



Funk ostentação: uma análise semiótica dos videoclipes “Plaque de 100” e “Como é bom ser vida loka”¹

Vandecy DOURADO²

Marcella MACENA³

Marcello SOARES⁴

Osmar GONÇALVES⁵

Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, CE

RESUMO

Como estilo musical, o funk ostentação apresenta-se como uma nova vertente ao funk, tradicionalmente marginalizado na sociedade brasileira. Sob o olhar da Semiótica da Cultura, o artigo parte para análise da estética mostrada pelos videoclipes “Plaque de 100”, do Mc Guimê, e “Como é bom ser vida loka”, do Mc Rodolphinho. Com forte influência do hip hop norte-americano, o funk ostentação se utiliza de uma linguagem própria, construindo assim uma identidade.

Palavras-chave: Funk, Ostentação, Cultura, Semiótica.

1. FUNK: DO NASCIMENTO À CHEGADA AO BRASIL

O berço do funk tradicional é os Estados Unidos. O gênero teve origem no final da década de 1960, notadamente entre a população negra do país. Ritmo leve, solto e dançante eram as características iniciais do ritmo musical, que teve seu auge nas performances do cantor norte-americano James Brown. Um das características principais é a mistura de ritmos, como o *jazz* e o *soul*⁵.

No Brasil, as influências norte-americanas no campo musical foram múltiplas. Foi o *soul* um dos ritmos que possibilitaram o nascimento do funk que se conhece atualmente no Brasil, apesar de cada lugar carregar características próprias. Na década de 1970, cantores como Tim Maia e Tony Tornado ajudaram a difundir a *soul music*. Com estilo,

¹ Trabalho apresentado no IJ04 – Comunicação Audiovisual do XV Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste realizado de 12 a 15 de junho de 2013.

² Estudante de Graduação do 7º Semestre do Curso de Comunicação Social - Habilitação em Jornalismo da UFC, email: vandecydourado@gmail.com

³ Estudante de Graduação 6º Semestre do Curso de Comunicação Social - Habilitação em Jornalismo da UFC, email: marcellamacena@gmail.com

⁴ Estudante de Graduação do 6º Semestre do Curso de Comunicação Social - Habilitação em Jornalismo da UFC, email: soares.marcello1@gmail.com

⁵ Orientador do trabalho. Professor do Curso de Comunicação Social - Habilitação em Jornalismo, da Universidade Federal do Ceará. osmargoncalves@hotmail.com

⁶ No início, considerava-se que o funk era amoral, pela própria conotação sexual que a palavra possui na língua inglesa. Na década de 1970, o estilo ganha, nos Estados Unidos, uma batida mais pesada, sob influência da psicodelia. A partir da década de 1980, a influência comercial transforma o funk em vários subgêneros, que seguiu o gosto do ouvinte. Os efeitos sonoros eletrônicos passaram a ter mais força sobre a musicalidade do funk.



comportamento e atitude caracteristicamente inspiradas no movimento *Black Power*⁶, esses artistas popularizaram o ritmo americano, fato que impulsionou, na mesma década, o aparecimento dos bailes dançantes no Rio de Janeiro. As equipes de som reuniam as pessoas para dançar soul, notadamente tendo mais destaque os sucessos americanos.

A gênese do funk no Brasil se dá no Rio de Janeiro. Nasce nos bailes dançantes organizados em diversos pontos da capital fluminense, sobretudo nos bairros mais pobres. O início do que passou a se chamar de “funk carioca” teve influência significativa do *Miami Bass*, gênero musical típico da região da Flórida, nos Estados Unidos. Com uma batida mais acelerada e letras mais erotizadas, o *Miami Bass* passou a concorrer com o soul a audiência nos bailes cariocas a partir da década de 1980.

A identidade do funk carioca vai ganhando contornos próprios já no início da década de 1990. Apesar de apresentar a musicalidade muito similar a do *Miami Bass*, o ritmo carioca começa a registrar um aumento de composições e canções em português. Além disso, os temas das músicas se voltam para as comunidades carentes, abordando a violência, a desigualdade social e as dificuldades cotidianas dos moradores. Todos esses fatores concorrem para popularizar o funk. Os bailes se multiplicam pela cidade.

Nessa época, surgem também outras vertentes: o *funk melody*, com letras mais românticas; os chamados “proibições”, que abordam a briga entre facções de traficantes nos morros, exaltando grupos presentes em comunidades e tecendo provocações contra inimigos; e as músicas de conotação mais erótica, que acabaram por caracterizar fortemente o funk carioca.

Ao ganhar espaço na mídia nacional, por meio de apresentação dos cantores de funk em programas de rádio e televisão, o gênero cresce em popularidade no País. Já nos anos 2000, ele ganha repercussão internacional. Em 2005, durante o verão do hemisfério norte, ficou entre os gêneros mais tocados nas rádios da Europa. O mundo também pôde conhecer mais da realidade dos cantores de funk, a partir do documentário “Sou Feia, Mas Tô na Moda” (2005), sobre a cantora carioca conhecida como Tati Quebra-Barraco, considerada um símbolo contra a dominação masculina no funk carioca, a partir de letras que estimulam as mulheres a aderirem a um movimento de autonomia.

⁶Movimento negro que teve destaque nos Estados Unidos entre as décadas de 1960 e 1970. O *Black Power* busca a disseminação do orgulho racial como ponto de partida para a promoção de interesses coletivos e a segurança de autonomia.



O funk paulista inicia-se em 1995, com a implantação de discotecas na região da Baixada Santista, litoral do estado de São Paulo. As casas de show eram inspiradas no estilo carioca, já que os empresários desejavam difundir o estilo musical e obter o mesmo sucesso que se verificava no Rio de Janeiro. A aceitação foi imediata e pode ser explicada na fala de Lótman: “Os indivíduos constroem códigos culturais recodificando códigos disponíveis em outros sistemas”

As influências do funk paulista estão no rap e no hip-hop. Não à toa, notou-se o envolvimento de muitos artistas desses estilos no nascimento do funk paulista. Com a disseminação do ritmo no litoral, não tardou para que a capital fosse influenciada. É na Zona Leste, região mais carente de São Paulo segundo dados da prefeitura da cidade, que o funk obtém receptividade para, a partir daí, espalhar-se por outros bairros da metrópole.

Devido ao contexto do funk carioca da década de 1990, o funk paulista foi bastante influenciado pelo estilo, musicalidade e composições. Espelhava-se na violência e no crime presentes nas comunidades para criar as músicas. Com o passar dos anos, outras vertentes foram ganhando espaço, da mesma maneira como se verificou no Rio de Janeiro. Entretanto, São Paulo destaca-se com um estilo singular: o funk ostentação.

2. A POPULARIZAÇÃO DO FUNK OSTENTAÇÃO

Utilizando a mesma base musical do funk carioca, o funk ostentação se diferencia pela letra “carregada” de referências às marcas de grandes grifes internacionais. Com a disseminação dos programas de edição de vídeo, os adeptos do estilo musical puderam produzir videoclipes com inspiração direta à estética dos vídeos de artistas do hip hop norte-americano. As redes sociais também tiveram papel crucial na popularização do estilo, principalmente o YouTube, rede de compartilhamentos de vídeos mais famoso do mundo. Até janeiro de 2013, os vídeos do estilo já ultrapassavam 100 milhões de visualização.

Visto por muitos como um estilo “pobre” e de gente pobre, o funk brasileiro, encontra na sua vertente (ostentação) uma alternativa para se inserir no mercado fonográfico brasileiro, já que por tradição, o funk não costuma tocar nas rádios ou na TV. Os vídeos que outrora não eram exibidos pelos canais de música brasileira, vêm ganhando espaço pouco a pouco e garantindo presença na lista dos mais pedidos da programação. E mesmo o “elitizado” iTunes, loja brasileira exclusiva dos clientes Apple, já começa a disponibilizar algumas faixas do estilo musical, que disputam a preferência do público com artistas



sertanejos e nomes de peso no mercado, como Roberto Carlos.

Uma explicação possível desse repentino sucesso, além da facilidade de acesso dos programas de áudio e vídeo, seria a onda positiva da economia brasileira que possibilitou milhares de famílias ascenderem economicamente à classe C. No documentário “Funk ostentação” (2012), o pesquisador Renato Meireles, do instituto Data Popular, especializado em pesquisas relacionadas às classes C, D e E, acredita que por ter nascido nas comunidades mais carentes, o funk ostentação serviria como uma alternativa às tradicionais letras que expõem as contradições entre ricos e pobres na sociedade e a vida na comunidade. “O grosso da manifestação cultural produzido nas comunidades tinha como interesse o protesto, a reivindicação, a indignação pela sociedade desigual na qual eles estavam vivendo”, diz Meireles.

Desde o Governo Lula (2003-2010), programas assistencialistas como o Bolsa Família, e os seguidos aumentos do salário mínimo no Brasil, possibilitaram aos jovens que nasceram e cresceram nessas comunidades carentes, principalmente, em São Paulo, contarem nas letras de funk suas conquistas. “O discurso da denúncia perde força para o discurso da celebração. O protestar por protestar perde força nas expressões culturais dessa nova classe média brasileira”, destaca Renato Meireles.

Sucesso entre os todos os tipos de público, o estilo “vendido” pelo funk ostentação canta o sonho de consumo da classe C. Os produtos de grifes consumidos à exaustão pela elite econômica deixaram de ser apenas um sonho e passaram a ser facilmente encontrado na casa desses novos emergentes da classe média brasileira, sem apelar para os produtos piratas ou réplicas dos originais. Assim como um dia o samba também foi marginal – hoje artigo de luxo – o funk sonha em ganhar espaço e mais visibilidade.

Nos últimos anos, o funk, como estilo musical, vem conquistando espaço também no repertório de grandes artistas já consagrados no Brasil e no mundo. É o caso do cantor baiano Caetano Veloso que incluiu a canção “Funk Melódico” no último trabalho de inéditas do cantor, além de compor “Miami Maculelê” para a cantora e parceira. Gal Costa. Até o ex-beatle Paul McCartney se rendeu às batidas aceleradas do funk carioca. O produtor do próximo álbum de Paul revelou em entrevista que o próprio cantor pediu que a batida de funk carioca entrasse no projeto.



3. SEMIÓTICA DA CULTURA

O conceito de semiosfera faz parte dos estudos sobre Semiótica da Cultura, uma disciplina teórica que surgiu no Departamento de Semiótica da Universidade de Tártu, na Estônia, nos anos 60. A partir do encontro entre pesquisadores da Universidade de Tártu e de Moscou, que estavam no encontro "Escola de verão sobre os sistemas modelizantes de segundo grau", foi entendida a necessidade de estudar a comunicação como sistema semiótico, compreendendo a cultura como um conjunto unificado de sistemas.

Os estudiosos dessa área dialogam com vários campos do conhecimento, se utilizando de princípios da Linguística, da Teoria da Informação e da Comunicação, da Cibernética e, evidentemente, da Semiótica. Inclusive, de acordo com Irene Machado no artigo "Circuitos dialógicos: para além da transmissão de mensagens", o semiotista estoniano Iúri Lótman, que desenvolveu o conceito de semiosfera, por volta dos anos 1980, traz a partir destas bases conceituais consolidadas a ideia de pensar em um espaço onde a produção da informação e a sua transformação em texto se dá com a interação entre códigos e sistemas de signos.

O impulso de Lótman para pensar a semiosfera surgiu com o questionamento do pesquisador ao já conhecido modelo comunicacional de Shannon e Weaver (modelo matemático), em que uma mensagem é transmitida de um emissor a um receptor através de um canal, tratando-se de um simples processo linear. Para o semiotista, esse esquema não é funcional porque, para funcionar, um processo comunicativo tem de estar imerso em um espaço semiótico, algo que o modelo matemático não previa, sequer mencionava.

Qualquer linguagem está imersa num espaço semiótico e só pode funcionar na interação com esse espaço. A unidade da semiose, o menor funcionamento, não está numa linguagem separada, mas no todo do espaço semiótico da cultura em questão. Esse espaço é o que chamo de semiosfera. A semiosfera é o resultado e a condição para o desenvolvimento da cultura” Esse espaço semiótico ou a semiosfera seria o nível no qual habitam os signos, a instância onde ocorre interação, a semiose entre os diversos sistemas da cultura. Lótman considera a semiosfera, assim como os diversos sistemas culturais que a integram, como algo dinâmico, vivo, ativo, um organismo complexo, anterior à comunicação, à linguagem e à semiose. (MACHADO, 2007, p.121)

Isso porque na semiótica da cultura, o processamento da informação se orienta por um circuito dialógico que considera não o transporte ou a transmissão, mas sim a transmutação de energias criadoras. É um funcionamento que estaria além da transmissão de mensagens. Segundo Machado (2007), com relação à semiosfera, Lótman deixa bem claro



que a semiose da cultura movimenta uma diversidade de códigos e de linguagens que não podem ser reduzidos a um processo de transmissão bipolar, como o que é pensado na semiótica da comunicação.

Além do que, o código da comunicação na cultura se manifesta de forma complexa. O código, enquanto signo, elabora semiose, e nesse processo desenvolve a capacidade de transformar a informação e não apenas de transportá-la. Logo, a grande contribuição de Lótman aos estudos da semiótica da cultura é a percepção de que ainda que se leve em conta o modelo da Teoria da Informação, a informação na cultura nunca é transmissão no espaço, mas sim transformação no tempo. (MACHADO, 2007)

Para a semiótica da cultura o que menos importa é a transmissão ponto-a-ponto, mas compreender o que acontece na comunicação entre sistemas culturais que permite a produção de semiose, assim como a de linguagens. Tendo-se em vista que essa comunicação se configura como mecanismo semiótico.

3.1 Sistemas modelizantes

Machado (2007) aponta a formulação de Lótman sobre a noção de cultura como um dispositivo pensante dotado, portanto, de inteligência, de memória, de ordenamento, e de capacidade gerativa. Logo, para Lótman, a cultura é um espaço de mente.

Considera ainda a cultura como um conjunto unificado de sistemas, passando a ser entendida como um grande texto que engloba processos de transformação de natureza diversificada, analisando os processos que constituem a comunicação por meio de signos em espaços da cultura. (MACHADO, 2007)

No que diz respeito, portanto, aos sistemas semióticos da cultura, sabe-se que o relacionamento dinâmico entre eles se define por meio de um processo de modelização, conceito abordado no artigo “Semiosfera: exploração conceitual nos estudos semióticos da cultura” que está no livro “Semiótica da cultura e semiosfera” organizado por Irene Machado. No campo da cultura, seriam processos de regulação de comportamento dos signos para constituir sistemas. Entendendo, os sistemas de signos como sistemas codificados que se manifestam com linguagem, sendo a modelização o mecanismo gerador dessa linguagem.

A linguagem verbal, por ser dotada de estrutura, é tomada como sistema modelizante primário. Os outros sistemas da cultura, como é o caso da literatura, do mito, da religião e da arte, por serem dotados, não por uma estrutura, mas por

constituírem uma estruturalidade, são denominados sistemas modelizantes secundários. (MACHADO, 2007, p. 39)

Dessa forma, entende-se que todos os sistemas semióticos da cultura são sistemas modelizantes de segundo grau. Por que mantêm correlação com a língua, ou seja, têm na linguagem verbal uma estrutura referencial. Inclusive, uma das propostas dos semioticistas da cultura, é a ideia de que todos os sistemas da cultura são modelizantes e modelizáveis.

É notável que os semióticos da cultura consideravam a linguagem verbal como um norte para os seus estudos da cultura. Porém, como aborda Lúcia Santaella (1996), para compreender o mundo e suas linguagens não basta se prender ao que se pode ler somente, mas também o que é possível perceber, por exemplo, através de gestos, sons ou imagens.

Cumprir notar que a ilusória exclusividade da língua, como forma de linguagem e meio de comunicação privilegiados, é muito intensamente devida a um condicionamento histórico que nos levou à crença de que as únicas formas de conhecimento, de saber e de interpretação do mundo são aquelas veiculadas pela língua, na sua manifestação como linguagem verbal oral ou escrita. O saber analítico, que essa linguagem permite, conduziu à legitimação consensual e institucional de que esse é o saber de primeira ordem, em detrimento e relegando para uma segunda ordem todos os outros saberes, mais sensíveis, que as outras linguagens, as não-verbais, possibilitam. (SANTAELLA, 1996, p. 2)

Segundo Santaella (1996), o filósofo e semioticista Charles Sanders Peirce entendia toda e qualquer produção, realização e expressão humana como sendo uma questão semiótica. Para Peirce, era muito importante a noção de categoria que seria o modo lógico de as coisas serem. A partir disso, ele precisava de modos de produção de sentidos que fossem aplicáveis a todo e qualquer fenômeno. Surgem então as categorias fenomenológicas, denominadas: primeiridade, secundidade e terceiridade, que seriam o modo de operação do pensamento signo que se processam na mente.

A primeiridade seria a categoria que dá à experiência sua qualidade diferencial, sua originalidade e liberdade. A secundidade é o que dá à experiência seu caráter factual, de luta e confronto. Por último, a terceiridade, liga o primeiro e o segundo numa síntese intelectual, que corresponde à camada do pensamento em signos, por meio da qual representamos e interpretamos o mundo. (SANTAELLA, 1996)

Logo, segundo o pensamento peirciano o que vemos ou constatamos com os nossos sentidos (primeiridade) têm a mesma importância, pois acontece ao mesmo tempo, na maioria dos processos semióticos, que aquilo que interpretamos (terceiridade). Diferente dos



semióticos da cultura que pensam o processo semiótico baseado na linguagem verbal e entendendo o texto como um sistema semiótico.

3.1.1 O videoclipe

A imagem adquire fundamental importância na era digital. Com a internet e as redes sociais, a comunicação tornou-se cada vez mais rápida. Dessa forma, a linguagem que lança mão de imagens ganha cada vez mais força na difusão de conteúdo. No universo do funk de ostentação, os videoclipes adquirem espaço e mostram não apenas uma forma de expressão artística autônoma, mas algo essencial para alavancar um novo sucesso.

Conforme Machado (2000), há três gerações de realizadores de videoclipe. Detendo-se na última geração, de caráter mais experimentalista e híbrido, o autor acredita que os cliques estão cada vez mais sintonizados com o conceito que a banda quer transmitir de si mesma para o público. Assim, as músicas apelam para o imagético de todas as formas, seja na maneira de dançar, de vestir ou de montar cenários. “As imagens são puros estímulos visuais (cor, movimento, ritmo), e mesmo quando podem ser reconhecíveis enquanto referências miméticas, o que importa nelas é a massa, a metamorfose das cores e texturas ao longo do tempo” (MACHADO, 2000, p. 179).

A tendência da última geração de realizadores e produtores de audiovisual para grupos musicais é a experimentação. Não há a preocupação de seguir as regras de produção mercadológica vigente. A estética audiovisual é subvertida, acabando com a preocupação de seguir regras da indústria audiovisual. Imagens tremidas, mal iluminadas, desfocadas e dinâmicas são o diferencial da nova geração de videoclipes. Os filmes parecem ter sido feitos por pessoas sem experiência, mas são resultado de um processo sofisticado de técnica e planejamento.

A descontinuidade é outra tendência importante. Os videoclipes apresentam mudanças de um plano pra outro, de cenário, das roupas e da iluminação. Às vezes, há histórias, mas não são desenvolvidas no sentido narrativo clássico. Quando há um conflito no enredo do videoclipe, é natural que ele não apresente desfecho claro, já que há um salto de cena pra outra, sem preocupação aparente com a continuidade. Isso se deve pela própria mudança de suporte pela qual o videoclipe vem enfrentando. Eminentemente de TV (MACHADO, 2000), o clipe vem ganhando novos suportes, como a internet, sendo forçado a ser mais ágil, na forma e no conteúdo.

“[...] o videoclipe busca também algo assim como uma nova visualidade, de natureza mais gráfica e rítmica do que fotográfica. Muitas vezes se critica o clipe pela sua montagem demasiado rápida, seus planos de curtíssima duração e o encavalamento de diversas tomadas dentro do mesmo quadro. [...] Mas as imagens dos clipes têm sido tão esmagadoramente contaminadas pelas suas trilhas musicais, que acaba sendo inevitável a sua conversão em música, isto é, numa calculada, rítmica e energético evolução de formas no tempo” (MACHADO, 2000, p. 178).

Aqui, entra-se em outra questão fundamental na evolução do clipe enquanto produção cultural. Não se trata mais de um acessório da música. Pelo contrário: ele é pensado, planejado e construído com a mesma importância. É um processo de criação que encadeia música e videoclipe. Parte disso se deve ao próprio envolvimento do artista/produtor, que tem cada vez mais afinidade com a produção audiovisual.

“Em alguns casos, a concepção musical já prevê o tratamento plástico, ou seja, determinadas soluções em termos musicais podem ter sido adotadas para possibilitar efeitos visuais preconcebidos. O clipe já não pede algo que necessariamente vem *depois* da música, tampouco um acessório à música: ele passa a fazer parte do processo integral de criação. Imagem e som nascem juntos, fazem parte de uma só e mesma atitude criativa” (MACHADO, 2000, p. 184).

Diante da importância que o videoclipe adquiriu, como expressão artística integrada às músicas e passível de experimentação, torna-se compreensível a recorrência a que artistas fazem a ele. O trabalho ganha visibilidade mais rápida. Na era da internet, os chamados “MC's”, como são conhecidos os cantores de funk, enxergam a imagem articulada às suas composições como um degrau para atingir o sucesso.

4. FUNK OSTENTAÇÃO SOB A ÓTICA DA SEMIÓTICA

4.1. “Plaque de 100”, do Mc Guimê

Um dos maiores nomes desse movimento é o videomaker paulista Konrad Dantas. É dele boa parte dos vídeos com a estética do funk ostentação. A análise semiótica presente neste artigo se refere aos clipes “Plaque de 100”, do Mc Guimê e de “Como é bom ser vida loka”, do Mc Rodolfinho, ambos produzidos por Konrad. Os vídeos foram escolhidos aleatoriamente. Primeiro, por melhor representarem o estilo musical abordado na análise; segundo, por estarem entre os mais vistos na internet.

A Semiótica é um ponto de vista sobre o signo e os processos de produção de sentido. Esse ponto de vista se assenta numa visão tripartite do que vem a ser, alternativamente, a produção, a percepção, a interpretação, a sensação, a compreensão, a experiência e a vivência dos signos. (PINTO, 2002, p. 39)

O vídeo “Plaque de 100”, do Mc Guimê, possui diversas referências explícitas às marcas de automóveis e motocicletas, são elas: a francesa Citroën (Figura 1), a norte-americana Chevrolet e as asiáticas Honda, Kawasaki, Suzuki, Honda e Hyundai. A ostentação também aparece aqui na vestimenta, nas marcas de bebidas alcóolicas, nas notas (plaque) jogadas de 100 reais – a mais valiosa no Brasil –, nas joias utilizadas pelo artista e por mulheres seminuas que dançam ou aparecem em uma espécie de camarote de uma boate.



Figura 1. A logomarca da fabricante de automóveis francês divide a tela com notas (plaque) de 100 reais, exibindo o rosto do MC - Reprodução

Dentre os vídeos escolhidos, “Plaque de 100” é o que mais apresenta o discurso de ostentação como protesto à elite econômica brasileira. Em um trecho do vídeo (1’46”), o artista confronta o estilo da elite com o da “ostentação”. No trecho do vídeo (Figura 2), é possível notar que o artista protesta quando rivaliza a personagem da filha rica com a personagem do pai rico. O preconceito existente entre as raízes “humildes” do Mc e da personagem da filha duelam, gerando a atitude preconceituosa da personagem do pai na cena, mesmo sendo, aparentemente vizinhos, em um condomínio de luxo.

“‘Nóis’ mantem (sic) a humildade, mas nóis sempre para (sic) tudo. E os ‘zé povinho’ (aqui pode ser substituído pela palavra outros) que olha, de longe diz que absurdo. Só comentam e critica (sic), fala mal da picadilha (aqui pode ser substituído pela palavra estilo). Não sabe que somos sonho de consumo da tua filha”. (Trecho da letra “Plaque de 100”, do Mc Guimê)



Figura 2. A personagem do pai rico não se agrada do relacionamento da filha com o Mc - Reprodução

Apesar de apresentar clichês (mulheres, dinheiro, joias, carros etc), influência da cultura hip hop norte-americana, o videoclipe possui características que são exclusivas que diferenciam e expõe elementos estéticos do espaço cultural brasileiro ou mais distintamente do funk produzido em São Paulo, são eles: notas de 100 reais (exclusividade brasileira), gírias paulistas-brasileiras presentes na letra e do letrero “censurado” – escrito em português.

4.2. “Como é bom ser vida loka”, do Mc Rodolfinho

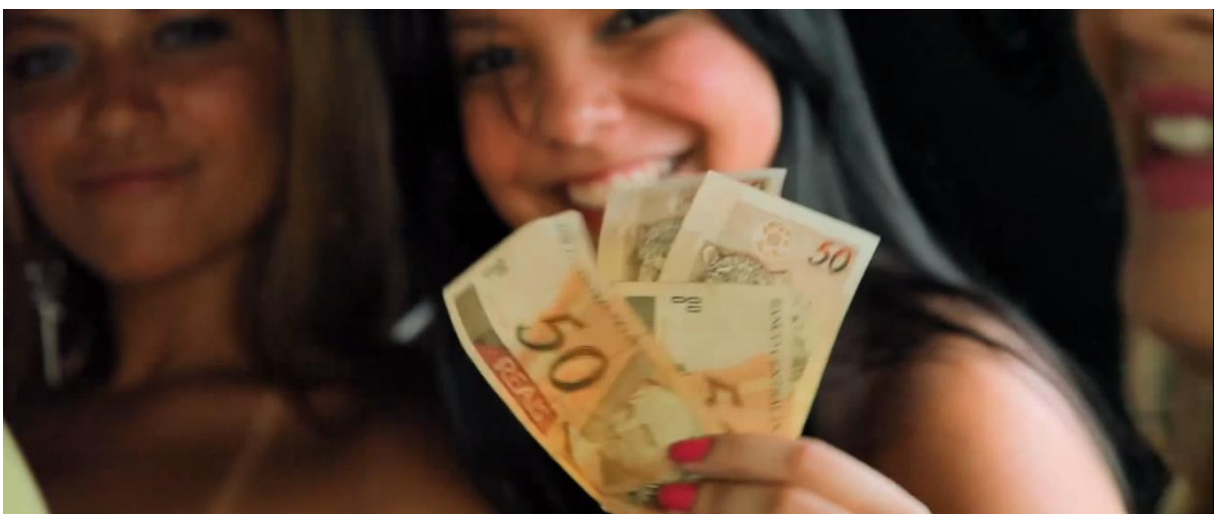


Figura 3. Mulheres e dinheiro são temas recorrentes nas letras do funk ostentação - Reprodução

O vídeo do Mc Rodolfinho é o que tem mais cara de amador, mas não deixa de exibir carros, mulheres e dinheiro. Logo no início do videoclipe, o espectador é convidado a se inserir no modo de vida do funk ostentação. O termo “vida loka” apresentado pelo Mc é sinônimo de ter dinheiro para poder comprar carros, motocicletas, baladas (festas) e ter a mulher que quiser, ou a que o dinheiro puder comprar.

Mais uma marca da cultura brasileira apresentada nesse vídeo são referências que o Mc faz à moeda nacional. O brasileiro tem o costume de chamar as cédulas do real pelo nome de animais, já que as notas trazem no verso do papel a imagem de um animal da fauna brasileira. Assim, quando se diz que tem onça é porque se tem uma nota de 50 reais (Figura 3). Assim como um peixe representa a nota de 100 reais. Tanto a letra quanto o vídeo de “Como é bom ser vida loka” usam a palavra e a imagem da onça para transmitir a ideia de “muito dinheiro”.

Diferente do clipe do Mc Guimê, o vídeo do Mc Rodolfinho usa o cenário da periferia de São Paulo como pano de fundo para o desenrolar do enredo. Imagens de prédios típicos da periferia paulista, com poucos andares e padronizados, contrastam com a riqueza dos carros estacionados no vídeo.

O linguajar popular também é citado na letra de “Como é bom ser vida loka”. “Nossa Senhora, Ave Maria”, são expressões muito utilizadas pelos brasileiros. Essas interjeições são marcas da religiosidade presente no País desde a chegada dos portugueses. Elas costumam ser usadas mais como uma expressão enfática do que pelo sentido literal e religioso.

Constata-se que nos dois videoclipes são utilizados signos que fazem parte de um sistema de signos que possui uma linguagem própria que confere estruturalidade ao sistema semiótico da cultura, funk ostentação.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O funk que se desenvolveu no Brasil tem influência norte-americana. Mas, essencialmente, o estilo adquiriu contornos próprios por se reportar a uma realidade característica dos grandes centros urbanos onde se desenvolveu. Os grandes celeiros do estilo encontram-se no Rio de Janeiro (pioneiro do gênero no país) e São Paulo. Na capital paulista, foi o funk de ostentação que ganhou espaço, diante das mazelas sociais da periferia da maior metrópole da América Latina. A violência e o crime têm espaço nas letras dos Mcs paulistas, mas é a ostentação de marcas, mulheres e dinheiro que ganharam espaço.



Uma das características do funk de ostentação é o uso de signos próprios da cultura americana do hip-hop, como o dinheiro e os carros de luxo. Nesse ponto, verifica-se a recorrência a um clichê. O que se percebe é que os videoclipes da vertente ostentação do funk paulista se utilizam de uma linguagem característica, que, ao mesmo tempo que os identifica, ajuda a confundir com clipes de hip-hop americano, por exemplo.

Inclusive, as semelhanças que acabam existindo entre universos culturais distintos pode ser explicado pelo fato de que, segundo Machado (2007), os indivíduos quando se propõem a construir códigos culturais tendem a recodificar códigos disponíveis em outros sistemas. Além disso, deve-se levar em consideração a existência de sistemas de signos culturalmente convencionados (MACHADO, 2003).

A partir disso, é possível compreender que as mensagens são organizadas nessa linguagem como uma maneira de transmitir valores de riqueza e status. Dessa forma, o funk ostentação, objeto da análise proposta, se mostra como um sistema semiótico da cultura composto por linguagem e codificação própria que refletem as peculiaridades e a realidade vivenciada por aqueles que disseminam um dos ritmos mais populares do País, porém, excluído nos meios midiáticos de maior audiência.



REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ARAÚJO, Théo. **História do funk**: do soul ao batidão. Disponível em:

<http://www.terra.com.br/reporterterra/funk/historia_do_funk.htm>. Acesso em: 25 jan. 2013

BARREIROS, Renato, DANTAS, Konrad - **Funk ostentação** (documentário). São Paulo: Kondizilla, 2012. (36 min.)

FRANÇA, Vera Veiga (Org.). **Teorias da comunicação**: conceitos, escolas e tendências. 3. ed. Petrópolis: Vozes, 2003. p. 279-307.

FUNK. **Brasil Escola**. Disponível em: <<http://www.brasilecola.com/artes/funk.htm>>. Acesso em: 25 jan. 2013.

MACHADO, Arlindo. **A televisão levada a sério**. São Paulo: Editora SENAC, 2000. 244 p.

MACHADO, Irene. O ponto de vista semiótico. In: HOHLFELDT, Antonio; MARTINO, Luiz C.;

_____, Irene (org.). **Semiótica da Cultura e Semiosfera**. São Paulo: Annablume/Fapesp, 2007.

ORTEGA, Rodrigo. **'Funk paulista' vira moda no youtube com carros, motos e notas de 100**. G1, 15 ago. 2012. Disponível em: <<http://g1.globo.com/musica/noticia/2012/08/funk-paulista-vira-moda-no-youtube-com-carros-motos-e-notas-de-100.html>>. Acesso em: 15 ago. 2012.

PINTO, Julio. **O ruído e outras inutilidades**: ensaios de comunicação e semiótica. Porto Alegre: Autêntica, 2002. 39 p.

SANTAELLA, L. **O que é Semiótica**, 12. ed. São Paulo: Brasiliense, 1996.