

**DISCURSOS E REPRESENTAÇÕES LEGITIMADAS PELO
MERCADO: SIGNIFICADOS IDENTIFICACIONAIS NAS LETRAS
DE FUNK OSTENTAÇÃO**

*(Discourses and representations legitimated by the market: identificational meanings
in the lyrics of ostentation funk)*

*(Discursos y representaciones legitimados por el mercado: significados
identificativos en las canciones funk osntentación)*

Juliana Ferreira Vassoler¹
(UnB)

Recebido em: outubro de 2019
Aceito em: março de 2021
DOI: 10.26512/les.v22i1.27588

¹ Juliana Ferreira Vassoler é doutoranda em Linguística pelo PPGL na Universidade de Brasília, mestra em Linguística, pela UnB, em 2018, especialista em Práticas de Letramento e Práticas Interdisciplinares pela UnB, em 2015; especialista em Língua e Literatura pela UEG, em 2005, desenvolve pesquisas acadêmicas com discursos, representações sociais e textos. É membro do Grupo de Pesquisa "Língua, Discurso e Representação (GEDIS)" (julianavassoler@hotmail.com).

RESUMO

Este artigo tem como objetivo examinar como as letras de funk ostentação veiculam discursos socialmente articulados pelas práticas sociais de consumo. Trata-se de um estudo textualmente orientado que está amparado nos princípios teórico-metodológicos da Análise de Discurso Crítica (ADC). Os resultados da pesquisa indicam como os significados das escolhas do léxico contribuem para representações linguístico-discursivas que revelam uma prática social que reforça o consumo de produtos da moda como condição de inclusão ou exclusão social e como forma de delimitação de identidades sociais.

Palavras-chave: Discurso. Representações Sociais. Consumo. Identidade.

ABSTRACT

This article aims to examine how lyrics of ostentation funk convey discourses socially articulated by social consumption practices. It is a textual oriented study that is supported by the theoretical-methodological principles of Critical Discourse Analysis (ADC). The results indicate how the meanings of the lexical choices contribute to linguistic-discursive representations that reveal a social practice influenced by high consumption of fashion products as a condition of inclusion or exclusion and as a form of delimitation of social identities.

Keywords: Discourse Analysis. Social representation. Consumption. Identity.

RESUMEN

Este artículo tiene como objetivo examinar cómo las canciones funk ostentación transmiten discursos articulados socialmente por las prácticas sociales de consumo. Es un estudio de orientación textual que se sustenta en los principios teóricos y metodológicos del Análisis Crítico del Discurso (ADC). Los resultados indican cómo los significados de las opciones de léxico contribuyen a representaciones lingüístico-discursivas que revelan una práctica social influenciada por el alto consumo de productos de moda como condición de inclusión o exclusión social y como forma de delimitación de identidades sociales.

Palabras clave: Discurso. Representaciones sociales. Consumo. Identidad.

INTRODUCÃO

Este artigo compõe parte de uma pesquisa mais ampla intitulada “Consumo, logo existo: análise discursiva crítica de representações sociais em letras de funk ostentação”, concluída em 2018. Destaco que a pesquisa citada circunscreve-se, dentro da 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 Representação: práticas discursivas e sociais de exclusão*. Trata-se de um estudo textualmente orientado, que propõe reflexões sobre discursos e representações sociais presentes em um *corpus* composto por letras de funk ostentação. O interesse pelo estudo deve-se ao reconhecimento de que as diversas formas de expressão cultural são também expressões discursivas e políticas.

Tendo como ponto de partida o entendimento de que a construção dos sistemas de conhecimento estrutura-se pela linguagem e materializa-se nas formas de ser, agir e interagir, tomo como objeto de análise letras de funk ostentação, pois constituem textos que trazem discursos que

contemplam práticas sociais relacionadas ao sistema capitalista hegemônico e que são adotadas por comunidades específicas como forma de construção de identidades.

Saliento que o contexto histórico e social de produção, distribuição e consumo dos referidos textos é o da modernidade tardia, segundo Giddens (2002), ou, nos termos de Fairclough (2003), novo capitalismo. Este contexto implica a experiência mediada por meios de comunicação de massa, bem como a propagação da lógica capitalista que dissemina práticas sociais cada vez mais influenciadas pelo acesso à informação, ao conhecimento e ao consumo. Assim, comprehendo que as letras de funk ostentação localizam-se no âmbito do discurso consumista e articulam-se sobre os princípios de uma unidade básica essencial que é o padrão de consumo ou o estilo de vida como práticas sociais com orientações econômicas, políticas, culturais e ideológicas.

Dessa forma, consideramos no estudo a análise de discursos e representações discursivas de letras de funk ostentação criadas, distribuídas e consumidas por jovens funkeiros(as) como um processo de construção de identidades e de representações sociais da periferia.

Refletir sobre o funk ostentação implica considerar diferentes aspectos de uma das manifestações da cultura brasileira que surgem no contexto da produção cultural da periferia. Para este contexto de produção, as práticas de consumo são essenciais para a compreensão dos textos e dos discursos de ostentação, pois destacam as manifestações simbólicas 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 contradições, expectativas e incertezas vividas pelos(as) jovens das camadas populares. Este recorte objetiva apresentar outro acréscimo às perspectivas nas quais o consumo tem sido analisado, propondo uma reflexão sobre os problemas da desigualdade social. Trata-se de uma perspectiva que enfoca a língua como prática social, portanto, coaduna-se com o propósito de uma análise textualmente orientada voltada para questões de justiça social.”

1. “É SOM DE PRETO É SOM DE FAVALADO” – CONTEXTUALIZANDO O ESTUDO

A trajetória do funk teve início nos anos 1960 sob a influência da música negra norte-americana. No Brasil, ao longo das últimas décadas, o ritmo agregou outras influências, resultando em uma *performance* nacionalizada que, hoje, representa a música brasileira. O funk é descendente da música negra norte-americana, o *Rhythm and Blues* e o *Soul*, no final da década de 1960. Esses ritmos se propunham a ser um discurso contra-hegemônico de conscientização dos(as) negros(as) americanos(as), cujos principais intérpretes, durante esse período, foram James Brown, Ray Charles e Sam Cooke.

A internacionalização da música negra norte-americana ocorreu através da indústria cultural, por meio dos bailes na década de 1970. No Brasil, o 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, que eram noites dançantes animadas por som de toca-discos e jogos de luzes. Aconteciam aos domingos e reuniam uma multidão de jovens que se divertiam ao som de rock, pop e de cantores como James Brown.

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 temas como estudo, família, droga e violência. Nesse período, “[...] formavam-se equipes de som que promoviam bailes onde 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).

No final dos anos 1970, o funk foi gradualmente perdendo espaço para o estilo “*disco*”. Esse estilo era consumido em todo o mundo e contribuiu para, nas palavras de Essinger (2005), 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 nos bailes, agora com uma configuração mais melodiosa, lenta e romântica, conhecida como “charme”, que favorecia a criação de evoluções de dança mais aprimoradas e a paquera entre os jovens.

Mesmo com o retorno do funk, o baile, de modo geral, foi aderindo ao o *hip-hop* norte-americano, que trouxe as danças em grupo e uma nova indumentária, composta por bermudões, bonés e tênis de marcas esportivas. No Brasil, o *hip-hop* emergiu no final dos anos 1970 com a “cultura *black*” e também 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* têm várias vertentes: positivo; político-contestador e o *gangsta rap* (um segmento equivalente ao proibidão 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 do funk carioca. Segundo Essinger (2005), o *electro* foi rapidamente absorvido pelas equipes de som do Rio nacionalizando-se e distanciando-se do referencial do *hip-hop*. Os bailes funk começaram a atrair muitas pessoas e a constituir-se como espaço de manifestação cultural da periferia no qual o ritmo se traduziu em “[...] uma música mais

dançante, alegre e não necessariamente politizada” (HERSCHMANN, 2000, p. 25). Dessa forma, os bailes funk tornaram-se uma das principais formas de lazer dos jovens da periferia do Rio de Janeiro.

Segundo Beschizza (2015), 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*. Este ritmo tinha uma sonoridade característica, de andamento rápido com uma batida/bumbo frenético e continuado e conteúdo sexualmente explícito cujas letras eram repletas de palavrões e alusões de cunho sexual.

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 *sampling*s, 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 com o público. Esse contexto propicia o surgimento da figura dos “artistas” do baile: *DJs* e *MCs*. O surgimento das figuras dos *DJs*, *MCs* e a incorporação do *Miami Bass* nas músicas tocadas nos bailes podem ser considerados como 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).

Na primeira metade dos anos 1990, surgem as “melôs” que são uma tentativa de, conforme Beschizza (2015), cantar de maneira aportuguesada os sucessos originalmente em inglês. 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 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.

Paralelamente, a equipe de som Furacão 2000 lançava coletâneas 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.

Nos concursos de *MCs* dos anos 90, 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). Os concursos dos festivais de galera impulsionaram a carreira de muitos MCs, mas acirraram a competitividade entre as galeras. 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. Essa competitividade fomentava uma agressividade que resultava em violência e perturbava os moradores da região. Essinger (2005) pontua que a dinâmica dos bailes de corredor corroborou para associação do funk ao crime e à violência.

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 corredor. O episódio ficou conhecido como arrastão e foi noticiado como um levante de assaltantes que acentuaram um clima de pânico no Rio de Janeiro. Desde então, “[...] 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” (BESCHIZZA, 2015, p. 11). 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).

Entretanto, a popularização do funk motivou um grande número de jovens das camadas médias que 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 comunidades do Rio Janeiro. Assim, o campo estava aberto para os artistas do funk.

Já nos anos 2000, o estilo sofre influência do samba e de outros ritmos brasileiros cadenciados por tambores. De acordo com Beschizza (2015), esses *samples* de percussão dão origem ao que se chamou de “revolução do tamborzão”. 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) 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. Para Adriana Lopes (2011), na década de 1990, o funk proibidão abordava a temática do crime. A autora reconhece que, atualmente, os proibidões estão disseminados pelo Rio de Janeiro. Contudo, novas orientações estéticas surgem em São Paulo e

Santos. Trata-se de uma vertente do funk criado como uma 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.

Sob essa mesma orientação, em 2011, a estética do funk ostentação ganha maior 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. O grande marco do funk ostentação foi o clipe “Plaquê de 100” do MC Guimê. Nesse momento, o funk ostentação sai da periferia de São Paulo e ganha espaço nos outros bairros da cidade e na mídia.

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. Os recursos tecnológicos e as redes sociais possibilitaram, além da divulgação e da promoção dessas produções culturais, a popularização do funk ostentação no gosto do público jovem do Brasil inteiro, não só dos jovens da periferia.

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 estouram nos bailes e nos canais de compartilhamento de vídeos com milhões de acessos. 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 é, em primeira instância, os(as) jovens periféricos(as).

À vista disso, o funk dos anos 2000, incluindo o estilo ostentação, manifesta-se como produção cultural de jovens sem espaço para o lazer e a cultura e que são constantemente bombardeados por discursos mediados que propagam um ideário de consumo. Dessa forma, os consumidores de ambos os sexos, todas as idades e posições sociais devem responder com prontidão aos apelos de mercado para desempenhar suas obrigações sociais, proteger a autoestima e resguardar-se da inadequação.

Nesse sentido, a estética do funk ostentação, abordada neste estudo, reflete 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 mencionar o modo como os(as) MCs alcançaram maior poder com a posse de bens materiais, exaltando o desejo de sair da favela e conquistar sucesso. Essa perspectiva contribui para as formas de representação dos(as) jovens funkeiros(as), constituindo novas formas de ser para esses atores sociais.

2. CADÊNCIAS TEÓRICO-METODOLÓGICAS

O estudo baseia-se nos pressupostos teóricos metodológicos da Análise do Discurso Crítica – ADC propostos por Fairclough (2001 [1992]; 2003) e por Chouliaraki e Fairclough (1999). Fairclough (2001 [1992]) considera que o discurso é entendido como forma de agir e representar o mundo nas práticas sociais. O autor atenta para a relação dialética entre o discurso e a sociedade, na qual o discurso é moldado pela estrutura social e constitui as diversas dimensões dessa mesma estrutura. Sob essa perspectiva, o discurso contribui para a construção das identidades sociais, das relações sociais e dos sistemas de conhecimento e crença.

Essa concepção de linguagem como parte irredutível da vida social dialoga com a vertente desenvolvida por Chouliaraki e Fairclough (1999) e ancora as orientações da prática social, sejam elas econômicas, políticas, cultural, ideológica etc., nas práticas de natureza discursiva.

A esta noção de discurso como práticas discursivas que naturalizam as relações de poder, hegemonia e ideologia, Fairclough (2003) soma o conceito de texto como evento discursivo, que se ampara na compreensão de prática social e de ordens de discurso. Sob esse ângulo, o autor aponta tanto para o sistema da linguagem quanto para seu uso contextualizado, apresentando os significados do discurso como estratégia de compreensão da linguagem segundo sua funcionalidade nas práticas sociais, tais como a forma de agir no mundo, se relacionar, representar e identificar a si e a outrem.

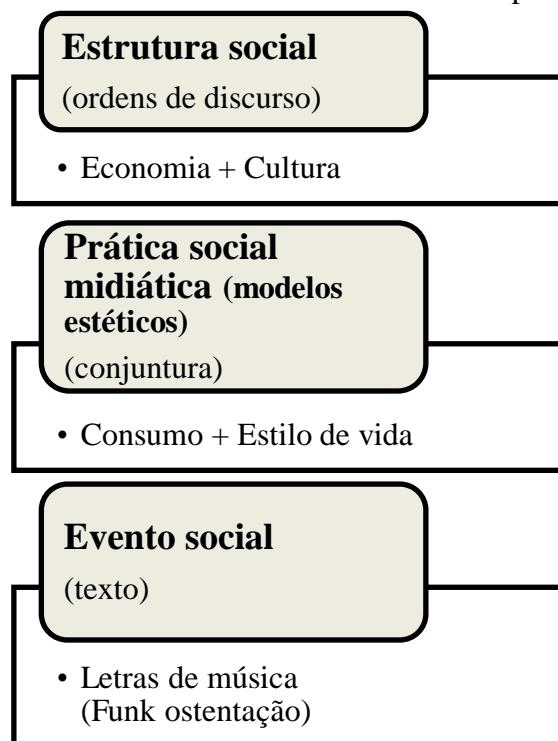
Nesse entendimento, as escolhas linguísticas adotadas para as representações discursivas compreendem a prática social e o campo de saber como conhecimento das ordens de discurso e de suas aplicabilidades, das relações semânticas que expressam e, por fim, dos significados que acessam. Para efeito de análise, o enfoque será nas escolhas lexicais relacionadas a signos simbolicamente marcados que constituem representações sociais valorizadas com vistas a desvelar os discursos ideológicos presentes nas letras de funk ostentação.

Considerando a vertente dos estudos da ADC como teoria e método de análise, entendemos que as letras de funk ostentação constituem um discurso que segue o molde de tantos outros veiculados pelos meios de comunicação de massa e 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.

Dessa forma, objetivamos analisar os aspectos linguísticos do texto que contribuem para a configuração de um estilo peculiar cujas representações de sucesso e ideologias de inclusão e

exclusão contribuem para a construção de identidades sociais e culturais. Para tanto, defino a metodologia multidimensional sugerida por Fairclough (2001 [1992]) como método de análise textual das letras de funk ostentação para o estudo do discurso, compreendendo o texto como produto de uma prática sócio-discursiva ideologicamente estruturada que pode distorcer a realidade e legitimar a desigualdade. Nesses termos, a figura 1 concentra o modelo analítico tridimensional no qual a estrutura social compreende as ordens do discurso econômico e cultural; a prática social encerra a conjuntura das redes de discursos capitalistas e de mercado; e o evento social está composto pelas letras de funk ostentação.

Figura 1 – Método de análise tridimensional para ADC



Elaborado pela autora com base em Fairclough (2001 [1992])

Assim, este estudo encerra a abordagem indutiva e fins explicativos cujos meios de investigação recorrem à estratégia dialética-relacional e à observação da representação de atores sociais com vistas a 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?*

Quanto à caracterização, aos métodos e aos procedimentos, o estudo está fundamentado em uma pesquisa de abordagem qualitativa (descritiva e interpretativa), pois configura um recorte, no tempo e no espaço, de textos selecionados e concentra-se na descrição, interpretação e análise dos dados e seus significados. Para constituir o *corpus*, foram selecionados cinco textos, a saber:

- ✓ Texto 1: *Você vale o que você tem* (MC Guimê, 2011);

- ✓ Texto 2: *É classe A* (MC Backdi e Bio G3, 2012);
- ✓ Texto 3: *Camaro* (MC Britney, 2013);
- ✓ Texto 4: *Príncipe da ostentação* (MC Gui, 2014);
- ✓ Texto 5: *Eu sou patrão não funcionário* (MC Menor do Chapa, 2014).

A seleção do *corpus* seguiu o seguinte critério de codificação: a) regularidade de tema (consumo/ ostentação); b) construção composicional do nível lexical (estilo); c) discursos (modos de representar).

A reflexão proposta aborda a consciência crítica e questões sobre formas de representar e de pensar as relações sociais em formatos que relacionem a vida cotidiana às estruturas econômicas e, a partir desse entendimento, fomentar análises e narrativas que reformulem discursos hegemônicos/ contra-hegemônicos para refletir sobre o que as letras de funk ostentação estão representando sobre as relações econômicas e sociais de seus produtores.

3. ESTILIZANDO OS SIGNIFICADOS DO DISCURSO – RESULTADOS E DISCUSSÕES

O diálogo entre as teorias mediado pela interação com as letras de funk possibilitou uma análise linguística discursiva que evidenciou discursos que envolvem criação, produção e distribuição de significados revestidos de valores que incorporam práticas socioculturais e constroem identidades.

Com base na perspectiva multifuncional do discurso, o funk ostentação agrupa grupos de uma geração nascida e criada em uma sociedade marcada pela mídia e o consumo e, por isso, vinculada a um estilo cuja diferenciação se dá pela linguagem, pela roupa, pelos adereços e pelo comportamento no lazer. Para Chouliaraki e Fairclough (1999, p. 131), a estetização 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 os sentidos do funk ostentação configuram-se 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 estes 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.

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 se expressam 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), 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” (CANCLINI, 2015, p. 139). 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 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, a estética proposta pelo gênero discursivo analisado 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.

Partindo do pressuposto formulado por Fairclough (2003, p. 198), estilos são o aspecto discursivo das formas de ser, ou seja, você é, em parte, a forma como fala, escreve, olha, se move, e assim por diante. Com base nesse pressuposto, percebe-se que nos fragmentos 1 e 2 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 este postulado, Tomás Tadeu da Silva (2014) discorre 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.

(1) “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” (Texto 5).

(2) “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” (Texto 2).*

Logo, comprehende-se que o processo de identificação no gênero discursivo em destaque apresenta-se como instrumento de simulação de um *status* social diferente daquele ao qual os produtores do texto pertencem, mas em que 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? 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 da interação proposta pelas letras de 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. 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).

Dessa forma, nos excertos 3 e 4 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.

(3) “*Estilo panicat me deu mole quando viu*” (Texto 5).

(4) “*É tipo celebridade isso é vida de majestade [...] É classe A, é classe A*” (Texto 2).

Essa forma de representação destacada nos excertos remete à questão de que o padrão veiculado pela mídia não impõem só um modelo estético e sinalizador de um *status* social almejado, mas 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 uma identificação com uma imagem espetacular de sucesso e, por isso, assume um 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, em consonância com Bauman (2008), os bens de consumo dificilmente são neutros em relação à identidade, pois tendem a vir com o selo identidade incluída e felicidade adquirida.

Essa proposta consumista 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) 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” (DEBORD, 2015, p. 15).

Nesse mesmo entendimento, Canclini (2015) alude que a construção da perspectiva de que o mercado relativiza as noções de classe e luta de classes, compactuando 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. Assim, os exemplos 5 e 6 destacam signos que se referem a produtos socialmente valorizados como artigos de luxo que pressupõem elevado padrão de consumo e são símbolos da riqueza.

(5) “*Coloca o Chandom na taça pra rapa toda, pra mim e pra tu/ um brinde para os guerreiro*” (Texto 1).

(6) “*Nas férias eu vou forgá na Disney/ surfar no Hawaii, Califórnia, Indonésia*” (Texto 4)

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 do 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 também como forma de construção de identidades sociais que negociam com as distinções de classe, com vistas a reivindicar outras posições sociais. Para os funkeiros(as), ostentar signos 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.

Dessa forma, os símbolos escolhidos para compor o estilo do funk ostentação representam sinais de pertencimento que sinalizam um modo de estar no mundo, afirmado 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 querem ocupar no grupo ao qual desejam ser associados.

Os discursos reproduzidos nas letras de funk ostentação se difundem e repercutem na comunidade e no baile, que passam a ser definidos como campo de ação dos atores sociais envolvidos. São discursos em que os signos 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) propõe que o espetáculo apresenta-se “[...] ao mesmo tempo como a própria sociedade, como uma parte da sociedade e como instrumento de unificação” (DEBORD, 2015, p. 14). Assim, entende-se que as escolhas lexicais e os signos simbolicamente marcados selecionados para representar o estilo peculiar dos atores sociais referenciados nos textos afirmam o poder do consumo como meio de expressão de cultura e de cidadania. Na tessitura dos textos de funk ostentação, as tensões sociais se projetam 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, os(as) funkeiros(as) agem como grupos desestabilizadores de uma ordem social pré-estabelecida. Por outro ângulo, tal qual aborda Canclini (2015), 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 compactuar com os subalternos para poder usufruir da potência de consumo de suas estruturas socioculturais.

Dessa forma, o funk ostentação é um evento 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 deste gênero discursivo envolve a elaboração crítica de questões localizadas em um contexto social e histórico, relativas à sua condição de produção e significa esforço que implica uma intenção de intervir nos acontecimentos e nos valores em voga.

Nos excertos 7 e 8 as representações destacadas podem ser entendidas como propostas alternativas e afirmativas no escopo social, quase sempre, articuladas por mercadorias e pelos significados a que simbolicamente elas remetem.

(7) “*Eu sou patrão, não funcionario/meu estilo te incomoda*” (Texto 5).

(8) “*Já te falei, eu tô por cima/até quem me odeia/ tá me chamando de amiga*” (Texto 3).

Em algumas circunstâncias, os efeitos dessas representações 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 das identidades dos(as) funkeiros(as). Essas identidades amparam-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 as identidades dos(as) jovens funkeiros(as) uma escolha publicamente reconhecível de modo que a ostentação de bens socialmente valorizados figura como fator de inclusão social e de exercício da cidadania.

As reflexões mostraram que as identidades sociais se expressam 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.

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) sustenta que a dominação da economia sobre a vida social acarretou uma evidente degradação do *ser* para o *ter* e, consequentemente, 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 de se tornarem 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 um fator de marginalização e de controle social, pois condena à invisibilidade no espetáculo contemporâneo, ao endividamento e à financeirização da vida.

Embora o funk ostentação se apresente como uma 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 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, fomentam a temática ligada ao consumo, estilo e lazer, além de abranger 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.

Nisto a dinâmica do consumo torna o indivíduo 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 se conforma 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), a consciência do desejo e o desejo da consciência, oferecendo falsos modelos de revolução.

Partindo dessa perspectiva de estrutura social, pode-se considerar 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, à aceitação dócil do que existe, pode juntar-se a revolta puramente espetacular, tornando a própria insatisfação uma mercadoria.

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.

CONSIDERAÇÕES FINAIS – REFLEXÕES CRÍTICAS

Após a realização do estudo, pode-se concluir, portanto, que as letras de funk ostentação adotam uma concepção ambígua de oposição, pois, ao mesmo tempo em que os(as) produtores(as) dos textos selecionados para a análise apropriam-se e reelaboram discursos dentro dos padrões hegemônicos, revelam indícios de que há intenção de demonstrar que, embora percebam-se muitas vezes excluídos, desejam ser incluídos porque se importam e almejam um lugar no qual possam ter voz e possam articular-se e resistir.

Dessa forma, o funk ostentação insinua como seu caráter essencial, a finalidade de simular a materialização de um processo simbólico de resistência. As letras de funk ostentação representam identidades que se revelam marcadas em torno de um estilo contraditório, evidenciado quando os(as) produtores(as) dos textos se apresentam de modo espetacular, a fim de reproduzir o padrão hegemônico vigente determinado pela conjuntura socioeconômica, no entanto, não se recusam a fazer parte dele.

Para essa afirmação, vale retomar Guy Debord (2015, p. 40) que entende a estetização das representações de identidades como aceitação dócil do que existe pois, quando a opção é “juntar-se à revolta puramente espetacular, torna a própria insatisfação uma mercadoria”, ressaltando que essa disposição contribui para a propagação veloz de uma cultura consumista ao mesmo tempo que simula uma percepção ousada de ascensão social.

Nesse sentido, entende-se como fundamental, o favorecimento de espaços para que discursos propagados pelo funk ostentação possam ser discutidos no universo acadêmico e reinterpretados sob o viés crítico dos estudos discursivos e da linguística textual.

As reflexões realizadas proporcionaram o entendimento de que as identidades sociais se constroem por meio da linguagem e que as lutas individuais e de grupos são meios de valer-se da própria imagem como forma de negociar e de dar sentido à experiência de mostrar ou minimizar as desigualdades sociais.

REFERÊNCIAS

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.

CANCLINI, N. G. **Consumidores e Cidadãos**. Tradução de Maurício Santana Dias. 8. ed. Rio de Janeiro: UERJ, 2015.

CHOULIARAKI., L.; FAIRCLOUGH, N. **Discourse in Late modernity - Rethinking Critical Discourse Analysis**. Edinburgh: Edinburgh University Press, [1999] 2002.

DAYRELL, J. **A música entra em cena - o rap e o funk na sociaização da juventude**. Belo Horizonte: UFMG, 2005.

DEBORD, G. **A sociedade do espetáculo**. Tradução de Estela dos Santos Abreu. Rio de Janeiro: Contraponto, 2015.

ESSINGER, S. **Batidão**: Uma historia do funk. Rio de Janeiro: Record, 2005.

FAIRCLOUGH, N. **Discurso e Mudança Social**. Tradução de Izabel Magalhães. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 2001.

FAIRCLOUGH, N. **Analysing Discourse**. Nova York: Routledge, 2003.

HALL, S. **Identidade cultural na pós-modernidade**. Tradução de Tomaz Tadeu Silva e Guacira Lopes Louro. 12. ed. Rio de Janeiro: Lamparina, 2015.

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

LOPES, A. C. **Funk-se quem quiser**: no batidão negro da cidade carioca. Rio de Janeiro: Bom Texto, 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 dá medo. E prazer. São Paulo: Albatroz, Loqui e Terceiro Nome, 2008.

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.

SILVA, F. C. O. A Representação da raça negra no Brasil: ideologia e identidades. In: VIEIRA, J. A.; ANDRÉ LÚCIO BENTO **Discurso Identidade e Gênero**. Brasília: Movimento, 2015. p. 227-354.

SPIVAK, G. C. **Pode o subalterno falar?** Tradução de Sandra Regina Goulart Almeida; Marcos Pereira Feitosa e André Pereira Feitosa. Belo Horizonte: UFMG, 2010.