sentidos e apresenta-se cada vez menos passível de avaliações.

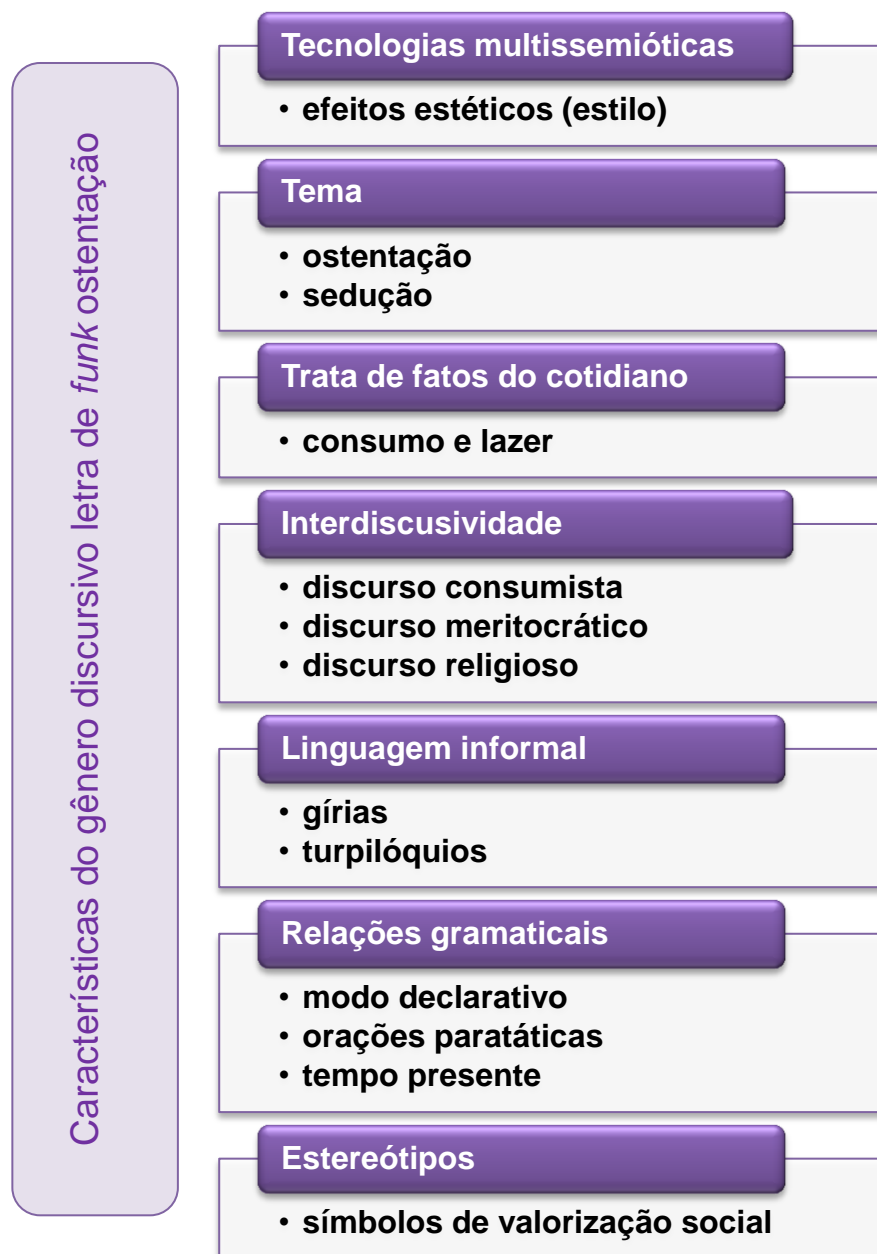
O *funk* ostentação disputa a possibilidade de entrar no circuito do consumo e da circulação de bens culturais por meio da linguagem que captura as práticas cotidianas que implicam para os(as) funkeiros(as) assumir e sustentar novos papéis e funções sociais nas comunidades de pertença e naquelas em que estão em contato. É por meio da linguagem que o *funk* ostentação demarca um espaço de reconhecimento para si, desafiando os discursos já cristalizados em que as práticas sociais validadas de uso da língua são aquelas que estão de acordo com os cânones. Logo, neste gênero discursivo, a crítica social e a resistência estão no conteúdo e nas formas de dizer, seja na linguagem escrita ou estética, características de situações em que estão em disputa lugares socialmente legitimados.

A temática da ostentação como artifício de sedução é central no gênero em análise e as práticas de consumo e de lazer contribuem para integrar o quadro simbólico de valorização social. Fairclough (2003) pontua que todos os tipos de textos que poderiam estar primariamente fazendo outras coisas estão, hoje em dia, simultaneamente, promovendo coextensivamente um mundo simbólico produzido. Desse modo, no que se refere às relações semânticas, estas são organizadas em termos de um objetivo que é elaborado por uma lista de sentenças aditivas que, por sua vez, enumeram aparências que podem ser facilmente reordenadas, objetivando convencer os receptores do texto a agirem de maneira semelhante, simultaneamente representando e advogando os valores consumistas que evocam.

Na composição textual do *funk* ostentação, o modo gramatical predominante nas relações gramaticais de troca de conhecimento é o declarativo, instituído por afirmações que, na maioria das vezes, são de modalidades categóricas com asserções positivas, o que caracteriza alto nível de comprometimento dos produtores do texto em termos do que acreditam ser um conteúdo verdadeiro e real. As proposições são elaboradas em um tom provocativo e formulam situações que corporificam a racionalidade do discurso consumista. As relações entre as orações

são predominantemente paratáticas e construídas no tempo verbal presente, compostas por afirmações de fatos e avaliações que assumem tom coloquial. A figura 45 apresenta uma síntese das características do gênero discursivo letras de *funk* ostentação.

Figura 45: O gênero discursivo letra de *funk* ostentação e suas características



Fonte: elaborado pela autora.

Fairclough (2003, p. 104) propõe que as pessoas fazem escolhas sobre o modelo e a estrutura de suas orações que resultam em escolhas sobre o significado e a construção de identidades sociais, relações sociais e conhecimento e crença.

Dessa forma, entendo que as relações semânticas e gramaticais estabelecidas nos textos em estudo denotam uma preocupação com demandas características dos(as) jovens cujo contexto sócio-histórico é o do novo capitalismo. Nesse contexto, os indivíduos têm de assumir o projeto de recursos simbólicos, sendo atraídos para as relações sociais do capitalismo pautadas no consumo de estilos de vida (CHOULIARAKI; FAIRCLOUGH, 1999, p. 44). A conjuntura de produção e recepção dos textos de *funk* ostentação ampara-se em um cotidiano mediado pela tecnologia no qual todas as formas de comunicação são rápidas, constituídas por textos de pouca extensão que, em sua grande maioria, fazem uso de recursos audiovisuais, além de destacar a busca por uma demarcação de estilo de vida, de intensidade no lazer, sem deixar de expor a sua insatisfação com o presente.

Os aspectos linguísticos que compreendem o gênero em questão permitem a projeção de um discurso próprio dos(as) funkeiros(as) que ressalta a busca pelo prazer e pela realização dos desejos. É, portanto, uma estratégia discursiva de resistência à representação cultural dominante na qual se busca a negociação e a subversão de condições historicamente desfavoráveis. Essa forma de agir no mundo e interagir com os outros está engajada em uma cultura difusa (global) e consumista que abre espaço para o gosto, o estilo e o prazer, associados à demanda do capitalismo de consumo em uma economia global.

Hall (2003, p. 44) afirma que, no novo capitalismo, os modelos culturais local e global estão atados um ao outro porque cada um é a condição de existência do outro. Para o autor, esse processo está estruturado na dominância e na homogeneização das sociedades na qual as formações subalternas e as tendências emergentes são rapidamente atreladas a um senso comum ideologicamente marcado pelo neoliberalismo. Com essas características, o *funk* ostentação entrou no mercado, criou moda e novas celebridades. Consequentemente, o consumo ressignifica e espetaculariza elementos marcadores de estilo como traços de identidades, como se pode depreender dos excertos a seguir:

(55) *Se os paparazzi chega nesse baile*  
*Amanhã seu pai vê sua foto no jornal (G1/T6)*

(56) *É tipo celebridade*  
*Isso é vida de majestade (G1/T3)*

(57) *Garoto propaganda*  
*Tô na televisão (G1/T7)*



Ao se analisar os fragmentos 55, 56 e 57, infere-se que a linguagem da ostentação é uma estratégia discursiva para obtenção de visibilidade com vistas à busca e à posse de novas posições de sujeito na sociedade. Trata-se de uma forma de expressão e comunicação que permite tanto a construção de uma perspectiva crítica no que se refere às representações culturais associadas aos funkeiros(as) quanto a sua mediação pelas estruturas que administram o espetáculo do consumo. Suas narrativas estruturam um modo de vida singular, questionando cânones dos padrões dominantes, condição esta que guarda sempre em potência possibilidades de descontinuidade e rupturas das regras sociais.

Entretanto, é uma linguagem que parece esconder os mecanismos por meio dos quais as relações de conflitos emergentes das diferenças sociais são dissimuladas, associando o consumo e a ostentação à inclusão social. É uma linguagem que reproduz certa agressividade, indignação e resistência peculiar, pois materializa-se na apropriação de um capital cultural simbólico institucionalizado pela estética (BOURDIEU, 1976). Trata-se de uma linguagem marcada pela produção de símbolos que articulam, ao mesmo tempo, a exclusão e a inclusão, produzindo narrativas cujo enredo formula o mote do consumo como forma de cidadania.

Conseqüentemente, a presença do *funk* ostentação e de sua linguagem característica nos meios de comunicação de massa sugere uma negociação/reapropriação entre uma identidade cultural particular de grupos pertencentes à margem cultural hegemônica e às demandas dos(as) jovens funkeiros(as) por novos papéis sociais, ressignificando, de forma simbólica, as contradições e as diferenças sociais. Esse cenário homogeneizante permite que as narrativas dos(as) funkeiros(as) sejam engendradas nas práticas sociais como um sistema de significações em permanente mudança e articuladas em torno das relações de poder que alteram e redefinem a hegemonia do mercado cultural.

A complexidade de representações atribuídas ao *funk* mistura-se ao fascínio da mídia e contribui para uma veiculação positiva sobre o *funk* ostentação na qual se destaca a habilidade de se deslocar de maneira fácil da condição de marginal/periférica para ditar moda e usufruir da condição mais valorizada, que todos querem aparentar. Vejamos os exemplos:

(58) *Tudo que eu faço tá virando comentário*  
*Postaram no face que agora eu tô de Camaro (G2/ T1)*

(59) Garoto propaganda tô na televisão (G1/ T7)

Fairclough (2003) propõe que os gêneros contemporâneos são caracterizados por relações sociais simuladas que tendem a mistificar a hierarquia e a distância social. Para o autor, esses vínculos expõem potencialmente ao perigo de problemas de legitimidade e alienação. Nessa toada, a indústria cultural pega carona e abre espaço para a circulação desses discursos que propagam valores consumistas. Esse duplo processo, aparentemente paradoxal, alimenta tanto interesses comerciais e de mídia quanto uma capacidade de negociação das relações sociais estabelecidas entre o mercado e as distinções particulares de uma cultura com referências locais (marginal/periférica) com o fenômeno global do consumo homogeneizado.

Dessa forma, o gênero aqui descrito parece, ainda que de forma oblíqua, dar uma dimensão de um contexto social fragmentário, plural e ao mesmo tempo cosmopolita, assumindo o caráter de evento discursivo que problematiza a própria ordem social. Pode-se dizer que uma nova ordem social se insere simbolicamente negociada na linguagem da ostentação. São negociações e reapropriações que interferem e sustentam a construção das identidades sociais dos(as) funkeiros(as) e que não se encerram como um estrato imutável, mas que, segundo Hall (2003, p. 255), se configuram

[...] nas linhas complexas da resistência e da aceitação, da recusa e da capitulação, que transformam o campo da cultura em uma espécie de campo de batalha permanente, onde não se obtém vitória definitiva, mas onde há sempre posições estratégicas a serem conquistadas ou perdidas.

São esses descentramentos, interpretações e reinterpretações por mecanismos diversos que abrem espaço para novas formas de agir no contexto social e econômico dos(as) funkeiros(as) por meio de processos hibridizantes. Aqui tomo como referência o conceito de hibridização de Canclini (2005), que o entende como “[...] processos socioculturais nos quais estruturas ou práticas discretas, que existem de forma separada, se combinam para gerar novas estruturas, objetos e práticas” (CANCLINI, 2015, p. XIX). Assim, uma das dimensões importantes do processo de constituição de identidades está em entender o discurso como forma de ação social, ou seja, as escolhas linguísticas para a constituição de um gênero

discursivo se dá em interações socialmente partilhadas, o que intervém nos significados.

Fica claro que a forma como a linguagem se manifesta no *funk ostentação* problematiza a acomodação dos olhares em relação às contradições sociais, desafiando a ordem social estabelecida e mostrando outras formas de pensar os papéis sociais, as posições de sujeito e os seus valores. São textos que reivindicam a criação de um estilo que se traduz como uma atitude e como uma saída para o anseio de atuação e expressão para um contexto social que parecia estabilizado e sem perspectivas.

É por meio da linguagem que os produtores dos textos que compõem o gênero *funk ostentação* visam marcar posições e contestações contra o que a sociedade pretende estabelecer como dado para esse segmento social. Esses produtores de textos depositam a crença nas possibilidades de enfrentamento e superação dos entraves e problemas sociais a que estão expostos nas escolhas lexicais e nas relações semânticas e gramaticais de seus textos, produzindo a si mesmos como novos tipos de sujeitos, construindo suas referências genuínas e essas são representativas de uma forma de agir e interagir no mundo.

Nesta seção, as análises das letras de *funk ostentação* revelaram que a representação do ideal de sucesso e os discursos (consumista, meritocrático e religioso) que constituem os textos são mediados por uma base musical que articula expressões singulares, marcadas por gírias e enunciações informais. Essas escolhas linguísticas buscam consolidar um novo centro de configuração para as narrativas dos(as) funkeiros(as) que se traduz como atitude que demanda outras formas de pensar os papéis sociais e as posições de sujeito para esses atores sociais. Essa forma de ação e interação não garante um “final feliz”, mas tem origem em uma disputa por espaços hegemônicos e por justiça social, mostrando-se traduzida por um estilo espetacular que será analisado na seção seguinte.

#### **4.4 Quanto aos significados do estilo**

O *funk ostentação* agrega grupos de uma geração nascida e criada em uma sociedade marcada pela importância da mídia e do consumo e, por isso, vinculada em torno de um estilo espetacular cuja diferenciação se dá pela linguagem, pela roupa, pelos adereços e pelo comportamento no lazer. Para Chouliaraki e Fairclough

(1999, p. 131), a esteticização da vida cotidiana implica práticas discursivas esteticamente motivadas pelas escolhas dos estilos de vida que, por sua vez, são retroalimentados pelo mercado de produtos que prolifera imagens desejáveis. Os autores sugerem ainda que as pessoas adotam variedades linguísticas de acordo com a forma como querem constituir e projetar a si mesmas. É nesse âmbito que as palavras e sentidos do *funk* ostentação se configuram também como disputas por identidades sociais, pois estão comprometidas com a ressignificação de posições e de identidades com vistas a equacionar os desejos individuais e as perspectivas de futuro para esses atores sociais. Para isso, as produções textuais em estudo vinculam-se a um estilo que implica padrões da mídia para o consumo, o lazer e a criação cultural.

Com esse ponto de vista e amparada por estudos recentes que tentam redefinir os conceitos de identidade e cidadania, tomo como ponto de partida para responder à questão **Como os recursos linguísticos e as representações de um estilo de vida pautado por padrões de consumo carregam ideologias de inclusão e exclusão social?**, as discussões postuladas por Zigmunt Bauman (2008), Guy Debord (2015) e Garcia Canclini (2015).

Em uma conjuntura em que a principal forma de reconhecimento ocorre por meio da imagem, Bauman (2005) ressalta o caráter seletivo da criação de identidades que, eletronicamente mediadas, constituem a base da sociedade. O sociólogo destaca que essa orientação para socialização virtual segue o padrão do *marketing* e das técnicas de mercado cada vez mais promissoras para a definição e a redefinição constante das identidades. São identidades que “[...] adquirem sentidos por meio da linguagem e dos sistemas simbólicos pelos quais elas são representadas” (SILVA, T. 2014, p. 8). Assim, as identidades sociais expressam-se pela aquisição de artigos de consumo e pela construção da própria imagem como forma de negociar espaços de vivência e de forjar respostas que permitam diferenciadas posições frente aos valores correntes na sociedade.

Nos termos de Canclini (2015, p. 139), refletir sobre as questões de identidade implica situar-se em relação a vários suportes culturais. Para o autor, a identidade é uma construção em relação às condições sócio-históricas, “[...] é teatro e é política, é representação e é ação”. Desse modo, entende-se que a identidade é relacional, ou seja, depende de algo exterior a ela, que, entretanto, fornece condições para que ela exista. É marcada por meio de símbolos cuja representação

é também ação no sentido em que classifica simbolicamente o mundo e nossas relações no seu interior.

Essa lógica foi incorporada no estilo do gênero musical *funk* ostentação, pois, de acordo com Bourdieu (1983), é por meio da vestimenta e dos acessórios que se apresentam os sinais mais visíveis da posição que o sujeito ocupa na estrutura social, oferecendo aos espectadores uma indicação do seu padrão pecuniário. Dessa maneira, o gênero discursivo letra de música reflete questões de estilo. Assim, a estética proposta pelo *funk* ostentação promove um estilo que se orienta pela mensagem de que não basta apenas ser portador do potencial de consumo, é necessário entrar na lógica do mercado via marcas e nomes de produtos a fim de apagar as fronteiras entre o consumidor e o que é consumido, definindo, assim, sua identidade e seu *status* social. Vejamos os exemplos a seguir:

(60) A nossa roupa é da Ed Hardy, Rio Local ou da Armani  
O bonde tá de Audi, Veloster, tá de Megane  
Eu tô portando Captiva com som de 200 mil (G1/ T10)

(61) Ih! Chegou final de semana  
Tem que andar chique e bacana  
Tô pesado de Lacoste e de Dolce Gabbana  
Vamos Santos ou Copacabana (G1/ T4)

(62) Tô de 1100  
Whisky Red Bull  
Gelo de água de coco (G1/ T9)

(63) De Abercrombie, de Christian ou Ed Hardy  
De anel, uma Aeropostale, os cara vão pirar, babar  
Quando eu passar (G1/ T8)

(64) Tô partindo pro baile sempre no mó style  
De camisa Armani, pesado de Oakley com tênis da Nike  
No pulso logo um Breitling, cordão 18k  
Vô forgá de Veloster, de BMW, Golf Sport Line (G1/ T3)

Partindo das pressuposições de Fairclough (2003, p. 198), estilos são o aspecto discursivo das formas de ser, ou seja, quem você é é, em parte, a forma como você fala, escreve, olha, se move, e assim por diante. Assim, percebe-se que, nos fragmentos 60, 61, 62, 63 e 64, o estilo projetado pelo *funk* ostentação é uma elaboração consciente de efeitos discursivos que se materializam por meio de escolhas intencionais de um conjunto de traços simbólicos que implicam a formulação de uma identidade e de uma posição social diferenciada. Corroborando

com esse postulado, Tomás Tadeu da Silva (2014, p. 10) versa que existe uma “[...] associação entre a identidade da pessoa e as coisas que uma pessoa usa”. Para o autor, a construção da identidade é tanto simbólica quanto social, pois está vinculada a condições sociais e materiais que estão presentes nas relações sociais.

Logo, compreende-se que o processo de identificação nas letras de *funk* ostentação apresenta-se como instrumento de simulação de um *status* social diferente daquele ao qual os produtores do texto pertencem, mas no qual se produz o encontro entre classes, estabelecendo identidades baseadas em sistemas simbólicos que fornecem possíveis respostas às questões: “[...] quem sou? O que eu poderia ser? Quem eu quero ser?” (SILVA, T. 2014, p. 18). Isso pode ser entendido, preliminarmente, como uma tentativa corajosa dos(as) funkeiros(as) ou de controlar o mundo ou de se unir a ele, pois a natureza da ação e interação proposta pelo *funk* ostentação busca a ruptura do processo de integração à ordem social na forma que é apresentada pela hegemonia dominante. O *funk* ostentação favorece a transposição da herança cultural dominante, visando à formação de um sistema próprio de valores e padrões de comportamento.

É por esse mecanismo que a procura pela ascensão social torna o estilo das classes dominantes o padrão desejado. A exposição desses padrões nos meios de comunicação aprofunda a absorção dos modelos estéticos dos setores mais ricos, baseados no consumo de determinados tipos de mercadorias, sinalizadoras dessa condição social cujo modo de vida é almejado. Trata-se de tornar a identidade, enquanto projeto de vida, uma escolha publicamente reconhecível em função da “[...] necessidade de ter um eu adequado a ser mostrado e publicamente exibido” (BAUMAN, 2007, p. 141) Vejamos os excertos a seguir:

(65) Estilo panicat<sup>46</sup> me deu mole quando viu (G1/ T10)

(66) E é tipo celebridade isso é vida de majestade [...]  
É classe A, é classe A (G1/ T3)

O estilo espetacular ligado à música e à estética que o *funk* propaga parece oferecer a oportunidade (ou a ilusão) mais clara para fugir à identificação de pobre/marginal. Isso remete à questão de que o padrão veiculado pela mídia não impõem só um modelo estético e sinalizador de um *status* social almejado, mas

---

<sup>46</sup> A expressão “*estilo panicat*” refere-se a um padrão de beleza feminina no qual a mulher tem o corpo bem definido por músculos.

também de um modelo de cidadania: quem não ostenta é imediatamente jogado para o campo dos desqualificados para o convívio social, sob a suspeita de marginalidade ou simplesmente pela demonstração de incapacidade de consumo. Assim, a aquisição de bens socialmente valorizados gera identificação com uma imagem espetacular de sucesso e, por isso, assume papel importante na demarcação de diferentes identidades sociais. Ter o potencial de compra é quase a condição para ser cidadão.

Tal enquadre aponta o *funk* ostentação como uma expressão de democratização do discurso que constitui uma ação no mundo, moldada pela prática social do consumo, sob uma ordem de discurso consumista neoliberal ligada às hegemonias a ela atribuídas. É uma ação que se ocupa da negociação das identidades dos(as) funkeiros(as) e que se sustenta no papel constitutivo das interações no desenvolvimento das culturas. Essa forma de expressão constitui-se de práticas que fornecem novas maneiras de dar sentido à experiência das desigualdades sociais e aos meios pelos quais alguns grupos são excluídos ou incluídos. Para isso, o estilo do gênero discursivo em análise exige habilidades básicas de compra, tendo em conta que “[...] os bens de consumo dificilmente são neutros em relação à identidade; tendem a vir com o selo ‘identidade incluída’” (BAUMAN, 2008, p. 143) e de felicidade adquirida.

Essa proposta absorve o mundo de produtos impostos pelo mercado, permanecendo atrelada a um repertório de opções previamente oferecidas para marcas de carro, motos, roupas, acessórios, bebidas e formas de lazer. Guy Debord (2015, p. 15) corrobora com essa ideia ao afirmar que “[...] o espetáculo constitui o modelo atual da vida dominante na sociedade. É a afirmação onipresente da escolha já feita na produção, e o consumo que decorre dessa escolha”.

Nesse mesmo entendimento, Canclini (2015, p. 201) alude que a construção da perspectiva de que o mercado relativiza as noções de classe e de luta de classes, pactuando com a cumplicidade entre hegemônicos e subalternos, por meio da transformação do cidadão consumidor em produto, vai sendo efetivada mediante a conceituação do poder, da ação dos subalternos e da estrutura das relações interculturais. No caso específico do *funk* ostentação, o estilo mistura referências e símbolos difundidos pela cultura estadunidense, incorporadas por meio do intercruzamento cultural.

É com esse limite que os(as) funkeiros(as) buscam novos padrões de comportamento e de identidade e desenvolvem símbolos, modas e linguagens peculiares, ou seja, derivadas da cultura geral dominante, mas não necessariamente hostil ou antagônica a ela. Vejamos os exemplos:

(67) *Coloca o Chandom na taça pra rapa toda, pra mim e pra tu  
Um brinde para os guerreiro*

(68) *Nas férias eu vou forgá na Disney  
Surfar no Hawaii, Califórnia, Indonésia*

Os fragmentos 67 e 68 apontam produtos socialmente valorizados como artigos de luxo que pressupõem elevado padrão de consumo e são símbolos da riqueza. A possibilidade de usufruir desses artigos de luxo assume o caráter de legitimação simbólica no processo de construção identitária dos(as) funkeiros (as).

Dessa forma, o *funk* ostentação engendra um estilo/estética que apresenta uma regularização implícita do comportamento e das vivências partilhadas: é preciso consumir e ostentar para ser incluído. A linguagem da ostentação é um código de reconhecimento do outro por meio da qual se constroem e se rearticulam as relações sociais. Esse estilo tem sido um recurso importante no sentido de legitimar as demandas sociais dos(as) funkeiros(as) e de construir identidades sociais que negociam com as distinções de classe, com vistas a reivindicar outras posições sociais. Para os funkeiros(as), ostentar provoca atrito e intenciona deflagrar a desobediência e a interferência nos padrões sociais como forma de produzir a denúncia da condição de exclusão, da desigualdade de perspectivas e do preconceito que reforça essa exclusão. Nas disposições de Bauman (2015, p. 82, grifo do autor),

[...] a 'identidade' parece um grito de guerra usado numa luta *defensiva*: um indivíduo contra o ataque de um grupo menor e mais fraco (e por isso ameaçado) contra uma totalidade maior e dotada de mais recursos (e por isso ameaçadora).

Dessa forma, os símbolos escolhidos para compor o estilo do *funk* ostentação representam sinais de pertencimento que sinalizam um modo de estar no mundo, afirmando que seus produtores são atores sociais que historicamente estão à margem, mas que potencialmente podem ocupar outras posições na escala social.



Por meio da linguagem e da estética, torna-se expressivo um desejo de oposição ao padrão vigente, como uma maneira de dizer “estou aqui e preciso de mais do que aquilo que está sendo oferecido”, como um meio de expressar a posição de sujeito que quer ocupar no grupo ao qual desejam ser associados.

Os discursos reproduzidos nas letras de *funk* ostentação difundem-se e repercutem a mensagem do consumo na comunidade e no baile que passam a ser definidos como campo de ação dos atores sociais envolvidos. São discursos em que os símbolos culturais implicam sempre a remissão a códigos dominantes que, embora reforcem a autoestima e a segurança emocional dos produtores e receptores do texto, também apagam as diferenças. Assim, funkeiros(as) são o protótipo do consumo de massa que se torna regra de conduta na medida em que estetizam suas demandas e, assim, protagonizam seus protestos nas relações sociais. Esses atores sociais realçam um modo de ser no qual a sua qualificação e identidade social são definidas por aquilo que se pode consumir e ostentar sob a forma de espetáculo que é “[...] ao mesmo tempo o resultado e o projeto do modo de produção existente” (DEBORD, 2015, p. 14).

O filósofo Guy Debord (2015, p. 14) propõe que o espetáculo apresenta-se “[...] ao mesmo tempo como a própria sociedade, como uma parte da sociedade e como instrumento de unificação”. Assim, entende-se que os recursos linguísticos explicitados nos textos estudados afirmam o poder do consumo como meio de expressão de cultura e de cidadania. Na tessitura dos textos de *funk* ostentação, as tensões sociais projetam-se como um espetáculo em que a tônica é a disputa pela possibilidade de entrar no consumo e na circulação do capital cultural. Nesse contexto, o consumo e a estetização são sempre compreendidos como uma conquista, um campo de ocupação na estrutura social.

Por esse ângulo, tal qual Canclini (2015), os(as) funkeiros(as) agem como grupos de *outsiders*, ou seja, desestabilizadores de uma ordem social preestabelecida. Por outro lado, o mercado é muito vigoroso e astuto para perder a oportunidade de usar a experiência direta entre esses atores sociais e a audiência sem revitalizar suas vendas. Em outras palavras, o mercado econômico descobriu que seria necessário pactuar com os subalternos para poder usufruir da potência de consumo de suas estruturas socioculturais.

Dessa forma, o *funk* ostentação é um gênero discursivo no qual a mensagem projetada é a do consumo de bens simbólicos como forma fundamental de exercício

da cidadania. Assim, a produção de estilos espetaculares nos textos desse gênero discursivo envolve a elaboração crítica de questões localizadas em um contexto social e histórico, relativas à sua condição de produção, e significa também um esforço que implica uma intenção de intervir nos acontecimentos e nos valores em voga. Como nos excertos:

(69) *Eu sou patrão, não funcionário*  
*Meu estilo te incomoda* (G1/ T10)

(70) *Já te falei, eu tô por cima*  
*Até quem me odeia*  
*Tá me chamando de amiga* (G2/ T12)

Tais manifestações podem ser entendidas como propostas alternativas e afirmativas no escopo social, quase sempre, articuladas por mercadorias e pelos significados a que simbolicamente elas remetem. Em algumas circunstâncias, os efeitos dessas manifestações podem promover deslocamentos e rupturas sociais, podem ser questionados e, até mesmo, contestados, buscando provocar respostas sobre a ordem social e sobre o mundo.

As análises dos textos mostraram que os efeitos discursivos do estilo projetado pelo *funk* ostentação estabelece-se por meio da elaboração consciente de traços simbólicos na construção da identidade dos(as) funkeiros(as). Essa identidade ampara-se no consumo de determinados tipos de mercadorias e de estilos de vida que, por sua vez, são apresentados pela hegemonia dominante como modelo de sucesso. Esse modelo de estilo espetacular torna a identidade dos(as) jovens funkeiros(as) uma escolha publicamente reconhecível de modo que a ostentação de bens socialmente valorizados figura como fator de inclusão social.

Nesta seção, apresentei algumas considerações sobre as produções linguísticas e as representações de um estilo de vida pautado por padrões de consumo nas letras de *funk* ostentação. As reflexões mostraram que as identidades sociais expressam-se na linguagem pela demonstração de aquisição de artigos de luxo e pela construção da própria imagem como forma de negociar e dar sentido à experiência das desigualdades sociais. Para os(as) funkeiros(as), o consumo e a ostentação são a forma fundamental de inclusão social e exercício da cidadania.

Logo, as letras do *funk* ostentação constituem uma forma de agir e interagir que ressalta um padrão de sucesso veiculado pela mídia e que impõe, não só um

modelo estético e sinalizador de um posicionamento social desejado como um modelo de cidadania a ser seguido.

#### **4.3.1 “Esse é o papel do mal” – O paradoxo na resistência**

Com uma proposição de enfrentamento e de resistência em relação à estrutura social sustentada por diferentes relações de poder que reforçam posições de igualdade e de marginalidade, o *funk* ostentação recria na imaginação e nas práticas sociais uma utopia que se esboça no potencial de consumo. Guy Debord (2015, p. 16) sustenta que a dominação da economia sobre a vida social acarretou uma evidente degradação do *ser* para o *ter* e, conseqüentemente, o deslizamento para o *parecer*. Essa proposta de cidadania ideologicamente insuflada do sentido de reconhecimento e que parece estar disponível a todos os grupos sociais acaba por exprimir outras faces da exclusão social uma vez que a impossibilidade de consumir os produtos símbolos de poder pode ser fator de exclusão, exortando determinados atores sociais a tornarem-se membros plenos do estrato social dominante. Debord (2015) alerta que o espetáculo é produto da divisão do trabalho social e órgão da classe dominante. Assim, a incapacidade de consumo apresenta-se como fator de marginalização e de controle social, pois condena à invisibilidade no espetáculo contemporâneo, ao endividamento e à financeirização da vida<sup>47</sup>.

Embora o *funk* ostentação se apresente como proposta discursiva alternativa de análise da sociedade contemporânea, antagonicamente, é um efeito do discurso dominante, pois é notória a reprodução de uma ordem de discurso regulada pela tendência global de financeirização da vida. A financeirização da vida constitui a estrutura social do capitalismo neoliberal de forma que a inclusão social por meio do consumo não significa ascensão social, mas “[...] submete toda a realidade à aparência, que é agora o seu produto” (DEBORD, 2015, p. 34). A formação de um contingente de consumidores encorajados pelas inúmeras possibilidades de compra a crédito define a consolidação de um mercado amplo e diversificado de bens culturais de forma que o estabelecimento do sistema financeiro de crédito se

---

<sup>47</sup> Financeirização – processo ético e político no qual a relação credor-devedor cria um novo tipo de sujeito social, o endividado. A financeirização age como um mecanismo de controle à resistência por parte dos trabalhadores e estudantes, criando normas e valores que estruturam a vida cotidiana. Fonte: disponível em: <[www.ihuonline.unisinos.br](http://www.ihuonline.unisinos.br)>. Acesso em: 27 ago. 2018.

configura como importante meio de inserção das camadas populares no universo do consumo e na projeção de elaborações referentes às expectativas de futuro.

Nesse escopo, o gênero letra de *funk* ostentação figura como espaço social que permite enfocar as manifestações que não aparecem necessariamente sob a forma de movimentos sociais, mas que, discursivamente, fomenta a temática ligada ao consumo, ao estilo e ao lazer e abarca, também, novos padrões de comportamento, atravessados pela fruição de produtos veiculados pela mídia e pelo mercado no qual há uma apropriação recíproca entre os(as) funkeiros(as) e a indústria cultural. Esse estilo espetacular, tomado sob o aspecto dos meios de comunicação de massa, nada tem de neutro, pois convém à autogestão da sociedade para a qual “[...] o espetáculo é produto da divisão do trabalho social e órgão da dominação de classe” (DEBORD, 2015, p. 21). Essa disposição contribui para a propagação veloz da cultura consumista e simula uma percepção de ascensão social.

Assim, a dinâmica do consumo torna o sujeito mais vulnerável ao controle, pois os custos sociais não são notados, são mascarados pelo consumismo no qual apenas suas implicações subjetivas são visíveis de modo que o cidadão/consumidor está radicalmente individualizado e não socialmente inserido, pois conforma-se com modelos de consumo que requerem símbolos visíveis de identificação e diferenciação. Esta dinâmica social poderia ser consolidada em torno do impulso de consumo e de um novo centro de configuração agregado à concepção de um novo estereótipo: o cidadão endividado, produto da hegemonia capitalista. Tal configuração não domina apenas pela hegemonia econômica, mas define, nos termos de Debord (2015, p. 35) “[...] a consciência do desejo e o desejo da consciência”, oferecendo também “[...] os falsos modelos de revolução”, conforme pode ser observado no excerto 74 abaixo:

*(71) Um dia claro da caça  
E outro do caçador  
Olha, tem vários mendigos  
Que lá na antiga ele era doutor (G1/ T11)*

Considerando essa perspectiva de estrutura social, percebe-se que está em andamento um processo de redefinição de um novo padrão de subalternidade, sendo estabelecida por uma ordem de mercado para a qual as formas de representação estão intimamente relacionadas às opções de consumo dos atores

sociais. A despeito disso, cabe ressaltar que, segundo Spivak (2010), as massas têm consciência quando são dominadas e se deixar dominar é a única forma de resistir. Guy Debord (2015, p. 40) corrobora com esse pensamento ao afirmar que a aceitação dócil do que existe pode juntar-se à revolta puramente espetacular, tornando a própria insatisfação uma mercadoria. Vejamos os fragmentos abaixo:

(72) *Nós somos todos iguais  
A sociedade que diferencia  
Valoriza quem já tem e esquece da periferia  
Infelizmente na sociedade você vale o que tem  
Se tá de Hornet é tudo, se tá de a pé num é ninguém (G1/ T1)*

(73) *mas com o papel do mal  
Tu tem tudo o que quiser  
Carro, comida, cerveja, mansão  
Curtição e muita mulher [...]  
Tu compra seus alimentos  
Compra até sua liberdade  
Eles fabricam o dinheiro  
Mas esquecem de fabricar a igualdade (G1/ T11)*

Nos fragmentos 72 e 73, infere-se que essa dinâmica entre a subversão proposta pelo *funk* ostentação e a apropriação de seu estilo pela indústria cultural gera uma ambiguidade determinada por duas dimensões: inovação e crítica/padronização e consumo passivo. Em consenso com Bauman (2008, p. 66) e à luz do raciocínio consumista, a sociedade de consumidores desenvolveu a capacidade de absorver qualquer discordância que ela mesma produza e de reciclá-la como fonte importante de sua própria reprodução e expansão. É na alternância entre o subalterno e o hegemônico que “[...] o mercado de consumo se rejubila enchendo as prateleiras com novos símbolos de identidade, originais e tentadores” (BAUMAN, 2005, p. 88). Dessa maneira, ao se apropriar dos significados que se materializam nos textos em estudo, a indústria cultural provê a reposição constante das necessidades de consumo que alimentam a hegemonia capitalista. Assim, os discursos, a linguagem e os estilos do *funk* ostentação são transformados em produtos da moda, tendo seus significados originais diluídos, esvaziados e padronizados.

De outro modo, enquanto o *funk* ostentação propõe-se portador de um discurso de resistência que corresponde a processos simbólicos de reação aos

papéis sociais estabelecidos, simultaneamente subjuga e reproduz o discurso consumista que se ancora em uma visão de mundo hedonista e competitiva.

Pode-se concluir, portanto, que as letras de *funk* ostentação adotam uma concepção ambígua de oposição, pois, ao mesmo tempo em que os produtores do texto se apropriam e reelaboram discursos dentro dos padrões hegemônicos, objetivam construir espaços nos quais possam ter voz e possam se articular e resistir. Dessa forma, a ostentação conforma a materialização de um processo simbólico de resistência no qual a identidade dos(as) funkeiros(as) se concentra em torno de um estilo espetacular cuja reprodução evidencia o padrão hegemônico vigente, determinado pela socioeconomia. Nesse sentido, entende-se como fundamentalmente importante favorecer espaços para que textos como esses possam ser discutidos e reinterpretados sob o viés crítico.

Por fim, neste capítulo, procurei tecer algumas considerações a respeito dos dados coletados na pesquisa, bem como traçar uma triangulação dessas análises com as teorias destacadas. Passo agora às anotações finais.

## “TÁ DOMINADO, TÁ TUDO DOMINADO”

---

A expressão “*tá dominado*” é uma gíria que remete ao movimento de controle de determinada situação ou espaço. Aqui, neste espaço, “*tá tudo dominado*”, apresento as anotações finais decorrentes da pesquisa teórica e da análise dos textos selecionados e sugiro possíveis contribuições desta pesquisa para reflexões acadêmicas acerca do novo capitalismo e das produções culturais resultantes desse processo global, além de apontar possíveis soluções locais no bojo dos multiletramentos dos jovens de periferia diante de suas demandas sociais e políticas.

### ANOTAÇÕES FINAIS

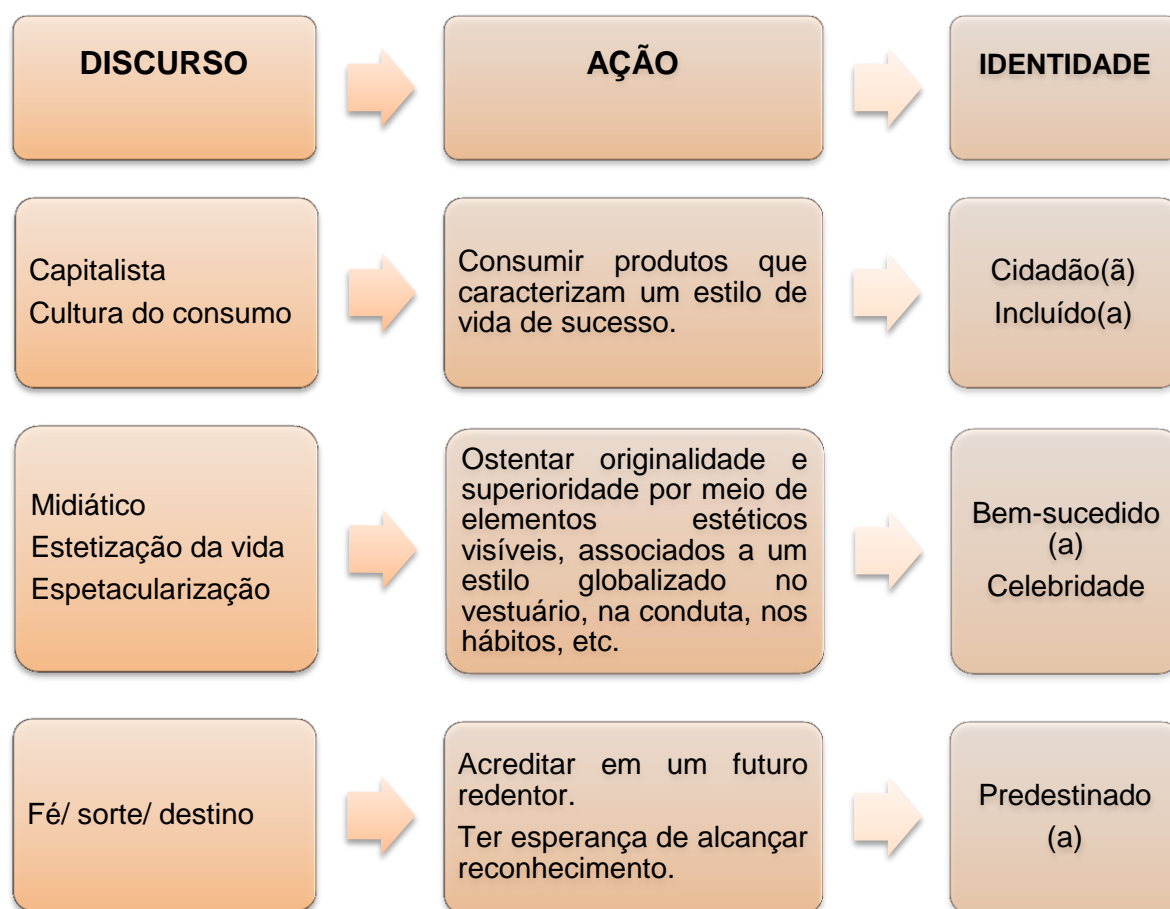
Tendo como ponto de partida a preocupação de problematizar a produção e o consumo do gênero discursivo letra de *funk* ostentação, exponho algumas considerações quanto aos aspectos semióticos das práticas sociais (gênero, discurso e estilo) articulados nos significados dos textos analisados.

As letras de *funk* ostentação constituem parte de um movimento que reivindica novas posições sociais para os jovens da periferia, pois esses atores sociais são representados de forma que se assumem como agentes de transformação, capazes de questionar e introduzir mudanças na ordem social. As escolhas sociossemânticas que os representam constituem um polo positivo de referências e de autovalorização.

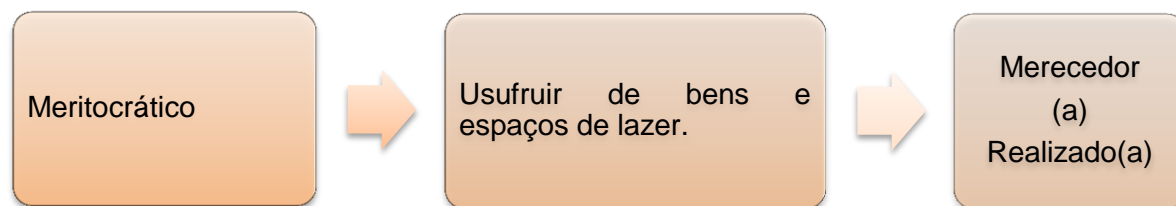
Os recursos linguísticos disponíveis para configurar as letras de *funk* ostentação não revelam preocupação com a norma-padrão da Língua Portuguesa, especificamente no tocante à concordância verbal e à concordância nominal, além do emprego de um léxico peculiar entremeado por gírias e turpilóquios. O consumo é o tema e a experiência comum que marca esses textos, cuja sequência de base narrativa, encadeada por expressões típicas de um estilo informal, revela uma postura de estetização da vida definida pelo conteúdo da ostentação. Caracterizado pelo modo gramatical declarativo, instituído por relações paratáticas de orações aditivas em tempo verbal presente, o gênero discursivo em destaque utiliza um tom coloquial e provocativo que formula a racionalidade do discurso consumista.

Os elementos simbólicos privilegiados nas práticas de consumo, que aparecem nos textos estudados, marcam uma identidade distinta, sem reivindicações precisas e que são sinalizadores de um discurso que prioriza estilos de vida homogeneizados pelas estratégias da mídia, seja por meio da televisão ou da internet e das redes sociais. É no âmbito da comunicação de massa e destacadamente das redes sociais que a cultura da ostentação alicerça-se, gera volume e engajamento dos(as) jovens que se envolvem em um formato de comportamento-padrão. Esse nexos mantém-se na esfera do hedonismo e do consumo e contribui para a disseminação de um estilo particular de linguagem (oral, escrita e estética) que veicula imagens de sucesso cuja atuação crítica reside na produção intencional de signos e significados. Na figura 46, exponho a síntese dos resultados observados na análise dos significados representacionais e acionais.

Figura 46: Síntese da análise dos significados







Fonte: elaborado pela autora.

Entende-se que a exibição pública de produtos que denotam riqueza representa a posição social desejada pelos produtores do texto, além da promessa de uma nova oportunidade de felicidade. Essa felicidade, por sua vez, é proporcionada pelas facilidades, pelos prazeres e pelos benefícios que podem ser usufruídos por aqueles que ostentam tais produtos, cujo valor simbólico solidifica-se proporcionalmente aos lucros e benefícios de sua exibição. Assim, a força propulsora da ostentação é a busca individual de uma posição mais valorizada nas diversas instâncias sociais, seja na comunidade de pertença, no *Shopping*, no camarote, no programa de televisão ou no baile *funk*.

Para os(as) funkeiros(as), a ostentação é a materialização de um processo simbólico de resistência, ou seja, uma representação espetacular de uma maneira particular de ver a vida, com vistas à negociação de espaços e de posições de sujeito. Os símbolos a serem ostentados buscam comunicar as aspirações e demandas e as conquistas dos produtores e receptores dos textos. Com essa perspectiva, a identidade conforma a existência em torno de um estilo espetacular que se materializa na linguagem, na estética e no comportamento. Essa configuração de identidade social assume fins políticos, pois as narrativas que constituem os textos analisados e suas particularidades têm origem em uma política de reconhecimento.

Logo, a ostentação torna-se um movimento político basicamente de realização individual, não um esforço voltado para um movimento social para informar o mundo, mas um movimento que diz respeito a virtudes e realizações pessoais. Fica claro que as demonstrações ostentatórias de consumo ainda não empunham bandeiras de transformação social, mas propagam o discurso consumista, oferecendo um ideal de um “eu” que se afasta do sofrimento da exclusão em direção a uma vida endemicamente estruturada em uma perspectiva autocentrada de futuro. Isso serve mais para produzir uma evidência do padrão

hegemônico vigente do que para proclamar contra ele uma vez que aquilo que por hora pode parecer escolhas autônomas, na verdade, são símbolos largamente determinados pela socioeconomia. Isto é, os princípios da ostentação não estão amparados pelas lutas por justiça social, mas centralizam-se na lógica da meritocracia, em que o consumo aparece como agente central de realização individual, de autoestima e de reconhecimento.

Todo contexto ou campo cultural seja no *funk*, no futebol, na moda, seja no escopo da fama e das celebridades, tem seus controles e suas expectativas, suas promessas de prazer e realização. No caso do *funk* ostentação, esse imaginário é traçado com base no potencial de consumo que, para atender prontamente ao desejo de reconhecimento, recorre à política de crédito para validar essa identidade protestada. Nesse sentido, Bauman (2005, p. 73) alerta que

Se nossos ancestrais eram moldados e treinados por suas sociedades como, acima de tudo, produtores, somos cada vez mais moldados e treinados como, acima de tudo, consumidores, todo o resto vindo depois. [...] A educação de um consumidor não é uma ação solitária ou uma realização definitiva. O desenvolvimento das habilidades de consumidor talvez seja o único exemplo bem-sucedido da tal “educação continuada” que teóricos da educação e aqueles que a utilizam na prática defendem atualmente. As instituições responsáveis pela “educação vitalícia do consumidor” são incontáveis e ubíquas – a começar pelo fluxo diário de comerciais na TV, nos jornais, cartazes e outdoors, passando pelas pilhas de lustrosas revistas “temáticas” que competem para divulgar os estilos de vida das celebridades que lançam tendências, os grandes mestres das artes consumistas, até chegar aos vociferantes especialistas/conselheiros que oferecem as mais modernas receitas, respaldadas por meticulosas pesquisas e testadas em laboratório, com o propósito de identificar e resolver os “problemas da vida”.

Segundo o autor, no sistema de crédito, as dívidas dos consumidores não transformam o sucesso em ativos econômicos duradouros e confiáveis, mas destinam-se a financiar o consumo e não ao investimento potencialmente lucrativo.

Os(as) funkeiros(as), por meio de seus textos, demonstram que vivenciam formas de inclusão frágeis e insuficientes no contexto de uma nova desigualdade social delineada por modelos de consumo espelhados nos jovens de classe média e nos padrões da mídia. Esses padrões de consumo promovem a inclusão em um imaginário da sociedade de consumo, que, no entanto, está construída sob um castelo de areia no qual os dois universos, embora parecidos na forma (mesmas

imagens e mesmas mercadorias) se excluem reciprocamente nas oportunidades completamente desiguais de participação/inclusão social efetiva. As letras de *funk* ostentação, mesmo demonstrando consciência e resistência, ambigualmente, não respondem aos dilemas da mobilidade e da inclusão social por meio da denúncia ou da crítica, mas o fazem assimilando a lógica hegemônica do consumo.

A proposta aqui não é travar uma guerra ingênua contra o capitalismo, mas pensar formas alternativas e conscientes de resistir a ele. Acredita-se que a resistência ao capitalismo ostentatório traduz-se nas práticas sociais emancipatórias de consumo sustentável e de empreendedorismo alternativo. Para isso, é fundamental investir em ações discursivas de conscientização e, sobretudo, na formação de novas mentalidades por meio dos multiletramentos. O enfoque nos multiletramentos faz-se pertinente na medida em que se relaciona à concepção da cultura como matriz de formas particulares de pensar, ler e escrever inscritas em processos de contestação.

Assim, o caráter imediatista e hedonista atribuído às letras de *funk* ostentação vem ao encontro da necessidade do novo capitalismo de trazer informações geralmente relacionadas ao consumo de bens e serviços. Daí a importância da educação para os diversos letramentos, ou, nos termos de Hall (2003), da pedagogia da diferença com vistas a uma perspectiva que explore as possibilidades de perturbação, transgressão e subversão das identidades existentes.

Portanto, refletir sobre os modos pelos quais os(as) jovens funkeiros(as) negociam significados constitui-se em tarefa que contribui para produzir novas aproximações com estes sujeitos nos ambientes escolares em que circulam, tornando possível aprofundar as articulações entre suas experiências e o currículo escolar. Trata-se de enxergar humanização, saberes, cultura em suas práticas sociais cotidianas. Assim, a proposta de ação investigativa sobre a realidade em textos de diferentes modalidades que circulam na sociedade produzindo conhecimentos e reproduzindo ideologias estabelece nexos com várias dimensões da experiência dos educandos, uma vez que educar com base nas diversas experiências é inclusão e respeito.

Pensar nisso implica inserir o(a) estudante no mundo da leitura das ideias e das ideologias com vistas a um desenvolvimento do potencial comunicativo e do fortalecimento de sua capacidade cidadã, pois, para mudar as relações de opressão, não é suficiente que sujeitos dominantes e subalternizados apenas troquem de

posição, mas que alterem a lógica da dominação. Trata-se de uma educação que concretamente enfrente as formas e os mecanismos de exclusão que ainda imperam para ampliar as possibilidades de entendimento do conceito de inclusão pelo ângulo de direitos educacionais, de proteção à vida e de políticas públicas que garantam espaço e tempo para que a cultura possa ser entendida como possibilidade de troca e de sociabilidade no processo de educação.

Logo, a educação linguística com uma abordagem dialógica voltada para os múltiplos letramentos e para a “Consciência Linguística Crítica” (FAIRCLOUGH, 1992), com vistas a visibilizar e alterar discursos e imagens naturalizadas, implica fornecer aos estudantes “[...] o conhecimento para iniciar mudanças em suas próprias práticas discursivas, e nas práticas discursivas de sua comunidade” (FAIRCLOUGH, 2001, p. 292). Ou seja, promove a investigação, a compreensão ativa, a representação e a orientação dos enunciados na situação de comunicação e a contextualização sociocultural para uma leitura crítica e emancipatória por parte daqueles que sofrem desnivelamentos de poder. Nos termos de Fairclough (2001, p. 292):

[...] recorrer à linguagem e à experiência discursiva dos próprios aprendizes, para ajudá-los a tornarem-se mais conscientes da prática em que estão envolvidos como produtores e consumidores de textos: das forças sociais e interesses que a moldam, as relações de poder e ideologias que a investem; seus efeitos sobre as identidades sociais, relações sociais, conhecimentos e crenças; e o papel do discurso nos processos de mudança cultural e social (incluindo a tecnologização do discurso). Mediante a conscientização, os aprendizes podem tornar-se mais conscientes das coerções sobre sua própria prática, e das possibilidades, dos riscos e dos custos do desafio individual ou coletivo dessas coerções, para se engajarem em uma prática linguística emancipatória.

O desafio aqui sugerido é o de restaurar o equilíbrio entre o consumo e um pluralismo de valores e de outros domínios da vida, como a família, os amigos, a escola e a comunidade, com vistas a desvelar as vulnerabilidades da estrutura hegemônica e, assim, realizar efetivas mudanças na estrutura social. Para esse entendimento, considero a sala de aula o ambiente propício para focalizar e evidenciar traços dos processos de produção, distribuição e consumo de textos e para aflorar a crítica sobre como os sujeitos aprendem a realizar sentidos implícitos desses discursos em determinadas práticas sociais. Assim, as práticas de multiletramentos não podem ser legitimadas apenas como um campo de poder

associado com a variedade-padrão do português, “[...] mas devem ser compreendidas como um recurso potencial de emancipação e protagonismo de identidades de resistência com vistas à obtenção de igualdade social” (DIAS, *et al.*, no prelo), problematizando a importância de se pensar outras sociabilidades para a vida social.

Para além do exposto, defendo que a temática da identidade não pode ser abordada em sala de aula simplesmente como uma questão de tolerância e respeito com a diversidade cultural, mas deve ser desenvolvida como uma questão política e de produção social afinal, “[...] antes de tolerar, respeitar e admitir a diferença, é preciso explicar como ela é ativamente produzida” (SILVA. T., 2014, p. 100). Nesse âmbito, o conhecimento linguístico crítico pode ajudar tanto professores como aprendizes a não reproduzir práticas nas quais a escola torna-se mais um instrumento de legitimação de hegemonias políticas e ideológicas.

Dessa forma, a contribuição social deste estudo conforma a aproximação e articulação das experiências cotidianas dos(as) jovens com o currículo escolar, objetivando desvelar as vulnerabilidades da estrutura hegemônica, para, por meio de uma educação inclusiva, visibilizar, ressignificar e alterar discursos e imagens naturalizadas que possam desestabilizar as relações de opressão e realizar mudanças sociais.

A análise das letras de *funk* ostentação revelou a forma como funkeiros(as) negociam e atribuem significados na construção de um estilo particular que expressa traços identitários no contexto de uma sociedade cada vez mais globalizada e economicamente regida pela lógica hegemônica capitalista. A figura 47 apresenta o resumo das conclusões decorrentes dos objetivos e das questões de pesquisa.

Figura 47: Conclusões

<b>OBJETIVO</b>	
Analisar as formas de representação de um ideal de sucesso nas letras do <i>funk</i> ostentação.	
<b>QUESTÃO</b>	<b>OBSERVAÇÕES</b>
Como é representado o ideal de sucesso nas letras de funk ostentação?	As escolhas sociossemânticas caracterizam-se por um léxico peculiar, constituindo narrativas de sucesso, superação e inclusão com vistas à definição de um polo positivo de referências e autovalorização por meio de atividades e símbolos próprios, visando uma (re)colocação no estrato social.
<b>OBJETIVO</b>	
Analisar como as escolhas do estilo de vida carregam representações de sucesso e ideologias de inclusão e exclusão social que constroem identidades sociais e culturais	
<b>QUESTÃO</b>	<b>OBSERVAÇÕES</b>
Como os recursos linguísticos e as representações de um estilo de vida pautado por padrões de consumo carregam ideologias de inclusão e exclusão social?	Os efeitos discursivos do estilo projetado pelo <i>funk</i> ostentação estabelecem-se por meio da elaboração consciente de recursos simbólicos na construção da identidade dos(as) funkeiros(as). Essa identidade configura-se por meio do consumo de determinadas mercadorias e de estilos de vida que são apresentados pela hegemonia dominante como modelo de sucesso. Esse modelo espetacular conforma-se pela exibição pública de bens socialmente valorizados como fator de inclusão social e exercício de cidadania.
<b>OBJETIVO</b>	
Discutir como as escolhas linguísticas particulares constituem formas de ação e interação no mundo	
<b>QUESTÃO</b>	<b>OBSERVAÇÕES</b>
Como o discurso de consumo e a representação do ideal de sucesso influenciam as formas de ação e interação social dos(as) jovens funkeiros(as) na elaboração de suas identidades sociais?	Os discursos são mediados por letras de <i>funk</i> ostentação com expressões próprias, marcadas por gírias e enunciações informais que buscam consolidar um novo centro de configuração para as narrativas dos(as) funkeiros(as), apresentando um modo de vida que ressignifica, de forma simbólica, as contradições e diferenças sociais.

Fonte: elaborado pela autora.

Assim como Dias, *et al.* (2018), acredito que a escola, na condição de agência de múltiplos letramentos

[...] deve focar seu interesse no uso que o aprendiz faz do seu conhecimento e do aprendizado do ler e do escrever nas relações que se estabelecem e nas práticas sociais, uma vez que são esses os aspectos que garantirão uma formação humana, reflexiva e crítica direcionada para suprir as lacunas que são consequências de estruturas sociais desiguais. Falar na formação democrática do leitor é permitir ao aprendiz a possibilidade e as capacidades necessárias ao exercício pleno de sua cidadania. Portanto, faz-se necessário explorar, em sala de aula, a temática da identidade sob uma perspectiva que está para além da tolerância e do respeito à diversidade, mas sob um prisma político de produção social, uma vez que há uma importância maior em compreender como a identidade e a diferença são ativamente produzidas por aspectos sociais. (DIAS *et. al.*, 2018).

Logo, acredita-se que a educação linguística e discursiva com uma abordagem dialógica e crítica pode contribuir fortemente para a reflexão de representações, discursos e identidades que os(as) jovens demandam. Essa perspectiva pode promover uma compreensão ativa do contexto social em que estes atores sociais estão inseridos, visando ações sociais e políticas que contribuam para o desenvolvimento de uma juventude autônoma voltada ao exercício pleno da cidadania.

Por fim, pode-se alegar que os textos estudados já estejam ultrapassados, mas a ideologia, o estilo e a estética sugeridos pelo gênero ostentação permanecem em diversas práticas sociais, como pode ser observado no movimento “Quanto custa o *outfit*?”<sup>48</sup> que também pode ser objeto de pesquisas futuras relacionadas a práticas sociais de consumo.

---

<sup>48</sup> “*Quanto custa o outfit?*” é o nome de um vídeo postado pelo canal do YouTube Hyped Content no qual jovens marcam um evento e são convidados a falar a marca e o preço de cada peça que estão usando. Depois disso, é apresentada a soma do valor total de todas as peças para saber quanto custa o *outfit*, ou seja, quanto custa a roupa/estilo do momento. Fonte: disponível em: <<https://elle.abril.com.br/moda/o-meme-da-vez-tambem-fala-de-uma-revolucao-na-moda>>. Acesso em: 10 set. 2018.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ABRAMO, H. W. Considerações sobre a tematização social da juventude no Brasil. **Revista Brasileira de Educação**, São Paulo, n. 5, p. 25-36, set/out/nov/dez 1997.
- ABRIL. **Elle**, 2018. Disponível em: <<http://elle.abril.com.br/moda/o-meme-da-vez-tambem-fala-de-uma-revolucao-na-moda>>. Acesso em: 10 setembro 2018.
- ARAUJO, S. N. F. **Entre garotos e suas equipes**: consumo tecnocultural e dinamicidade ético-estética na cena black brasiliense. 2012. 109 f. Dissertação de Mestrado em Sociologia - Universidade de Brasília, Brasília, 2012. Orientador Edson Silva de Farias.
- BAUER, M. W.; GASKKEL, G. **Pesquisa qualitativa com texto**: imagem e som: um manual prático. Tradução de Pedrinho Guareschi. - 2ª reimpressão: 13ª. ed. Rio de Janeiro: Vozes, 2017.
- BAUMAN, Z. **Identidade**. Tradução de Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Zahar, 2005.
- BAUMAN, Z. **Vida para consumo**: a transformação das pessoas em mercadorias. Tradução de Carlos Alberto medeiros. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor Ltda., 2008.
- BESCHIZZA, C. B. C. L. Uma introdução ao funk carioca: trajetória inicial e uma bibliografia para futuras pesquisas. **Revista Horizonte Científico**, Uberlândia, v. 9, n. 2, dezembro 2015. ISSN: 1808-3064.
- BOURDIEU, P. **O poder simbólico**. Tradução de Le pouvoir symbolique. 11ª. ed. Rio de Janeiro: bertrand brasil, 2007.
- BOURDIEU, P.; SAINT-MARTIN, M. Gostos de classe e estilos de vida. In: ORTIZ, R. **Bourdieu**: Sociologia. Coleção Grandes Cientistas Sociais. ed. São Paulo: Ática, v. 39, 1983. p. 82-121.
- BRASIL. Senado Federal. **ecidadania**, 2017. Disponível em: <<https://www6g.senado.leg.br/busca/?portal=e-Cidadania&q=criminaliza%C3%A7%C3%A3o+do+funk>>. Acesso em: 29 novembro 2017.
- BRASILEIRO, A. M. M. **Manual de produção de textos acadêmicos e científicos**. São Paulo: Atlas, 2013.
- CAMPÊLO, S. R. S. **Adolescência, pobreza e inclusão digital**: práticas discursivas e identidades (re)construídas no espaço virtual. 2014. 159 f. Dissertação de Mestrado em Linguística. Universidade de Brasília, Brasília, 2014. Orientadora Denise Helena Garcia da Silva.
- CANCLINI, N. G. **Consumidores e Cidadãos**. Tradução de Maurício Santana Dias. 8ª. ed. Rio de Janeiro: UERJ, 2015.



CHOULIARAKI, L.; FAIRCLOUGH, N. **Discourse in Late modernity - Rethinking Critical Discourse Analysis**. Edinburgh: Edinburgh University Press, 1999.

DAYRELL, J. **A música entra em cena: o rap e o funk na socialização da juventude**. Belo Horizonte: UFMG, 2005.

DEBORD, G. **A sociedade do espetáculo**. Tradução de Estela dos Santos Abreu. Rio de Janeiro: Contraponto, 2015.

DENZIN, N. K.; LINCOLN, Y. S. **O planejamento da pesquisa qualitativa: teorias e abordagens**. Tradução de Sandra Regina Netz. Porto Alegre: Artmed, 2006.

DIAS, R. S.; VASSOLER, J. F.; LIMA, L. L. Discurso como letramento: implicações no processo de construção da identidade do aprendiz de línguas. **Revista Diálogos**, Mato Grosso do Sul, 2018.

ESSINGER, S. **Batidão: Uma história do funk**. Rio de Janeiro: Recrod, 2005.

ESSINGER, S. G1. **O Globo**, 2016. Disponível em: <[oglobo.globo.com/cultura/black-rio-exposicao-documentario-livro-resgatam-historias-do-movimento19611956](http://oglobo.globo.com/cultura/black-rio-exposicao-documentario-livro-resgatam-historias-do-movimento19611956)>. Acesso em: 29 setembro 2017.

EXAME. **VIP: Estilo de vida**, 2016. Disponível em: <<https://exame.abril.com.br/estilo-de-vida/do-samba-ao-funk-a-favela-faz-o-maracana-dancar/>>. Acesso em: 31 ago. 2017.

FAIRCLOUGH, N. **Discurso e Mudança Social**. Tradução de Izabel Magalhães. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 2001.

FAIRCLOUGH, N. **Analysing Discourse**. Nova York: Routledge, 2003.

FERREIRA, A. B. D. H. **Dicionário Aurélio da língua portuguesa**. 5ª Edição. ed. Curitiba: Positivo, 2010.

FLICK, U. **Introdução à pesquisa qualitativa**. Tradução de Joice Elias Costa. 3ª. ed. Porto Alegre: Artmed, 2009.

BARREIROS, R., DANTAS, K. **Funk Ostentação: o filme**. Kondzilla; 3K produtora. 2012. Disponível em: <https://www.kondzilla.com/funk-ostentacao-o-filme/>. Acesso em: 31 agosto 2017.

GIDDENS, A. **Modernidade e identidade**. Tradução de Plínio Dentzien. Rio de Janeiro, 2002.

G1. **Globo.com**, 2017. Disponível em: <<https://g1.globo.com/musica/noticia/projeto-de-lei-de-criminalizacao-do-funk-repete-historia-do-samba-da-capoeira-e-do-rap.ghtml>>. Acesso em: 01 setembro 2017.

GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 5ª reimpressão - 6ª. ed. São Paulo: Atlas, 2012.

HALL, S. **Da diáspora: identidades e mediações culturais**. Tradução de Adelaide La Garcia Resende [et. al]. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2003.

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

IHU on line. revista do instituto humanitas unisinos. **A financeirização da vida. os processos de subjetivação e a reconfiguração da relação 'economia e política'**. disponível em: <http://www.ihu.unisinos.br/78-noticias/544024-a-financeirizacao-da-vida-os-processos-de-subjetivacao-e-a-reconfiguracao-da-relacao-economia-e-politica>. acesso em: 27 agosto. 2018.

JOVCHELOVITCH, S.; GURESCHI, P. **Textos em representações sociais**. Petrópolis: Vozes, 1994.

LEEUWEN, T. V. A representação dos atores sociais. In: PEDRO, E. R. **Análise Crítica do Discurso: uma perspectiva sociopolítica e funcional**. Lisboa: Caminho, 1997. p. 169-222.

LOPES, A. C. **Funk-se quem quiser: no batidão negro da cidade carioca**. Rio de Janeiro: Bom Texto, 2010.

LURY, C. **Consumer Culture**. 2ª. ed. New Jersey: Rutgers University Press, 2011.

MAGALHÃES, I.; MARTINS, A. R.; RESENDE, D. M. V. **Análise de discurso Crítica**. Brasília: UnB, 2017.

MEDEIROS, J. **Funk Carioca: crime ou cultura? O som da medo. E prazer**. São Paulo: Albatroz, Loqui e Terceiro Nome, 2008.

MEIRELLES, R. . A. C. **Um país chamado favela: a maior pesquisa já feita sobre a favela brasileira**. São Paulo: Editora Gente, 2014.

MOSCOVICI, S. **Representações sociais: investigações em psicologia social**. 5ª edição. ed. Petrópolis: Vozes, 2007.

NASCIMENTO, A. M. R. **O hip hop como experiência estética: apropriações e ressignificações por jovens do ensino médio privado**. 2011. 110 f. Dissertação de Mestrado em Educação - Universidade de Brasília, Brasília, 2011. Orientadora Wivian Weller.

OLIVEIRA, E. M. E. S. **Rap contestação e funk ostentação: consumo e discursos sonoros na periferia**. Araraquara: UNESP, 2016. 135 f. Dissertação de Mestrado em CiêMCias Sociais. Orientadora Ana Lúcia de Castro.

PAULO, P. P. G1. **G1. globo.com**. Disponível em: <<http://especiais.g1.globo.com/sao-paulo/o-mundo-funk-paulista/index.html>>. Acesso em: 31 janeiro 2017.

PEDRO, E. R. **Análise crítica do discurso: aspectos teóricos, metodológicos e analíticos**. In: PEDRO, E. R. **Análise crítica do discurso: uma perspectiva sociopolítica e funcional**. Lisboa: Caminho, 1997. p. 19-45.

POCHMANN, M. A base da pirâmide social renovada. In: POCHMANN, M. **A nova classe média: o trabalho na base da pirâmide social brasileira**. São Paulo: Boitempo, 2012. Capítulo 1, p. 13-46.

RESENDE, V. D. M.; RAMALHO, V. **Análise de discurso crítica**. São Paulo: Contexto, 2006.

ROSA, W. **Homem Preto do Gueto: um estudo sobre a masculinidade no Rap brasileiro**. 2006. 90 f. Dissertação de Mestrado em Antropologia - Universidade de Brasília, Brasília, 2006. Orientadora Rita Laura Segato.

SAMPAIO, L. P. S. **A construção dos sentidos por meio de canções no contexto educacional**. 2008. 136 f. Dissertação de Mestrado em Educação - Universidade de Brasília, Brasília, 2008. Orientadora: Ângela Álvares Dias Correa.

SILVA, F. C. O. A Representação da raça negra no Brasil: ideologia e identidades. In: VIEIRA, J. A.; BENTO, A. L. **Discurso Identidade e Gênero**. Brasília: Movimento, 2015. p. 227-354.

SILVA, F. C. O. **A construção social de identidades étnico-raciais: uma análise discursiva do racismo no Brasil**. Brasília: Universidade de Brasília, 2009. 267 p. Tese (Doutorado em Linguística).

SILVA, F. C. O.; ROCHA, M. F. **Identidades sociais femininas em letras de funk: fragmentação e naturalização**, no prelo.

SILVA, T. T.; HALL, S.; WOODWARD, K. **Identidade e diferença: a perspectiva dos estudos culturais**. 15ª. ed. Rio de Janeiro: Vozes, 2014.

SPIVAK, G. C. **Pode o subalterno falar?** Tradução de Sandra Regiba Goulart Almeida; Marcos Pereira Feitosa e André Pereira Feitosa. Belo Horizonte: UFMG, 2010.

TAVARES, B. L. **Na quebrada, a parceria é mais forte: juventude hip-hop: relacionamento e estratégias contra a discriminação na periferia do Distrito Federal**. 2009. 323 f. Tese de Doutorado em Sociologia - Universidade de Brasília, Brasília, 2009. Orientador Brasilmar Ferreira Nunes.

VIANA, H. **O mundo funk carioca**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ltda, 1988.

VIANA, H. **Funk Paulistano**. 2013. Disponível em: <<http://hermanoviana.wordpress.com/2013/01/12/funkpaulistano/>>. Acesso em: 31 agosto 2017.

VIEIRA, V.; RESENDE, V. D. M. **Análise de discurso (para a) crítica**. 2. ed. São Paulo: Pontes, v. 1, 2016.

WODAK, R.; MEYER, M. Critical discourse analysis: history, agenda, theory and methodology. In: WODAK, R.; MEYER, M. **Methods of critical discourse analysis**. 2ª. ed. Londres: Sage, 2009. p. 1-33.

## ANEXOS

### **G1/ Texto 1 – Você vale o que você tem**

MC Guimê (2011)

É nós que manda mandando, na rima sou chapa quente  
 DJ solta o tambozão que lá vem mais uma pra entrar na sua mente  
 Você vale o que tem  
 e nós veio te explicar  
 Desde pequeno eu tive o ensinamento de ter que respeitar Nois que tá na situação e  
 a realidade é dita na rima  
 Se você não tá sabendo, vem com nós, que nós te ensina  
 Vai criando, improvisando, quem canta o mal espanta  
 Vai rimando e inovando, tirando os nó da garganta

A humildade é a base de tudo que fortalece nós  
 A voz do povo é a voz de Deus, a voz de Deus é a nossa voz  
 Tem que saber agir, tem que saber chegar  
 Tem que saber sair pra não se prejudicar  
 A vida é uma escola, estuda senão sofre com as consequências  
 A humildade, além de tudo, é a visão da sobrevivência  
 O Lon que me disse isso e nós manda consciente  
 To firmão, de cabeça erguida, cantando meu funk, sigo em frente  
 Cola com nós, então chega, que aqui só tem sangue bom  
 Sinceramente, quem detona é HitsPower.com

Chega aí com nós, mas chega se for pra somar  
 Porque o Senhor é meu pastor e nada me faltará  
 Coloca o Chandon na taça pra rapa toda, pra mim e pra tu  
 Um brinde para os guerreiro e manda a inveja tomar no meio  
 Pra nós não importa o que tu seja, não importa o que tu tem  
 Um cofre só com moeda de 5  
 Ou um malote no elástico com as nota de 100

Nós somos todos iguais, a sociedade que diferencia  
 Valoriza quem já tem e esquece da periferia  
 Infelizmente na sociedade você vale o que tem  
 Se tá de Hornet é tudo, se tá de a pé num é ninguém  
 Você vale o que tem,  
 quem não tem medo, não se esconde  
 Essa é a nova que detona no ano de 2011  
 A nova de 2011  
 Você vale o que tem  
 Na sociedade, você tá ligado, que ninguém é mais que ninguém  
 Mas na sociedade você vale o que tem

**G1/ Texto 2 – Plaquê de 100**

MC Guimê (2012)

Contando os plaque de 100, dentro de um Citroën  
Ai nós convida, porque sabe que elas vêm  
De transporte nós tá bem, de Hornet ou 1100  
Kawasaki, tem Bandit, RR tem também

A noite chegou, nós partiu pro Baile funk  
E como de costume toca a nave no rasante  
De Sonata, de Azzera, as mais gata sempre pira  
Com os brilho da jóias no corpo de longe elas mira  
Da até piripaque do Chaves onde nós por perto passa  
Onde tem frevo tem nós, onde tem fogo há fumaça

É desse jeitinho que é, seleciona as mais top  
Tem 3 porta, 3 lugares pra 3 minas no Veloster  
Se quiser se envolver, chega junto, vamo além  
Nóis é os pika de verdade, hoje não tem pra ninguém

Nóis mantém a humildade  
Mas faz sempre parar tudo  
E os zé povinho que olha, de longe diz: que absurdo  
Invejoso se pergunta tão maluco o que que é isso  
Mas se pergunta pra nós, nós vai responder: churiço

Só comentam e critica, fala mal da picadilha  
Não sabe que somos sonho de consumo da tua filha  
Então não se assuste não, quando a notícia vier à tona  
Ou se trombar ela na sua casa, em cima do meu colo, na sua poltrona

**G1/ Texto 3 – É classe A**

Backdi e Bio G3 (2012)

É classe A, é classe A

Quando o bonde passa nas pistas geral tá ligado que é ruim de aturar

É classe A, é classe A

Nóis tem carro, tem moto, dinheiro

Aqui nois faz as piranha gamar

Tô partindo pro baile sempre no mó *style*

De camisa da Armani, pesado de Oakley com tênis da Nike

No pulso logo um Breitling, cordão 18k

Vô forgá de Veloster, de BMW, Golf Sport Line

Vem gata cola grande no peão, tamo de Kawasaki

É bonde dos malote, fecha os camarote

É os donos da *nigth*

É tipo celebridade isso é vida de majestade

Se a fiel tá atacando nóis leva as amante pra forgá no baile

Com nóis é sem massagem,

Nóis tem tudo que atrai as mulher

Nóis tem carro, tem moto,

tambem tem dinheiro e tudo que elas quer

Vem comigo que é vida

Esse é o bonde dos pica pó é nóis que tá

O bonde é classe A,

nóis vem pra forgá, deixa nóis passar

É classe A, é classe A

Quando o bonde passa nas pistas geral tá ligado que é ruim de aturar

É classe A, é classe A

Nóis tem carro, tem moto, dinheiro

Aqui nóis faz as piranha gamar

É classe A, é classe A

**G1/ Texto 4 – Pode Chamar Que Ela Vem**

MC Nego Blue (2012)

Vem, pode chamar que ela vem  
De Captiva ou de Citroen, de Hornet ou de mil e cem  
Vem, tem de galo, também tem de cem  
E a dama de vermelho também  
É que hoje eu não sou de ninguém, eu não sou de ninguém

Ih! Chegou final de semana  
Tem que andar chique e bacana  
Tô pesadão de Lacoste e de Dolce Gabbana  
Vamo Santos ou Copacabana  
Mas não se preocupa com a grana  
Porque o *pitstop* da noite vai ser na minha cama

Ser bonito e ser elegante  
Ouro, prata e diamante  
Tô de nave no razante eu vou mais adiante  
Ih, nós tem fiel, tem amante  
E a briga das duas é constante  
A fiel bate no peito diz que se garante  
Ih, o lema é se adiantar conta várias de cem  
Fazendo elas gamá  
A novinha tá na minha mira, não vai escapar

Vem, pode chamar que ela vem  
De Captiva ou de Citroen, de Hornet ou de mil e cem  
Vem, tem de galo também tem de cem  
E a dama de vermelho também  
É que hoje eu não sou de ninguém, eu não sou de ninguém

Ih, pode preparar os kit  
Que hoje à noite é sem limite  
A balada começa com uísque e termina em suíte  
De Armani, Ferrari metendo mó mala  
Olha o bonde reunido só os parceiros e os amigos  
Sou Inácio Monteiro, coração valente  
onde só tem moleque chapa quente  
Se liga nesse refrão e canta com a gente

Vem, pode chamar que ela vem  
De Captiva ou de Citroen, de Hornet ou de 1100  
Vem, tem de galo também tem de cem  
E a dama de vermelho também  
É que hoje eu não sou de ninguém, eu não sou de ninguém

**G1/ Texto 5 – Megane**

MC Boy do Charme (2013)

Imagina nós de megane, ou de 1.100  
Invadindo os baile, nao vai ter pra niguém  
Nosso bonde assim que vai  
É euro, dólar e nota de 100  
Nota de 100, nota de 100

Jamais vou me desfazer, dos parceiros que estão no dia-a-dia  
O nosso bonde é esse, sintonia e correria  
Só não quero do lado aqueles que são simpatia  
São simpatia, tão todo dia, correria

Guerreiro tô na luta vô na fé e assim que é  
Dinheiro faz dinheiro, dinheiro chama mulher  
Dinheiro da um lance, compra carro, então já é  
Tô de rolé, tô de rolééé

Mais se os manos são do bom,  
Bota o Puma Disc que hoje tem baile  
Tô com cordão de ouro e vai no pulso um Authblaint  
Cheroso pra caralho, tô de Armani ou de Ferrariiii

Quando subi no camarote, lá vô encontrar os irmão da zona sul  
Na nossa mesa, só Absolut e Red Bull  
Tô rodiado de mulher,  
Rio de Janeiro tá susu, tá susu, tá susu  
Quando eu descer pra outra balada, chego lá  
Meu bonde é esse, pode crê  
E o bonde só dos loucos, é os loucos procede  
Tô desceno a 100 por hora, cheio de mulhé  
Tô de rolé, tô de rolé, só tu vive



**G1/ Texto 6 – Tá patrão**

MC Guimê (2013)

Se um é pouco  
Dois é bom  
Três é demais!  
MC Guime, Kondzilla  
DJ Bala na batida  
Vai segurando

Tapa, tapa tá patrão

Quando dá uma hora da manhã  
É que o bonde se prepara pra *vibe*  
Abotoa a pólo listrada  
Da um nó no cadarço no tênis da Nike  
Joga o cabelo pra cima  
Ou põe o boné que combina com a roupa  
A picadilha pode ser de *boy*  
Mas não vale esquecer que somos vida loca

As mais *top* vem do nosso lado  
Ficam surpresas, ganha mó moral  
Se o *paparazzi* chega nesse baile  
Amanhã seu pai vê sua foto no jornal

Portando o *kit* de nave do ano  
Essa é a nossa condição  
Olha só como que o bonde tá

Quando ouviu o barulho do motor  
Era nós passando pela sua quebrada  
Levantou e foi ver na janela  
Na hora que viu ficou impressionada.

De Hornet ou de R1  
Se só foder, de moto eu paro  
Eu vou até minha garagem  
Buscar meu Veloster, Sonata ou Camaro

Tapa, tapa, tá patrão  
Tapa, tapa, tá patrão

**G1/ Texto 7 – Príncipe da ostentação**

MC Gui (2014)

Eu tenho o que ela quer  
Desse jeito eu vou que vou  
Nosso bonde tá doce  
Louco pra falar de amor  
Garoto propaganda,  
Tô na televisão  
Jovem brasileiro  
Príncipe da ostentação

Você que desacreditou  
A vida é uma roda gigante  
Então me responde quem acreditava  
Que aquele menino vencia o gigante  
Símbora nós vamos adiante  
O mundo gira e o tempo não para  
De cordão de ouro, perfume importado  
Com as nave do ano de roda cromada

Com fé eu montei minha grife  
Foco na missão de vitória a vitória  
Minha trajetória o céu é limite  
MC Gui solta a voz fazendo as gatinhas mexer  
Uma grita, uma chora, algumas desmaia  
Pede o que quer que eu dou pra você

Eu tenho o que ela quer  
Desse jeito eu vou que vou  
Nosso bonde tá doce  
Louco pra falar de amor  
Garoto propaganda,  
Tô na televisão  
Jovem brasileiro  
Príncipe da ostentação

Não sou Hollywood, mas sou um sucesso  
Cria Daleste corro pelo certo  
Chama no giro, jogo pro alto  
E o Zé povinho que tá tudo perto  
Lancei minha corrente de ouro  
Nas férias vou forgá na Disney  
Surfar no Hawaii  
Califórnia, Indonésia  
Tô de longboard chekillong e grife

**G1/ Texto 8 - Os caras do momento**

Nego do Borel (2014)

Abre espaço, pros cara do momento  
 Que mete, joga dentro, e faz você se apaixonar  
 De Abercrombie, de Christian ou Ed Hardy  
 De anel, uma Aeropostale, os cara vão pirar, babar

Quando eu passar  
 Com um carro da moda, a mulher da hora  
 Ai de vagabundo cobiçar  
 Ela tá com o cheiro que faz os cara pensar besteira  
 Tá de Victoria's Secret, 212, Carolina Herrera  
 E o bonde de Tommy, Lacoste e de Oakley  
 Tem a Lamborghini e a Land Rover

Quem nasceu pra ser cu, nunca vai ser pica  
 E uma firma pobre, faço uma firma rica  
 As mulheres que eu pego, são mulher do meu bolso  
 Faz amor comigo, pede pra tirar foto com meu ouro

Abre espaço, pros cara do momento  
 Que mete, joga dentro, e faz você se apaixonar  
 De Abercrombie, de Christian ou Ed Hardy  
 De anel, uma Aeropostale, os cara vão pirar, babar

Quando eu passar  
 Com um carro da moda, uma mulher da hora  
 Ai de vagabundo cobiçar  
 Ela tá com o cheiro que faz os cara pensar besteira  
 Tá de Victoria's Secret, 212, Carolina Herrera

De Abercrombie, de Christian ou Ed Hardy  
 De anel, uma Aeropostale, os cara vão pirar, babar  
 Quando eu passar  
 Com um carro da moda, uma mulher da hora  
 Ai de vagabundo cobiçar  
 Ela tá com o cheiro que faz os cara pensar besteira  
 Tá de Victoria's Secret, 212, Carolina Herrera,

212, Carolina Herrera...  
 212, Carolina Herrera...

Abre espaço, pros cara do momento  
 Do momento  
 Do momento  
 Do momento  
 Do momento  
 Do momento

**G1/ Texto 9 – Bonde dos brabos**

Nego do Borel (2014)

Em casa com minha amante  
Escolhendo ouro e diamante  
E o dinheiro que não acabou  
Tem ousadia hoje eu vou

Só quem tem tá na área restrita  
Camarote cheio de bebida  
Vem acompanhando  
Cavalo branco, whisky com tequila

No palco tem um moleque feio  
Com o bolso cheio de dinheiro  
Chamado de Leno Maycon  
Conhecido como MC Nego

O bonde não tem limites  
Compramos a Bandit  
Bandit que rima com whisky  
Whisky rima com suite

Nóis tá tirando onda  
Nas ruas de Copacabana  
Decola no Rio de Janeiro  
E pousa lá dentro de Sampa

Bonde dos brabo  
Mais brabo que nós não tem  
Bonde dos brabo  
Mais brabo que nós não tem

Tô de 1.100,  
Whisky Red Bull, gelo de água de coco  
Lança, lança, embrazando  
Balançando e ficando louco

Sente aí novinha  
O cheiro do negão  
Que vai como um tiro  
Na sua direção

Bonde dos brabo  
Mais brabo que nós não tem  
Esse é o bonde dos brabo e  
Mais brabo que nós não tem

**G1/ Texto 10 - Eu Sou Patrão, não Funcionário**

Menor do Chapa (2014)

Eu sou patrão, não funcionário  
Meu estilo te incomoda  
Só pego as melhores e ando sempre na moda  
Bacana eu tiro é onda, vem no pique, olha só  
A nossa fé em Deus é a riqueza maior

A nossa roupa é da Ed Hardy, Rio Local ou da Armani  
O bonde tá de Audi, Veloster, tá de Megane  
Eu tô portando a Captiva com som de duzentos mil  
Estilo *panicat* me deu mole quando viu

Elas tão doida, tão louca,  
Olha só como elas curte  
Whisky, Big Apple, Red Bull e Absolut

Elas tão doida, tão louca,  
Olha só como elas curte  
Whisky, Big Apple, Red Bull e Absolut

Eu sou patrão, não funcionário  
Meu estilo te incomoda  
Só pego as melhores e ando sempre na moda  
Bacana eu tiro é onda, vem no pique olha só  
A nossa fé em Deus é a riqueza maior

**G1/ Texto 11 -Papel do Mal**

MC Menor da VG (2016)

Uns dizem que traz felicidade  
E outros dizem que não  
Enquanto uns tem muito pouco  
Grande minoria esbanja um montão

Chama muito inimigo  
Chama amigo a vera  
Mas quando o papel acaba os amigos  
Somem pode crê, já era

Sem ele tu não é nada  
Com ele tu vira presa  
Outros que não obterão  
Vão roubar você com toda certeza

Um dia claro da caça  
E outro do caçador  
Olha, tem vários mendigos  
Que lá na antiga ele era doutor

Não ajudou o menino  
No farol pedindo esmola  
Hoje ele é profissional  
Jogador do seu time  
Moleque daora

Um papel só é muito pouco  
Muito papel sempre é bom  
Olha o Menor e o Pedrinho  
Tá aqui sempre pronto pra passar a visão  
Esse é o papel do mal  
Esse é o papel do mal  
To atrás de felicidade  
De paz e amor  
Depois material

Esse é o papel do mal  
Esse é o papel do mal  
Cara de um lado  
Animal do outro  
Te apresento  
Ao famoso real

Tu até tem uma chance  
De conhecer uma mulher  
Que te goste de verdade  
E que te aceite andando a pé

Mas com o papel do mal  
Tu tem tudo o que quiser  
Carro, comida, cerveja, mansão  
Curtição e muita mulher

Com 20 conto no bolso  
Só o almoço tu compra  
Mas com um milhão na conta  
É só MC Donald e comida pronta

Responsável por assaltos  
Responsável por reféns  
Esse papel paga o crime  
Mas paga outro tipo de coisa também

Tu compra seus alimentos  
Compra até sua liberdade  
Eles fabricam o dinheiro  
Mas esquecem de fabricar a igualdade

E também eles esquecem  
Que no céu não entra dinheiro  
Pra passar pelo pedágio de Deus  
Tu tem que ser verdadeiro

Tu tem que ser transparente  
Nunca egoísta e invejoso  
Não ferir o coração  
E também não ser ganancioso

Não sei de tudo no mundo  
Claro que Deus eu não sou  
Mas eu converso com ele  
E essa mensagem ele te enviou

Para de ser olho gordo  
Que tu só anda pra trás  
Quer progressão de verdade  
Esquece dinheiro  
E corre atrás de paz

**G2/ Texto 12 – Camaro**

MC Britney (2013)

Então joga a chave do Camaro no meu porte  
Com tom produções tá ligado, a firma é forte

Então joga a chave do Camaro no meu porte  
Tu tá ligado aqui a firma é forte  
Tenho dinheiro e sempre estou por cima  
Ouro em pó, pra mim e purpurina.

Esta é a noite que eu vou brilhar  
Estore um Chandon e vou comemorar

No meu iate só artistas convidados  
Bebidas importadas, tá tudo liberado  
A minha Captiva eu uso só pra diversão  
Sou Britney MC no mundo da ostentação

Então joga a chave do Camaro no meu porte  
Tu tá ligado aqui a firma é forte  
Tenho dinheiro e sempre estou por cima  
Ouro em pó, pra mim e purpurina.

Então joga a chave do Camaro no meu porte  
Tu tá ligado aqui a firma é forte  
Tenho dinheiro e sempre estou por cima  
Ouro em pó, pra mim e purpurina.

Então, o meu jatinho eu uso a vontade.  
Viajo o mundo inteiro em total privacidade  
Já te falei que eu estou por cima  
Até quem me odeia tá me chamando de amiga

Então joga a chave do Camaro no meu porte  
Tu tá ligado aqui a firma é forte  
Tenho dinheiro e sempre estou por cima  
Ouro em pó, pra mim e purpurina.



**G2/ Texto 13 - Mulher Do Poder**

MC Pocahontas (2015)

Ostentação, palavra que eu gosto de ouvir  
Se me quer do seu lado, tem que me fazer rir  
Vem me buscar de Hornet, R1, RR  
Me dá condição  
Deixa eu totalmente louca, chapadona de Chandon

Gosto de gastar, isso não é novidade  
Hoje eu já torrei mais de 10 mil com a minha vaidade  
É salão de beleza, roupa de marca, sandália de grife no pé  
Bolsa da Louis Vuitton, sonho de toda mulher

Tudo que eu faço tá virando comentário  
Postaram no *Face* que agora eu tô de Camaro  
E quem tá comigo sabe aonde eu chego eu dou sacode  
Sou a MC Pocahontas, tamo junto, a firma é forte

Bota o dedo pro alto, deixa os homens loucos  
Esse é o bonde das minas que andam no ouro  
Gosto de ostentar e essa é a minha vida  
Mulher do poder, é assim que eu sou conhecida

(É o poder)

Bota o dedo pro alto, deixa os homens loucos  
Esse é o bonde das minas que andam no ouro