

## Uma perspectiva imagética da Gang do Eletro e Banda Uó<sup>1</sup>

Paula SOUSA<sup>2</sup>  
Elson SANTOS<sup>3</sup>  
Danuta LEÃO<sup>4</sup>

Universidade da Amazônia, Ananindeua, PA

### Resumo

O gênero brega influenciou vários artistas no ramo musical, desde a origem até os dias atuais, também se difundiu em outros gêneros e ritmos, como o *tecnobrega* e o *eletrobrega*, que foram criados a partir da utilização dos equipamentos tecnológicos. O artigo pretende realizar um estudo, por meio das capas dos CD's, das bandas: Gang do Eletro e a Banda Uó. Para tal entendimento, utilizou-se como método a análise de imagem de Martine Joly procurando identificar os signos plásticos, icônicos e linguísticos. A mesma apresenta uma proposta de investigação da imagem publicitária, que traduz a percepção visual em linguagem verbal. A proposta é identificar seus elementos visuais sobre este meio de comunicação e com eles fazer possíveis interpretações, para compreender a estética utilizada e distingui-las.

**Palavras-chave:** brega; Banda Uó; Gang do Eletro; semiótica; análise da imagem;

### Introdução

O gênero *brega* é um termo relacionado com algo considerado antiquado e/ou caфона, mas em questão a música é referente à letras de caráter romântico. Pertence à música popular brasileira e tem origem a partir dos ritmos caribenhos, como o tango, merengue, cumbia e outros ritmos dançantes. O movimento da música *brega* pertence à produção cultural da região paraense, especificamente Belém, e se introduzindo na indústria midiática, tempo depois com o avanço dos meios de comunicação. Há registro de 1960 do *brega amazônico*, que é trabalhado por Ari Lobo e Osvaldo Oliveira, com o

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado na Divisão Estudos Interdisciplinares da Intercom Júnior – XII Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do XXXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação

<sup>2</sup> Autora do trabalho. Estudante de Graduação 8º. semestre do Curso de Comunicação Social - Publicidade e Propaganda - da Universidade da Amazônia - UNAMA, e-mail: sousapaula15@gmail.com.

<sup>3</sup> Co-autor do trabalho. Estudante de Graduação 8º. semestre do Curso de Comunicação Social - Publicidade e Propaganda - da Universidade da Amazônia - UNAMA, e-mail: elsonsn1@gmail.com.

<sup>4</sup> Publicitária, Mestre em Comunicação e Linguagens pela Universidade Tuiuti do Paraná - UTP. Professora do Curso de Publicidade e Propaganda da Universidade da Amazônia - UNAMA. E-mail: danutaleaopp@gmail.com.

nome artístico de “Vavá da Matinha”, realizou em seu trabalho uma forma de Jovem Guarda belenense, como ocorreu no Sul do Brasil. No entanto, o estilo acarretado e marcante no ritmo era o Calypso caribenho, que no período estava bastante difundido na região de Belém.

A TV Marajoara, Rádio Marajoara e o jornal A Província do Pará foram inaugurados em Belém no dia 30 de setembro de 1961, assim fizeram parte da mídia no Brasil. Este fato obteve marco na cidade, remetendo a ideia de progresso e modernidade no local. Favoreceu a geração da indústria cultural local, como o *brega* paraense. Na década de 1970 e 1980 os cantores *bregueiros*<sup>5</sup> realizaram apresentações pelo Brasil. No final da mesma década de 1980, o *brega* já tinha se “espalhando” pelo Brasil e influenciado vários cantores, como o Amado Batista, Reginaldo Rossi, Carlos Alexandre, Evaldo Braga e outros.

O circuito bregueiro tem sua referência básica na gênese da música brega, típica de Belém do Pará, cuja história remonta aos boleros e merengues tocados nas “gafieiras” e “cabarés” da cidade dos anos 50 e 60 do século XX. Contudo, a sua construção como um estilo musical típico inicia-se em fins da década de 70 e começo da de 80, principalmente com sua difusão nas, agora, festas de brega. Para compreender a totalidade proposta, é necessário reconhecer os elementos fundamentais que a compõem e a circundam, considerando que o seu reconhecimento é também partilhado pelos integrantes do circuito. (COSTA, 2009. p.20).

O *brega* paraense conseguiu se consagrar por várias vertentes que foram expostas nos meios de comunicação, o rádio obteve o papel principal de difusor desse conteúdo, atingindo rapidamente um número vasto de receptores, tanto na capital e no interior do Pará. O rádio é um meio bastante acessível, pois é encontrado nas ruas, casas, automóveis e aparelhos eletrônicos.

Do *brega tradicional*<sup>6</sup> surgiu outros gêneros musicais durante a década de 1990. Os artistas do respectivo gênero incorporaram diferentes instrumentos nos efeitos sonoros, como a guitarrada e batidas eletrônicas, assim surgiram os ritmos como o *bregacalypso*, mas em 2002 surge o *tecnobrega* e por seguinte o *bregamelody*,

---

<sup>5</sup> Denominação local para quem canta o ritmo/gênero Brega.

<sup>6</sup> O *brega tradicional* é o *brega* influenciado pelos ritmos caribenhos.

*eletrobrega* e o *cybertecnobrega*, os quais tiveram influência da música eletrônica que circula pela internet. O ocorrido é um marco como representação da indústria cultural local.

## 2. O desenvolvimento do Tecnobrega

O gênero *tecnobrega* é de origem periférica da região de Belém do Pará e nasceu da fusão da música eletrônica com o brega tradicional. Esse estilo musical entrou no mercado com uma nova forma de produção e distribuição, já que não tinha o apoio das produtoras quando surgiu, o modo de como esse gênero movimentou o mercado é conquistado pelo barateamento dos equipamentos tecnológicos nas décadas de 1990 e 2000. O computador foi um equipamento que facilitou a produção de conteúdo musical e “abriu” as portas do mercado local para esse estilo que aparecia, sendo assim, surgiram os estúdios musicais caseiros. Esse mercado se movimenta, a partir das vendas dos CD’s<sup>7</sup>, nas festas e nos shows realizados, principalmente pelo Estado.

Foram criados estúdios caseiros improvisados que tinham equipamentos tecnológicos e computadores, no qual possibilitou o barateamento de custos nos materiais. O mercado do tecnobrega funciona de acordo com o ciclo:

1) os artistas gravam em estúdios – próprios ou de terceiros; 2) as melhores produções são levadas a reprodutores de larga escala e camelôs; 3) ambulantes vendem os CDs a preços compatíveis com a realidade local e os divulgam; 4) DJs tocam nas festas; 5) artistas são contratados para shows; 6) nos shows, CDs e DVDs são gravados e vendidos; 7) bandas, músicas e aparelhagens fazem sucesso e realimentam o ciclo. (LEMOS *et al*, 2008. p.22).

Existe a hipótese do projeto Modelos de Negócios Abertos – América Latina, o qual possui em seu conceito sobre o poder de movimentação do mercado através das periferias globais, que emergem novos modelos de negócios como resposta às crises da *indústria cultural tradicional*<sup>8</sup>. Lemos *et al* (2008) afirma que o *tecnobrega* é atribuído

---

<sup>7</sup> Compact Disc.

<sup>8</sup> A indústria cultural está relacionada com a produção de padrões que possibilitam a formação de uma estética ou percepção comum, para as pessoas. BRASIL ESCOLA. **Conceito de Indústria Cultural em Adorno e Horkheimer**. Disponível em: <<http://www.brasilecola.com/cultura/industria-cultural.htm>>.

como referência para a produção de bens culturais. Ele rompeu, gradativamente, a barreira social, o público deste gênero é diversificado, pois antes era apenas a periferia local e transformou-se por gosto musical, não se trata apenas por sexo e classe, mas também, por gosto e aceitação. Ainda existe uma resistência sociocultural, uma barreira implantada a respeito do *tecnobrega*, que aos poucos, pode-se dizer que está diminuindo. A divulgação de conteúdo do ritmo está ganhando espaço, como os artistas também. Assim:

O estilo continua tendo apelo popular, mas cada vez mais está presente em círculos de clubes sofisticados do circuito bregueiro e até mesmo da música eletrônica. Gabi Amarantos, vocalista da Tecnoshow, é venerada pelo público GLBT (Gays, Lésbicas, Bissexuais e Transgêneros) do Pará e já foi convidada para tocar na A Lôca, casa noturna de São Paulo conhecida por tocar música eletrônica e atrair o público gay. (LEMOS *et al*, 2008. p.30).

O ritmo ganha forças. Este gênero musical conseguiu se difundir através das parcerias com as gravadoras profissionais, no qual ajudaram a expandir ainda mais o seu conteúdo, como no exterior, Nova York à Amsterdã e também em alguns festivais ajudaram a música a alcançar popularidade em outros países através de festivais. como o *Worldtronics*<sup>9</sup>. A Gang do Eletro e a Banda Uó participaram do festival citado, no ano de 2012 que ocorreu em Berlim.

### 3. As Bandas

O *tecnobrega* acarreta em sua origem a transformação da produção cultural do estado paraense, um ritmo que era e é divulgado constantemente em shows/festas de aparelhagem ou não, rádio e camelôs. A partir da expansão da internet no século XX, o gênero começou a se divulgar no mundo *online*. Nos anos 2000, foram criados sites relacionados com a música e as redes sociais, sendo também utilizado como plataforma de divulgação. Isso possibilitou ainda mais a acessibilidade do ritmo, passado pelo mercado local para o mundo. A Gang do Eletro e a Banda Uó possuem em seu histórico de origem o meio *online* como meio de divulgação de músicas.

---

<sup>9</sup> Esse projeto é um festival de música eletrônica. Os organizadores levam artistas brasileiros para algum país escolhido, para ajudar nessa difusão de conteúdo, fazendo as pessoas conhecerem um pouco da cultura de outros países. FACEBOOK. **Worldtronics - Turnê**. Disponível em: <<https://www.facebook.com/Worldtronics>>.

### 3.1 Gang do Eletro

A Gang do Eletro possui a origem de Belém do Pará, composta por: Marcos Maderito (vocalista e compositor), Waldo Squash (DJ), William Love (vocalista) e a Keila Gentil (vocalista). Em 2008, a banda começou a se integrar, primeiramente com o Marcos Maderito e Waldo Squash e depois convidaram os demais. As músicas inicialmente eram publicadas na *web* para conquistar um público, quando o grupo conseguiu tamanha façanha, eles conquistaram o destaque na área da música e assim se apresentaram pelo Brasil nos festivais.

Posteriormente, assinaram um contrato com a gravadora *Deckdisc*. No jornal “O Globo” em 2010, a Gang foi apontada como um dos dez mais importantes álbuns do ano, pelos sucessos circulados via internet e também tocados nas festas de aparelhagem desde 2008, ganharam o *Prêmio Multishow 2012* na categoria “Revelação”, no ano de 2013 em abril lançaram o primeiro álbum “*Gang do Eletro*” e em 2015 a música “Só no Charminho” se tornou uma das trilhas sonoras da novela “A Regra do Jogo”.

Os principais ritmos que a Gang se inspira e reproduz nas músicas são: o *dance* europeu, a cumbia, o carimbó, o *reggaeton* e o tecnobrega. As músicas mais conhecidas da banda são: “Galera da Laje”, “Tubagás”, “Velocidade do Eletro” e “Só no Charminho”. As músicas produzidas são *sampleadas*<sup>10</sup> e algumas regravadas de bregas paraenses antigos. O quarteto se considera uma gangue e não uma banda.

### 3.2 Banda Uó

A banda é de origem Goiânia, Goiás. Composta por Davi Sabbag (compositor e vocalista), Mateus Carrilho (vocalista) e Candy Mel (vocalista). No mês de outubro de 2010 lançaram o videoclipe da canção “Não Quero Saber”, uma versão tecnobrega da música *Teenage Dream*<sup>11</sup>, esse audiovisual era a divulgação de uma festa chamada de “Uó” e o vídeo popularizou na internet, então decidiram montar uma banda. Em 2012, lançaram pela gravadora *Deckdisc* o seu primeiro álbum “Motel”, que foi produzido pelos integrantes da banda e com participação de outros artistas.

---

<sup>10</sup> Definição de regravar de outra composição com o efeito sonoro existente. É montado um arranjo musical de alguma música conhecida, apenas utilizando o efeito sonoro dela.

<sup>11</sup> Terceiro álbum de estúdio da cantora Katy Perry.

Foram lançados quatro singles álbum: "Faz Uó", em julho de 2012, "Gringo", em outubro de 2012, "Cowboy", em junho de 2013 e "Búzios do Coração", em outubro de 2014, no mesmo ano a Banda Uó participou de um programa da MTV Brasil, a "Batalha de Quiosques", e por conta disso a música "Catraca" com o Mr. Catra ajudou a banda alcançar um pouco mais a "fama". Por conseguinte, se apresentaram em diversos programas de televisão, como "Som Brasil", "Encontro com Fátima Bernardes", "Esquentando" e na novela "I Love Paraisópolis". Em setembro de 2015 lançaram o segundo álbum, "Veneno", que possui a faixa "Catraca (feat. Mr. Catra)", que se tornou a trilha sonora da novela "I Love Paraisópolis", da Rede Globo. A banda já realizou turnês dentro e fora do Brasil, até teve um show transmitido ao vivo pelo canal televisivo *Multishow*, no qual lançaram o primeiro DVD e um álbum ao vivo da banda.

O trio além de produzirem *tecnobrega*, também, produzem o *eletrobrega* os quais são diferentes. O primeiro está interligado com a cultura local do Estado do Pará e o segundo possui referências globais, apropria-se de modelos de consumo associados ao gênero *pop* estadunidense e britânico, relacionado, da mesma forma, com o cenário digital.

#### **4. A Teoria Semiótica**

Existem teorias e métodos possíveis para análise de objetos, porém, como realização de uma análise mais geral, será usada para os fins de estudo em questão: a teoria semiótica da imagem. Por isso, faça-se uma introdução para o entendimento desta ciência.

Segundo Santaella (2002), a semiótica é uma das disciplinas mais recentes das Ciências Humanas, tendo sua origem ainda no século XX. Ela não aproveita, segundo Joly (2007, p. 30), "da 'legitimidade' de disciplinas antigas como a filosofia, e ainda menos a das ciências ditas 'puras', como a matemática ou a física". Seu nome, do termo grego *semeion*, significa "signo". Por enquanto, entende-se *signo* como "uma coisa que representa uma outra coisa: seu objeto. Ele só pode funcionar como signo se carregar esse poder de representar, substituir uma outra coisa diferente dele" (SANTAELLA, 2002, p. 15).

Devido à sua pluralidade de definições sobre esse recente campo, a Semiótica expõe diferentes linhas teóricas. Com caráter profundo em todas elas, estuda os fenômenos como produtores de significação e de sentido, esses conceitos são aplicados na publicidade e nas suas mensagens. No discurso publicitário é possível se deparar com informações implícitas e explícitas, não sendo apenas para persuadir, mas para estimular um possível consumo.

Através da semiótica, é possível compreender os significados nas mensagens visuais e escritas. Todo processo de publicidade implica no ato semiótico, segundo Santaella *et al* (2010), uma troca de mensagem que como meta tem o ato econômico de troca de mercadoria.

A publicidade está entre o produto e os signos. Ela age como uma mediadora e está em conexão com eles. Os estudos de Pierce (1999) descrevem os signos como uma substituição de objetos que estão em nossa mente, na qual constituem a base do discurso. Assim, o semiótico deve analisar cada linguagem, podendo ser verbal ou visual e que possua significantes, pois permitem a compreensão dos significados. Dessa forma, será feita uma análise da mensagem publicitária, na qual haverá uma identificação dos signos plásticos, icônicos e linguísticos proposto por Joly (2007).

#### **4.1 Metodologia da Análise**

Para analisar uma mensagem publicitária inserida na capa dos CD's referente à análise, é preciso levar em conta os estudos semióticos, pois estuda o mundo das representações e da linguagem. Na mensagem publicitária estão inseridos os significados, Santaella *et al* (2008) lançam em sua análise a partir dos signos icônicos e das conotações implícitas nas relações entre imagem e texto.

Essa visão é compartilhada por Roland Barthes (2006) que usa a publicidade como estrutura para a identificação do sistema de denotação e conotação de uma imagem. Ele se fundamenta na função ancoragem e revezamento do texto em relação de uma imagem e facilitando uma retórica da imagem, como diz:

A substancia visual, por exemplo, confirma as suas significações ao fazer-se repetir por uma mensagem linguística (como é o caso do cinema, da publicidade, das historietas de quadrinho, da fotografia de

imprensa, etc) de modo que ao menos uma parte da mensagem icônica está numa relação estrutural de redundância ou revezamento com o sistema da língua. (BARTHES, 2006, p.12).

Barthes desenvolveu um sistema profundo que não é só baseado na linguística de Saussure<sup>12</sup>, no qual distingui em três tipos de mensagens em peças publicitárias: a mensagem linguística - verbal -, a mensagem conotativa - simbólica - e a mensagem denotativa - icônica -.

Estes elementos foram essenciais para a análise de imagem proposta por Martine, já que usa os estudos de Barthes como referência, mas sugere uma descrição que traduza a percepção visual em linguagem verbal. É importante perceber como a imagem transmite a mensagem. “A utilização da imagem se generaliza e contemplando-as ou fabricando-as, todos os dias acabamos sendo levados a utilizá-las, interpretá-las e decifrá-las” (JOLY, 2007, p. 9).

A divisão da análise da imagem na publicidade se aplica em três elementos: significante linguístico, plástico e icônico. A partir do método proposto será realizada uma análise das capas dos CD's das bandas, entre o ano de 2012 e 2013, com o objetivo de perceber o sistema operatório da imagem e o processo da mensagem implícita, já que Joly (2007) considera como objetivo a descoberta da mensagem implícita para delimitar o público-alvo. “A abordagem semiótica da comunicação publicitária de fato, revela-se produtiva para a sua compreensão e para melhoria de seus desempenhos” (JOLY, 2007, p. 53). É na busca de uma compreensão da mensagem publicitária e da sua construção de significados que foi realizada a análise.

## **4.2 Análise de Imagem**

Joly (2007) reforça “não existe um método absoluto para análise, mas opções a serem feitas ou inventadas em funções dos objetos”, porém para esta investigação foi proposta um estudo de análise sobre o cartaz.

Para Pierce (1999) “o signo se caracteriza uma coisa que percebe que está no lugar de outra. A particularidade essencial do signo é justamente representar, designar e

---

<sup>12</sup> Ferdinand de Saussure foi linguista, cuja elaboração teórica propiciou o desenvolvimento da linguística enquanto ciência. Entendia a linguística como um ramo da ciência mais geral dos signos, que ele propôs chamar de Semiologia.



significar algo que está ausente, concreto ou abstrato” buscou-se verificar principalmente identificação do consumidor com o produto final.

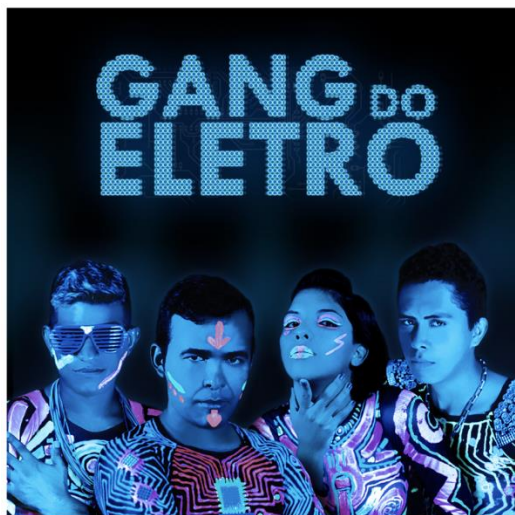


Figura 1- Capa CD “Gang do Eletro”  
 Fonte: <http://www.gangdoeletro.com.br>



Figura 2- Capa CD “Gang do Eletro”  
 Fonte: Google Imagem

### *Mensagem Linguística*

O significado de uma imagem às vezes depende de comentários verbais, isso contribui na interpretação da mensagem, ou seja, na decodificação dela. A mensagem linguística é caracterizada pelas palavras.

Toda a mensagem requer primeiramente um contexto, também designado como referente, para o qual ela remete; requer seguidamente um código pelo menos parcialmente comum ao destinador e ao destinatário; é também necessário um contato, canal físico entre os protagonistas que permite estabelecer e manter a comunicação. (JOLY, 2007. p.62).

A mensagem verbal contida na capa do CD da Gang do Eletro, figura 1, contém apenas o nome da banda e tem a função de âncora, como se fosse à legenda da figura, a informação presente é simples, clara e direta. A mensagem é de denotativa, faz alusão ao grupo dos personagens principais, ajuda o receptor a identificar de forma rápida o objetivo desta mensagem, a mensagem faz parte do contexto, ou seja, com a situação ocorrente.

Na figura 2, há duas mensagens linguísticas presentes, o nome da banda e o do álbum. A função da linguagem da palavra Banda Uó tem função de denotativa e também de âncora, pois é a legenda da imagem, mencionando que as pessoas presentes

na figura são os integrantes da banda, esta função está inserida no contexto da mensagem. A palavra *Motel*, um "subtítulo", é o segundo assunto a respeito do objeto e como o título ele possui a mesma função de mensagem.

### *Mensagem Plástica*

Para Joly (2007) esse tipo de mensagem tem como objetivo compreender melhor o modo como à imagem se comunica e transmite as mensagens. Os significantes plásticos são divididos em: moldura, enquadramento, ângulo do ponto de vista, escolha da objetiva, composição, formas, cores, iluminação e textura.

A análise de alguns elementos constitutivos de um quadro permitir-nos-á observar, por um lado, como a permutação torna possível a distinção dos diferentes elementos e, por outro, qual O valor epistêmico deste jogo sobre os elementos e a sua expectativa. (JOLY, 2007, p.71).

A capa da figura 1, possui as seguintes características: a *moldura* ou *limite da imagem* é delimitado por uma forma geométrica, um quadrado; o *enquadramento* ou *dimensão* da imagem é fechado e está em primeiro plano, vertical e estreito, causando a ideia de proximidade; o *ângulo do ponto de vista* possui o ângulo normal ou frontal, mostra a realidade/natureza da cena fotografada; a *objetiva* presente na imagem é a de maior distância focal, ajuda na proporção de representações mais expressivas; a *composição* ou *paginação* são conforme a leitura ocidental, da esquerda para a direita e possui a construção sequencial, convida o leitor a realizar um trajeto pela imagem, como se formasse a letra “Z”, passando pela mensagem linguística até os integrantes da banda; as *formas* que consistem na imagem são as linhas, curvas, formas quadradas e circulares, e minimalismo; as *cores* presentes são: azul, preto, rosa, verde, branco e alaranjado, elas são cores primárias, secundárias, terciárias e neutras; a iluminação predominante na imagem é a cor preto e azul, dão o contraste na representação dos integrantes para o que querem transmitir, o fundo possui uma cor neutra de cor preta, a cor azul da fotografia é predominante, a característica da iluminação é a difusão, ela desnaturaliza as representações visuais, é uma iluminação feita por programas de edição de imagem; e a textura da imagem possui volume, mas o segundo plano é plano e não desperta correspondências sistemáticas.

A mensagem plástica contida na capa da figura 2 é definida por: *moldura*, delimitada por uma forma geométrica, o quadrado; o *enquadramento* da imagem é aberto e também em *plano geral*, transmitindo a ideia da imagem horizontal, larga e distante; ângulo do *ponto de vista* presente é o ângulo picado, visto de cima para baixo, propaga a impressão de esmagamento dos personagens; a escolha da *objetiva* é de grande profundidade de campo, é nítido desde o primeiro plano até o ao horizonte do fundo; a *composição* possui construção de profundidade, havendo dois planos, pois há um cenário em perspectiva; as formas presentes são retas, quadrados, círculos e retângulos; as tonalidades são: branco, amarelo, azul, vermelho, lilás, alaranjado, preto, rosa e verde, ou seja, as cores pertencem aos grupos de primárias, secundárias, terciárias e neutras; a iluminação é difusa, desnaturaliza as representações visuais; e a textura é presente por conta do segundo plano, a galáxia.

### *Mensagem Icônica*

Esta mensagem permite haver a decodificação do objeto, ou seja, compreensão dos códigos representados no elemento. Podemos identificar na figura 1, os elementos sígnicos que se referem à cultura amazônica, como o índio, porém ele é representado por características de hábitos culturais, como a pintura corporal, presente nas roupas e pinturas nos rostos dos integrantes da banda.

O segundo signo é a relação com a tecnologia, que estão constituídas na formação dos desenhos minimalistas das roupas, através dos traços se percebe, pode ser comparado com as linhas como formação dos desenhos indígenas, há também as luzes de *LED*<sup>13</sup> como representação da era tecnológica presente na formação do *tecnobrega* e que formam um sistema presente no computador.

O terceiro signo é a linguagem verbal, as letras remetem a caixa de som. A simbologia presente na imagem faz alusão a uma Amazônia urbana, a qual não é somente representada pela fauna e flora, mas sim por uma cultura que sofre interferência da tecnologia e isso é bastante claro na mensagem contida na capa.

---

<sup>13</sup>*Light Emitting Diode* é usado para a emissão de luz em locais e instrumentos onde se torna mais conveniente a sua utilização no lugar de uma lâmpada.

Podemos notar que a Banda Uó possui aspectos divergentes se formos comparar com a Gang do Eletro, como na localidade, conceitos musicais e imagéticos; pode-se perceber através dos signos presentes na capa do CD. O primeiro é o conceito da ilustração da capa que parece fazer referência ao filme científico *Star Wars*, ela possui a estética semelhante com o filme citado, como a *espada Jedi*<sup>14</sup>, *arma laser*, nave espacial e o cenário do espaço; os filmes foram criados nos anos 70, a narrativa ocorre no espaço e os personagens são diferentes da raça humana e o filme também é movido por tecnologias fictícias; a espaçonave na figura também pode estar se referindo as utilizadas nos shows de *tecnobrega*.

A utilização das luzes de *LED* também é marcante na ilustração, pois também remete ao conceito do filme e o da tecnologia representada na capa do CD da Gang do Eletro. O segundo signo tem relação com a estética da imagem faz alusão às revistas em quadrinho, como as roupas e a tipologia utilizada.

O terceiro faz apologia ao sexo, presente no subtítulo da imagem e na almofada de cor vermelha, primeiramente este subtítulo é parecido com as placas de motel norte americanas, por causa das luzes e a palavra em si, a segunda característica referente ao tema é a almofada redonda de cor avermelhada e essa cor remete a sensualidade e a paixão, por exemplo. N forma do cantor Matheus Carrilho, refere-se implicitamente uma espada em suas mãos, na posição do órgão genital masculino.

O quarto são as posições dos personagens, pode-se analisar da esquerda para a direita que o primeiro sorri, a segunda está com a boca um pouco aberta e o terceiro está transmitindo um “charme”, como se estivesse paquerando, além de estar movimentando as mãos como se estivesse chamando ou “convidando”.

O quinto signo presente está na figura da Candy Mel, pode estar fazendo referência à personagem no filme *Barbarella*<sup>15</sup>, a estética da artista é semelhante com a da personagem principal do filme. As três mamas presente na ilustração da cantora pode

---

<sup>14</sup> É uma espada com lâmina de *LED*, característica do filme *Star Wars*.

<sup>15</sup> Filme franco-italiano de ficção científica de 1968, dirigido por Roger Vadim. Baseado nas histórias em quadrinhos de *Barbarella*, de Jean-Claude Forest.

estar sendo referida ao personagem do filme “O Vingador do Futuro”<sup>16</sup> que possui três mamas, este filme contém a temática futurística. Ou, se remete a lenda da *deusa hindu Parvati ou Meenakshi*<sup>17</sup>, no conto contém no seu relato que a deusa que encarnou em uma princesa Tadaatagai, esta menina nasceu em um fogo sagrado e com três mamas, a terceira mama só iria desaparecer quando ela conhecesse o marido.

As capas dos CD's analisados fazem referências a várias outras imagens para formar elas e para compreendê-las deve-se buscar as referências, algo que se aproxime da ideia exposta, os discursos contidos em uma mensagem podem ser diversificados. A compreensão da mensagem faz parte da formação do nosso imagético.

Em sua dimensão pragmática, as imagens são essencialmente mensagens abertas, mais do que em sua dimensão semântica. Uma imagem de um violino dificilmente pode ser interpretada significando qualquer coisa além de um violino, mas pode ser usada para muitas propostas, por exemplo, informar sobre o tipo de instrumento que é um violino, para ensinar como ele é construído, para ilustrar um convite de um concerto, para anunciar, para exemplificar a ideia de simetria, etc. Este é outro paralelismo entre imagens e a linguagem verbal: apenas como uma imagem pode ser usada para muitos propósitos, um e o mesmo enunciado verbal pode ser usado em diferentes maneiras diretas e indiretas para executar os atos do discurso mais diversos. (SILVA, 2013. p.36)

Uma imagem possui vários significados, pois dependerá do leitor e a compreensão dele. No entanto quando se trata de uma imagem que refere a uma pessoa que está na mídia isso agrega a ela podendo ser de modo positivo ou negativo. A imagem influencia opiniões, valores paralelos do verbal ao visual.

## 5. Considerações Finais

As imagens podem se dividir em dois aspectos: no primeiro é a representação visual, como fotografia; o segundo é o domínio imaterial da nossa mente, representado pela imaginação. Esses dois aspectos não são entendidos separadamente, estão ligados,

---

<sup>16</sup> Filme de ficção científica e estadunidense de 1990, por Paul Verhoeven, o roteiro é baseado na história *We Can Remember It for You Wholesale*, de Philip K. Dick.

<sup>17</sup>EXPURGAÇÃO. **Sri Meenakshi Temple**. Disponível em: <<http://expurgacao.art.br/sri-meenakshi-temple/>>.

é o signo e a representação dele. A análise realizada é apresentando os dois aspectos, na descrição das imagens e referência.

Pelas especificidades possuem vários signos que são uma representação para a associação do quem remeter aos observadores. Um tema comum nas imagens principais analisadas é a tecnologia, claro que são transmitidas e postas de formas diferentes. Os outros temas tratados foram à exibição de estereótipo que o povo amazônico possui ou a firmação dele, mistura as estéticas de histórias em quadrinhos e filme.

Os estímulos visuais possibilitam essa formação de imagem, como já dito anteriormente, mas por ser capa de CD que são consumidos como outro produto, ou seja, a análise feita pode refletir não apenas na imagem, mas no comportamento dos integrantes diante das mídias e fãs, o que quem transmitir como portadores de uma imagem pública, podendo gerar opiniões. Essas situações são também causadas pela publicidade, pois a partir dela é que são pensadas as composições imagéticas. “O publicitário usa a palavra, jogando para além do seu valor semântico, com o seu valor icônico: o tamanho e a forma das letras de impressão sobre um cartaz provocam reações específicas absolutamente inconscientes” (CHAVES *et al.* 1993, p.107).

A publicidade produz conteúdo para o meio, com assuntos que podem persuadir. A indústria fonográfica reproduz e produz tendências e a publicidade faz parte. O poder de uma imagem pode ter pontos positivos e negativos, que podem associar a opinião pública e quando há algo que não agrada está “opinião pública” essa imagem pode afetar não apenas um papel figurado, mas também o conceito que uma pessoa construiu ao longo da carreira.

## Referência Bibliográficas

BREGA POP. **O Brega na Era do Site.** Disponível em: <<http://www.bregapop.com/historia/322-neusa-pressler/53-o-brega-na-era-do-site-neusa-pressler>>. Acesso em: 27 de Agosto de 2015.

CHAVES, José; LIMA, Isabel; VASCONCELOS, Francisca. **A imagem da publicidade ao ensino.** Revista portuguesa de educação, 1993.

COSTA, Antônio. **Festa na cidade: o circuito bregueiro de Belém do Pará.** 2ª edição. Belém: EDUEPA, 2009.

JOLY, Martine. **Introdução à análise da imagem.** 70 Ed. Lisboa, 2007.

LEMOS, Ronaldo; CASTRO, Oona. **Tecnobrega- o Para Reinventando o Negócio da Música.** Rio de Janeiro: Aeroplano Editora, 2008.

MAIA, Mauro C. F. **Mídia e Música na Amazônia Paraense: Aspectos históricos e culturais.** Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. Boa Vista, junho de 2011.

NIEMEYER, Lucy. **Elementos da Semiótica Aplicados ao Design.** Rio de Janeiro: 2AB, 2003.

PIERCE, Charles Sanders. **Semiótica.** São Paulo: Perspectiva, 1999.

ROTAS LENDÁRIAS. **Mais imagens da nossa passagem pelo Missouri.** Disponível em: <<https://rotaslendarias.wordpress.com/2008/10/04/mais-imagens-da-nossa-passagem-pelo-missouri/>>.24 de setembro de 2015.

SANTAELLA, Lúcia; NÖTH, Wilfred. **Imagem: cognição, semiótica, mídia.** São Paulo: Iluminaria. Ed.3, 2001.

SANTAELLA, Lúcia. **O que é Semiótica.** São Paulo: Brasiliense, 2003.

SANTAELLA, Lúcia. **Semiótica Aplicada.** Pioneira Thomson Learning: São Paulo, 2005.

SESSÕES DO IMAGINÁRIO. LIMA, Regina; NETO, Dilermando. **Barbarellaamazônica, amazona paraense: imagens de Gaby Amarantos como suporte material do imaginário amazônico.** Porto Alegre, RS. Vol. 19, n.13, 2014, p.74-84.

SILVA, Paulo. Tríade: Comunicação, Cultura E Mídia. **Semiótica Visual.** Sorocaba, SP, ED n° 01, junho de 2013.

THALES LEITE. **Espaçonaves abandonadas.** Disponível em: <<http://www.thalesleite.com/Area-91-1>>. Acesso em: 24 de setembro de 2015.