



**UNIVERSIDADE DO SUL DE SANTA CATARINA**  
**EDINÉIA APARECIDA CHAVES DE OLIVEIRA**

**ANÁLISE CRÍTICA MULTIMODAL DA COMODIFICAÇÃO  
DE HOMENS E MULHERES EM CAPAS DE CD DE MÚSICA *FUNK***

**Tubarão**  
**2013**

**EDINÉIA APARECIDA CHAVES DE OLIVEIRA**

**ANÁLISE CRÍTICA MULTIMODAL DA COMODIFICAÇÃO  
DE HOMENS E MULHERES EM CAPAS DE CD DE MÚSICA *FUNK***

Tese apresentada ao Curso de Doutorado em Ciências da Linguagem da Universidade do Sul de Santa Catarina como requisito parcial à obtenção do título de Doutor em Ciências da Linguagem.

Orientador: Prof. Dr. Fábio José Rauen.

Coorientadora: Profa. Dra. Débora de Carvalho Figueiredo.

Tubarão

2013

O45 OLIVEIRA, Edinéia Aparecida Chaves de, 1979 -  
Análise crítica multimodal da comodificação de homens e  
mulheres em capas de cd de música *funk* / Edinéia Aparecida  
Chaves de Oliveira ; Orientador : Fabio José Rauen.  
-- 2013.  
150 f. : il.; 30 cm

Tese (doutorado)–Universidade do Sul de Santa  
Catarina, Palhoça, 2013  
Inclui bibliografias

1. *Funk*. 2. Análise crítica do discurso. 3. Linguística  
funcional. I. Rauen, Fábio José II. Universidade do Sul de Santa  
Catarina – Doutorado em Ciências da Linguagem. III. Título.

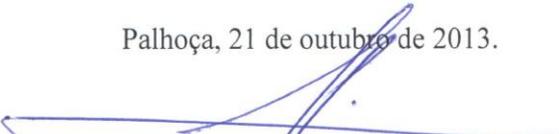
CDD (21. ed.) 401.41

**EDINÉIA APARECIDA CHAVES DE OLIVEIRA**

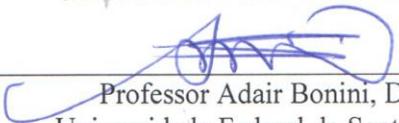
**ANÁLISE CRÍTICA MULTIMODAL DA COMODIFICAÇÃO DE HOMENS E  
MULHERES EM CAPAS DE CD DE MÚSICA *FUNK***

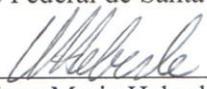
Esta Tese foi julgada adequada à obtenção do título de Doutor em Ciências da Linguagem e aprovada em sua forma final pelo Curso de Doutorado em Ciências da Linguagem da Universidade do Sul de Santa Catarina.

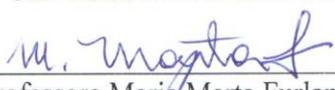
Palhoça, 21 de outubro de 2013.

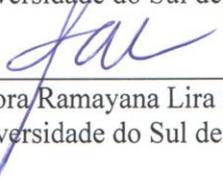
  
\_\_\_\_\_  
Professor e orientador Fábio José Rauem, Doutor.  
Universidade do Sul de Santa Catarina

  
\_\_\_\_\_  
Professora e coorientadora Débora de Carvalho Figueiredo, Doutora.  
Universidade Federal de Santa Catarina

  
\_\_\_\_\_  
Professor Adair Bonini, Doutor.  
Universidade Federal de Santa Catarina

  
\_\_\_\_\_  
Professora Viviane Maria Heberle, Doutora.  
Universidade Federal de Santa Catarina

  
\_\_\_\_\_  
Professora Maria Marta Furlanetto, Doutora.  
Universidade do Sul de Santa Catarina

  
\_\_\_\_\_  
Professora Ramayana Lira de Sousa, Doutora.  
Universidade do Sul de Santa Catarina

Esse trabalho é dedicado à minha família, para aqueles que sempre estiveram, estão e estarão comigo até mesmo nas derrotas.

## **AGRADECIMENTOS**

Meu agradecimento especial vai para meus dois orientadores: Professora Débora de Carvalho Figueiredo, por acreditar nas minhas ideias e no meu potencial, e Professor Fábio José Rauen, por nos dar apoio e compreensão constantes.

“Al venir a la tierra, todo hombre tiene derecho a que se le eduque, y después, en pago, el deber de contribuir a la educación de los demás.”

(MARTÍ apud PARANÁ, 1990, p. 11).

## RESUMO

Analisa-se neste estudo, com base na ACD e nas metafunções da linguagem da Gramática Visual de Kress e van Leeuwen (1996, 2001), a comodificação multimodal de homens e mulheres em quarenta capas de CD de música *funk* de 2012. O trabalho partiu da hipótese de que homens e mulheres são comodificados assimetricamente, de tal modo que (a) homens são representados como sujeitos e mulheres como objetos nesses textos promocionais; e (b) essas diferenças são indícios de representações sociais demarcadas para homens e mulheres no movimento *funk*. Os achados sugerem que a promoção do gênero comodifica pessoas essencialmente (38 capas). Nesses exemplares, homens são representados como Mestres de Cerimônias (MCs), *Disk Jóqueis* (DJs) ou cantores em imagens que (a) destacam seu protagonismo profissional e artístico nos bailes e (b) apresentam alguns de seus objetos de desejo, entre os quais carros, joias e mulheres. Mulheres são representadas como dançarinas ou posam sensualmente para um participante interativo masculino para convidá-lo à fruição da música ou mesmo seduzi-lo (corpo de fetiche). Esses resultados corroboram a hipótese de que homens são sujeitos do movimento e mulheres fazem parte da lista de seus objetos de desejo e de poder. As imagens projetam uma representação social de um consumidor masculino que quer ter o sucesso dos protagonistas e os mesmos objetos de desejo, incluindo as mulheres. Essa divisão marcada de papéis sociais nas representações de capas de CD *funk*, por hipótese, deve ser consequência do contexto maior dos bailes, das músicas e do próprio movimento *funk*. É razoável supor, portanto, que essas representações são pistas de posições sexistas que privilegiam homens sobre mulheres numa estrutura de cultura maior que domina essas práticas e discursos.

Palavras-chave: Análise Crítica do Discurso. Linguística Sistêmico-Funcional. Gramática Visual. Multimodalidade. Sexismo. Funk. Comodificação.

## **ABSTRACT**

In this study, based on ACD and from metafunctions of language of Grammar of Visual Design by Kress and van Leeuwen (1996, 2001), I analyze multimodal commodification of women and men in forty funk 2012 CD covers. I hypothesized that men and women are asymmetrically commodified, so that (i) men are represented as subjects and women as objects in these promotional texts, and (ii) these differences are evidence of marked social representations for men and women in the funk movement. The findings suggest that funk promotion essentially commodifies images of people (38 covers). In these examples, men are represented as Masters of Ceremonies (MCs), Disk Jockeys (DJs) or singers in images that (i) highlight their professional and artistic protagonist role in dances, and (ii) present some of their objects of desire, including cars, jewelry and women. Women are represented as dancers, or sexily pose for the interactive male participant to invite him to enjoy of the music or even seduce him (fetish body). These results support the hypothesis that men are subject of the movement, and women are part of the list of theirs objects of desire and power. The images project a social representation of a male consumer who wants to have the same success of the protagonists and the same objects of desire, including women. This demarked division of social roles in the representations of funk CD covers, by hypothesis, must be a consequence of the larger context of the dances, the music and the movement itself. It is reasonable to assume, therefore, that these representations are clues of sexist positions that favor men over women in a larger culture structure that controls these practices and discourses.

**Keywords:** Critical Analysis of the Discourse. Systemic-Functional Linguistics. Visual Grammar. Multimodality. Sexism. Funk. Commodification.

## RESUMEN

Se analiza en este estudio, basado en ACD y en las metafunciones del lenguaje de la Gramática Visual de Kress y van Leeuwen (1996, 2001), la mercantilización multimodal de mujeres y hombres en cuarenta tapas de CD de música *funk* 2012. El estudio parte de la hipótesis de que hombres y mujeres están mercantilizados asimétricamente, de modo que (i) hombres son representados como sujetos y mujeres como objetos en estos textos promocionales, y (ii) las diferencias son evidencia de representaciones sociales demarcadas para hombres y mujeres en el movimiento *funk*. Los hallazgos sugieren que la promoción esencialmente mercantiliza personas (38 tapas). En estos ejemplos, los hombres son representados como maestros de ceremonias (MCs), *disk jockeys* (DJs) o cantantes en imágenes que (i) ponen de relieve su papel profesional y artístico de protagonista en los bailes, y (ii) presentan algunos de sus objetos de deseo, como coches, joyas y mujeres. Las mujeres son representadas como bailarinas o posan sensualmente para los participantes masculinos interactivos para invitarlos a disfrutar la música o, incluso, seducirlos (cuerpo de fetiche). Estos resultados apoyan la hipótesis de que los hombres son el sujeto del movimiento, y las mujeres son parte de la lista de sus objetos de deseo y poder. Las imágenes proyectan una representación social de un consumidor masculino que quiere el éxito de los protagonistas y desea los mismos objetos, incluso las mujeres. Esta marcada división de papeles sociales en las representaciones de tapas de CD funk, por hipótesis, debe ser fruto del contexto más amplio de los bailes, de la música y del movimiento mismo del *funk*. Es razonable suponer, por tanto, que estas representaciones son pistas de posiciones sexistas que favorecen a los hombres sobre las mujeres en la estructura más grande de la cultura que domina estas prácticas y discursos.

Palabras-clave: Análisis Crítico del Discurso. Lingüística Sistémica Funcional. Gramática visual. Multimodalidad. Sexismo. *Funk*. Mercantilización.

## LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 – Concepção tridimensional do discurso.....	24
Figura 2 – Reconstrução do modelo de análise da LSF .....	28
Figura 3 – Estruturas básicas da Gramática Sistêmico-Funcional e da Gramática Visual.....	34
Figura 4 – Categorias da Gramática Visual de Kress e van Leeuwen (1996).....	35
Figura 5 – Cinco fases do movimento <i>funk</i> .....	55
Figura 6 – CD 1: Funk Folia 2012 – DJ Trevisano .....	66
Figura 7 – CD 2: Funk Neurótico Volume 5.....	68
Figura 8 – CD 3: Funk das novinhas 2012 – DJ Toddyinho. ....	69
Figura 9 – CD 4: Funk do Patrão.....	71
Figura 10 – CD 5: Dj Killesse - Funk Verão 2012 Vol. 2.....	72
Figura 11 – CD 06: Sedução Fatal .....	74
Figura 12 – CD 07: Funk na veia 2012 .....	76
Figura 13 – CD 08: DJ Killesse-Funk Verão 2012.....	78
Figura 14 – CD 09: Especial de Eletrofunk vol.2 2012- DJ Ton. ....	79
Figura 15 – CD 10: CD Especial Automotivo 2012.....	80
Figura 16 – CD 11: CD Só as tops (especial dance & eletro funk 2012).....	82
Figura 17 – CD 12: Funk dos monstros Vol. 03.....	83
Figura 18 – CD 13: Electro Funk Brasil 2012 - DJ Edu Marks .....	84
Figura 19 – CD 14: Pankadão Eletro Funk (2012).....	86
Figura 20 – CD 15: Dj Nildo- Top Funk 2012.....	87
Figura 21 – CD 16: Funk Mix 2012. ....	89
Figura 22 – CD 17: Fluxo do Funk- Vol. 2 (2012). ....	90
Figura 23 – CD 18: DJ Warley- Ritmo de verão Axé & Funk.....	91
Figura 24 – CD 19: Fluxo do Funk Vol. 03 Ostentação (2012).....	92
Figura 25 – CD 20: Funk Pancadão – Clube A. ....	93
Figura 26 – CD 21: CD Eletro Funk 2012 By [DJ Willian The Best] .....	94
Figura 27 – CD 22: Funk Especial digital 93 FM. ....	95
Figura 28 – CD 23: Funk Neurótico Volume 7.....	96
Figura 29 – CD 24: Funk Porradão 2012 – DJ Fiti. ....	98
Figura 30 – CD 25. Funk Porradão Supermix 2012.....	99
Figura 31 – CD 26: CD Funk Supermix 2012.....	100
Figura 32 – CD 27: Funk na cabeça Vol. 02. ....	101

Figura 33 – CD 28: Funk na cabeça. Vol. 03. ....	102
Figura 34 – CD 29: DJ Black Mix –The Best Eletro Funk 2012 .....	103
Figura 35 – CD 30: O melhor do funk - Dj Vilson (2012). ....	104
Figura 36 – CD 31: Fluxo Do Funk Vol. 4 – Hits Da Balada (2012). ....	105
Figura 37 – CD 32: Killesse – Balada Funk 2012. ....	106
Figura 38 – CD 33: Balada Funk 2012. ....	108
Figura 39 – CD 34: Balada Funk - a novinha quer Funk 2012. ....	109
Figura 40 – CD 35: Funk Porrada 2012. ....	110
Figura 41 – CD 36: Funk Top 2012. ....	111
Figura 42 – CD 37: CD Funk Pesadão 2012 by [DJ Willian The Best]. ....	112
Figura 43 – CD 38: Funk na Veia 2012- Ostentação. ....	113
Figura 44 – CD 39: Tequileiras Do Funk - Ai Se eu Te Pego (2012). ....	114
Figura 45 – CD 40: As tigresas do Funk (2012). ....	115
Figura 46 – Comodificação exclusivamente masculina em CDs <i>funk</i> .....	117
Figura 47 – Comodificação feminina e masculina em CDs <i>funk</i> .....	118
Figura 48 – Comodificação feminina em CDs <i>funk</i> .....	119
Figura 49 – Exemplos do olhar feminino de demanda em CDs <i>funk</i> .....	120
Figura 50 – Cenário na comodificação feminino em CDs <i>funk</i> .....	121
Figura 51 – Formas de nomeação de homens e mulheres em capas de CD <i>funk</i> . ....	122
Figura 52 – Comodificação feminina através do fetiche em CDs <i>funk</i> .....	122
Figura 53 – Segurar a calcinha e/ou sutiã como forma de fetiche em CDs <i>funk</i> . ....	123
Figura 54 – Ênfase no direcionamento do olhar do leitor para as nádegas femininas .....	124
Figura 55 – O mundo automobilístico e a mulher como partes do cenário <i>funk</i> . ....	125
Figura 56 – Participantes representados e interativos .....	126
Figura 57 – Diferentes possibilidades de leitura a partir da GV. ....	127
Figura 58 – A profundidade a partir dos elementos da GV .....	128

## SUMÁRIO

<b>1</b>	<b>INTRODUÇÃO.....</b>	<b>12</b>
<b>2</b>	<b>ANÁLISE TEXTUAL CRÍTICA NA PÓS-MODERNIDADE.....</b>	<b>19</b>
2.1	ANÁLISE CRÍTICA DO DISCURSO.....	19
2.2	LINGUÍSTICA SISTÊMICO-FUNCIONAL.....	26
2.3	MULTIMODALIDADE.....	31
<b>2.3.1</b>	<b>Metafunção representacional.....</b>	<b>34</b>
<b>2.3.2</b>	<b>Metafunção interativa.....</b>	<b>38</b>
<b>2.3.3</b>	<b>Metafunção composicional.....</b>	<b>41</b>
2.4	CONSUMO E MODERNIDADE.....	43
<b>3</b>	<b><i>FUNK</i>: GÊNERO E REPRESENTAÇÃO.....</b>	<b>49</b>
3.1	O CONTEXTO CULTURAL DA MÚSICA <i>FUNK</i> .....	49
3.2	O <i>FUNK</i> COMO CONTEXTO DE SITUAÇÃO.....	57
<b>4</b>	<b>ANÁLISE DOS ACHADOS.....</b>	<b>63</b>
4.1	PROCEDIMENTOS.....	63
4.2	ANÁLISE DAS CAPAS.....	65
<b>4.2.1</b>	<b>Capas sem representação humana.....</b>	<b>65</b>
<b>4.2.2</b>	<b>Capas com representação masculina.....</b>	<b>68</b>
<b>4.2.3</b>	<b>Capas com representação masculina e feminina.....</b>	<b>73</b>
<b>4.2.4</b>	<b>Capas com representação feminina.....</b>	<b>89</b>
4.3	DISCUSSÃO DOS RESULTADOS.....	116
<b>5</b>	<b>CONCLUSÃO.....</b>	<b>130</b>
	<b>REFERÊNCIAS.....</b>	<b>140</b>
	<b>REFERÊNCIAS DAS CAPAS.....</b>	<b>148</b>

## 1 INTRODUÇÃO

A Análise Crítica do Discurso – ACD investiga o uso da linguagem em práticas sociais. Entre as agendas de discussão da ACD, destacam-se os estudos sobre as formas como os discursos que circulam em diferentes textos Commodificam homens e mulheres. Esta tese, mais do que simplesmente problematizar a associação da imagem de homens e mulheres à venda, busca compreender os sofisticados mecanismos multimodais que promovem essa associação e, para tanto, elege como objeto de investigação capas de CD de música *funk*. O foco desta pesquisa é o de analisar as representações femininas e masculinas nas capas de CDs *funk*, identificando como determinadas construções de gênero social são recorrentemente representadas por diferentes mecanismos de linguagem.

Em essência, a Commodificação é um processo ideológico no qual homens e mulheres se transformam em produtos a serem consumidos, em uma relação dialética ideológica que os torna mercadorias na modernidade tardia (BAUMAN, 2008). Nesse processo, os indivíduos trabalham, estudam, interagem entre si e se comportam como uma marca ou um objeto de consumo. Devido ao apelo consumista da modernidade, distintos discursos foram colonizados pelo discurso de vendas, num processo que podemos chamar de Commodificação (FAIRCLOUGH, 1992; MAGALHÃES, 2001). A Commodificação discursiva refere-se à influência do discurso mercadológico sobre práticas e discursos não mercadológicos, principalmente através de textos multimodais, ou seja, aqueles que mesclam o verbal e o visual (KRESS; VAN LEEUWEN, 1996, 2001).

Estas duas características (Comodificação e consumo) se entrecruzam em textos multimodais promocionais e não deve ser diferente em casos de promoção de produtos culturais, como é o caso de capas de CD de música *funk*. Logo, por hipótese, a representação feminina e masculina nesses textos deve associá-los ao produto e, tal como o produto em si mesmo, as imagens podem ser consumidas.<sup>1</sup> Esse processo de associação é tal que a imagem de pessoas famosas agrega valor ao produto: compramos determinadas marcas por estarem identificadas com essas pessoas. Nesse sentido, a imagem pode ser vendida e consumida. Ela é um bem econômico numa complexa teia de insumos que compõem o produto.

---

<sup>1</sup> Neste estudo, toma-se o conceito de Kress e van Leeuwen de imagem como um sistema “complexo, cuja atenção é voltada para o contexto específico em que é produzida” (1996, p. 11). Imagem corresponde às figuras, pinturas, quadros, fotos e demais produções que mesclam o visual e o verbal, inclusive em movimento (clipes, vídeos, filmes), mas compondo um todo significativo, que chega ao leitor como uma determinada mensagem.

Inserir uma imagem humana em determinado texto não é um processo alheio aos modos como os demais textos circulam. Textos multimodais estão impregnados dos valores culturais de seus tempos e, por isso, devem revelar formas como a sociedade se constitui, incluindo formas como essa sociedade estabelece papéis diferentes para homens e mulheres.

Este trabalho é parte de um conjunto de investigações que venho empreendendo no sentido de identificar estratégias linguístico-discursivas de comodificação de homens e mulheres em textos multimodais do/sobre o *Funk*, partindo da hipótese de que, nestes textos, as imagens dos corpos assumem representações ideológicas sexistas. Nesta tese em particular, busco identificar diferenças na comodificação multimodal de homens e mulheres em quarenta capas de CD de música *funk* de 2012 com base nas metafunções da linguagem da Gramática Visual – GV de Kress e van Leeuwen (1996, 2001).

Em outras palavras, além de observar como homens e mulheres são representados, pretendo verificar, com base nos achados da análise multimodal do gênero textual capa de CDs *funk*, indícios de representações de relações sociais de caráter sexista no contexto imediato do gênero musical *funk*, admitindo, por hipótese, que elas são uma amostra de práticas sexistas mais amplas, assumidas, disseminadas e naturalizadas pela mídia.<sup>2</sup> Desse modo, os achados das capas de CDs *funk* estariam imersos no contexto de cultura do movimento *funk*, enquanto exemplares de práticas sociais de representações de homens e mulheres advindas de um contexto sexista maior, determinado por práticas tradicionais de uso das pessoas como *commodities*, sobretudo na indústria da propaganda. Com base no aparato descritivo e analítico da ACD e da GV, pretendo observar se e como essas representações se correlacionam com representações tradicionais sexistas sobre o desempenho dos gêneros, representações essas que naturalizam identidades sociais reservadas para homens e mulheres.

Sendo assim, o empreendimento analítico de questionar e desnaturalizar estes discursos visa a responder às seguintes questões: (a) estes textos multimodais apresentam diferentes representações de homens e mulheres? Caso sim, (b) a que identidades essas imagens remetem? Caso essas identidades sejam demarcadas, (c) elas podem ser indícios de representações sexistas mais amplas? Ou (d) elas podem ser indícios de representações dos papéis sociais do movimento/música *funk*? Ou, ainda mais especificamente, (e) elas podem ser indícios de representações dos papéis reservados a homens e mulheres em bailes *funk*?

---

<sup>2</sup> Assumo gêneros textuais como gêneros discursivos. Todavia, para a definição do *corpus*, optei por denominar as capas de CDs como gêneros textuais, dado que é com essa denominação que elas circulam como produto.

A hipótese do papel sexista, especialmente o da representação feminina no contexto *funk*, decorre de minha pesquisa de mestrado (OLIVEIRA, 2008). Naquela oportunidade, investiguei as letras de músicas do gênero musical *funk*, concluindo que as letras das músicas *funk* eram sexistas e criavam rótulos femininos depreciativos.<sup>3</sup> Naquele trabalho, as letras de *Funk* atribuíam às mulheres as representações/os papéis de modelos analíticos ‘feia’, ‘gostosa’, ‘gatinha’, ‘emancipada’, ‘fiel’ (quando casada), além de metáforas como ‘lanchinho da madrugada’ ou ‘cachorra’.

A observação empírica da recorrência da figura feminina em um conjunto de textos multimodais, entre os quais as capas de CD de música *funk*, no período do próprio mestrado e dos primeiros anos de meu doutorado, sugeriu-me que a produção desses textos favorecia a proposição de rótulos que depreciavam as mulheres frente aos homens representados, corroborando o que eu havia encontrado em minha dissertação. Nesse período, desenvolvi alguns trabalhos sobre (a) a identidade feminina nas letras de músicas *funk*, (b) a representação das mulheres fruta como atores sociais categorizados por seus atributos corpóreos no *Jornal Folha de S. Paulo on-line*, (c) a recorrência da representação feminina associada ao prazer sexual e à valorização exclusiva de seus atributos corpóreos (OLIVEIRA, 2006, 2007, 2010, 2011, 2012) que, de forma consistente, reforçavam essa tendência.

Essa trajetória levou-me a questionar a representação de homens e mulheres em produtos mais recentes. O gênero musical *funk* representou e representa um caráter ideológico de resistência dos jovens negros e pobres que buscam por seu espaço cultural, político e social. É, então, um movimento que reafirma a identidade desses jovens em seus contextos sociais (ESSINER, 2005, VIANA, 1990). Todavia, há nessa prática social características próprias na representação dos gêneros sociais. Em sua essência o gênero musical *funk* apresenta um dinamismo próprio que, de um lado, produz alterações em suas representações, mas, de outro, pode preservar aspectos mais centrais do movimento. Um aspecto mais recente é a inserção da música *funk* em igualdade no contexto dos demais estilos que concorrem por espaços de venda. Um aspecto supostamente recorrente é a remissão às origens do movimento em comunidades e bailes. Nesse particular, conforme Essinger (2005), Herschmann (2005), Medeiros (2006), Viana (1990, 1992, 2003) e Yúdice (2004) há uma divisão de atividades e uma simbologia de papéis sociais demarcada para homens e mulheres nos bailes *funk*.

---

<sup>3</sup> Quando cito o *Funk* com letra maiúscula estou me referindo ao movimento como um todo (substantivo). Ao qualificar as músicas, a comunidade ou seus participantes, grafo *funk* (adjetivo) em letras minúsculas.

Admitindo-se a hipótese de que essas capas retratam o contexto cultural, configurando-se assim exemplares textuais de práticas sociais que vinculam discursos específicos, é razoável supor que essa divisão de caráter sexista se revela em capas recentes de CD de música *funk*, mesmo quando o movimento concorre no mercado musical mais amplo. Se isso estiver correto, os achados das capas revelariam indícios de naturalização dessas práticas sociais sexistas.

A análise das capas de CDs adota, com base na ACD, o modelo da Gramática Visual – GV. Como a GV tem sua gênese na Linguística Sistêmico Funcional – LSF (HALLIDAY, 2004), parte-se do princípio de que os textos mostram as ideologias e discursos de seus produtores, que estão inseridos em um momento sócio-histórico específico, são fruto de processos de produção textual próprios, pautados em determinadas práticas sociais. Dessa forma, é possível dizer que o *Funk* constitui uma rede de práticas sociais (FAIRCLOUGH, 2003). Enquanto movimento social, o *Funk* pode ser olhado a partir de diferentes ângulos: como movimento cultural (BATISTA, 2005; YÚDICE, 2004), como movimento juvenil (VIANNA, 1992, 2003; DAYRELL, 2005) ou como um gênero musical (ARAÚJO, 2001) influenciado pela mídia e pela indústria do consumo (VIANNA, 1990; VIANA, 2010).

Dentre uma ampla gama de possibilidades promissoras de aspectos relevantes para estudos científicos sobre o universo *funk*, o aspecto que se analisa nesta tese restringe-se à representação masculina e feminina (recorrente) nos discursos do/sobre o *Funk*. Mais especificamente, o presente estudo se volta para os recursos discursivos de um dos gêneros promocionais multimodais do *Funk*, as capas de CD. Para tanto, compreender a motivação das escolhas léxico-gramaticais que constituem textos e imagens nas capas envolve compreender o contexto de produção de um texto. É por isso que se faz necessário retomar a história deste movimento juvenil e cultural, pensando nos textos selecionados como contextos de situação específicos, que retratam os contextos de cultura maior que impactaram na produção desses gêneros textuais promocionais (HALLIDAY; HASSAN, 1989).

É por esse interesse na linguagem e na representação das práticas sociais que a base para a presente análise textual de abordagem crítica é a Análise Crítica do Discurso – ACD (FAIRCLOUGH, 1992, 2003, 2006). Esta abordagem pensa a linguagem como ação e interação humana, utilizando como teoria linguística de base a LSF, que vê o texto como resultado das escolhas léxico-gramaticais de seus produtores, escolhas essas que têm implicações políticas e sociais. Pelas pistas textuais, é possível localizar os discursos que embasam as práticas sociais veiculadas nos textos. Além disso, é possível questionar que elementos são selecionados para representar homens e mulheres, como os produtores acionam

a estrutura da linguagem para identificar esses diferentes gêneros sociais e como essas escolhas não são neutras, ou seja, a linguagem impregna-se da identidade de seus produtores.

A partir deste modelo, é possível problematizar as escolhas dos elementos imagéticos e/ou verbais usados nos textos Capas de CD *funk* e investigar como as escolhas efetuadas constroem um discurso sobre o homem e a mulher.<sup>4</sup> A associação da imagem da mulher à sensualidade e a papéis sociais inferiores em diferentes contextos é recorrente. Vive-se num espaço social caracterizado pelo dinamismo do tempo e do espaço, pelas tecnologias de comunicação e pelo apelo ao consumo. Neste cenário, tudo pode ser usado como recurso de venda, inclusive a figura de homens e mulheres. Quando a imagem feminina é usada para esse fim, os achados mais recorrentes sugerem uma representação sexista. A imagem da mulher está associada a sentimentos e sentidos próprios dos homens, um objeto sensual a ser consumido, o que é observável em promoções de diferentes produtos como cerveja ou carros. Estudos feministas e na área da ACD abordam essa relação, analisando diferentes representações da mulher na mídia (Por exemplo, CALDAS-COULTHARD, 2004, 2005; DAUFEMBACK, 2008; FISCHER, 2005; LESSA, 2005; OLIVEIRA, 2007, 2008).

Sobre essas questões vale destacar que, embora nos sintamos, como mulheres, atingidas pela linguagem sexista, na maior parte das vezes nós mesmas a reproduzimos, muitas vezes sem reflexão. Então, assumindo minha condição feminina de mulher, pesquisadora, produtora e receptora desses textos, admito que este estudo, para além das representações femininas e masculinas existentes no discurso *funk*, também se refere a todas as práticas de preconceito e de inferiorização dos que ocupam posições hierarquicamente inferiores, das minorias e dos excluídos sociais.

Dessa forma, esta tese também se justifica como parte de uma agenda de estudos sobre relações entre linguagem e poder. O presente trabalho configura-se um exemplar de como o texto multimodal carrega uma estrutura gramatical (GV) que pode ser analisada, compreendida e trabalhada, de forma a evidenciar e trazer ao plano da consciência ideologias e discursos já naturalizados em textos verbais. Esta tese se insere no esforço por descrever e explicar como ocorre a comodificação de práticas supostamente sexistas, ou seja, como esse processo cultural de transformação de pessoas em produtos imagéticos se concretiza.

---

<sup>4</sup> Da mesma forma, também é possível procurar, na mesma rede de práticas discursivas ou em outros contextos, exemplos de contradiscurso, exemplos de textos que combatam o senso comum e a naturalização de discursos hegemônicos e sexistas (FOUCAULT, 1992, 2005). Por hipótese, é preciso verificar nas capas representações femininas e masculinas que representem discursos alternativos de gêneros, homens e mulheres livres de rótulos ou de estereótipos sexistas.

Quando pensamos em papéis femininos e masculinos, a representação do corpo, descrita no texto verbal ganha outro impacto sensitivo, desperta no leitor outras sensações e propicia-lhe outras experiências quando efetivada no texto multimodal. É preciso compreender como se dá a construção dessas imagens e como elas dialogam com os textos verbais, de forma a conseguir a aceitação do leitor. Dessa maneira, a pesquisa pretende observar o poder semiótico da imagem, argumentado que o recurso à imagem pode fazer circular e manter discursos de senso comum. Quero argumentar que, embora possam mudar os gêneros promotores do *Funk* (conforme venho acompanhando em meus recentes estudos), as ideologias que circulam nessas textualidades são as mesmas.

Por fim, estudar textos que circulam em comunidades “não elitizadas” e que somente mais recentemente ganham a mídia implica olhar para práticas discursivas sociais específicas que, muitas vezes, não são estudadas academicamente.<sup>5</sup> O *Funk* é um gênero legítimo como exemplar de linguagem em uso na sociedade (ACD). Trata-se de um gênero que reproduz e possibilita entender diversas relações sociais que circulam constantemente na atualidade e que podem ser compreendidas pelos estudos dos discursos na linguagem. Obviamente, na medida em que podem ser compreendidas, também podem ser recriadas, desnaturalizadas e ressignificadas.

A partir desses direcionamentos, a presente tese está organizada em mais quatro capítulos, dedicados, respectivamente, à análise textual crítica na pós-modernidade, ao *Funk* como gênero e representação, à análise dos achados e à conclusão.

No **segundo capítulo**, procedo a uma revisão teórica sobre a Análise Crítica do Discurso – ACD e, mais detidamente, sobre a Gramática Visual – GV, de Kress e van Leeuwen (1996, 2001), com base na Linguística Sistêmico-Funcional – LSF, de Halliday (2004). Nesta revisão, discuto o escopo da ACD e suas potencialidades para a análise de diferentes discursos em diferentes gêneros textuais. Segue-se uma apresentação da metodologia de análise textual para o objetivo desta tese, as metafunções representacional, interativa e composicional da Gramática Visual. O capítulo também apresenta um espaço para a reflexão sobre a relação entre consumo e modernidade, explorando, via linguagem, os diferentes processos de comodificação, de transformação das pessoas em produtos de venda.

---

<sup>5</sup> Conforme destaca Essinger (2005), o gênero musical *funk* advém das comunidades negras e pobres do Rio de Janeiro. Segue-se disso a recorrência como o discurso “elitista” demarca o gênero como “não elitizado”.

No **terceiro capítulo**, apresento o *Funk* como movimento histórico, musical e como prática social e discursiva. Nesse processo, destaco aspectos sexistas do movimento, apontados por autores como Essinger (2005), Dayrelly (2005), Medeiros (2006) e Viana (1992), assumindo que estes aspectos não correspondem à potencialidade total do movimento, mas configuram o recorte de meu trabalho; e dou ênfase ao contexto de situação e de cultura, dado que a forma como o texto revela seu contexto e prática social precisa ser interpretada em análises críticas do discurso. Neste capítulo, apresento também a descrição das capas de CDs como gêneros textuais à disposição da promoção do *Funk*, além de demonstrar como a ACD concebe a importância dos gêneros textuais nos estudos linguísticos e como um texto é o portador fundamental dos sentidos da linguagem, o que se confirma no estudo da música *funk*.

O **quarto capítulo** corresponde à análise da comodificação de homens e mulheres a partir do estudo de recursos discursivos multimodais. O texto apresenta os procedimentos de coleta das capas e a análise de quarenta CDs de *Funk*, nos quais se observou como homens e mulheres são representados com o propósito de vender a música *funk*, questionando assim relações de gênero social em relação ao movimento (música *funk*) e a como a mídia usa essas ideologias para seu intuito consumista.

Por fim, no **quinto capítulo**, apresento as conclusões da pesquisa, que são acompanhadas de limitações e sugestões.

## 2 ANÁLISE TEXTUAL CRÍTICA NA PÓS-MODERNIDADE

O presente capítulo apresenta uma revisão teórica sobre as teorias, os conceitos e o método de análise adotado para esta pesquisa com base na Análise Crítica do Discurso – ACD. Dentre as muitas possibilidades metodológicas decorrentes da ACD, o capítulo explicita o método analítico usado na presente pesquisa: a Gramática Visual – GV (VAN LEEWVEN, 1996, 2001), que é fundamentada na Linguística Sistêmico Funcional – LSF (HALLIDAY, 2004). O capítulo aborda, ainda, como a linguagem medeia a relação entre consumo e identidade na pós-modernidade e o potencial semiótico da multimodalidade nas produções textuais atuais.

### 2.1 ANÁLISE CRÍTICA DO DISCURSO

A Análise Crítica do Discurso (ACD) é uma abordagem interdisciplinar que busca contemplar o discurso enquanto uso de linguagem como forma de prática social e não como atividade puramente individual ou como reflexo de variáveis situacionais. Ao adotar esse parâmetro, o discurso é uma prática de representação do mundo e de significação do mundo, constituindo e construindo o mundo em significado (FAIRCLOUGH, 1992, p. 90-91).

Como prática social, a linguagem é uma importante ferramenta a serviço das instituições na modernidade tardia. Conforme Fairclough (1992, p. 18), isto ocorre por três motivos: “a linguagem faz parte da sociedade, não lhe é externa”, “a linguagem é um processo social” e a linguagem “é um processo condicionado socialmente, condicionamento que vem de outros setores (não linguísticos) da sociedade.” Dessa forma, a linguagem é uma parte do social, compõe a sociedade e, ao mesmo tempo em que constitui um processo social, condiciona as práticas nessa sociedade e é influenciada pela mesma. Analisando esse duplo direcionamento, é possível identificar nas práticas discursivas cotidianas traços linguísticos denunciadores do preconceito, da discriminação e da luta de classes, além do apelo ao consumo.

Retomando sua essência, a ACD utiliza-se de conceitos de diversas teorias linguísticas e sociais. Ela usa o conceito de ‘modalidade’ da gramática sistêmico-funcional, de ‘atos de fala’ do pragmatismo, além de uma ‘concepção de sujeito’ de Foucault, segundo a qual os sujeitos “produzem significados por meio de sistemas de poder/conhecimento que são impostos pelas instituições sociais, que organizam textos e que criam as condições de possibilidade para diferentes atos linguísticos” (GOUVEIA, 2002, p. 3).

A ACD volta-se para as distintas semioses que compõem os textos, a partir de alguns conceitos que precisam ser compreendidos em suas inter-relações com as práticas sociais, tais como: linguagem, discurso, identidade, ordens do discurso, semiose, prática social, ideologia, texto, contexto de situação e de cultura. Estes conceitos são articulados em um modelo de análise textual que investiga o texto, sua produção e circulação num determinado espaço social e cultural (seção 2.2).

Grosso modo, a linguagem é um sistema social de pensamento, de comunicação e de ação humanas. Agimos, representamos e nos autossignificamos pela linguagem. As formas de representar o mundo pela linguagem compreendem o discurso. A linguagem nos fornece inúmeras possibilidades de combinação dos signos e, a cada escolha, contribui para a criação de uma representação, que compõe o elemento discursivo de determinada prática social.

Para Carvalho (2007, p. 797), o discurso

inclui linguagem (escrita e falada e uma combinação com outras semioses), comunicação não verbal (expressões faciais, movimentos do corpo, gestos, etc.) e imagens visuais (por exemplo, fotografias, filmes). O conceito de discurso pode ser entendido como uma perspectiva particular em várias formas de semioses – isso apresenta a perspectiva de momentos discursivos da prática social em sua articulação com outros momentos não discursivos.

Ao considerar o discurso, podemos investigar os fatores econômicos, políticos ou sociais que compõem o contexto da cultura e o contexto da situação na qual o texto é produzido e/ou consumido. Esses fatores são perceptíveis pelas escolhas linguísticas presentes no texto. O discurso é abstrato e se materializa no texto.

Nesse sentido, Kress afirma que:

[...] discursos são conjuntos de afirmações sistematicamente organizados que dão expressão aos significados e valores de uma instituição. Para além disso, de forma marginal ou de forma central, definem, descrevem, e delimitam o que é possível dizer e o que não é possível dizer (e, por extensão, o que é possível fazer e o que não é possível fazer) em relação à área de preocupação dessa instituição. Um discurso fornece um conjunto de afirmações possíveis sobre uma área, e organiza e dá estrutura ao modo como se deve falar sobre um tópico particular, um objeto, um processo. (1985, p. 7 *apud* PEDRO, 1997, p. 35).

Além de criar representações, o discurso pode também ser a forma de libertação dos grupos por ele discriminados (FAIRCLOUGH, 1992). Neste trabalho, por exemplo, são analisados os processos linguísticos que constroem a representação feminina e masculina no discurso das capas de CDs do *Funk*, lembrando sempre que estes processos refletem uma prática social, ou seja, uma prática histórica de demarcar o lugar do homem e da mulher nos

discursos. Tal prática, na modernidade tardia, vale-se de diferentes e inovadoras formas de controle através da linguagem. Para van Leeuwen (1993, p. 193), o discurso pode se relacionar de duas formas com as práticas sociais.

[Há] o discurso em si [como] prática social, discurso como uma forma de ação, como algo que as pessoas fazem para, ou com, as outras. E também há o discurso no sentido foucaultiano, discurso como uma forma de representar a(s) prática(s) social(ais), como uma forma de conhecimento, como as coisas que as pessoas falam sobre a(s) prática(s) social(is). (complementos entre colchetes meus).

Sendo assim, a análise em foco vale-se das duas concepções de discurso apontadas por van Leeuwen (1993): o discurso como prática social de poder e de controle sobre mulheres e homens enquanto atores sociais, e o discurso como instrumento de construção social da realidade dessas mesmas pessoas, como formas de ver e pensar as identidades de homens e mulheres, e as relações entre eles. Quanto se pensa nos textos multimodais, todas essas concepções de discurso podem também ser observadas como “elementos semióticos das práticas sociais” (CHOULIARAKI; FAIRCLOUGH, 2001, p. 38), ou seja, os diferentes mecanismos de significação que são acessados na elaboração de imagens e palavras que se combinam para significar, representar uma realidade (que serão explicitados nas seções seguintes).

Assim, através da análise do discurso, torna-se possível pensar nas inter-relações entre gênero social e linguagem, investigando, dentro de um determinado discurso (por exemplo, o das capas de CDs do *Funk*), o que se pode dizer (e o que é dito) sobre mulheres e homens nos meios sociais onde esse discurso circula, e como determinadas representações sexistas são construídas, mantidas ou alteradas socialmente.

Dessa forma, a linguagem não mostra o que as coisas são, mas sim como elas são representadas e construídas. Este movimento é dialético, pois a linguagem, em sua recorrência, acaba por naturalizar certas representações, que se distanciam de suas origens socialmente posicionadas e assumem uma aura de ‘verdade’ ou de ‘como as coisas são’. Dentro desta representação, as escolhas feitas pelo produtor textual – principalmente das palavras e das formas de nomear os sujeitos das ações e de construir avaliações positivas ou negativas sobre eles – são responsáveis pela construção das ideologias. As ideologias, por sua vez, também acabam sendo justificadas na dialética da repetição discursiva.

A representação da realidade compreende processos ideológicos e formas de naturalização e de disseminação de determinadas práticas de dominação (por exemplo, a dominação da mulher). Para Althusser (2001, p. 85), a ideologia “é a representação imaginária

que interpela os sujeitos a tomarem um determinado lugar na sociedade, mas que cria a ilusão de liberdade do sujeito”. Thompson (1984, p. 58) segue a mesma linha, ao afirmar que:

Ideologia é o significado mobilizado por formas simbólicas (ações, imagens, textos) que servem para estabelecer e sustentar relações de dominação: estabelecer relações de dominação no sentido de que o significado pode criar e instituir essas relações; sustentar, no sentido de que o significado serve para manter e reproduzir relações de dominação por meio dos processos de produção de texto.

A partir deste prisma, é possível argumentar que determinados usos da linguagem e de outras formas simbólicas são ideológicos, isto é, servem, em circunstâncias específicas, para estabelecer ou manter relações de dominação e referem-se às formas e processos sociais dentro das quais e através das quais formas simbólicas circulam no mundo social (THOMPSON, 2004). Para Fairclough (1992, p. 116), a ideologia “tem existência material nas práticas das instituições.” A forma como as pessoas agem perante o mundo e, principalmente, perante uns aos outros no e pelo discurso, essa ação via linguagem, é uma prática política e ideológica (p. 94). Olhando para o discurso como ação, abre-se caminho para investigar as práticas discursivas como formas materiais de ideologia.

Para o autor, a ideologia manifesta-se implicitamente em todas as instâncias e contextos sociais na vida individual e coletiva. Sendo assim, ela está amplamente refletida nos textos e se torna um sentido veiculado na sociedade, promovendo a sustentação de relações de poder existentes e provocando a configuração de novas formas de domínio. Este sentido é veiculado nas práticas sociais, o que nos permite dizer que diferentes grupos e instituições possuem diferentes ideologias e que, na contemporaneidade, o principal veículo para a construção e veiculação dessas ideologias é o texto.

Sobre a relação entre texto e ideologia, Kress (1995, p. 71) afirma:

Ideologias residem nos textos. Na verdade, as formas e conteúdos textuais carregam processos e estruturas ideológicas que não podem ser linearmente lidos. Isso ocorre porque as produções textuais e suas interpretações são abertas a diversas interpretações e porque os processos ideológicos pertencem aos discursos como eventos sociais inteiros, eles são processos entre pessoas – não para os textos que são produzidos, distribuídos e interpretados como momentos de tais eventos.

Dessa forma, o texto é a materialidade linguística e o foco de análise em ACD. É no trabalho com a estrutura da língua que se criam e se materializam nos textos efeitos de sentido, discursos que cristalizam, assim, ideologias. A ideologia é um conceito retomado por diferentes analistas críticos de discurso. Para esta pesquisa, é um conceito chave, pois meu interesse é investigar a presença da ideologia sexista nas capas de CDs *funk*.

Além dos conceitos de texto, discurso e ideologia retomados nesta pesquisa, também se faz necessário retomar as questões de identidade vistas no estudo anterior (OLIVEIRA, 2007, 2008). Como foi dito, diferentes identidades femininas vêm sendo criadas, negociadas e alteradas historicamente, e a análise de textos específicos pode nos mostrar como as identidades femininas são construídas em determinadas práticas discursivas e sociais. Como afirma Sarup (1996, p. 14), “a identidade não é uma qualidade inerente à pessoa, [...] ela nasce na interação com os outros.” Sendo assim, esta pesquisa em particular é parte de meu projeto maior que investiga as representações identitária da mulher em textos multimodais atuais que vendem o *Funk*, mapeando estes discursos em capas de CDs, reportagens e artigos da *internet*. Investigando essas práticas discursivas, procuro entender como os sujeitos femininos são construídos e representados nesse contexto cultural e como agem enquanto atores sociais destes textos (VAN LEEUWEN, 1997).

As distintas formas de significar podem ser chamadas de semioses. Segundo Fairclough (1992, p. 123), a “semiose inclui todas as formas de produzir sentido – imagens, visuais, movimentos do corpo, bem como a linguagem. Esta semiose está em todos os processos materiais.”

As ordens do discurso culminam num conjunto de escolhas semióticas. Uma ordem de discursos é um conjunto ou série de tipos de discurso. “É uma maneira em que as diferentes variedades discursivas e os diferentes tipos de discurso são postos juntos na rede.” (FAIRCLOUGH, 2002, p. 124). As ordens do discurso dizem respeito aos ‘gêneros’, ‘estilos’, ‘registros’ e ‘discursos’ assumidos por uma instituição ou comunidade (seção 2.2). São os discursos produzidos num mesmo contexto e que interagem não apenas entre si, mas também com textos de outras ordens discursivas.

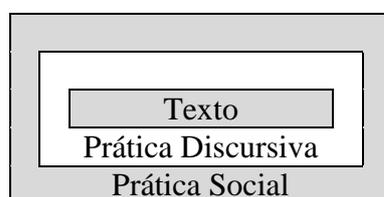
Como estilos, registros e discursos são operacionalizados nos gêneros discursivos, faz-se necessário compreender os sistemas de gêneros usados por um grupo ou instituição. “Um gênero discursivo implica não somente um tipo particular de texto, mas também processos particulares de produção, distribuição e consumo de textos.” (FAIRCLOUGH 1992, p. 161).<sup>6</sup> Conforme Meurer (2002), um gênero é uma forma de agir no mundo. Uma vez que agimos no mundo ao representá-lo via linguagem, a ACD admite que o texto, como o gênero, é sempre uma construção impactada pelo contexto de situação e de cultura.

---

<sup>6</sup> Na próxima seção, onde o modelo de análise textual da ACD é explicado, os termos constituintes da ACD são retomados para que suas inter-relações fiquem mais claras.

Partindo dessas premissas conceituais, em meu trabalho anterior (OLIVEIRA, 2008), usei o modelo tridimensional de Fairclough (1992) para a análise textual da identidade feminina nas músicas *funk* no qual o texto é o primeiro componente. Este modelo compreende a análise do texto, da prática discursiva e da prática social. O texto é analisado inserido dentro de uma prática discursiva (gênero), que apresenta um contexto de situação específico dentro de uma prática social (discurso) e faz parte de um contexto de cultura maior (HALLIDAY; HASAN, 1989). Nessa abordagem, a cultura viabiliza escolhas no sistema linguístico que se materializam nos gêneros textuais enquanto práticas discursivas, cujas quais criam os textos, o produto final, como se demonstra na figura 1:

Figura 1 – Concepção tridimensional do discurso



Fonte: Fairclough, 1992, p. 101.

Neste modelo, entende-se que o texto é um exemplar específico, a materialização de uma prática discursiva, que envolve as atividades cognitivas de produção, distribuição e consumo textual (RESENDE; RAMALHO, 2004, p. 187); a prática discursiva contempla o fenômeno da intertextualidade e da interdiscursividade; e a prática social mostra quais as ideologias e discursos que sustentam a prática discursiva e que se revelam na textualidade.

Segundo Fairclough (1992, p. 21), o termo ‘texto’ é considerado aqui “como uma dimensão do discurso: o produto escrito ou falado do processo de produção textual”. O termo ‘discurso’, por sua vez, é reservado aos “diferentes tipos de linguagens usadas em diferentes tipos de situação social.”

Segundo Kress (1995, p. 113), um texto “é um microcosmo do mundo social em que é [produzido].” Para ele, o texto “incorpora de maneira irrefutável uma verdade cultural sobre os indivíduos que o produziram – seja um filme, um editorial, ou qualquer texto escrito no local de trabalho.” Desta forma, podemos dizer que textos multimodais de promoção do *Funk* mostram a cultura de seus produtores e receptores, que representam e constroem as identidades femininas e masculinas correntes dentro dessa prática social e comunicativa.

Para entendermos a relação entre evento discursivo, prática social e estruturas sociais, precisamos retornar aos conceitos de contexto de situação e de cultura. Para Halliday

e Hasan (1989, p. 10), o texto pode ser considerado ou como produto, algo completo que pode ser objeto de estudo, ou como processo, no sentido de um processo contínuo de escolhas semânticas, de um constante movimento pelas cadeias de significados potenciais. Para estes autores, a natureza do texto é social, isto é, sua produção é condicionada pelas instituições e contextos sociais.

Esta relação entre texto, práticas discursivas e práticas sociais, apresentada no modelo de análise tridimensional do discurso de Fairclough (1992), foi ampliada pelos estudos posteriores de Chouliaraki e Fairclough (2001) e, depois, por Fairclough (2003). Estes autores apresentam um novo enquadre metodológico, ampliando a esfera da prática social. Segundo Resende (2006), com base no conceito de práticas sociais, que na ACD advém do materialismo histórico-geográfico de Harvey (1996), deve-se olhar o discurso não como o principal foco de análise, mas como um momento das práticas sociais, juntamente com “relações sociais, poder, práticas materiais, crenças, valores/desejos e instituições/rituais que, assim como os demais momentos, internaliza os outros sem ser redutível a nenhum deles” (RESENDE, 2006, p. 35).

Sendo assim, o trabalho aqui proposto investiga os processos linguísticos adotados no gênero capa de CD de música *funk*. Para Halliday e Hasan (1989) existe um contexto de cultura e um contexto de situação, ambos passíveis de serem analisados a partir de um gênero textual discursivo. O *contexto de situação* apresenta características que são pertinentes ao discurso que está sendo produzido num determinado tempo/espaço, no aqui-e-agora, e indica como este tipo de situação linguística difere de outras situações linguísticas (ANDRADE, 1998, p. 05). Já o *contexto de cultura* corresponde a tudo aquilo que constitui a história cultural dos participantes das interações verbais via língua/linguagem (HALLIDAY; HASAN, 1989). A linguagem é apenas um dentre muitos outros sistemas de sentido que constituem a cultura humana. Todavia, a linguagem, como parte da cultura, revela-a e a constitui simultaneamente. Então, o *contexto de cultura* é o molde institucional e ideológico que determina as ideologias e valores semânticos do texto e limita sua interpretação; o que determina a escolha de um ou outro gênero textual, de um ou outro discurso específico.

Conforme Motta-Roth (2005, p. 184-185), cultura pode ser explicitada como:

Conhecimento aprendido no processo histórico e social, uma rede complexa que liga o conhecimento, a moral, as crenças, artes, leis, comportamentos ou qualquer outra capacidade ou hábito que adquirimos como membros de um grupo, com caráter local e dinâmico, construído via interação linguística.

As pressões do consumo e o discurso sexista (contexto de cultura) são o foco social desta pesquisa. Eles determinam o contexto de situação, o porquê das escolhas textuais, numa relação dialética na qual agimos através da linguagem e somos, ao mesmo tempo, impactados por ela.

Como afirmam Motta-Roth e Heberle (2005, p. 15), o contexto de cultura é o resultado da padronização do discurso, ou seja:

um conjunto compartilhado de contextos de situação constitui um dado contexto de cultura, sistema de experiências com significados compartilhados. Assim, o sujeito é constituído pela soma de suas próprias interações e pelos códigos semióticos em funcionamento nas comunidades de que participa.

Portanto, não há como realizar análises textuais isoladas em ACD. Embora a ACD parta de um *corpus* textual específico (contexto de situação), ela sempre se remeterá às práticas sociais (contexto de cultura), que determinarão a natureza do código, sendo que o discurso, as representações linguísticas e semióticas, são apenas um momento desta complexa rede.

Todas essas questões compõem categorias que devem ser observadas em uma análise textual crítica. Ao olhar para as práticas sociais, ou para uma prática social específica, “para o modo de ação historicamente situado” (RESENDE, 2006, p. 26), onde a prática social se constitui de “discurso (semiose), atividade material, relações sociais (relações de poder e luta hegemônica pelo estabelecimento, manutenção transformação dessas relações) e fenômeno mental (crenças, valores e desejos- ideologias)” (RESENDE, 2006, p. 38), busca-se observar como o discurso se constitui e como as escolhas textuais são ideologicamente acionadas para se dizer o que se quer dizer. Essa relação entre linguagem e representação é contemplada pela Linguística Sistêmico-Funcional, como demonstra a próxima seção.

## 2.2 LINGUÍSTICA SISTÊMICO-FUNCIONAL

A Linguística Sistêmico-Funcional – LSF – apresenta-se como uma teoria da linguagem, e ao mesmo tempo como um método de análise de textos e de seus contextos de uso. Em sua perspectiva mais ampla, a LSF procura explicar que funções sociais a linguagem cumpre e como ela é estruturada em seus diferentes usos. A Gramática do Design Visual também segue esta lógica, mas, para entendê-la, é preciso primeiramente entender a funcionalidade da linguagem em textos verbais.

A LSF propõe um modelo gramatical capaz de explicar as implicações comunicativas das seleções feitas dentro de um sistema como a linguagem. Essa gramática permite não só analisar a estrutura da oração, como o faz uma gramática tradicional, mas consegue reunir noções da pragmática e da semântica: a pragmática na intenção de uso e a semântica no significado do texto. Para a LSF, é preciso que sejam consideradas as questões relacionadas ao significado (base semântica) e ao uso (funcional) de uma determinada língua. Este modelo gramatical defende a visão de que não só estruturamos textos, mas fazemos essas estruturações com determinadas intenções.

Como afirma Ravelli (2000, p. 29), “a linguagem é mais que uma sequência de letras na página, mais do que o fluxo de sons. A linguagem expressa significados e esses significados são carregados por estruturas que ocorrem nas trocas compostas entre as partes que a compõem.” Ao falar em LSF, estamos falando de uma teoria linguística que se apoia em uma gramática, porém com um olhar intencional e funcional.

Devido ao vínculo intrínseco entre a LSF e as funções sociais da linguagem, este estudo terá como base essa teoria linguística que tem como pontos de partida o papel do contexto e os significados construídos pelas orações, e como principais interesses as funções (usos) e os significados (sentidos) da linguagem.

Segundo Fairclough (1992, p. 104), “as pessoas fazem escolhas sobre o modelo e a estrutura de suas orações que resultam em escolhas sobre o significado (e a construção) de identidades sociais, relações sociais e conhecimentos e crenças.” Essas escolhas são contempladas na LSF, segundo a qual:

A linguagem é funcional em três sentidos: (1) destina-se a explicar como as línguas são usadas [...]; (2) os componentes fundamentais do significado linguístico são funcionais: ideacionais (reflexivos: a expressão de processos, eventos, ações, estados ou outros aspectos do mundo real representados simbolicamente), interpessoais (ativos: a expressão de formas de ação, de atitudes e de relações com os interlocutores) e textuais (elos coesivos que tornam os textos adequados à ocasião social); (3) cada elemento de uma língua tem uma função no sistema linguístico, e é explicado por essa função. Isso é percebido na inter-relação entre os componentes do significado linguístico (HALLIDAY, 2004, p. xiii-xiv).

Podemos dizer que a linguagem é funcional porque a utilizamos em situações concretas onde queremos agir sobre o outro e sobre o mundo que nos cerca. Ela carrega significados e ideologias conforme seu espaço discursivo de produção, circulação e consumo. Escolhemos o que, como, para quem e em que situação interativa algo vai ser dito, a fim de atingir objetivos pré-estabelecidos, como convencer o outro. Desta forma, podemos dizer que o sistema linguístico permite que os participantes dos eventos sociais representem o mundo, o

que está acontecendo (função ideacional), interajam uns com os outros, sendo que é possível perceber como os participantes se comportam (função interpessoal) e construam textos tecidos de forma a tornarem-se mensagens coesas e coerentes (função textual).

Fairclough (2003), por sua vez, propõe uma nova forma de articulação entre os extratos sociais (estrutura da linguagem, prática social e eventos sociais) e os níveis de linguagem (sistemas semióticos, ordens do discurso e textos), de forma a reorganizar como a linguagem estabelece as macrofunções: ideacional (representação, forma de refletir a realidade); interpessoal (língua como ação e identidade); e textual (como a gramática, a semântica e a estrutura do texto funcionam) a partir da gramática de Halliday (2004). Para aquele, o discurso (semiose) pode ser abordado a partir dos conceitos de gênero, discurso e estilo. Recorrendo, então, à LSF, Fairclough chama as funções da linguagem de significados acionais, representacionais e identificacionais. A forma como o discurso é abordado em cada uma dessas categorias corresponde a um tipo de significado.

Posto isso, é possível relacionar as metafunções de Halliday (2004) aos significados de Fairclough (2003), de forma a contemplar não só o discurso, mas as crenças, ideologias e práticas materiais na análise. Assim, a figura 2 demonstra essa relação, além de demonstrar que elementos linguísticos são contemplados em cada categoria da análise textual:

Figura 2 – Reconstrução do modelo de análise da LSF

Metafunções de Halliday (2004)	Significados da linguagem	O que eles representam		Categorias linguísticas e textuais a serem observadas
Ideacional	Representacional	Discursos: representações semióticas	→	Vocabulário, sentido das palavras
Interpessoal	Identificacional	Estilos e identidades	→	Metáforas, modalização e juízos de valor
Textual	Acional	Gêneros: Formas de atuação na vida social	→	Gêneros, intertextualidade

Fonte: Adaptação de Halliday (2004), Chouliaraki e Fairclough (2001) e Fairclough (2003).

Dessa forma, para mudar uma representação de mundo cristalizada em um discurso, trabalha-se com os gêneros, discursos e estilos, analisando, a partir de um contexto de situação e de cultura, práticas sociais e discursivas materializadas no texto; e destacando a relação entre linguagem e poder, foco de atenção da ACD. Em outras palavras, observa-se como um gênero textual se constitui para significar, no diálogo com outros gêneros: que seleção de palavras foi feita para representar os atores e/ou eventos relatados, de que maneira esses personagens são construídos quanto às suas identidades, como esses personagens são

avaliados, que metáforas lhes atribuem significação particular que revela relações de poder implícitas pela escolha do vocabulário.

Uma metáfora é, classicamente, “a transformação do nome de uma coisa para outra, transposição do gênero para a espécie, ou da espécie para o gênero, ou de uma espécie para outra, por via de analogia” (ARISTÓTELES, 2006, p. 182).<sup>7</sup> Também é uma comparação implícita entre duas coisas, entidades ou assuntos não relacionados (SARDINHA, 2007, p. 21). Esse recurso linguístico é importante por demonstrar a potencialidade do léxico e da combinação das palavras nos processos sintáticos, de forma que uma combinação de termos pode ganhar diferentes significados em determinados contextos. Então, a metáfora pode ser observada nos significados representacionais, ou seja, que nomes foram designados para descrever um participante ou evento, através de processos verbais relacionais, pois esses participantes ou eventos “são”. A construção verbal “ser algo ou alguém” é utilizada para definir, classificar, caracterizar, generalizar e identificar o participante, evento na ação. Em língua portuguesa, corresponde aos verbos de ligação: ser, estar, parecer, permanecer, ficar, andar e continuar. Dessa forma, enquanto a construção transitiva a partir dos verbos de ligação garante que se possa atribuir uma qualidade específica a uma entidade, o que passa a caracteriza-la daquela forma, ao olhar para os significados identificacionais já se observa como um léxico atribui identidade a um ser, um participante/evento representado, como os participantes do texto se relacionam a partir dessas denominações, quais relações de poder vão se estabelecer com a força desses léxicos.

Esse modelo permite a investigação de práticas textuais, sociais e ideológicas que ocorrem simultaneamente nos eventos discursivos, de forma que uma prática impacta a outra mutuamente. Textos específicos são produzidos em práticas específicas moldadas pela cultura que, por sua vez, também está em mutação constante em sua interação com esses mesmos textos e práticas. Neste sentido, podemos dizer que a ACD, ao analisar textos, está interessada não somente nos textos em si, mas em questões sociais, incluindo a construção de conhecimento, as maneiras de representar a realidade, as manifestações/construções de identidades e as relações de poder no mundo contemporâneo (FAIRCLOUGH, 1992).

A discriminação pela linguagem também faz parte das diversas formas de luta social pelo poder e, portanto, está incluída na agenda de pesquisa da ACD, uma abordagem interdisciplinar fundamentalmente interessada em analisar relações estruturais, transparentes

---

<sup>7</sup> Para maiores detalhes sobre diferentes concepções de metáfora e seu papel na linguagem, ver Sardinha (2007).

ou veladas, de discriminação, poder e controle manifestas na linguagem (FAIRCLOUGH, 1992). A linguagem é vista aqui como um veículo de expressão, criação e transformação de experiências, de estabelecimento de relações sociais e de construção de identidades. Assim, ela representa e constrói o contexto sociocultural no qual é produzida, influenciando-nos a pensar de certo modo, segundo ideologias que defendemos muitas vezes sem percebermos.

Estas categorias exemplificam como uma análise linguística funcional pode ser encaminhada. Oliveira (2008) observou como as escolhas lexicais criavam nomenclaturas e sintetizavam categorias e rotulações para a mulher no *Funk*. Por esta razão o léxico também é uma categoria analítica neste trabalho, pois orienta o questionamento sobre quem são os personagens representados, quais as suas funções e identidades nos textos observados.

Esses conceitos demonstram por que a abordagem descritiva e explicativa utilizada nesta pesquisa fundamenta-se na ACD (CHOULIARAKI; FAIRCLOUGH, 2001; FAIRCLOUGH, 2003). Nesta abordagem os textos representam eventos regidos por práticas sociais (ordens do discurso) que são impactadas pelas estruturas econômicas, políticas e sociais vigentes (CHOULIARAKI; FAIRCLOUGH, 2001, p. 22).

A partir da compreensão de que a linguagem é uma prática social, possibilitando ao usuário representar-se a si mesmo, aos outros e a diferentes experiências, organizar suas mensagens e agir através desses discursos, entende-se que os discursos se organizam através dos elementos linguísticos, um sistema semiótico interno, no qual os níveis fonéticos, lexogramáticos e semânticos correspondem a extratos que constituem as ordens do discurso, um segundo sistema social da linguagem, o qual se reorganiza em gêneros, discursos e estilos, momentos da prática social (RAMALHO; RESENDE, 2011).

Esses significados, organizados a partir de opções da língua, também podem ser entendidos, analisados e possibilitados na linguagem multimodal. Enquanto que no texto verbal, a materialidade é o léxico, no texto multimodal as palavras são representadas por imagens cujos componentes podem ser compreendidos a partir das macrofunções da linguagem (HALLIDAY, 2004, FAIRCLOUGH, 2003).

Posto isso, a próxima seção apresenta o que é a multimodalidade, como as teorias críticas da linguagem podem ser aplicadas aos textos multimodais. A seção explicita como os significados representacionais, identificacionais e acionais funcionam nesses textos, configurando-se em categorias de análise textual, opções linguísticas que constroem os significados nos textos multimodais, confirmando assim a potencialidade da LSF de compreender e interpretar criticamente os textos a partir da relação entre a função da linguagem e a ideologia dos seus produtores.

### 2.3 MULTIMODALIDADE

A multimodalidade é a combinação de diferentes signos e semioses em um mesmo texto. Comum em um mundo de imagens, o estudo de textos multissemióticos é o foco da abordagem de diferentes autores que investigam a multimodalidade (KRESS; VAN LEEUWEN, 1996, 2001; BROWETT, 2002; LEMKE, 1998).

Kress e van Leeuwen (2001, p. 20) definem a multimodalidade “como o uso de muitos modos semióticos no *design* de um produto ou evento semiótico, junto com a maneira particular que esses modos são combinados [...]”. Então, a multimodalidade observa como se combinam cores, enquadramentos, representações de objetos ou pessoas na construção de uma mensagem. Mesmo para os textos realizados apenas com linguagem verbal, as cores, texturas e saliências utilizadas têm um propósito. Segundo Kress (2000, p. 337), com esse modelo, “agora é impossível compreender os textos, até mesmo as suas partes linguísticas somente, sem ter uma ideia clara de como esses outros elementos podem estar contribuindo para o significado do texto.”

A Gramática Visual – GV, conforme Kress e van Leeuwen (1996, 2001), investiga a multiplicidade de significados criados a partir da combinação desses vários modos (visual, textual, auditivo, movimento, etc.). A GV reconhece, assim, a natureza dinâmica da comunicação, a importância de entender e experimentar textos pertinentes culturalmente e de projetar novos textos (SANTOS COSTA, 2007, p. 2).<sup>8</sup> A capacidade de ler e de interpretar textos multimodais é apontada por muitos autores da área da educação como uma importante forma de letramento (DIONÍSIO, 2006).

Semelhante à LSF, a GV questiona as escolhas textuais em termos de significados ideológicos presentes em textos verbais, visuais ou híbridos. Esse modelo concebe a gramática como uma estrutura a serviço dos propósitos comunicativos ideológicos dos indivíduos em seus contextos culturais. Nesse sentido, conforme Halliday (1989, p. 101):

Gramática vai além de regras formais de correção. Ela é um meio de representar padrões da experiência. Ela possibilita aos seres humanos construir uma imagem mental da realidade, a fim de dar sentido às experiências que acontecem ao seu redor e dentro deles.

---

<sup>8</sup> No artigo de Santos Costa (2007), textos pertinentes culturalmente são os textos usados no dia a dia, textos que estão em constante transformação devido às tecnologias e à *internet*, o que exige um leitor letrado não só na linguagem verbal, mas também em outros modos de produção textual.

Essas representações podem ser analisadas a partir do entendimento do funcionamento da linguagem na perspectiva da GV. Segundo Ferraz (2008, p. 2-3):

O interesse dos criadores dos signos, no momento da criação, guia-se para procurar um aspecto ou o conjunto de aspectos do objeto a ser representado como sendo característico, naquele momento, para representar o que eles querem representar, e daí procurar a mais plausível, a mais apta forma para sua representação. Isso se aplica também ao interesse das instituições dentro das quais as mensagens são produzidas, e lá se faz a formação de convenções e constrangimentos.

Nesse sentido, a proposta da GV coaduna-se com a proposta de Fairclough (1992, 2001, 2003) de direcionar a análise textual para a especificação das práticas sociais de produção e consumo de textos associadas ao gênero do discurso (no caso dessa pesquisa as capas dos discos compactos). Trata-se de uma forma de análise que implica a interpretação da ação estratégica humana que ocorre por meio dos textos.

Segundo Rocha (2005, p. 51), a gramática da linguagem verbal trata das regras de combinação entre elementos formais para compor palavras, frases e textos, além de estudar os processos de formação/construção que constituem e caracterizam o sistema de uma língua. Isto também vale para a GV no que diz respeito à composição da imagem.

Quando se analisa uma produção textual assumindo esta perspectiva, são investigadas as escolhas estruturantes da imagem, como cor, enquadramento, distribuição, foco, posição dos personagens e valores simbólicos assumidos por eles. Entretanto, ao invés de priorizar as sequências, o valor está no sentido. Desta forma, trata-se de uma gramática que, como cita Rocha (2005, p. 51), “aponta para diferentes interpretações da experiência e para diferentes formas de interação social. Ela pode orientar tanto a análise de uma pintura quanto o layout de uma revista.” Em resumo, a GV interessa-se pelo modo como os participantes, os lugares e as coisas são combinados em um todo de significado.

Quanto ao caráter multimodal dos textos contemporâneos, Rocha (2005) argumenta que nem tudo pode ser expresso apenas de forma visual ou de forma verbal. A associação destes dois sistemas constitui a multimodalidade, ou seja, quando as “coisas podem ser transmitidas em ambos os sistemas, a maneira pela qual elas serão realizadas será diferente” (p. 51).

Semelhante ao texto verbal, que cumpre três metafunções, o texto visual também é funcional. Na GV, as funções da gramática são sistemas que, seguindo Kress e van Leeuwen (1996), podem assim ser descritos:<sup>9</sup>

- a) *sistema de interação de significados em imagens*, que verifica se os textos mostram acontecimentos, *narrações* ou expõem as figuras como *conceitos*;
- b) *sistema de construção da relação entre a imagem descrita e o leitor*, que verifica como as imagens agem sobre o espectador de algum modo, buscando reação ou oferecendo “informação” visual. Esse sistema acontece pela observação do *contato* entre o leitor e a imagem, a *distância* entre eles, a postura, *atitude* atribuída ao personagem na imagem, o *poder* atribuído ao leitor ou ao participante, o *realismo* proporcionado pelas cores e o *código de orientação*, se a imagem representa-se natural ou aciona elementos sensórios; e; por fim,
- c) *sistema de composição dos textos*, que verifica, através de três critérios de organização sintática da imagem: o *valor da informação* (como a imagem se estrutura horizontalmente, verticalmente ou do centro para as margens do texto multimodal), o *enquadramento* (que participante, objeto ou parte do cenário é enfatizado) e a *saliência* (quais são os tamanhos das imagens usadas, as cores e contrastes que estruturam o plano de fundo e o texto principal).

A partir dessa contextualização da multimodalidade e suas categorias linguísticas analíticas, o quadro da figura 3, a seguir, compara as funções da linguagem segundo a LSF com as categorias analíticas da GV:

---

<sup>9</sup> Todos esses elementos serão considerados na análise das imagens das capas de CDs de *funk*. Dependendo do contexto, um ou outro sistema é mais explorado na construção da imagem.

Figura 3 – Estruturas básicas da Gramática Sistêmico-Funcional e da Gramática Visual

<b>Metafunção ideacional.</b> Representação das experiências de mundo por meio da linguagem.	<b>Estrutura narrativa.</b> (Ação transacional, Ação não transacional, Reação transacional, Reação não transacional; Processo mental; Processo verbal); <b>Estrutura conceitual</b> (Processo classificacional, Processo analítico, Processo simbólico).
<b>Metafunção interpessoal.</b> Estratégias de aproximação/afastamento para com o leitor.	<b>Contato</b> (Pedido - Interpelação ou Oferta); <b>Distância Social</b> (Social, Pessoal, Íntimo); <b>Atitude</b> (Objetividade ou Subjetividade); <b>Poder</b> (Alto, Baixo ou Nível dos olhos); <b>Realismo</b> (Cor, Contexto); <b>Código de Orientação</b> (Naturalismo ou Sensorio).
<b>Metafunção textual.</b> Modos de organização do texto.	<b>Valor de Informação</b> (Ideal – Real, Dado – Novo); <b>Saliência</b> (Elementos mais salientes que definem o caminho de leitura); <b>Enquadramento</b> (O modo como os elementos estão conectados na imagem).

Fonte: Petermann (2006, p. 3).

A figura mostra as categorias e elementos a serem estudadas no texto multimodal, que funcionam da mesma forma que os elementos verbais na produção de significados. Na GV, as metafunções linguísticas são denominadas, respectivamente, de *metafunção representacional*, *interativa* e *composicional*. Esse é um roteiro para a análise de textos multimodais, cujas categorias serão exploradas separadamente nas próximas seções. O roteiro pode ser sumarizado por uma ficha apresentada na figura 4, a seguir:

### 2.3.1 Metafunção representacional

Considerando a *metafunção representacional*, os textos podem ser descritos como ações, quando são denominados de narrativos, ou como representações, quando são denominados de conceituais.

**Representações Narrativas.** Os textos são denominados como narrativos, quando representam ações. Num texto narrativo, os participantes realizam atividades compatíveis com as do mundo real, ou seja, eles se envolvem em eventos e ações. A ideia de ação acontece através de vetores. “Visualmente, o vetor é que realiza o processo de interação entre dois objetos” (NOVELINO, 2006, p. 382). É o vetor que constrói a linha do olhar do leitor, fazendo a ligação entre o participante (ator, sujeito), o que ele faz (processo, ação) e o que está sendo feito (meta, objeto, complemento, circunstância). Essa relação pode ocorrer entre um ator e outro ator ou entre um ator e um objeto, elemento no contexto do texto multimodal.

Uma narrativa pode ser acional, reativa, mental ou de fala.

Figura 4 – Categorias da Gramática Visual de Kress e van Leeuwen (1996)

REPRESENTACIONAL: Relação funcional entre os participantes (pessoas ou objetos) descritos numa estrutura visual			
NARRATIVA	ACIONAL	TRANSACIONAL	Processos de ação identificados pela presença de um Ator e uma Meta conectados por meio de um vetor.
		NÃO TRANSACIONAL	A ação executada pelo Ator não envolve uma Meta aparente.
	REACIONAL	TRANSACIONAL	O vetor é formado pela direção do olhar de um ou mais participantes (Reator) para o objeto/pessoa observado (Fenômeno).
		NÃO TRANSACIONAL	Imagens descrevem uma reação e não um fenômeno. O participante olha para um fenômeno não definido.
	MENTAL	O Experienciador produz um pensamento (balão de pensamento).	
FALA	O Dizente profere uma elocução (balão de fala).		
Narracões podem conter participantes secundários: circunstâncias. As de cenário referem-se ao contraste entre plano de frente (foreground) e de fundo (background); as de meio, através de ferramentas ou objetos, representam processos de ação; as de acompanhamento descrevem o participante numa estrutura narrativa e não apresentam relação vetorial com outros participantes.			
CONCEITUAL	CLASSIFICACIONAL	TAXIONOMIA ABERTA	Um participante está subordinado em relação a um Superordenado, que é deduzido ou indicado em uma categoria geral.
		TAXION. ENCOBERTA	Representa participantes encadeados. Um participante pode ser Superordenado ou Subordinado em relação a outros.
	ANALÍTICA	ESTRUTURADA	Representa uma parte (atributo simbólico) do todo (portador).
		NÃO ESTRUTURADA	Representa atributos do portador, mas não o próprio portador. Apresentam as partes, mas não de modo que elas formem um todo.
	SIMBÓLICA	ATRIBUTIVA	O portador estabelece significado na relação e o atributo simbólico representa o próprio significado.
SUGESTIVA		Envolve só o Portador: o significado e a identidade como vindos de dentro, como derivando de qualidades do próprio Portador.	
INTERACIONAL: Os significados interacionais constituem e mantêm a interação entre a imagem produzida e o espectador			
CONTATO	DEMANDA	O participante olha para o espectador. Expressões faciais, gestos e outras atitudes denotam relações de afinidade e demandam algo do espectador.	
	OFERTA	Os participantes não estabelecem contato direto com o espectador (sujeito do olhar). A imagem “oferece o participante como item de informação”	
DISTÂNCIA SOCIAL	ÍNTIMA	O primeiro plano inclui imagens que retratam a expressão facial do participante, o que estabelece uma relação íntima ou pessoal entre os interagentes.	
	SOCIAL	O plano médio geralmente apresenta os participantes da cintura para cima ou até os joelhos, estabelecendo uma relação mais social com o participante interativo.	
	IMPESSOAL	O plano aberto representa o participante como um todo de corpo inteiro, estabelecendo uma relação impessoal entre os participantes envolvidos.	
ATITUDE	SUBJETIVA	O ângulo horizontal frontal indica uma relação de envolvimento máximo entre os participantes.	
	OBJETIVA	O ângulo oblíquo indica uma relação de separação, de não envolvimento com o espectador.	
PODER	ALTO	Descrição de um participante em um nível alto torna o olhar do sujeito insignificante em relação ao espectador.	
	BAIXO	Descrição de um participante em nível baixo. O olhar do participante descrito dá a impressão de superioridade e imposição para com o participante interativo.	
	NÍVEL DOS OLHOS	Descrição de um participante no nível da linha do olhar estabelece um ponto de vista de igualdade entre os participantes, não envolvendo diferenças de poder.	
REALISMO	COR	As cores marcam a modalidade em termos de três escalas: a saturação de cores no lugar do preto e branco; a diferenciação de cores em vez da monocromia; a modulação de cores (uso de diferentes tons de vermelho) ao invés de cores não moduladas.	
	CONTEXTO	O uso das cores influencia a contextualização da imagem no que diz respeito ao seu pano de fundo: o contexto.	
CÓDIGO DE ORIENTAÇÃO	NATURALÍSTICO	Refere-se à realidade.	
	SENSÓRIO	Refere-se a um efeito “mais do que real”: um impacto sensorio capaz de despertar sentimentos subjetivos no espectador.	
COMPOSICIONAL: refere-se “à composição do todo, ao modo como os elementos representacionais e interativos se relacionam entre si num todo significativo” (KRESS; VAN LEEUWEN, 1996, p. 181).			
VALOR DA INFORMAÇÃO	CENTRADO	O Centro representa “o núcleo da informação” e os outros elementos são em alguns sentidos subservientes.	
	POLARIZADO	VERTICAL	A parte superior representa a promessa do produto (emoção/ideal) e a inferior o produto (parte prática e informativa/real).
		HORIZONTAL	Os elementos à esquerda são considerados como dados e os elementos à direita são considerados como novos.
SALIÊNCIA	TAMANHO	Hierarquia de tamanho de imagens.	
	COR	Hierarquia de contraste	
	CONTRASTE	Hierarquia de agudez de foco	
	PLANO DE FUNDO	Hierarquia de posição de elementos no plano de frente da imagem	
ENQUADRAMENTO	CONECTADO	A conexão acontece quando um elemento é visualmente unido a outro por um vetor ou pela continuidade de cores, por exemplo. Nesse caso, a ausência de enquadramento enfatiza o sentido de grupo caracterizando, assim, um enquadramento fraco.	
	DESCONECTADO	A desconexão é criada pela presença do enquadramento, isto é, pela separação dos elementos através da descontinuidade de cores, de um espaço em branco entre eles, o que indica individualidade, partes da informação. Quando os elementos são desconectados isso significa que eles estão fortemente enquadrados	

Fonte: Elaboração de Fábio José Rauen para esta tese.

**Narrativas acionais.** Numa *narrativa acional*, há um processo de agência dos participantes representados nas imagens. Entre as narrativas acionais, podem ser consideradas ações transacionais ou não transacionais. Quando a imagem apresenta todas as três características descritas no parágrafo anterior, ou seja, podem ser identificados na imagem atores, processos e metas, ela é classificada como uma *narrativa acional transacional*. Classificam-se como *narrativas acionais não transacionais* aqueles casos onde a imagem contém atores e processos, mas não há uma meta, de modo que, com as informações disponíveis, a ação não pode ser concluída.

**Narrativas reacionais.** Numa narrativa reacional, há um processo de reação a outra ação. Entre as narrativas reacionais, podem ser consideradas reações transacionais e não transacionais. Numa *narrativa reacional transacional*, o participante que está sendo representado na imagem, pelo trabalho dos vetores, reage ao objeto ou pessoa observada. Numa *narrativa reacional não transacional*, a imagem descreve uma reação e não um fenômeno, de forma que o participante olha para um fenômeno não definido. Para Kress e van Leeuwen, esse ator é caracterizado como “participante que faz a ação de ver, e deve ser necessariamente humano, ou um animal considerado quase humano” (1996, p. 64).

**Narrativas mentais.** Entre os processos narrativos, há também os *processos mentais*, onde os atores, sujeitos da ação, estão pensando ou experienciando uma situação, visualizando-se ou evidenciando-se o balão de pensamento.

**Narrativas dizentes.** Numa narrativa de fala, semelhante ao processo *verbal*, ocorre agora uma fala, ou seja, o participante dizente profere uma elocução. No último processo, evidencia-se a importância de falar, de dizer, o objetivo desse ato, de forma que é mais importante essa ação do que o conteúdo da fala em si, a ênfase no “ato de impactar sobre aquilo que causa o impacto” (KRESS; VAN LEEUWEN, 1996, p. 63).

Quando se consideram *representações narrativas*, vale mencionar que elas podem conter participantes secundários, observados nas circunstâncias do texto multimodal. Para Kress e van Leeuwen (1996), as circunstâncias podem ser de três tipos:

- a) as *circunstâncias de cenário*, que se referem-se ao contraste entre plano de frente (*foreground*) e o plano de fundo (*background*);
- b) as *circunstâncias de meio*, que são descritas através do uso de ferramentas ou objetos, representam processos de ação; e
- c) as *circunstâncias de acompanhamento*, que descrevem o participante numa estrutura narrativa e não apresentam uma relação vetorial com outros participantes.

**Representações Conceituais.** Quando os textos multimodais não trabalham com a representação de ações, eles representam conceitos ou imagens como metáfora do que está sendo simbolizado. Nesses textos multimodais não há vetores, ou seja, os modelos conceituais se limitam a classificar, estruturar ou dar significado (SANTOS; SOUZA, 2008, p. 5). Nesses textos, portanto, existe a ideia de atemporalidade estática dos participantes. Os processos conceituais podem ser classificatórios, analíticos ou simbólicos.

**Processos classificatórios.** Nos *processos conceituais classificatórios*, há uma relação entre participantes superordenados e subordinados. Para haver um processo classificatório, “pelo menos um grupo de participantes atuam como Subordinados em relação a pelo menos um outro participante, o Superordenado” (KRESS; VAN LEEUWEN, 1996, p. 81). Também é possível perceber nessa escolha de representação a “simetria em sua composição e/ou uma estrutura de árvore” (KRESS; VAN LEEUWEN, 1996, p. 90). Nessa construção textual, um participante está subordinado em relação a um superordenado, de modo que, do todo da imagem, o participante subordinado é uma parte (taxionomia aberta), ou o participante apresenta-se como o superordenado do subordinado, ele é o principal em relação ao todo (taxionomia encoberta).

**Processos analíticos.** Nos *processos conceituais analíticos*, a representação envolve o participante representado e suas partes ou seus atributos possessivos. Trata-se de uma representação na qual há “uma estrutura que relaciona a parte e o todo” (KRESS; VAN LEEUWEN, 1996, p. 89). Nos processos analíticos ocorre uma preocupação com a representação da interação com o participante representado. Dessa forma, o “sistema interacional relativo ao olhar é o dominante: pois o participante representado tem seu olhar dirigido para o observador diretamente, estabelecendo assim uma relação imaginária com ele” (KRESS; VAN LEEUWEN, 1996, p. 90). Os processos analíticos organizam-se através de uma parte do portador (estruturada), ou representando atributos de partes do portador (não estruturada).

**Processos simbólicos.** Os processos simbólicos demonstram o que o participante representado significa ou é. Nesse processo existe o participante portador e o atributo simbólico. Os processos simbólicos podem ser atributivos ou sugestivos. O *processo simbólico atributivo* apresenta o portador, que posa para o espectador e cuja identidade será definida na relação representada. Apresenta também o atributo simbólico, que se configura um elemento que “representa o significado ou identidade por ele mesmo” (KRESS; VAN LEEUWEN, 1996, p. 108). A identidade do portador advém do atributo simbólico, que geralmente é um produto. Caracteriza-se pela presença de elementos colocados num primeiro

plano, de forma exagerada, bem iluminada, detalhada, e pela distinção de cores ou tons. Esse produto, atributo simbólico, é apontado para o leitor, por gestos ou setas. Também se estabelece uma relação de senso comum entre o produto e seu valor simbólico. O significado, o que o participante representado é provém do atributo simbólico.

No *processo simbólico sugestivo* existe apenas um participante, o portador, que pode não aparecer nitidamente, através de contornos ou em silhueta. Descreve-se a imagem através de cores, iluminação e outros recursos, atribuindo ao texto multimodal uma essência generalizada e não apenas um momento específico. Em outras palavras, os detalhes, nesse tipo de imagem, são associados a valores para o portador. Existe ênfase no cenário e o portador recebe sua identidade dessa atmosfera genérica. Então, nesse processo o significado se constrói na representação do portador, em suas qualidades.

Essas são as categorias observadas no significado Representacional, no qual se observa o que o texto está representando. Além da metafunção ideacional de Halliday (2004), há também semelhança com a metafunção *Representacional* de Fairclough (2003), pois na observação dos textos esse significa atenta-se ao vocabulário e a escolha das palavras nos textos verbais. No texto multimodal, isso é construído pela composição total da imagem, de forma que se observa o que está sendo feito, onde e porque, determinado assim qual ou quais discursos existem nesse texto.

### **2.3.2 Metafunção interativa**

Na metafunção Interativa é possível observar, para além da relação entre os participantes da ação no texto multimodal (metafunção representacional), a relação do participante representado com o participante interativo, o leitor, com suas características humanas. Dessa forma, Kress e van Leeuwen (1996) apresentam dois tipos de participantes que interagem por meio de imagens: os “representados” nos textos visuais e os “interativos” (o produtor e o receptor da imagem).

Esses participantes podem interagir por meio de três modos de relação: entre participantes representados; entre participantes interativos; e entre participantes interativos e representados (KRESS; VAN LEEUWEN, 1996). Isso significa que é possível ver como os participantes representados reagem dentro da ação representada, como os participantes representados reagem para com o leitor, bem como estabelecer um diálogo entre o leitor e o produtor da imagem, retomando os participantes representados.

A relação entre esses dois participantes interativos – produtor e observador – se dá através dos participantes representados na imagem. Esses participantes e suas representações “representam interações e relações sociais” (KRESS; VAN LEEUWEN, 2001, p. 121). Eles representam crenças, valores, visões de mundo significadas na linguagem, ou seja, discursos sobre um determinado contexto de cultura, que se materializa no contexto de situação, que retoma o texto multimodal observado. Nessa metafunção, as categorias discursivas observadas são: contato, distância social, atitude, poder e realismo.

**Contato.** Na categoria de contato observa-se como o participante representado olha direta ou indiretamente para o leitor. Esse olhar é percebido através de expressões faciais, gestos ou atitudes que demonstram ou não relações de afinidade, classificando-se em olhar de demanda e olhar de oferta. No olhar de demanda, o participante representado olha diretamente para o leitor, instigando-o a uma resposta. No olhar de oferta, o participante representado é o sujeito e não receptor do olhar. Esse participante não participa da ação, apenas posa para o espectador, de forma impessoal. Dessa forma, a oferta “oferece o participante representado para o espectador como item de informação, objeto de contemplação, impessoalidade” (KRESS, VAN LEEUWEN, 1996, p. 124).

**Distância social.** Na categoria de distância social, observa-se como o participante representado apresenta-se retratado no primeiro plano, geralmente o rosto (*distância íntima*), em plano médio, com os personagens retratados a partir dos joelhos ou da cintura para cima (*distância social*) e o plano aberto, em que os participantes são representados de corpo inteiro (*distância impessoal*). Nessa categoria de análise, importa compreender que o texto é uma materialidade linguística que busca criar uma representação de interação entre o leitor e o participante representado. Então,

a relação entre o participante humano representado na imagem e o observador é novamente uma relação imaginária. As pessoas são retratadas como se fossem amigos, ou como se fossem estranhos. As imagens nos possibilitam a aproximação imaginária com figuras públicas como se fossem nossos amigos e vizinhos - ou como estranhos. (KRESS, VAN LEEUWEN, 1996, p. 132).

**Atitude.** A categoria de atitude compreende os ângulos selecionados para o posicionamento das imagens: a perspectiva ou ponto de vista. Esses ângulos podem ser horizontal, frontal ou oblíquo. Quando o ângulo é horizontal frontal, a imagem se distribui na linha do horizonte e de frente, correspondendo a uma *atitude subjetiva*, ou seja, o leitor e o participante representado estão envolvidos em grau máximo. Quando é oblíquo, há uma separação entre leitor e participante representado, correspondendo a uma *atitude objetiva*.

**Poder.** A categoria de poder é aquele em que se analisa como o olhar entre os participantes representados e interativos é verticalmente construído, colocando-os na estrutura da imagem em posições hierárquicas diferentes. Nesse ponto de vista a descrição de poder pode ser *alta*, *média* ou *baixa*. Numa descrição de poder *alta*, o participante é olhado de cima pelo leitor, que adquire superioridade. Numa descrição de poder *média*, o participante e o leitor estão na mesma linha de olhar, sendo assim considerados iguais. Numa descrição de poder *baixa*, o participante representado olha de cima o leitor, ele lhe é superior. Essa distribuição dos participantes na imagem possibilita analisar como a hierarquia de identidades e de representações é apresentada no texto multimodal, quem está subordinado a quem.

**Realismo.** A categoria de realismo refere-se à forma como se usam cores e contextos que criam pano de fundo. As cores possibilitam um trabalho de modalidade, o que no texto verbal se faz com advérbios, escolhas de adjetivos e verbos que suavizam ou enrijecem as afirmações, no texto multimodal é possibilitado pelo trabalho com as cores em três escalas: (a) a *saturação* de cores no lugar do preto e branco; (b) a *diferenciação* de cores em vez da monocromia e (c) a *modulação* de cores (uso de diferentes tons de uma cor) ao invés de cores não moduladas. É esse trabalho que deixa um texto, em seu conjunto, mais objetivo, mais realista ou mais subjetivo. Nesse sentido, a modalidade “se refere ao valor de verdade ou credibilidade das declarações sobre o mundo” (KRESS; VAN LEEUWEN, 1996, p. 160). Compreende a processos de avaliação que serão realizados pelo leitor com base nos elementos escolhidos para apresentar a informação.

**Código de orientação.** A categoria de código de orientação, também usando as cores, é a categoria que propicia organizar uma mensagem que represente o mundo real (*naturalística*), ou organizar o texto multimodal que evoque subjetividade do leitor e lhe dê a impressão de que a representação é “mais do que real” (*sensória*). Esse código de orientação permite representar sentimentos, sinestesia, sonhos e sensações e impressões no texto multimodal.

Esse conjunto de elementos: o olhar do leitor e do espectador, os planos e ângulos escolhidos, a descrição hierárquica das imagens, a escolha das cores e a intensidade das mesmas são possibilidades de escolhas no sistema linguístico. Dessa forma, semelhante a análise verbal, onde podemos escolher esse ou aquele adjetivo ou advérbio, o texto multimodal oferece escolhas de elementos que oportunizam a representação de determinadas relações sociais. A escolha é linguística, no sistema, todavia, é determinada pelo uso ideológico que se quer fazer do texto multimodal.

### 2.3.3 Metafunção composicional

A *metafunção composicional* refere-se, semelhante à *metafunção textual* de Halliday (2004) e ao *significado acional* de Fairclough (2003), a como o texto multimodal foi estruturado, ou seja, que elementos foram selecionados e como foram articulados para construir o gênero textual capa de CD *funk*, bem como garantir a representação dos discursos e das identidades dos participantes na mensagem veiculada.

Sendo assim, a metafunção composicional diz respeito “à composição do todo, ao modo em que os elementos representacionais e interativos se relacionam entre si num todo significativo” (KRESS; VAN LEEUWEN, 1996, p. 181). Com esse intuito, na *metafunção composicional* observa-se a distribuição dos elementos multimodais, que asseguram o valor da informação, a saliência e o enquadramento.

**Valor da informação.** Quanto ao valor da informação, esta pode ser construída de forma *centrada*, ou *polarizada* (vertical ou horizontal).

Nas imagens trabalhadas do centro para a margem, o centro representa “o núcleo da informação” e os outros elementos, objetos, pessoas, circunstâncias “são em alguns sentidos subservientes” (KRESS; VAN LEEUWEN, 1996, p. 206). Os autores apontam ainda um subtipo de *layout* Centro-Margem, um *tríptico* no qual três elementos pictóricos distintos são representados para o observador numa fileira alinhada. Um tríptico pode apresentar uma estrutura simples e simétrica de Margem-Centro-Margem, ou uma estrutura polarizada em que o Centro age como mediador entre o Dado e o Novo (polarização horizontal) ou entre o Ideal e o Real (polarização horizontal). Cabe ressaltar que as *trípticos verticais* são menos comuns que os *trípticos horizontais*.

Nas imagens polarizadas, as categorias Dado e Novo ou Ideal e Real fazem parte dos textos construídos respectivamente indicando ao leitor o caminho da leitura que pode ser horizontal e vertical. Na leitura horizontal, semelhante à leitura do texto verbal, “a direita parece ser o lado da informação chave [...]”, parecendo receber maior atenção do leitor, na medida em que “a esquerda é o lado ‘já dado’, algo que se espera já seja do conhecimento do leitor [...]” (KRESS; VAN LEEUWEN 1996, p. 186). Na leitura vertical, na parte superior dos textos acontece “a promessa do produto”, enquanto que “a seção inferior visualiza o próprio produto” (KRESS; VAN LEEUWEN, 1996, p. 193).

Sendo assim, os textos multimodais podem ter uma diagramação de elementos que leva o leitor a olhar do centro para a margem, de cima para baixo, ou da esquerda para a

direita. Essas diferentes escolhas não são inocentes, determinam o que se evidencia e condicionam a leitura do espectador/leitor.

**Saliência.** Esta categoria se refere ao modo como se estabelecem os destaques das imagens. Isso pode ocorrer através do tamanho da imagem, da cor, do contraste ou da construção do plano de fundo. Esses recursos evidenciam um elemento em detrimento do outro no texto multimodal, demonstram a “hierarquia de importância entre os elementos” (KRESS; VAN LEEUWEN, 1996, p. 212).

**Enquadramento.** Por fim, o *enquadramento* ou *moldura* refere-se a como a imagem é trabalhada quanto a suas linhas. Os textos podem ser conectados, com enquadramento fraco, textos nos quais os elementos aparecem unidos, dando sentido de continuidade. Também podem ser trabalhados com elementos desconectados, fortemente enquadrados, com espaços em branco ou linhas construídas pela diferença de cores, que criam a individualidade de cada elemento do texto.

Nesse sentido, observa-se que a organização realizada na *metafunção composicional* possibilita a construção da identidade dos leitores, e a organização do texto em *narrativas* ou em *conceitos*. Esta metafunção consiste em entender como a mensagem foi construída para chamar a atenção do leitor, que recursos linguísticos e gráficos foram utilizados e como o foram. Semelhante a metafunção textual (HALLIDAY, 2004), tanto no texto verbal como no multimodal, é esta metafunção que estrutura e possibilita a semiose das outras duas, a *representacional* e a *interativa*, ou seja, a representação de um evento com ênfase em determinada relação entre os participantes.

Os autores até agora mencionados com relação à investigação da multimodalidade (KRESS; VAN LEEUWEN, 1996, 2001) sintetizam as possibilidades da Gramática Visual. Durante a análise dos textos multimodais, eu faço constantes referências ao contexto de situação e de cultura, conceitos desenvolvidos por Halliday e Hassan (1989). Isso porque, como apontam Fairclough (1992, 2001) e Kress e van Leeuwen (1996), qualquer análise que façamos precisa ser situada, levando em conta as regionalidades, os produtores e receptores dos textos analisados em seus contextos específicos – no presente caso, o contexto promocional do *Funk*. É por isso que, como afirmam Santos e Souza (2008, p. 4), “as imagens nunca devem ser encaradas de maneira inocente e devem ser sempre analisadas considerando-se sua dimensão sócio-ideológica”. Este é o princípio da ACD, observar a linguagem em uso, em todas as suas semioses, como forma(s) de representação e ação social.

## 2.4 CONSUMO E MODERNIDADE

Para entender as diversas e complexas questões que envolvem os estudos sobre identidade, consumo e modernidade, podemos recorrer aos estudos de Zygmunt Bauman (2005, 2007, 2008). Este autor investiga os efeitos da globalização na vida das pessoas, em especial dos consumidores. A reflexão proposta tem como parâmetro o fato de que o apelo ao consumo cria uma nova identidade para os indivíduos na contemporaneidade, a identidade de consumidores que são mercadorias.

O momento atual das sociedades é caracterizado como pós-moderno. Esse termo refere-se ao estágio de superação das sociedades ditas modernas, ou como a era pós-industrial. Para Santos (2008), o pós-modernismo se refere ao espaço temporal que se opõe ao moderno. Corresponde às mudanças ocorridas no campo das ciências e das artes nas sociedades avançadas (2008, p. 07). As características dessas mudanças são a tecnologia, o uso dos signos, o simulacro e o trabalho com a linguagem criando diferentes representações (p. 15), bem como a explosão do consumo e o niilismo, ou seja, o vazio de valores para os indivíduos dessas sociedades.

Outros autores recuperam essas características da pós-modernidade conceituando-a segundo a forma de produção do conhecimento e das práticas sociais, sobretudo o consumo, as tecnologias e as novas formas e usos das linguagens. Para a ACD, esse momento atual é chamado de modernidade tardia. Para Giddens (1991, p. 58), a modernidade tardia é um período que se caracteriza por fontes de dinamismo, a saber: a separação entre espaço e tempo, o desenvolvimento de mecanismos de desencaixe e a apropriação reflexiva do conhecimento. Já Harvey (1989, p. 135-187) a define como um período de produção baseado na flexibilidade e em redes, propiciadas pela dissolução de fronteiras espaço-temporais. A produção de bens de consumo materiais e duráveis foi substituída pela produção de serviços – (pessoais, comerciais, educacionais e de saúde), assim como pela produção de entretenimento, de espetáculos, eventos, conhecimento, comunicação, etc. Já Bauman utiliza, além da pós-modernidade como período temporal, referindo-se às últimas décadas que sofreram drásticas mudanças em todos os setores sociais (BAUMAN, 1998), também o termo “modernidade líquida”, enfatizando a metáfora da liquefação, de forma que instituições antes tradicionais agora são líquidas, descompromissadas, incertas, passageiras, individualistas e instáveis: família, religião, namoros, empregos... (BAUMAN, 2003).

A partir dessas características: importância das representações, efemeridade, relatividade, individualidade, fluidez das relações sociais, aceleração do tempo e consumo de

serviços, para Bauman, a modernidade afetou seriamente nossa constituição identitária. Segundo o autor, vários são os elementos que hoje nos deixam confusos quanto a quem somos ou o que queremos ser (ou com quem queremos parecer). Somos uma sociedade de seres humanos sem vínculo (2005, p. 69). As relações amorosas de casamento ou namoro, por exemplo, foram reinventadas como formas de uso, espécies de modismo (2005, p. 71), sempre organizadas como processos que visam à troca de serviços (identidade do consumismo) e não de interações sociais.

Ainda segundo Bauman, os medos e o individualismo são elementos chaves das novas formas de ser e agir contemporâneas. Na modernidade tardia, o eu (trabalhador(a) e potencial consumidor(a)) é livre para escolher e deve assumir suas escolhas. Precisa ser flexível para mudar sempre que necessário. Precisa saber ser solitário e buscar a individualidade a qualquer preço (2007, p. 10). Embora os problemas dos sujeitos contemporâneos sejam construídos coletivamente, como sempre o foram, os discursos modernos, sobretudo os discurso neoliberal e do consumo, negam essa gênese sócio-histórica e pregam que as soluções devem ser individuais (2007, p. 20).

Essas novas formas de relações humanas são o resultado da influência do consumo. Bauman (2005, p. 98) comenta que “a sociedade de consumo é a sociedade do mercado. Todos estão dentro e no mercado, ao mesmo tempo clientes e mercadorias.” Esta é a essência da comodificação, um processo ideológico que afeta a todos. O termo “comodificação” advém da expressão *commodity* (palavra de origem latina cujo sentido inclui o de vantagem e conveniência), que significa bem de consumo. Quando atualmente falamos em comodificação, estamos nos referindo ao processo pelo qual o trabalho e as pessoas, que para Bauman (2008), são tanto produtoras como consumidoras, passaram a ser bens de consumo, mercadorias. Então, os processos ideológicos e as formas de atuação sociais no mundo atual levam as pessoas a comportarem-se como mercadorias.

Segundo Costa e Camozzato (2010, p. 345):

De um entendimento do consumo como apropriação de objetos e produtos, há um alargamento para comportar também a produção dos próprios sujeitos e sua disponibilidade para se transformarem em mercadorias. A esse processo Bauman refere-se empregando o termo comodificação, aludindo a operações em que as pessoas assumem a condição de mercadorias, de bens a serem desejados, mercantilizados, ultrapassando a exclusiva condição de consumidores.

Esse conceito também foi trabalhado por Marx (1988), que na sociedade dos produtores (revolução industrial) tratava a comodificação como inverter o valor da troca das

mercadorias pelo valor de seu uso. A essa inversão Marx chamou de comodificação do trabalho, pois a força de trabalho passou a ser uma mercadoria. “Desta forma, comodificação denota uma abstração do objeto por seu valor de uso e, conseqüentemente, por referências sociais sobre sua necessidade e qualidade” (CLOKE, 1993, p. 55). Assim, a partir do uso da força de trabalho no mundo industrial a noção do que é uma mercadoria começou a mudar.

Outros autores que também trabalham com a comodificação são Debord (1998) e Baudrillard (1991). O primeiro estuda a comodificação na “sociedade do espetáculo” e o segundo a comodificação na “sociedade do simulacro”. A comodificação na sociedade do espetáculo organiza práticas sociais nas quais “as pessoas são levadas a consumir produtos e serviços abstratamente construídos por outrem e que estes se constituem em meras ‘produções’, ‘espetáculos’” (CARVALHEDO et al., 2006, p. 7). Já como simulacro, representação, a comodificação “inclui nos processos de troca os símbolos, imagens e informação”. Para o autor, “os objetos passam a ser vendidos abstratamente a partir de valores associados à sua imagem, e as trocas acontecem a nível semiótico” (p. 8).

Compreendendo a comodificação como transformação da força de trabalho, das produções sociais, de suas representações em bens de consumo e por fim das pessoas em mercadorias, Fairclough (1992) explora a fenômeno da comodificação como processo discursivo. O autor mostra como os textos trabalham para, em sua estrutura, construírem discursos que transpõem pessoas, instituições ou ideias em discursos mercadológicos, trabalhando assim com processos discursivos, através do trabalho com a gramática e o léxico. Segundo Fairclough (1992 p. 255):

A comodificação é o processo pelo qual os domínios e as instituições sociais, cujo propósito não seja produzir mercadorias no sentido econômico restrito de artigos para venda, vêm, não obstante a ser organizados e definidos em termos de produção, distribuição e consumo de mercadorias. [...] A comodificação não é um processo particularmente novo, mas recentemente ganhou novo vigor e intensidade como um aspecto da cultura empresarial. [...] Em termos de ordens de discurso, podemos entender a comodificação como a colonização de ordens de discurso institucionais e mais largamente da ordem de discurso societária por tipos de discurso associados à produção de mercadoria.

Para Fairclough (1992), é possível mercantilizar toda a ação humana. Segundo Magalhães (2001), a comodificação é um processo que se configura na organização de domínios sociais diversos – cujos alvos não são a produção de bens de consumo –, transformando-os em estruturas de produção, distribuição e consumo: discursos associados com a produção de bens de consumo colonizam outros discursos institucionais.

Sendo assim, o discurso de comodificação corresponde ao discurso dos gêneros promocionais, pois esses têm por objetivo promover um produto a fim de convencer um público consumidor da qualidade desse produto, persuadindo-o a consumir. Todavia, a comodificação discursiva implica em trabalhar, linguisticamente, as qualidades de entidades que não são bens de consumo, transformando-as em mercadorias. Nesse sentido, a presente pesquisa observa como o discurso publicitário *funk* das capas de CDs coloniza imagens de pessoas como bens de consumo. “A publicidade é ferramenta importante nesse processo, utilizando-se seu característico discurso para colonizar os mais diversos tipos de texto, sobretudo mediante a inserção de imagens” (FAIRCLOUGH, 1992, p. 255-258).

Se vivemos uma crise de identidade, afetada diretamente pelos padrões de consumo, assumindo os conceitos de Bauman (2005, 2007, 2008) homens e mulheres são estimulados a se construírem como produtos, e a consumirem os demais também como mercadorias. E a linguagem apresenta mecanismos próprios para dar conta desse processo (FAIRCLOUGH, 1992; MAGALHÃES, 2001).

Os estudos de Bauman (2005, 2007, 2008), sintetizam essa evolução da comodificação e apontam que esta é uma engrenagem perversa, pois em pouco tempo o mundo passou de uma sociedade de base agrária para uma sociedade industrial, depois tecnológica e mais recentemente (pode-se dizer em menos de três décadas), baseada na informação. O capitalismo e a globalização foram os motores propulsores dessas mudanças que atingem a economia, a cultura e as formas de relações sociais. Portanto, na atual sociedade capitalista, a mola propulsora é o consumo. Todavia, “O paradoxo inerente do capitalismo é, em longo prazo, sua perdição: o capitalismo é como uma cobra que se alimenta do próprio rabo.” (BAUMAN, 2007, p. 32).

Com esta citação, Bauman aponta para a necessidade de questionar os impactos do sistema econômico contemporâneo na vida dos cidadãos. Segundo o credo capitalista, um desempregado é uma pessoa inadequada, uma vez que não poderá consumir e não consumir é não ser “normal” na pós-modernidade (p. 76). Então, na sociedade moderna, enquanto o consumo é uma ocupação das pessoas, “consumismo é um atributo da sociedade” (BAUMAN, 2008, p. 41). Isso significa que onde quer que se esteja, é possível comprar e quem não assume o discurso da beleza, da perfeição e da juventude está à margem deste sistema, bem como aqueles que não possuem recursos suficientes para consumir. E todas essas características identitárias são trabalhadas via linguagem. O discurso é o principal mecanismo dessas relações sociais que comodificam o ser humano.

Segundo Fairclough (1992, p. 151),

setores da economia fora da produção de bens de consumo estão, de modo crescente, sendo arrastados para o modelo dos bens de consumo e para a matriz do consumismo, e estão sob pressão para ‘empacotar’ suas atividades como bens de consumo e ‘vendê-las’ aos ‘consumidores’.

Nesse sentido, globalização, tecnologias de comunicação à distância e consumo são fenômenos que se complementam engendrando, para as pessoas, novas condutas sociais (BAUMAN, 2008). Do ponto de vista da ACD, tudo isso é mediado pela linguagem. A partir de um viés linguístico-discursivo, podemos dizer então que estamos vivendo um período no qual a reestruturação do capitalismo e a sua reorganização em uma nova escala se dá principalmente através da linguagem, da informação e do conhecimento, que implicam uma economia baseada no discurso: o conhecimento e os produtos culturais são produzidos, promovidos, circulam e são consumidos na forma de discursos e de textos. Os consumidores e sua identidade também.

Bauman (2008) exemplifica a comodificação humana com a busca por um bom emprego: quem busca um emprego precisa vender a si mesmo (autocomodificação). De forma similar, o discurso do *Funk*, mesmo que na prática não esteja vendendo outro produto além das músicas e dos CDs, acaba por mercantilizar homens e mulheres simbolicamente.

Conforme Bauman (2008, p. 20):

Na maioria das descrições, o mundo formado e sustentado pela sociedade de consumidores fica claramente dividido entre as coisas a serem escolhidas e os que as escolhem; as mercadorias e seus consumidores; as coisas a serem consumidas e os seres humanos que as consomem. Contudo, a sociedade de consumidores é o que é precisamente por não ser nada desse tipo. O que a separa de outras espécies de sociedade é exatamente o embaçamento e, em última instância, a eliminação das divisões citadas acima [coisas a serem consumidas e seus consumidores].

Em suma, todos podem ser mercadorias. Se há uma divisão hierárquica, esta é para promover a venda naquele momento. Vivemos em uma sociedade consumidora e consumível, onde a linguagem medeia processos de venda de produtos, ideias e pessoas diversos e distintos. Nesses textos, seres humanos comportam-se como metáforas, ícones simbólicos que alavancam muitas destas representações, como se observará nas capas de CDs *funk* que são gêneros textuais exemplares de uma rede de práticas discursivas maiores, o contexto cultural da música *funk*.

Existe um processo sofisticado de produção textual nestes jogos semióticos, também advindos das possibilidades da linguagem. É o que Fairclough (1992, p. 264) chama de “tecnologização do discurso”. Parte das três tendências de mudanças nas ordens do discurso contemporâneo, junto à democratização do discurso, que é o apagamento da

ideologia no léxico dos textos, a aceitação dos dialetos sociais e variações linguísticas (FAIRCLOUGH, 1992, p. 248) e a comodificação linguística já comentada, a tecnologia do discurso compreende um conjunto de técnicas ou recursos especiais, próprios das sociedades atuais, que são usados estrategicamente para produzir efeitos particulares sobre o público. A tecnologia do discurso diz respeito ao emprego do discurso como técnica ou tecnologia em função de propósitos estratégicos. Isso significa assumir que a estrutura da linguagem compreende uma técnica que está a serviço de interesses ideológicos, de forma que o que se diz ou se significa nos discursos não corresponde a afirmativas ingênuas ou neutras.

A tecnologia do discurso é a

ligação íntima entre o conhecimento sobre linguagem e discurso e poder. Elas são planejadas e aperfeiçoadas com base nos efeitos antecipados mesmo nos mais apurados detalhes de escolhas linguísticas no vocabulário, na gramática, na entonação, na organização do diálogo, entre outros, como também a expressão facial, o gesto, a postura e os movimentos corporais. Elas produzem mudança discursiva mediante um planejamento consciente. (FAIRCLOUGH, 1992, p. 265).

O presente trabalho busca situar o uso destas técnicas discursivas, provenientes de um projeto de mundo que coloca toda a sua rede social e linguística em prol do consumo, enfocando a comodificação no universo promocional *funk*. É um olhar para o *Funk* buscando entendê-lo como a venda de um serviço ou espetáculo (DEBORD, 1998), analisando as imagens e símbolos que vendem essas representações (BAUDRILLARD, 1991), refletindo como consumidores desse produto são, ao mesmo tempo, suas mercadoria (BAUMAM, 2008) e, por fim, no enquadre da ACD, analisando como esses processos ideológicos são construídos pela linguagem (FAIRCLOUGH, 1992, 2003).

### 3 *FUNK*: GÊNERO E REPRESENTAÇÃO

Neste capítulo serão considerados aspectos sobre o objeto de investigação que precisam ser considerados na análise textual multimodal crítica, com base ACD e, a partir dela, a LSF e a GV. Um dos aspectos mais relevantes é a observação histórica da música *funk*, que se configura, na ACD, como o estudo do contexto de cultura (HALLIDAY; HASAN 1989). Esse contexto pode ajudar a compreender, a partir das práticas sociais representadas no gênero musical e da estrutura dos textos que promovem o *Funk* (aqui a capa de CD), as representações e identidades assumidas nesses textos. O capítulo apresenta a origem da música *funk*, sua caracterização no Brasil, a importância do baile *funk* para o movimento, os aspectos sexistas deste gênero musical e as características das capas de CDs, enquanto gêneros textuais promocionais das músicas.

#### 3.1 O CONTEXTO CULTURAL DA MÚSICA *FUNK*

A música *funk* tem origem africana, supostamente entre os anos 30 e 40 do século XX (FERNANDES, 2007). Todavia, o ritmo (a harmonia da música, o arranjo instrumental que confere a marcação de tempo própria de cada forma musical) está ligado aos Estados Unidos, pois se originou no *soul-music*, uma mistura do *rhythm and blues* com o *gospel*. A primeira música é profana e a segunda era música de igreja. Desta fusão nasceu o *Funk*, por volta de 1960 (VIANNA, 1992, p. 44).

Para alguns autores, quem tratou de desenvolver o *Funk* a partir do *soul* foi James Brown (ESSINGER, 2005, p. 11). Araújo (2013) em consonância com outros autores como Vianna (1992) e Essinger (2005), argumenta que foi com James Brown que o estilo tornou-se dançante e ganhou o mundo. A *soul-music* foi trazida ao Brasil por cantores como Gerson King Combo, que lançou o disco “Gerson Combo Brazilian Soul” em 1969. O disco incluía sucessos brasileiros executados com a batida importada dos Estados Unidos como, por exemplo, “Asa Branca”. Tim Maia, Carlos Dafé e Tony Tornado também começaram a tocar sucessos do *soul* e adotaram a atitude e o estilo americanos do *Black Power*, fundando o movimento Black Rio (ARAÚJO, 2013). Para Yúdice (2004, p. 175), o *Funk* começou no Rio no começo dos anos 70. Até 1990, o ritmo não era um produto dos rádios, mas exclusivo dos bailes cariocas.

A primeira fase da música *funk*, nos anos 60, nos Estados Unidos e nos anos 70, no Brasil, e em especial no Rio de Janeiro, caracteriza-se como forma de contra-ataque, ou

seja, de afirmar a cultura negra. A essência do nome ‘*Funk*’ se deve ao fato de que, na década de 60, nos Estados Unidos, a gíria *funky* – termo pejorativo que significava malcheiroso – era usada para atacar os negros (ESSINGER, 2005, p. 11). Porém, os próprios negros se apropriaram da gíria *funky* e a reciclaram, nascendo assim a identidade do *Funk*. A partir disto, os negros americanos queriam ser *funky* em tudo: nas roupas, no gestual, nos cortes de cabelo e até na música. Esses arranjos musicais agressivos e ritmos bem marcados serviram de base para o estilo que hoje é conhecido como *Funk* (ESSINGER, 2005, PAULA, 2006, VIANNA, 1992).

O *Funk* que chegou ao Rio de Janeiro, portanto, corresponde a essa primeira fase. Representava um estilo romântico e a busca por uma identidade para o negro (ESSINGER, 2005, p. 20-28). Ideologicamente, entre os anos 70 e 80, a primeira geração *funk* era engajada com o conceito de negritude e produzia um ritmo mais parecido com o *soul-music*. Segundo Yúdice, “a cultura *funk* começou em princípios dos anos 1970 na Zona Sul, especificamente no Canecão.” Aos poucos, os bailes, que ficaram conhecidos como bailes ‘da pesada’, “foram transferidos para a Zona Norte, onde os dançarinos mais interessados nesse tipo de música moravam.” (2004, p. 175). A zona sul refere-se aos bairros de classe média e alta do Rio de Janeiro, enquanto que a zona norte aos bairros das classes cariocas pobres. Membros desses distintos grupos sociais se identificavam com a identidade negra que o *Funk* representava, mas, aos poucos, a baixada carioca, ou seja, as camadas mais pobres, aderiram completamente ao novo gênero.

Ainda nessa fase as músicas mais lentas ficaram conhecidas como *charme*, “termo carioca para definir os *Funks* mais lentos e românticos, para se dançar juntinho, que tocam em determinada hora do baile” (ESSINGER, 2005, p. 45-46). O trabalho do DJ (*Disk Jockeys*) ganhou notoriedade nessa fase, que ainda não contemplava a figura dos MCs (Mestres de Cerimônias). Eram os DJs que faziam a mixagem das músicas, inovação nas discotecagens (ESSINGER, 2005, p. 46), confirmando que o princípio da música *funk* esteve ligada ao tipo de arranjo musical descendente do *soul*.

Na segunda fase musical *funk*, conforme Yúdice (2004, p. 177) entre os anos setenta e oitenta, viu-se “o declínio da consciência negra das galeras *funk* na Zona Norte do Rio.” Esta segunda geração *funk* já não olhava para a música como uma simbologia cultural de grupo. A segunda geração do *funk* apresentou características próprias, trazendo um apelo maior à violência, bem como uma batida mais agitada, músicas eletrônicas e um ritmo conhecido como *Funk-Disco*, ou seja, o balanço (ESSINGER, 2005, p. 53). É dessa fase que se conhece o DJ Malboro (ESSINGER, 2005, p. 52), DJ que todos os autores sobre o *funk*

brasileiro citam como figura central no histórico desse gênero musical. Agora também o MC, o mestre de cerimônia, papel utilizado no *Rap*, começou a fazer parte do *Funk*.

O final dos anos 60, um disk-jockey chamado Kool Herc trouxe da Jamaica para o Bronx a técnica dos famosos “sound systems” de Kingston, organizando festas nas praças do bairro. Herc não se limitava a tocar os discos, mas usava o aparelho de mixagem para construir novas músicas. Alguns jovens admiradores de Kool Herc desenvolveram as técnicas do mestre. Grandmaster Flash, talvez o mais talentoso dos discípulos do DJ jamaicano, criou o “scratch”, ou seja, a utilização da agulha do toca-discos, arranhando o vinil em sentido anti-horário, como instrumento musical. Além disso, Flash entregava um microfone para que os dançarinos pudessem improvisar discursos acompanhando o ritmo da música (uma espécie de repente-elétrico que ficou conhecido como rap – os “repentistas”). (VIANNA, 1992, p. 46).

Esse texto em forma de ‘repente’ na voz do cantor (na maioria das vezes homem), o denominado MC, passou a ser conhecido e a caracterizar o *Funk*, sobretudo a partir da segunda fase do movimento, quando a música passou a ser mais marcada. Separou-se, então, a função do MC, de cantar e comandar o baile, da função do DJ, que era preparar a base musical e mixar as músicas.

Segundo Essinger (2005) e Herschmann (2005), nesta época também surgiu o *Hip-Hop*. Para esses autores, embora aconteçam equívocos e comparações entre esses dois movimentos musicais e juvenis, está-se falando de tendências musicais diferentes, que têm elementos parecidos e que convivem na mídia. Para Herschmann (2005) e Medeiros (2006), o *Funk* e o *Hip-Hop* são gêneros culturais e musicais primos com a mesma raiz. Os dois fazem *Rap* (poesia) e têm arranjos musicais semelhantes. Todavia, eles se diferenciam nos aspectos políticos e ideológicos.<sup>10</sup> Também Dayrell (2005), investigou o *Funk* e o *Hip-Hop* (que ele chama de *Rap*) em Belo Horizonte. O autor estudou esses movimentos enquanto estilos musicais que vão construindo a identidade dos jovens pobres e negros de Belo Horizonte. Segundo Dayrell, em Belo Horizonte, “por intermédio do *Funk*, os jovens ressaltam a festa, a fruição do prazer, a alegria de estar juntos” (2005, p. 123). Já o *Hip-Hop* pode ser descrito “como uma proposta mais radical, ligada a um som menos dançante, com letras que faziam a denuncia da realidade social” (2005, p. 51).

É ainda na segunda fase do *Funk* brasileiro que as músicas começaram a ser cantadas em português – até então a grande maioria das músicas da primeira fase *funk* eram cantadas em inglês ou eram paródias de canções nesta língua (MEDEIROS, 2006, p. 16) e que

---

<sup>10</sup> Herschmann (2007) aponta que o *Funk* é encontrado mais no Rio enquanto que o *Hip-Hop* em São Paulo. Ainda segundo esse autor, a mídia acaba tratando os dois movimentos como semelhantes.

descreviam o dia a dia das pessoas pobres do Rio. Drogas, violência, armas e a criminalidade eram temas das letras, embora também existissem músicas que falassem de amor e de outros assuntos. Em termos de arranjos musicais, o *Funk* da segunda fase foi influenciado por um ritmo da Flórida, o *Miami Bass*. Para Medeiros (2006, p. 16): “Chegou por essas bandas o *miami bass* – estilo *dance* americano, cujas letras eram repletas de palavrões e puro sexo” (Vertente do *Hip Hop* surgida na Flórida no fim dos anos 80 (ANAZ, 2010)).

Vianna (1992, 2003) e Herchmann (2005) destacam a ligação entre a música *funk* e o movimento juvenil das camadas pobres do Rio de Janeiro, demonstrando como o baile *funk* retrata, enquanto prática social, uma ideologia de um grupo social específico. Segundo eles, nos anos 80 e 90, milhares de pessoas passaram a frequentar os bailes, denominados ‘bailes de comunidade’ e ‘bailes de clubes’ (ESSINGER, 2005, HERSCHMANN 2005, VIANNA, 2003). Os bailes de comunidade estão proibidos atualmente e só funcionam na clandestinidade. Já os bailes de clubes eram realizados em espaços separados, em quadras ou em ginásios, e se dividiam em ‘bailes de corredor’ (com confrontos entre galeras diferentes e incitação assumida à violência) e os ‘bailes comuns’, cuja tônica era a paquera (HERSCHMANN, 2005, p. 130).

Também houve CPIs (Comissão Parlamentar de Inquérito) sobre o *Funk* e os arrastões que aconteceram no Rio, em 1992. Segundo Herschmann (2005, p. 183), a primeira CPI foi feita em 1995 e pretendia ver a ligação do *funk* com o narcotráfico. A ligação não foi provada e os bailes foram regulamentados com a ajuda de políticos locais do Rio. Posteriormente, muitas outras CPIs foram montadas (ESSINGER, 2005, p. 115-132).

É nesse contexto que começa o apelo à sexualidade. A segunda fase *funk* apresentou músicas mais erotizadas, batidas graves, acentuadas e mais rápidas, de forma que alguns especialistas em música classificam o *Funk* carioca como uma derivação do *Miami Bass* (ARAÚJO, 2013). Essa batita ainda é chamada de pancadão (DAYRELL, 2005, p. 140).

Em meio à polêmica sobre a violência dos bailes *funk* e à sua ligação com o tráfico de drogas (ESSINGER, 2005, HERSCHMANN, 2005, SOUZA, 2002, YÚDICE, 2004), apesar de muitas letras serem simplesmente paródias de velhas músicas de sucesso, as gravadoras começaram a investir nesse gênero musical (ESSINGER, 2005, p. 88). Começa, pois, um período de representação midiática (ARAÚJO, 2001, 2013; ESSINGER, 2005). Nesse período, as músicas se tornaram mais dançantes, e as letras se tornaram mais sensuais. Esta nova fase do ritmo, descrita por alguns como *new funk*, tornou-se sucesso em todo o país e se tornaria a terceira fase brasileira deste gênero musical, iniciada entre as décadas dos anos 90 e 2000 (ESSINGER, 2005, p. 200).

Nesta etapa musical recente, as músicas se tornaram cada vez mais erotizadas e com coreografias sensuais, constantemente apelando para a pornografia e o sexo, como influências do mercado musical (HERSCHMANN, 2005, p. 159). O baile *funk*, que ritualiza papéis sexistas nas músicas e na forma de organização, ganha a mídia e exacerba essa linguagem (ESSINGER, 2005, p. 202). A música *funk* passa a ser disseminada em carnavais e na *internet*, sendo parodiada por outros ritmos musicais (ESSINGER, 2005, p. 205). É o *new funk* das ‘popozudas’ e dos ‘tigrões’ (ARAÚJO, 2013).

Uma explicação para essa representação feminina é de que a violência física e o sentimento de superioridade masculina no *Funk* são fatores que precisam ser estudados a partir de uma perspectiva cultural, associando esse quadro à situação específica da juventude pobre do Rio de Janeiro (ESSINGER, 2005; VIANNA, 1992, 2003,). A rivalidade entre gangues e grupos dos morros encoraja o senso de superioridade masculina, pois os membros jovens desses grupos e comunidades são estimulados constantemente a “serem homens”, a usarem de violência, a provarem suas características como forma de pertencimento ao grupo e até mesmo para serem protegidos por esse grupo (VIANNA, 2003, p. 45).

Quando se pensa na prática social e discursiva principal, que é o baile *funk*, Dayrell (2005), Essinger (2005), Herschmann (2005), Medeiros (2006), Vianna (2003) e Yúdice (2004) estudaram a cultura *funk* a partir da observação das comunidades e das músicas tocadas nos bailes. Estes autores apontam para um espaço discursivo com enfoque machista acentuado, caso nos delimitássemos apenas à observação das músicas e do comportamento das pessoas nestes bailes.

Já Vianna (1992, 2003) aponta outra forma de preconceito contra a mulher que faz parte da estrutura organizacional da comunidade *funk*: as mulheres raramente podem ser MCs (mestres de cerimônia), uma posição de destaque no baile *funk*, geralmente assumida por quem canta as músicas e organiza o andamento do baile. Às mulheres cabe um papel secundário nestes bailes, sendo constantemente convidadas para dançar (VIANNA, 2003, p. 88). Herschmann (2005, p. 205-206) também identifica a posição subalterna das mulheres no cenário *funk*:

Na realidade, a mulher no mundo do hip-hop carioca ou paulista ocupa um papel secundário, apesar de nenhum de seus membros admitir isso nas várias entrevistas realizadas. Além de enfrentarem um machismo velado, que se expressa no uso frequente da expressão “vadia” nas músicas e discursos, elas enfrentam o pouco espaço que existe para que artistas do sexo feminino – cantoras, dançarinas ou grafiteiras – possam se manifestar.

Medeiros (2006, p. 87-97), por outro lado, argumenta já haverem mulheres MCs, e que elas seriam as representantes de um neofeminismo. Porém, a porcentagem de mulheres cantoras de *Funk* é insignificante (HERSCHMANN, 2005; OLIVEIRA, 2008).<sup>11</sup> Também Medeiros comenta que as mulheres MCs, muitas vezes, nada têm a ver com a imagem que passam em suas apresentações. São mulheres simples, tímidas, de camadas pobres e, geralmente, com baixo nível de escolaridade (2006, p. 97).

Ao descreverem os MCs masculinos, por outro lado, todos os autores e autoras utilizados nesta pesquisa exploraram o lado social e as questões e dilemas próprios do universo do jovem *funkeiro* pobre (por exemplo, ESSINGER, 2005; HERSCHMANN, 2005; MEDEIROS, 2006; VIANNA, 2003; YÚDICE, 2004). Medeiros também afirma que “o termo ‘*funk*’ sempre foi associado ao sexo e ao ‘batidão’” (2006, p. 13), que retoma a batida musical do *Miami Bass*, a base musical rápida e as frases musicais repetidas.

Sintetizando, o *Funk* é uma música de grupos sociais negros e pobres, com uma ideologia e identidade própria, que foi se construindo no desenvolvimento do gênero. Segundo Essinger (2005) e Vianna (2003), o movimento *funk* iniciou-se no Brasil com um cunho ideológico de afirmação da raça negra, com base rítmica do *soul* e sobretudo do *Miami Bass*. Aos poucos, foi sendo influenciado por diversos fatores culturais e políticos, passando a valorizar a questão musical e os aspectos relacionados ao lazer, ao direito de divertimento de jovens pobres do Rio de Janeiro. Atualmente, embora apresente uma versão mais erotizada e ter se ressignificado na medida em que atende aos padrões midiáticos, saindo dos fundos de quintais, da produção independente ou pirata para as gravadoras e, hoje, para a *internet*, os integrantes do movimento ainda reivindicam melhores espaços sociais nas favelas onde os bailes ocorrem, assim como o reconhecimento mercadológico. Nesse sentido, o movimento *funk* busca um reconhecimento social que nunca foi dado aos negros pobres, nem nos Estados Unidos, onde o movimento começou, e muito menos nas favelas cariocas (VIANNA, 2003, p. 58). Segundo Kellner (2001, p. 234), os negros constituem, de fato, uma comunidade desvalorizada e querem mostrar sua voz e sua identidade, utilizando a música como um espaço de expressão étnica e cultural. Os diferentes autores que olharam para a história do *Funk* buscaram entender esse comportamento juvenil, de reafirmação social, de busca por identidade e cultura através da música e de configuração dos *funkeiros* como galeras, grupos juvenis no e fora do baile, que querem ter sua identidade legitimada, reconhecida e valorizada

---

<sup>11</sup> A observação de capas de CDs *funk* até 2010 aponta para um número insignificante de MCs mulheres.

em sua essência de massa, de população carente e de juventude que quer a festa (VIANNA, 2003).

Embora a maioria dos autores (ARAÚJO, 2013; DAYRELL, 2005; ESSINGER, 2005; HERSCHMANN, 2005; SÁ, 2007, 2009; VIANNA, 2003; YUDICE, 2004) dividam a história do movimento em três fases, conforme as temáticas envolvidas, ou seja: (a) consciência negra e romantismo; (b) violência, contestação e política; e (c) apelo sexual e representação na mídia, Viana (2010), relendo estes autores, divide o *Funk* em cinco fases, levando em conta não só a temática das músicas, mas também a influência da indústria fonográfica na forma de produção e distribuição das mesmas. Sua perspectiva pode ser vista na figura a seguir.

Figura 5 – Cinco fases do movimento *funk*

Fase	Características
Primeira (1970/80)	Engajada com o conceito de negritude e produzindo um ritmo mais parecido com o <i>soul-music</i> . Estilo romântico, músicas cantadas em inglês ou parodiando esta língua. Era um movimento da massa para a massa, produzido na periferia para consumo direto e desintermediado da própria periferia.
Segunda (1980/90)	Influenciado por um novo ritmo da Flórida, o Miami Bass, batidas graves, acentuadas e mais rápidas, bailes muito violentos e pressão da polícia. Descriviam o dia-a-dia das pessoas pobres do Rio. Drogas, violência, armas e a criminalidade eram temas das letras, embora também existissem músicas que falassem de amor e de outros assuntos. Surgem as galeras e começa o apelo à sexualidade. Entrada do DJ Marlboro. Começo da <i>Funk</i> verdadeiramente nacional.
Terceira (1990/2000)	Descobrimto do <i>funk</i> pela mídia televisiva. Ao mesmo tempo em que o estilo aparecia em programas nobres ele era criticado pela opinião pública. Associação dos bailes com a violência e o tráfico.
Quarta (2000)	Bondes – um ou mais MCs – e vários dançarinos. Músicas se tornaram mais dançantes e as letras, mais sensuais, erotizadas e apelando para o abuso da pornografia e do sexo. Novas formas de comercialização, CDs em revistas, distribuídos em bancas, para fazer frente às gravadoras.
Quinta (2005)	Produção em rede, incorporação do “tamborzão”, batidas com forte influência africana, que deram característica única ao <i>funk</i> desenvolvido no Brasil, tanto pela mão dos cariocas quanto pela mão dos novos produtores, que passaram a construir suas músicas dentro de seus estúdios caseiros, baseados em seus computadores.

Fonte: Viana, 2010.

A nova divisão de Viana (2010) vem ao encontro da hipótese de comodificação defendida neste estudo, pois a autora assume o consumo e a indústria fonográfica como determinantes de uma nova produção musical no *Funk*. Nas quarta e quinta fases, é possível observar o uso da pornografia como um recurso para a venda e a possibilidade da produção em rede como um diferencial para o mercado musical *funk*. Para a autora, cai a ênfase na origem ou temática da música e passa haver um destaque para como o produto cultural é produzido e distribuído.

Então, Viana (2010) chama a quinta fase do *Funk* de *neofunk*, que corresponde a uma nova forma de consumo. De acordo com os conceitos da ACD, estudando as mudanças na ordem discursiva (gêneros) do *funk*, podemos afirmar que estamos diante da constituição de um discurso a serviço do mercado consumidor. Assim:

O *neofunk* compreende o *funk* carioca quando desenvolvido nessa concepção [fase atual de produção musical com influência da *internet*] e o *funk* produzido no sul, bem como as temáticas diferentes presentes em ambos. Trata-se então de uma nomenclatura a respeito da forma como o *funk* é produzido, e não de sua origem regional ou sua temática de letras (VIANA, 2010, p. 16).

Viana (2010) relê a terceira fase *funk*, também denominada por Essinger (2005) e Medeiros (2006) de *new funk*, destacando a ênfase sensual, erótica e o reconhecimento midiático e reafirmando a novidade da *internet*. Ela associa o *neofunk* a algo mais novo ainda, ou seja, às novas formas de produção musical, à disseminação do gênero na *internet*, à facilidade de se produzir, fazer *download* de qualquer música e também ao sexismo das músicas como estratégia de venda.

Um dos livros mais recentes sobre o *Funk* é de Castro e Haiad (2009). Os autores retomam as características apontadas pelos demais e incorporam a discussão sobre a música e o movimento juvenil, a identidade do *funkeiro* como jovem negro e pobre, as características sexuais exacerbadas das músicas e dos bailes, bem como a influência do mercado musical, que criam representações a serviço do mercado. Importante salientar que esse livro apresenta, em ensaio artístico, desenhos que reproduzem o ambiente do baile, de forma a salientar como o texto multimodal é impactante na atualidade, visto que a maior parte desse livro é de imagens.<sup>12</sup>

Enfim, todos os autores consultados sobre a história da música e do movimento juvenil *funk* (ARAÚJO, 2013; CASTRO; HAIAD, 2009; ESSINGER, 2005; HERSCHMANN, 2005; MEDEIROS, 2006; VIANA, 2010, VIANNA, 1992, 2003; YÚDICE, 2004), apresentam questões pertinentes aos estudos de gênero, em especial o preconceito contra as mulheres através da linguagem. Então, embora existam questões culturais ricas para estudos sociológicos, antropológicos e musicais no contexto do movimento musical *funk*, a linguagem sexista, uma das características da terceira fase *funk*, o

---

<sup>12</sup> Em Essinger (2005), há a presença de exemplares da discografia da época, entre as páginas 172 e 173. São capas de discos e CDs piratas nas quais Essinger comenta a origem do produto e como as imagens selecionadas combinam com a essência do movimento *funk*. Todavia, esses textos multimodais aparecem como uma curiosidade para o leitor, visto que a maior parte do livro é da narrativa da história do *Funk*.

*new funk* ou *neofunk* como afirma Viana (2010), é o recorte a ser observado na presente tese. Trata-se de um momento de produção cultural onde o erotismo e o apelo sexual funcionam como promotores da venda do movimento, influenciados por diversas questões pós-modernas, como foi visto no capítulo 2, resgatando a importância do consumo e da comodificação do ser humano. Segundo esse raciocínio, fazer da mulher um objeto sexual no *Funk* é apenas um exemplar de discursos específicos (dentre muitos outros que poderiam ser analisados, inclusive pensando-se em outros gêneros musicais, como o sertanejo, o samba ou o pagode...) que buscam vender a qualquer preço, mas que atribuem aos seres humanos valores diferentes, com base em ideologias machistas.

### 3.2 O *FUNK* COMO CONTEXTO DE SITUAÇÃO

Para organizar uma prática social, o *Funk* vende suas músicas, seu baile. Para fazê-lo, necessita de um texto promocional. A escolha de um gênero implica considerá-lo em seu contexto de produção e circulação, ou seja, as práticas discursivas e sociais que o envolvem (FAIRCLOUGH, 1992).

O texto é a materialização dos discursos como gêneros textuais. Para observar a comodificação dos seres humanos no contexto promocional *funk*, selecionaram-se nesta pesquisa as capas de CDs. Nas capas de CD, como descendentes do antigo LP, conforme Ohira e Mader,

residem informações essenciais ao consumidor, como o nome dos artistas e das músicas. E, justamente na imagem das capas de CDs reside a possibilidade da transmissão de um conceito para o consumidor, a identificação do estilo musical a que a obra pertence e que muitas vezes é responsável por atrair o consumidor e levá-lo a efetivação da compra. (2005, p. 143)

Um CD pode ser acondicionado em uma embalagem de papel ou de plástico. A propósito, é importante lembrar que o próprio produto pode conter arte multimodal. Trata-se da parte que é visível quando se abre a embalagem (o lado oposto da área destinada à leitura digital pelos leitores ópticos).

No caso de uma embalagem de papel, trata-se de um envelope. Esse envelope, quando fechado, mede 130 x 125 mm, e é constituído de duas faces, chamadas de cabeça e pé, e duas abas de 30 x 125 mm, por onde a cabeça e o pé são colados. No caso de uma embalagem plástica padrão, o produto pode conter uma capa e uma contracapa.

A capa corresponde a uma folha quadrada de papel resistente com 120 mm de lado, que corresponde à parte frontal do CD, e por onde é possível abrir a embalagem. O anverso da capa, objeto desta pesquisa, corresponde às informações frontais do CD. O verso da capa, que é acessível somente quando se abre a embalagem, contém informações adicionais do produto. Por vezes, a capa corresponde a um encarte que, desdobrado, aumenta de tamanho, ou a livreto de algumas páginas (2, 4, 8, 16).

A contracapa encobre o nicho que acondiciona o CD. Trata-se de um retângulo de 138 x 118,5 mm que encobre o fundo do CD e de duas lombadas laterais de 6 x 118,5 mm. Em geral, o anverso da contracapa, que é visível externamente, informa detalhes técnicos das músicas e da produção do CD, e as lombadas informam dados essenciais do CD quando eles estão empilhados vertical ou horizontalmente. Em alguns casos, o anverso da capa contém alguma arte que é acessível somente quando se abre o CD e o nicho do produto é transparente.

Outra característica das capas é a produção da sensoriedade. As imagens ou fotografias em capas usam uma forma mais verossímilhante do que o real. Elas ostentam as qualidades do produto de uma forma irreal, embora plausível e completamente aceitável pelo público-alvo (ABDO, 2011, p. 23). Esse apelo aos sentidos é trabalhado na GV a partir da categoria *sensoria*, no *código de orientação* a partir da *metafunção interativa*, que constrói a relação entre o leitor e o que está sendo representado.

Na publicidade, conforme Cordeiro (2006, p. 11),

a imagem desempenha uma dupla função, uma vez que existe uma dicotomia entre o que é recebido e o que é percebido. No campo do recebido, a publicidade tem de se impor aos olhos. Já o campo do percebido remete para a inteligibilidade da imagem, na medida em que a fotografia publicitária visa divulgar uma existência comercial..

Cordeiro comenta que existem fotos de ostentação publicitária, aquelas onde há uma presença absoluta do objeto, e fotografias de encenação publicitária, em que “a apresentação dos produtos é cada vez menos importante em proveito de um esforço de encenação, de dramatização” (2006, p. 11). Essas imagens constroem as categorias *narrativas* e *conceituais* na *metafunção representacional*, na GV, ou seja, imagens que representam uma história, acontecimentos e imagens que representam conceitos.

Em termos de sequências textuais, é possível dizer que a capa de um CD usa a linguagem da descrição e da persuasão, descreve um produto e tenta convencer o comprador de sua importância ou eficácia. Todavia, essas mensagens funcionam no conjunto das

representações entre o verbal e o não verbal, de forma que é o conjunto de todos os elementos e sua estruturação que proporcionam a representação visual almejada pelo produtor.

Embora esta pesquisa não se detenha no estudo sistemático dos gêneros textuais, parte-se da noção de que os gêneros são elementos de ordens de discurso locais (institucionais) ou societários, são “redes de práticas sociais em seu aspecto linguístico” (FAIRCLOUGH, 2003, p. 24). Desta forma, com relação às capas de CDs, investigo como as mesmas organizam sua mensagem multimodal, contribuindo assim para a promoção deste movimento musical.<sup>13</sup>

Há uma relação entre o gênero e sua função social. Os gêneros promocionais são feitos para vender e precisam ser potencializados linguisticamente para isso, reafirmando assim a identidade dos compradores e também dos consumidores. Meurer (2000, p. 152) afirma que “os conhecimentos que os seres humanos possuem, sua identidade, seus relacionamentos sociais e sua própria vida são em grande parte determinados pelos gêneros textuais a que são expostos, que produzem ou consomem.”

Sendo assim, essas capas irão reproduzir uma época histórica, um grupo social, um movimento ou tendência, como é o caso do *Funk*. Os nomes selecionados, as cores, linguagem imagética e suas combinações representam formas de ver e fazer a sociedade do grupo específico que se representa. Da perspectiva da LSF, para refletirmos criticamente sobre a produção, recepção e circulação de textos, precisamos investigar, antes de tudo, o contexto de uso desses textos (ou contexto de situação), assim como o contexto de cultura do grupo específico que os produz. Trazendo estes conceitos para a ACD, é necessário considerarmos as práticas sociais que englobam as práticas discursivas num contexto situacional. Neste caso, o que está sendo observado como um texto é montado para vender uma determinada ideia, de forma a reafirmar e garantir a ideologia de seus produtores.

Partindo destas especificações, este trabalho analisa o texto multimodal promocional do gênero musical *funk* capa de CD, considerando seu registro, ou seja, o texto como uso da linguagem em um contexto de situação específico (MEURER, 2006, p. 167). O contexto é a terceira geração *funk*, e foram selecionadas capas de CDs produzidos em 2012. Podemos dizer, então, que as ordens discursivas, “a totalidade de práticas discursivas em uma sociedade ou instituição, a inter-relação entre as práticas, as articulações e rearticulações entre

---

<sup>13</sup> Estudos sobre música na pós-modernidade questionam se essa mídia mudou seu espaço de circulação, ou se simplesmente deixou (ou está a caminho) de deixar existir, uma vez que podemos baixar as músicas da *internet*. Sobre o tema, ver Viana (2010) e Perpétuo e Silveira (2009).

elas” (MAGALHÃES, 2000, p. 91), correspondem a como a capa de CD representa a forma de se promover as músicas e o baile *funk*. Observar essas práticas significa decifrar os discursos hegemônicos, bem como perceber que as mudanças nessas práticas e assim nesses textos, correspondem a mudanças nas ideologias. Então, quanto à ordem discursiva, os gêneros textuais de uma instituição mudam, significa que mudaram os discursos e identidades dessa instituição.

Vianna (1990) e Viana (2010) comentam, referindo-se especificamente ao *Funk*, que temos que ter cuidado com a forma como a mídia muda a representação de uma cultura como estratégia de venda. Este tipo de mudança é definido por Fairclough (2003) como uma tecnologia discursiva, assim como parte de uma ordem do discurso. Há um potencial no sistema linguístico (estrutura) que se materializa na forma de textos produzidos em eventos discursivos específicos. Este potencial é mediado pelas ordens do discurso, que podem ser entendidas como:

Uma combinação ou configuração particular de gêneros, discursos e estilos que constitui o aspecto discursivo de uma rede de práticas sociais. Como tal, as ordens do discurso têm relativa estabilidade e durabilidade - embora elas possam, é claro, ser transformadas (...). Podemos ver as ordens do discurso, em termos gerais, como a estruturação da variação linguística - há muitas diferentes possibilidades na linguagem, mas a escolha entre elas é socialmente estruturada. (FAIRCLOUGH, 2003, p. 220).

O trabalho com essas escolhas pertence à tecnologia discursiva como característica da produção do discurso na modernidade tardia, tendência que impacta diretamente nas ordens do discurso (seção 2.4). Como parte da agenda de pesquisa da ACD, a investigação dos recursos discursivos e de seus propósitos ideológicos cabe também no campo da publicidade. Sobre a tecnologização do discurso, Pinto (1999, p. 53-54) afirma que:

A tecnologização discursiva está ligada a uma expansão do discurso estratégico para novos domínios. Assim, fariam parte [desses domínios] não só os anúncios publicitários, mas também outros gêneros discursivos, como o discurso jornalístico, por exemplo, que compreende os variados gêneros de noticiários existentes (editorial, entrevistas, matérias esportivas, colunas sociais, etc.) – que são reconhecidos pela comunidade discursiva formada pelos profissionais da área e o público consumidor.

Desta forma, a rede de gêneros promocionais do *funk* inclui uma gama de textos que se complementam e se transformam, obedecendo a um objetivo ideológico comum, que é vender.<sup>14</sup> Sobre os efeitos sociais dos textos, Fairclough (2003, p. 8) faz a seguinte reflexão:

Os textos como elementos dos eventos sociais [...] causam efeitos – isto é, eles causam mudanças. Mais imediatamente, os textos causam mudanças em nosso conhecimento (podemos aprender coisas com eles), em nossas crenças, em nossas atitudes, em nossos valores, e assim por diante. Eles causam também efeitos de longa duração – poderíamos argumentar, por exemplo, que a experiência prolongada com a publicidade e outros textos comerciais contribui para moldar as identidades das pessoas como ‘consumidores’, ou suas identidades de gênero. Os textos podem também iniciar guerras ou contribuir para transformações na educação, ou para transformações nas relações industriais, e assim por diante.

Sendo assim, os textos podem transformar uma realidade ao criarem novas representações. A mudança nos textos pode garantir a hegemonia de um grupo. Do ponto de vista dos estudos de gênero social, sabe-se que, através de mudanças ou manutenções discursivas, é possível manter a condição histórica de objetificação feminina (CALDAS-COULTHARD, 2004; CAMERON, 1990, 1992; LESSA, 2005; STEARNS, 2007).

Em resumo, meu foco de análise é o texto promocional capa de CD *funk*, contemplando assim a análise de uma prática social (FAIRCLOUGH, 2003). Minha premissa em relação às capas de CDs de música *funk* é a de que elas sustentam e são sustentadas por representações sociais sexistas que circulam nas sociedades contemporâneas. Estas representações, por sua vez, refletem e constroem estruturas sociais mais amplas, também misóginas.

Meurer (2000, p. 157) argumenta:

Tipicamente, as estruturas de significação e legitimação são realizadas através de textos específicos, que por sua vez, refletem e reproduzem diferentes discursos. Forma-se, desta maneira um círculo (vicioso?) entre estruturas de poder e estruturas de significação e legitimação. As coisas significam o que as estruturas de poder permitem que signifiquem e as estruturas de poder se legitimam através dos significados distribuídos através de textos e discursos.

---

<sup>14</sup> Pensando nos estudos de gêneros textuais discursivos, seria interessante analisar os gêneros promocionais do *Funk* a partir do que Fairclough denomina cadeia de gêneros (2003). Similar a Bazerman (2005), que fala em sistemas de gêneros, esses autores refletem sobre como diferentes textos e gêneros modelam as práticas discursivas de acordo com os efeitos de sentido pretendidos, criando assim uma rede de diferentes gêneros que em conjunto realizam o objetivo de uma instituição, grupo ou entidade.

Sendo assim, pode-se afirmar que os textos promocionais *funk* aqui estudados, na qualidade de gêneros textuais, trabalham para legitimar estruturas patriarcais de poder, uma vez que constroem e reforçam uma determinada visão que é naturalizada e distribuída nesse grupo. Como afirma Bazerman (2005, p. 19):

Assim que um gênero do discurso se estabelece, rotinas sociais são constituídas e modelos de escrita e leitura são criados, influenciando toda uma prática social e seus sistemas de gênero e de atividades. Portanto, a produção, recepção e circulação desses gêneros constituem, em parte, a própria atividade e organização dos grupos sociais.

Com base na ACD (LSF e GV), partindo da análise do contexto cultural e situacional (exemplares da rede de práticas discursivas da terceira fase do *funk*, de 2000 em diante), no qual os textos (capas) se inserem, procurei estabelecer uma estrutura esquemática de análise textual. Além de me preocupar com o contexto sócio-histórico-cultural no qual o texto foi produzido, também realizo uma microanálise dos elementos linguísticos, admitindo que os sujeitos são, em parte, posicionados e constituídos no discurso, mas também se envolvem em práticas que contestam e reestruturam as estruturas discursivas (ordens de discurso) que os posicionam (FAIRCLOUGH, 1992, p. 158).

## 4 ANÁLISE DOS ACHADOS

Este capítulo dedica-se à análise das capas de CD de Música *funk* e foi dividido em três seções. Na primeira seção, apresentam-se os procedimentos de coleta e de tratamento das capas que compõem o *corpus* desta tese. Na segunda seção, a partir do suporte teórico da ACD e com base na Gramática Visual de Kress e van Leeuwen (1996, 2001), descrevem-se e interpretam-se as quarenta capas selecionadas para esta pesquisa, divididas em quatro grupos, a saber: capas que não representam corpos humanos, que representam exclusivamente corpos masculinos, que representam simultaneamente corpos masculinos e femininos e, por fim, que representam exclusivamente corpos femininos. Na terceira seção, discutem-se os resultados, buscando compreender que recursos linguísticos, práticas sociais e culturais essas capas acionam, o que homens e mulheres representam nesses textos, como abordam e como vendem a música ou o baile *funk* e que identidades de homens e mulheres são projetadas nesses textos multimodais, tomando como base o contexto de situação e o contexto de cultura próprios da produção desse gênero.

### 4.1 PROCEDIMENTOS

Com base na hipótese de que existe um processo de comodificação de seres humanos – ou seja, um processo que transforma imagens de pessoas em produtos ou marcas com objetivo específico de venda – e assumindo a premissa de que esse processo, construído pela organização de diferentes recursos multimodais, retrata homens e mulheres como participantes do contexto representado, mas com atributos, atividades e posições sociais diferentes, venho acompanhando empiricamente, desde 2005, a relação ideológica entre o que é disseminado nas músicas *funk* e a representação multimodal dos CDs desse gênero musical.

Em minha dissertação de mestrado (OLIVEIRA, 2008), trabalhei com as músicas *funk* a partir das metafunções ideacional e interpessoal de Halliday (2004), observando como as mulheres são rotuladas e apresentadas com papéis sociais inferiores e sexistas quando comparados aos papéis representados por homens. Em artigos posteriores (OLIVEIRA, 2010, 2011), observei como a linguagem representa mulheres em capas de CD, até então prevalentemente obtidas *in loco* em lojas e camelódromos, e destaquei o fenômeno das mulheres fruta (OLIVEIRA, 2012), personagens advindas do contexto *funk* a partir de 2008. Nesses *corpora*, outra vez, detectei os mesmos processos de comodificação de caráter sexista.

Nessa trajetória, o movimento *funk* passou por diferentes etapas. Viana (2010) argumenta que o *Funk* vive atualmente uma fase de disseminação pela *internet*, semelhante a todos os outros gêneros musicais. Nesse processo, parte significativa da venda de CDs migrou progressivamente para o mundo virtual, e as capas passaram a compor o acervo da rede. O que se quer identificar neste capítulo é se estas representações marcadas mantêm-se nesse suporte virtual ou se houve alguma mudança nas representações femininas e masculinas nas capas de CDs *Funk* em virtude dessa migração.

Para dar conta dessa demanda, optei por obter imagens de capas de CD *funk* em um mecanismo de busca, o Google <<http://www.google.com>>, em maio de 2013. O critério de busca foi o de digitar a sequência lexical: “capa de cd de funk 2012”. Na página de busca, como ferramenta de pesquisa, optei pela opção “imagens grandes”. O sistema retornou um conjunto extenso de capas de CD. Seguindo a ordem estabelecida pelo buscador, optei por escolher as quarenta primeiras capas (a partir da quadragésima capa, entre outros problemas, o sistema começou a retornar capas de outros gêneros musicais), cuidando, neste processo, de excluir capas que, embora tivessem sido classificadas como de 2012, remetesse a produções de 2013 (lançamentos de verão).

O tratamento das capas ocorreu da seguinte forma. Primeiramente, criei uma pasta específica no computador para abrigar as capas selecionadas que foram salvas a partir do comando “salvar imagem como”. Em seguida, cada imagem em extensão “jpg” foi convertida em extensão “bmp” no Programa “Paintbrush”. Mais à frente, a versão “bmp” de cada capa foi editada no Programa “Microsoft Picture Manager” da seguinte maneira: redimensionei a imagem por meio do comando “Relação largura X altura personalizada” para 250 pixels; cortei sobras de largura ou altura da imagem quando elas excediam 250 pixels; e, quando necessário, distorci levemente a largura da imagem no Programa “Paintbrush”.<sup>15</sup>

Selecionadas e tratadas as imagens, procedi a uma análise visual. Nessa etapa, identifiquei como critério básico de classificação a presença/ausência de corpos representados nas capas. Com base nesse critério, apenas duas capas não representavam corpos. Em seguida, as demais 38 capas que representavam corpos humanos foram divididas em três grupos conforme representassem exclusivamente ou simultaneamente corpos masculinos e femininos. O resultado dessa classificação pode ser visto na tabela a seguir:

---

<sup>15</sup> Vale salientar que o tratamento dado às imagens visou a preservar a qualidade da cor e padronizar o formato, de modo a não comprometer a análise.

Tabela 1 – Grupos de capas de CD conforme ausência/presença de representação de corpos masculinos e femininos

Tipos de Capas	Quantidade	Percentual
Capas sem representação de corpos humanos	2	5,0
Representação exclusiva de homens	3	7,5
Representação simultânea de homens e mulheres	11	27,5
Representação exclusiva de mulheres	24	60,0
Total	40	100,0

Fonte: Pesquisa da autora.

Como se pode perceber, neste conjunto de textos, predominaram capas com representação exclusiva de corpos femininos (60%, ou 24 capas). Considerando-se que mulheres foram representadas simultaneamente com homens em outras onze capas, a representação de mulheres totalizou 35 exemplares (87,5%) deste *corpus*, indicando a importância da comodificação do corpo feminino nesses textos promocionais.

Diante desses achados, organizei as capas de modo a destacar primeiro as capas que não representam corpos para, em seguida, apresentar aquelas que representam homens exclusivamente, homens e mulheres simultaneamente e, por fim, mulheres exclusivamente. É esta a ordem que organiza a próxima seção.

## 4.2 ANÁLISE DAS CAPAS

Como anunciado, esta seção foi dimensionada para descrever e, em alguma medida, interpretar as quarenta capas selecionadas na etapa anterior, utilizando-se do suporte teórico da ACD e, em especial, o suporte da Gramática Visual de Kress e van Leeuwen (1996, 2001). Como se trata de uma análise extensiva e minuciosa de cada capa, que funciona como insumo para a discussão dos resultados a ser desenvolvida na próxima seção, caso o leitor assim entender, essa seção pode ser apenas consultada para conferir detalhes dos argumentos desenvolvidos mais à frente.

### 4.2.1 Capas sem representação humana

Esta primeira subseção se destina a analisar capas de CDs caracterizadas pela ausência de corpos humanos. Das 40 capas selecionadas, apenas duas possuem essas características.

#### 4.2.1.1 Capa 1

A primeira capa de CD sugere uma paisagem de praia, através da construção centro/margem (*metafunção composicional*). O título do CD está centralizado e destacado por *saliência*. Isso projeta o *foco* do leitor para o meio da imagem, através do *contraste* entre os tons quentes do título do CD, em oposição com o fundo azul, uma cor fria. Os elementos que compõem o cenário praieiro e a linguagem verbal estão *conectados*, ou seja, delimitados e fortemente enquadrados em um local definido. Eles destacam o título do CD ao centro e em primeiro plano, contrastando e deixando evidentes as linhas da paisagem representada no contexto de pano de fundo. Na paisagem, representam-se as dunas, o coqueiro e a areia por uma cor branca levemente rosada, o mar, pela cor azul, e a folhagem dos coqueiros com troncos marrons e folhas verdes. O uso da cor rosa no título principal e na tarja com o *site* do DJ se contrapõe à cor suave da areia. Esse jogo de contrastes consegue salientar o título e propiciar a visualização desse texto como imagens que são montadas para representar o CD (linguagem verbal) à frente dessa representação de praia (cenário).

Figura 6 – CD 1: Funk Folia 2012 – DJ Trevisano



Fonte: <http://socapas10.blogspot.com.br/2011/12/cd-funk-fofia-2012-dj-trevizano.html>.

A música *funk* é o que se representa com o título “Funk Folia 2012”. Duas mensagens verbais completam o texto promocional na parte superior do CD, em cores brancas, contrastando com o fundo azul e amarelo: “Chegou o cd mais esperado do Verão!!!” e “02 CD’s pelo preço de 1”. Já na parte inferior encontra-se o nome do *site* e do DJ responsável, escrito em branco sobre fundo rosa, bem como mais uma mensagem conativa, apelativa que é o seguimento do branco usado para construir a areia da praia: “As Músicas que vão BOMBAR o Carnaval e o Verão 2012!!!”.

A palavra ‘bombar’ é um sinônimo para “fazer sucesso” no contexto midiático. Essa palavra aparece com frequência em diversos programas de auditório e, certamente, faz parte da memória lexical do leitor. O verbo ‘bombar’ complementa a mensagem multimodal que se quer construir na *metafunção representacional*: a representação de músicas “legais”, “descoladas” e representativas do ideário de um gênero musical para jovens, associado ao carnaval e ao verão do ano de 2012, pois a data da capa é de dezembro de 2011.

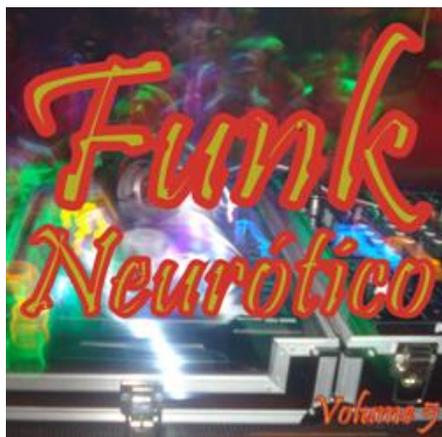
A capa apresenta um cenário estático da praia, simbolizando prazer, leveza e suavidade, sugerindo incluir as músicas do CD como parte dessa representação. O deslocamento do sol do cenário para o título, ele próprio de óculos escuros e língua de fora, tal como uma pessoa (personificação) curtindo o calor, sugere conectar o cenário com os sentimentos dos participantes, consumidores, criando assim uma representação conceitual simbólica sugestiva (*metafunção representativa*).

Ainda na interação entre leitor e mensagem (*metafunção interativa*), o texto é construído em plano aberto, criando impessoalidade e orientando o leitor para a sensorialidade, um efeito mais do que real. A presença da palmeira na areia, tendo como fundo o mar e as montanhas, traz a memória da praia, do verão e, assim, por hipótese, constrói um elo entre o conteúdo do CD e o cenário do Rio de Janeiro, palco principal da música *funk*. Todas essas representações são possíveis pelo contraste policrômico, que faz emergir o título e cria o pano de fundo, a praia, como contexto do CD *funk*.

#### 4.2.1.2 Capa 2

Quando não se trabalha com a representação do humano, o uso da *metafunção composicional* torna-se a mais evidente, organizando cores, texturas, tamanhos, contornos e ângulos que distribuem as mensagens verbais no corpo do texto. Isso pode ser observado no segundo CD: “Funk Neurótico Volume 5”. Neste exemplar, repetiu-se o padrão centro-margem, o trabalho com as cores na categoria do realismo, e o código sensorial de orientação (*metafunção interativa*), que implica na representação do clima do baile *funk* (*metafunção representacional*), pois o título está em primeiro plano do cenário do baile desfocado. Nesse caso, é possível haver participantes secundários encobertos pelo clima proveniente da sensoriedade das cores, atrelados à circunstância de cenário, compondo como contexto ou pano de fundo, o baile e deixando em primeiro plano o título do CD.

Figura 7 – CD 2: Funk Neurótico Volume 5



Fonte: <http://dvdsupercapas.blogspot.com.br/2012/03/funk-neurotico-volume-5.htm>

Importante também ressaltar que o *participante interativo* (espectador) está posicionado acima do cenário do baile na construção dessa imagem. Isso sugere a sensação de um olhar que desce em direção ao baile, em plano aberto, e promove uma sensação de que o leitor está num palco. Essa escolha sugere ao leitor um poder similar ao dos protagonistas do baile, que do palco comandam a festa.

Conhecidas as duas capas que prescindem de imagens humanas, seguem as capas que representam exclusivamente imagens masculinas.

#### 4.2.2 Capas com representação masculina

Quando se observam exclusivamente imagens de corpos masculinos nas capas de CD *funk*, capas de 3 a 5, essas imagens representam cantores, DJs e MCs, o que sugere que elas representam protagonistas dos bailes *funk*.

##### 4.2.2.1 Capa 3

Na terceira capa, o evento discursivo representado é um baile. A capa representa um sujeito masculino, o DJ Toddyinho, que toca o baile para o espectador. Uma interpretação possível é: “Eu toco o baile para você”. Dessa representação é possível inferir que esse protagonismo é competente, “Eu sou bom no que faço” ou “Eu sou o cara!”, e que há um convite para o baile: “Vem dançar”. A aparelhagem do MC está implícita no rodapé. O protagonista veste uma camisa masculina, óculos escuros e boné, roupas comuns dos jovens das comunidades *funk*. Também podemos observar que esse jovem é um participante

representado pelo conceito simbólico atributivo, ou seja, ele posa para o espectador, seus possíveis ouvintes (*metafunção representacional*), e a identidade de cantor vem do seu produto, o CD, as músicas, a aparelhagem e o baile.

Esse participante representado de óculos escuros interage com o participante interativo por demanda (*metafunção interativa*). Trata-se de um participante que olha diretamente para o espectador, o que reforça a sugestão do convite ao baile (CD enquanto representação do baile *funk*) e/ou remete à audição de suas músicas. A distância social entre esse DJ/MC é social (plano médio) e subjetiva (ângulo horizontal), de forma que ele está se comunicando com os leitores em igualdade (participantes interativos). Em outras palavras, como o olhar médio da imagem constrói uma igualdade entre o que está sendo oferecido e seus consumidores, estratégia de propaganda, isso sugere que não há diferença de poder entre esse participante masculino e prováveis consumidores.

A imagem do homem também é destacada pelo jogo com os tons de cinza que levam o olhar do leitor para o centro da imagem. Isso cria um pano de fundo, com personagens secundários dançando (acompanhamento). Os personagens secundários podem sugerir a representação do baile e estão em uma *representação conceitual narrativa*, do qual esse homem, em primeiro plano, pode ser lido como o protagonista. Assim, a policromia destaca seu papel de DJ/MC em relação aos demais participantes do baile. Com essa estratégia, o nome “DJ Toddynho” e o título do CD “Funk das novinhas 2012” também se destacam. A propósito, esse jogo de cores representa os efeitos sinestésicos próprios do baile, luzes que emergem do centro da imagem, imitando holofotes e o balanço da música.

Figura 8 – CD 3: Funk das novinhas 2012 – DJ Toddynho.



Fonte: <http://www.mgdownloadcds.net/2012/11/baixar-cd-funk-das-novinhas-2012-dj.html>

Todos esses elementos se combinam na *metafunção composicional* de forma a demonstrar o valor da informação polarizada horizontalmente (construção dado/novo). Com essas escolhas, semelhantes à leitura de um texto verbal, o DJ/MC comporta-se como dado, tema ou assunto do texto, enquanto que o sentido demandado do título “Funk das novinhas 2012” é o novo, o que será desenvolvido no CD ou no baile que esse representa.

A saliência trabalhada no contraste colabora para a construção de três cenários no texto: dois bailes e o espaço do cantor, posicionado em *foreground*. Essas imagens são conectadas por colagem, e um dos bailes tem moldura curva, retomando a ideia sensorial. Já os títulos são destacados por contornos e o nome do CD “Funk das noivinhas” aparece desconectado, o que contribui para a sua saliência na direita da imagem.

Por fim, olhando para os estímulos verbais, difere-se a identidade do cantor “DJ Toddynho” do que ele canta “Funk das novinhas”. Nessa representação, é possível questionar quem é ele e quem são elas. Ele é o cantor, mas a expressão “novinhas”, enquanto adjetivo, contempla um jogo de significados que dá duplo sentido, quando se pensa no contexto imediato do *Funk*. As novinhas tanto podem ser as músicas do CD como as mulheres do *Funk*. Nesse sentido, é preciso questionar quem são as participantes femininas desse contexto social e quando essas mulheres são participantes nas capas, quais serão suas representações.

#### 4.2.2.2 Capa 4

A capa do CD 4 usa estruturas semelhantes às observadas no CD 3. Repete-se a ênfase ao nome do cantor, representado como “Patrão”, que também é o título do CD “Funk do Patrão”. A terminologia “Patrão” é recorrente no contexto *funk*. Eles são os patrões, aqueles que comandam e decidem, e esse substantivo também é usado em músicas *funk* para designar personagens masculinos que detêm o poder na interação textual.<sup>16</sup>

A ação implícita no CD 4 pode ser interpretada como “Eu (Patrão) canto para você”, consumidor. Essa ação está circunscrita a um cenário composto por bebidas, relógios e joias femininas, que funcionam como objetos de desejo masculinos, que compõe um participante conceitual simbólico sugestivo, cuja identidade máscula e superior é construída a partir desses objetos de desejo.

---

<sup>16</sup> É possível citar como exemplo o Rap da carona, faixa 7 do CD “A volta do MC Patrão” (2007), onde o ‘patrão’ é o personagem masculino que dá carona a personagem feminina na música e decide o que será feito no carro, intimando sexualmente a personagem. Ver Oliveira (2008).

Figura 9 – CD 4: Funk do Patrão



Fonte: [http://israelcr.comunidades.net/index.php?pagina=1529276190\\_01](http://israelcr.comunidades.net/index.php?pagina=1529276190_01)

Essa representação do cantor vendendo seu trabalho (*metafunção representacional*) acontece no CD 4 por um olhar de demanda. O Patrão, de óculos escuros mesmo à noite, representação comum dos jovens *funkeiros*, demanda de seu leitor respeito: ele está no controle (um atributo trabalhado na essência do baile *funk*). A distância social entre o participante representado e o interativo é social, de demonstração do produto a ser vendido, com atitude subjetiva, ou seja, um ângulo horizontal frontal, o que demonstra e reforça um alto grau de envolvimento.

Ainda na *metafunção interativa*, a imagem é construída pela saturação das cores preto e branco e cinza e azul, que criam um ambiente noturno, sinistro e esfumado. Essas impressões são reforçadas pela representação de uma olhar ao fundo (*contexto*), uma representação de óculos que reflete sombras borradas em uma cabeça rachada. Trata-se de uma construção intimidadora, pois essa cabeça é constituída por desenhos ovais que se assemelham a várias cabeças (talvez as pessoas do baile) que, em conjunto, montam todo o cenário do fundo.

No aspecto multimodal, esse clima intimidador e com identidade masculina é construído horizontalmente. Essa construção pode ser lida como “O DJ é o *funk* (novo, à direita)” advindo de um contexto que destaca objetos de poder: bebidas e joias aparecem à esquerda (dado). Entre as joias, incluem-se peças femininas, o que sugere que elas representam o poder advindo de seu protagonismo no baile. Ele é o patrão, ele pode oferecer joias às mulheres e, desse modo, conquistá-las. Assim, o assunto do texto é o poder masculino visto em seus objetos de desejo, enquanto que o desenvolvimento dessa temática acontecerá nas músicas encontradas no CD *funk* “Funk do Patrão”, título destacado por letras douradas.

As imagens descritas encontram-se parcialmente conectadas em dois blocos: homem à direita e objetos de riqueza à esquerda, sobrepondo-se ao clima de mistério, fumaça, ambiente noturno, que invoca medo através da presença dos olhos de um personagem tenebroso como pano de fundo. Os títulos são destacados por contornos nesse cenário macabro em cor dourada. Vale destacar, por fim, que esse clima construído, sobretudo pelo jogo de cores retoma questões de violência, força física e valorização do poder masculino e da divisão de gangues nos bailes, presentes na segunda fase *Funk*, possíveis de serem resgatados nas obras de Essinger (2005) e Herschmann (2005).

#### 4.2.2.3 Capa 5

O quinto CD apresenta dois cantores MCs/DJS cuja representação constrói a mensagem “Eu toco para você” (indiretamente “Eu sou bom no que faço” – “Eu sou o cara!”) ou ainda o convite implícito: “Vem dançar”. Os alto-falantes representam o som que eles produzem. Esses participantes são representados como conceito simbólico atributivo: eles posam para o leitor, vendendo suas músicas. O cenário (*contexto*) enfatiza suas identidades masculinas, pela presença dos carros, que funcionam como valores para os portadores, compondo um cenário que colabora na construção da identidade desses cantores.

Figura 10 – CD 5: Dj Killesse - Funk Verão 2012 Vol. 2.



Fonte: <http://luzevidacover.net/?m=201202>.

A *representação interativa* ocorre por demanda: os homens interagem com os leitores, demonstrando as qualidades da sua música. O contato é social e subjetivo, construído através de um olhar médio e um tom de realidade construído através da representação dos dois cantores com camisetas mais escuras sobre fundo colorido com imagem de carro esportivo.

As cores branca e vermelha constroem uma representação sensorial que sugere ondas sonoras musicais, inferidas a partir dos alto-falantes na parte inferior e superior. Há uma gradação da cor vermelha que constrói um contexto de pano de fundo, uma ideia de sons da música em torno do carro possante, enfatizando o tema musical.

A leitura da capa, *metafunção composicional*, é realizada na categoria polarizada vertical ideal/real. O ideal é o *Funk* enquanto som que sai do alto-falante junto ao título do CD: a promessa do produto a ser vendido. A parte inferior representa o real, a parte prática, aqui o carro e os DJs. Eles são os cantores *funk*, e o CD representa seus trabalhos.

O valor da informação é salientado pelas cores dos cantores. Eles vestem camisetas escuras contrastando sobre o cenário colorido representando um carro esportivo vermelho. Esse conjunto de imagens aparece conectado e bem enquadrado, com títulos destacados por contornos.

O tema do verão, encontrado no CD 1, é retomado na capa do CD 5. Por meio do jogo de cores amarelo/vermelho e suas modulações, construtor do cenário dos cantores, sugere-se calor, paixão e desejo. Os nomes dos personagens masculinos também aparecem nas capas, visto que o CD vende seus trabalhos, completando os dados da mensagem, juntamente com telefone para *shows*.

As três capas de CDs que apresentam exclusivamente imagens masculinas evidenciam a representação de um sujeito cantor, MC ou DJ, com uma função social ou profissão definida. Isso pode sugerir que o texto multimodal nessas capas se esforça por representar um homem protagonista que vende seu trabalho: cantar e/ou tocar o baile. Qual seria a representação de homens e mulheres quando apresentados juntos nessas capas?

### **4.2.3 Capas com representação masculina e feminina**

Esta seção destaca onze capas que apresentam imagens de corpos masculinos e femininos simultaneamente (CDs de 6 a 16). A observação dessa simultaneidade é importante aqui para verificar se há alguma mudança nas representações masculinas quando compartilhando espaços com imagens de mulheres ou mesmo demarcação de papéis entre homens e mulheres representados nas capas.

#### 4.2.3.1 Capa 6

A capa de CD 6, “Sedução Fatal”, é importante porque representa uma cantora. Nessa capa, observa-se que ela posa para o leitor (metafunção representacional), e esse é o principal foco da imagem. A pose dessa cantora destaca seus atributos corporais e a ênfase no dorso, vistos de trás. As pernas estão parcialmente dobradas projetando o quadril para trás, o que equivale ao efeito de lordose e remete ao ato sexual (“monta”). Esta pose também projeta o tórax e seios desnudos para baixo. O salto alto é um acessório que auxilia o equilíbrio e eleva o quadril da personagem. Suas características, somadas ao clima proposto pelo cenário, caracterizam-na como uma participante representada como um conceito simbólico que sugere a sedução do leitor.

Figura 11 – CD 06: Sedução Fatal



Fonte: <http://seducaofatalfunk.xpg.uol.com.br/dupla-seducao-fatal-capa-do-novo-cd-e-dvd.html>

A imagem da cantora em primeiro plano, à direita, é acompanhada de outra imagem em contexto, pano de fundo, à esquerda. Nessa segunda imagem, a cantora posa à frente de seu parceiro cantor. “Sedução Fatal”, o título do CD, é também o nome da dupla *funk*. Esse casal de cantores também posa para o espectador, conceito simbólico atributivo, mas ele está vestido e ela nua, apenas com estrelas cobrindo os seios, uma representação recorrente em representações eróticas ou de cunho sexual.

Em ambas as representações, o olhar dela em direção ao espectador é de demanda (*metafunção interativa*). O dele também o é, mas a cantora demanda um convite sensual enquanto o cantor apenas demanda ao participante interativo o fato de que a acompanha: ele é o “homem” dela.

Há duas distâncias sociais para com o leitor: a do casal, que é social, com atitude subjetiva; e a da cantora, na função de dançarina. Em função do plano aberto, a imagem da dançarina sugere impessoalidade entre participante representado e participante interativo.

Os participantes representados e interativos têm uma relação de poder diferente em cada representação. Quando se analisa o casal, o olhar do leitor é médio, mas quando se analisa a cantora representada em primeiro plano no texto, o participante interativo é levado a observar suas nádegas. As cores constroem o corpo feminino em *topless* colado sobre fundo preto e a imagem do casal (ela em *topless* na frente dele com camisa cinza escuro) sobre o fundo preto. Essa diferenciação de cores constrói um contexto de pano de fundo, que é o casal de cantores e a sinestesia dos sentidos que demanda, sobretudo, da imagem da cantora.

Na composição da imagem, o foco é o centro-margem, sendo a cantora/dançarina a representação principal do CD. “Ela é o funk”. A saliência posiciona essa dançarina como foco principal da capa, juntamente com o enquadramento e a conexão das imagens.

Outro complemento do texto multimodal aqui é o texto verbal, de forma que o nome da dupla, “Sedução Fatal”, corporifica-se na representação da cantora, sua posição sensual e sua caracterização com atributos de fetiche, condicionando o leitor a observar suas nádegas. Além disso, a maçã no canto direito retoma o discurso da paixão e da sedução, associada à cor vermelha. Também o nome da cantora, que aparece no canto esquerdo, vende seu produto, mas representando a artista, no contexto *funk*, a partir de sua identidade midiática de participante do Programa Big Brother Brasil 3. Ela estava na plateia que acompanha os familiares no dia da eliminação na edição de 2002. Dessa forma, Eliana Lima canta *funk* porque participou do BBB e não o contrário. Ele a acompanha, e ela é a “peladona”, ou seja, ela não é categorizada por sua função de cantar as músicas *funk*, mas sim pelo fato de ser associada ao BBB e por aparecer nua.<sup>17</sup>

#### 4.2.3.2 Capa 7

O sétimo CD representa uma modelo que posa para o espectador, com olhar sensual e pose que destaca seus atributos corporais frontais. *Shorts* e pernas entreabertas convidam o olhar para a área genital. As mãos à altura dos seios também convidam o olhar

---

<sup>17</sup> Eliana Lima ganhou o nome de “Peladona do B.B.B”, porque invadiu o palco totalmente nua quando, ao vivo, Pedro Bial, apresentador do Programa Big Brother Brasil, conversava com o participante da casa que tinha sido eliminado. Ela tinha 16 anos na época e disse ter feito isso para promover o trabalho do grupo Sedução Fatal, do qual ela era dançarina, e que a estratégia teria dado certo. Ver Amendola (2012).

para esta área de seu corpo. Na camiseta, há o logotipo do CD “Funk na veia”, contribuindo para a caracterização de conceito simbólico atributivo.<sup>18</sup>

Figura 12 – CD 07: Funk na veia 2012



Fonte: <http://dvdsupercapas.blogspot.com.br/2012/05/funk-na-veia-2012.html>

A imagem do homem provavelmente representa a função de DJ. Esse participante masculino representado poderia estar tocando a música para o participante interativo, pois a cabeça masculina levemente inclinada e seu olhar para baixo é observada constantemente nos CDs que representam homens olhando para sua aparelhagem. Ao assumir essa interpretação, uma aparelhagem de som implícita, sugerem-se mensagens como “Eu sou bom no que faço” ou “Eu sou o cara!” e, como já observado anteriormente, o convite: “Vem dançar” (*narração acional transacional*). Tal como a modelo, ele também veste uma camiseta masculina branca com a logo “Funk na veia”.

A diferença entre a representação feminina e masculina também se observa na *metafunção interativa*. A mulher é representada como demanda e o homem como oferta. Ele não está olhando para a participante em primeiro plano nem para o leitor, olha de óculos escuros para baixo. Por hipótese, isso sugere que a mulher convida o leitor, enquanto que o homem apenas expõe o seu trabalho.

A distância social entre o leitor e os participantes representados é social, e a atitude é subjetiva para a mulher e objetiva para o homem, de forma que ele se envolve menos com o espectador.

---

<sup>18</sup> Funk na Veia é um *site* que se caracteriza como uma revista virtual destinada a promover o *Funk*. O *site* também apresenta uma rádio *funk* própria, promove *shows*, MCs, apresenta entrevistas e notícias do mundo *funk*, tendo seu logotipo próprio.

Além disso, o olhar da mulher está em plano médio, enquanto o olhar do homem se dirige à sua aparelhagem (assumindo a hipótese de essa aparelhagem estar representada implicitamente). O realismo das cores constrói por contraste o corpo feminino com *shorts jeans* e *top* preto com logotipo, e o corpo masculino com camiseta com logo e óculos escuros, sobre cenário em tons de laranja e verde. Isso contribui para o impacto sensorial da imagem, efeito que retoma as ondas da música, de forma que linhas verdes imitando raios dão a ideia de força, eletricidade e energia.

Quanto à metafunção composicional, a leitura dessa imagem é feita na polarização horizontal, de forma que o DJ, à esquerda, é o dado, e a modelo, à direita, é o *Funk*. Ela é a novidade, o desenvolvimento do assunto que é representado pelo homem. Esse valor informacional também se obtém pelo contraste entre cores e pelo tamanho das imagens (a representação da mulher é maior e no ângulo frontal). Essas características, associadas à conexão e ao forte enquadramento, juntamente com os títulos destacados por contornos, sugerem a ideia de que ele é o cantor e ela é o *Funk*. Dessa forma, podemos interpretar que: “Do meu trabalho, da minha música (aparelhagem implícita) é possível emergir o *Funk* (a mulher como complemento da proposição)”.

#### 4.2.3.3 Capa 8

O oitavo CD apresenta os mesmos cantores do CD 5, caracterizado pela exclusividade da representação masculina. Agora, observa-se que eles são representados como oferta. Eles posam para o leitor, mas não olham para esse espectador na *metafunção interativa*. Nos demais itens, há total semelhança com o CD 5: a presença do carro, dos alto-falantes, da mensagem verbal construída a partir da ideia de fala do alto-falante. A novidade, aqui, é a representação feminina. Ao mesmo tempo em que essa personagem é secundária e compõe o cenário da imagem, ela faz parte dos atributos dos cantores, do seu contexto musical, estando subordinada a eles, de forma que esse cenário funciona como uma taxionomia, ou seja, compõe elementos que se relacionam com os participantes masculinos, advindo deles, sendo objetos de desejo desses (*representação conceitual classificacional*).

A mulher está posando para o espectador, mas seu olhar é de demanda sensual. Sua representação destaca seus atributos frontais. A mão direita sobre os *shorts* e as pernas entreabertas sugerem destaque à área genital enquanto a mão esquerda sobre a alça do sutiã sugere que ele pode ser retirado a qualquer momento.

Figura 13 – CD 08: DJ Killesse-Funk Verão 2012.



Fonte: <http://socapas10.blogspot.com.br/2011/12/dj-killesse-funk-verao-2012.html>

A partir dessa composição polarizada verticalmente, a promessa do *Funk*, associado ao título do CD, é a modelo, representação feminina, juntamente com o carro, enquanto que o produto a ser vendido são os cantores, suas músicas, seus trabalhos musicais.

#### 4.2.3.4 Capa 9

No CD 9 “Especial de Eletrofunk”, a *metafunção representacional* constrói um cantor que está demonstrando seu trabalho musical, inclusive representando sua aparelhagem (conceito simbólico atributivo), enquanto que a figura feminina dança para o espectador (narração acional transacional), criando a ideia de convite ou de oferecimento sensual. A pose da modelo destaca seus atributos corporais frontais. Calças despojadas e sutiã rosa sugerem que ela está vestida para uma balada. Jogar a cabeça e os braços para trás projeta o tórax e os seios para frente.

A mulher representa um participante secundário, uma circunstância, que é a dança. Já a interação entre o homem e seu leitor é de demanda, pois ele encara o espectador e quer vender sua música, enquanto que a postura da mulher é de oferta, ela é um item a ser contemplado.

No que se refere à distância entre os participantes representados e interativos, a construção da linha do olhar para a representação masculina é social, e a representação feminina é impessoal. Dessa forma, a atitude de envolvimento do cantor é subjetiva, ele quer mostrar sua música a um possível ouvinte. A representação da dançarina é objetiva, ela posa para o leitor, mas não se envolve com ele.

Figura 14 – CD 09: Especial de Eletrofunk vol.2 2012- DJ Ton.



Fonte: <http://www.baladag4.com.br/g4/downloads/cd-especial-de-eleto-funk-vol-2-2012>.

O cantor tem uma relação de poder a partir de um olhar médio, mas o participante feminino não constrói uma relação com o seu espectador, ela olha para cima, representando o ato da dança. Todos esses detalhes são reforçados pela diferença de cores e, de forma enfática entre a representação do homem cantor e da mulher dançarina. A imagem vai do natural (cantor) para o sensório (dançarina), criando no foco na representação feminina a sensação do baile, através da modulação das cores em volta da dançarina. Trata-se de um trabalho artístico que reforça a ideia de ação, de movimento dessa personagem.

Para esse exemplar, a *metafunção composicional* organiza o texto na polarização horizontal, de forma que o dado, o tema do CD é o Funk e o DJ, enquanto que o novo é a dançarina em seu contexto sensorial. Com essa construção, o homem é sujeito, e a mulher é objeto da ação, ou seja: “Eu (cantor) toco a música *funk* (mulher)”.

Essa simbologia ainda se sustenta no jogo com a saliência, onde a imagem da mulher dançarina é maior do que a figura do cantor. Embora o cantor seja protagonista, a mudança de cores conduz o olhar para ela, o complemento do texto, que se evidencia pela policromia.

O apelo da sensação da música se completa pelo texto verbal, na mensagem apelativa: “Aqui você sente a diferença.” Tal diferença é a batida da música, o instrumento do cantor, evidenciada na segunda parte do texto na construção da imagem feminina. Por fim, não se deve deixar de destacar que ele é denominado, enquanto ela é anônima.

#### 4.2.3.5 Capa 10

A décima capa tem uma representação semelhante à sétima. Nesta capa de CD, há uma modelo que posa e se oferece sensualmente ao leitor, enquanto que o cantor, compondo o cenário em pano de fundo, é responsável pela música.

Figura 15 – CD 10: CD Especial Automotivo 2012



Fonte: <http://valbercds.blogspot.com.br/2012/09/cd-especial-automotivo-2012-qualidade.html>

A personagem feminina está deitada, destacando seus atributos frontais, com pernas elevadas e dobradas, além da camiseta molhada que deixa entrever seus seios. O olhar é o de um convite para o sexo. Já o DJ toca para o participante interativo, convidando-o para dançar. Ele é o comandante do baile/música e sua pose reforça sua destreza sobre a aparelhagem do baile. O carro esportivo também funciona como uma circunstância de cenário e semelhante a outros CDs (4, 5, 6 e 8), compõe, juntamente com a figura feminina, o ideário de desejo masculino.

Também semelhante ao CD 4, há a presença de um olhar, no cenário, como pano de fundo, impondo a imagem um tom intimidador. A construção dos elementos dessa imagem, lendo-a a partir da personagem feminina, funcionam como conceito de atributo simbólico sugestivo, a participante e suas qualidades, a relação de posse entre o cantor, o carro e esta personagem feminina demonstram o que é o *Funk*.

O jogo de cores e elementos no texto também constrói um olhar de profundidade, dando a ideia de que o leitor está chegando ao cenário *funk* e tem, em escala de prioridade, as ofertas desse evento: a mulher, o carro e, por fim, a música *funk*.

O olhar do homem e da mulher é de demanda, mas eles têm objetivos diferenciados na interação. O homem demonstra seu trabalho musical, e a mulher se insinua, construindo um convite erótico. Essa relação é social para o personagem masculino e impessoal para a feminina, mas as relações de poder são subjetivas: elas indicam máximo envolvimento com o leitor, de forma equilibrada, o que indica o olhar médio do participante feminino.

Sendo assim, o trabalho com as cores e o tamanho das figuras, bem como seus contrastes colocam o corpo feminino abaixo e à frente da representação do carro, enquanto o corpo masculino é enquadrado em fundo branco. O código de orientação sensorial se constrói pela modulação da cor branca. Quanto ao valor da informação, a leitura da CD é realizada na categoria polarizada vertical, ideal/real, de forma que na parte inferior pode ser interpretado que “O *funk* é o carro e a modelo”. O homem, a promessa da música, é sujeito; carro e mulher são objetos e produtos no texto. Isso acontece pela conexão das imagens, com exceção da representação do DJ, que se ofusca no cenário bem iluminado que destaca a mulher.

O título do CD confirma o sentimento de posse criado pela imagem: “CD Especial Automotivo”, reforçando a representação de que há uma simbologia de pertencimento de carros e mulheres para quem está no contexto *funk*. A representação do mundo automotivo é masculina e dentro de uma simbologia machista.

#### 4.2.3.6 Capa 11

O CD 11 apresenta uma representação narrativa. Trata-se de um personagem masculino e um feminino escutando música (narrativa acional não transacional). Essa percepção é construída por vetores que representam as ondas sonoras, em linhas nas cores amarelas, que vão se modulando até ficarem laranja e vermelho. Na representação da modelo, pode-se inferir algo como: “Eu ouço música” ou “Eu poso ouvindo música para você”. A pose da modelo destaca seus atributos corporais frontais superiores, com destaque aos seios. Já a representação do homem sugere a mensagem: “Eu ouço música”, ou mesmo, “Eu toco música para você”, sem qualquer caracterização do corpo ou de sensualidade.

Semelhante ao CD 10, a imagem feminina é mais destacada do que a masculina. Ambos estão interagindo por demanda. Ela olha de forma oblíqua para o espectador, sensualmente, enquanto ele hipnotiza o leitor com suas músicas. A distância entre o leitor e os participantes representados é social e subjetiva, construída pelo olhar médio, a representação de um corpo feminino em *top* preto e a representação de corpo masculino com camiseta verde

sobre fundo em tons alaranjados. Esse jogo de cores enfatiza o caráter sensorio da imagem, pois mesmo representando seres humanos escutando música, o texto consegue passar a sensação do sentido da audição através de faixas de cores que imitam o som advindo da figura feminina.

Figura 16 – CD 11: CD Só as tops (especial dance & eletro funk 2012)



Fonte: <http://djmarciolima.blogspot.com.br/2012/11/cd-so-as-tops-especial-dance-eletro.html>

Na *metafunção composicional*, o valor da informação se constrói na posição horizontal, numa construção tipo dado/novo. O leitor pode ler o título do CD, o nome do DJ, associando-os ao personagem masculino. Ela, por sua vez, é o *Funk*, a curtição, o produto a ser promovido nesse texto.

A conexão entre imagens e títulos destacados por contornos reforça a força das escolhas lexicais e a importância da posição do texto verbal no enquadramento. “Só as tops” pode ser entendido como “as músicas top”, mas também pode ser associado “às mulheres top”, das quais a modelo é um exemplar.

#### 4.2.3.7 Capa 12

O CD 12 recupera o cenário noturno e sombrio do CD 4, com um terceiro personagem ficcional, uma caveira, símbolo de terror, mas também de poder para muitas gangues.

A representação feminina sugere a mensagem “Eu poso para você”, confirmada no olhar sensual e na pose que destaca os atributos dorsais. A posição da mulher sugere a do coito superior, posição em que a mulher fica sobre o parceiro (conceito simbólico sugestivo).

A caveira aparece em representação narrativa, “ela xinga o espectador com um gesto obscuro”. A construção multimodal da capa sugere que a caveira é o dizente. O título do CD e seus complementos são, por hipótese, proferidos por esse personagem. A cor vermelha dos elementos textuais verbais retoma o contexto macabro da caveira (*metafunção ideacional e composicional*).

Figura 17 – CD 12: Funk dos monstros Vol. 03.



Fonte: [blogmelhordofunk.blogspot.com.br/p/os-melhores-cds-de-funk-2012.html](http://blogmelhordofunk.blogspot.com.br/p/os-melhores-cds-de-funk-2012.html).

O personagem masculino, por sua vez, sugere a mensagem “Eu te cumprimento” ou então “Eu mostro a você o meu produto”. Quando retomamos as memórias dos outros CDs é possível associar esse homem ao MC/Cantor/DJ e também à identidade do monstro (conceito simbólico sugestivo), enquanto detentor do poder advindo de sua essência ou do poder da fala do dizente.

Na relação com o leitor, o olhar de todos os personagens é de demanda, mas a distância social da mulher é impessoal enquanto que a caveira e o DJ distanciam-se socialmente do espectador. A atitude de todos é subjetiva, construída com um olhar médio onde as cores, o contraste na saliência (*metafunção composicional*) projetam um corpo feminino com *shorts* e biquíni preto e o corpo masculino com camiseta sobre fundo preto, ambos à frente; e o corpo de caveira surgindo de trás, simulando um efeito de janela.

Novamente há um efeito sensorial, de pessoas humanas e caveira através de imagens conectadas e títulos destacados por contornos e pela cor vermelha, representação de sangue, que dialoga com o texto verbal “só pankada”.

Ainda há a construção do valor da informação do centro para a margem, um *tríptico* onde a mulher, a caveira e o homem formam uma fileira, de forma que a caveira é o

foco e o nome do CD, o *site* e a frase de complemento são distribuídos juntamente com os personagens representados em torno do surgimento da caveira.

#### 4.2.3.8 Capa 13

O CD 13 representa uma modelo posando para o espectador, confirmando com um sinal de positivo as características positivas do que ela está anunciando. Isso sugere que ela aprova o baile. Sua pose destaca os atributos frontais olhados obliquamente. Trata-se da “Mulher Samambaia”, conhecida personagem de programas de auditório. Essa caracterização feminina começou com Danielle Souza no Programa “Pânico da TV”, da Emissora Rede TV (2003). A imagem usada no CD é dela, retirada do *site* “éfuxico” 2010 e conectada as demais imagens do CD13. Essa representação feminina reforça as peças íntimas recobertas por folhagens, criando o fetiche da mulher como planta, um vegetal a ser contemplado ou usado pelo personagem masculino.

A representação masculina é a de um DJ que toca o baile e domina seu trabalho. A pose do DJ (que é nomeado na capa) reforça sua destreza sobre a aparelhagem do baile. A mensagem masculina também pode ser a de um convite para a dança, mas não há qualquer conotação sensual comparável com aquela da personagem feminina.

Figura 18 – CD 13: Electro Funk Brasil 2012 - DJ Edu Marks



Fonte: <http://djedumarks.blogspot.com.br/2011/12/cd-electro-funk-brasil-2012-dj-edu.html>

Ele é um ator transacional, que canta, toca e comanda o baile (cenário ao fundo), enquanto ela representa um atributo simbólico sugestivo da música *funk*, estando em evidência pelo jogo de cores.

O olhar da personagem feminina é de demanda, enquanto a posição masculina pode ser lida como contato de oferta. Ele mostra sua música, e ela convida o leitor ao baile. Seu papel de protagonista é evidenciado pela abertura da claridade. O contato com o espectador é social e subjetivo, no caso da mulher, e objetivo, no caso do homem, uma vez que ele se encontra praticamente de costas para o leitor, dando uma visão oblíqua.

O olhar médio iguala o leitor e a participante representada. O trabalho com as cores constrói o corpo bronzeado com biquíni verde (samambaia) à direita e corpo masculino com roupa verde sobre fundo em tons negros e verdes, num efeito sensorial, imitando a atmosfera do baile.

A cor do título do CD, amarela, em contraste com o cenário, em verde, remete à nacionalidade. A palavra *Funk* deixa vazada a bandeira do Brasil, ela própria representada no canto superior direito. Esses títulos destacados por contornos proporcionam a leitura polarizada horizontalmente onde o dado, a promessa, é a música do DJ, enquanto que o desenvolvimento, o novo a ser comentado, é o papel e a simbologia da modelo enquanto representação do *Funk*. Há, ainda, a possibilidade da leitura polarizada vertical, onde a promessa é o nome do CD, caracterizado pelas cores da bandeira do Brasil, e o produto representa o baile, na figura do DJ/MC/cantor, cujo qual quem assegura a qualidade é a mulher samambaia, através de seu sinal positivo.

#### 4.2.3.9 Capa 14

Trabalhando com uma construção textual diferente, o CD 14 traz novamente os DJs Killesse e Budu, já representados nos CDs 5 e 8. Nesse CD, que repete nomes já usados em outras capas, seja como título principal ou como chamada “Pankadão Eletro Funk”, acontece a representação do *processo conceitual classificatório* de *taxionomia aberta*, ou seja, os DJs são superiores à dançarina, cuja representação é fatiada e distribuída pelo texto. Essa modelo posa pra o leitor, e se oferece sensualmente, enquanto que os DJs apresentam seu possível trabalho. A pose da modelo à esquerda destaca os atributos frontais vistos obliquamente. Ela estufa o tórax para destacar os seios e coloca as mãos sobre a base do sutiã. O olhar de esgueiro sugere um convite sensual. O rosto da modelo da direita é apresentado com olhar semelhante. Há, ainda, uma terceira imagem de uma mulher reduzida a pernas vistas dorsalmente. Essas três imagens equivalem a fatias da imagem integral da modelo.

O carro Lamborguini sugere um cenário. Todavia, esse jogo é o resultado da mudança da saturação da cor cinza para a cor laranja. Dessa forma, o carro e o touro acabam sendo também subordinados aos cantores.

Essa sintaxe, que utiliza elementos presente em outros CDs aqui observados, constrói os objetos de desejo para o olhar masculino e assumido pelos DJs: carros, mulheres, poder, dinheiro. Os alto-falantes, presentes no rodapé das imagens dos DJs, reforçam seu papel de dizente, cantor, também funcionando como indicadores do que está sendo cantado, nesse caso, o que parece ser o texto verbal colocado acima das imagens. Esse jogo de cores, contrastes e tamanho das imagens constrói uma percepção de profundidade, um olhar que vai da parte inferior para a superior, terminando nos DJs.

Figura 19 – CD 14: Pankadão Eletro Funk (2012).



Fonte: <http://www.baixarcamp3.org/pankadoo-eleto-funk-2012>

No que diz respeito à *metafunção interativa*, o olhar da mulher e do DJ à esquerda é de demanda. O DJ à direita está na categoria oferta. Prevalece o contato social e a atitude subjetiva através de um olhar médio. O realismo das cores constrói várias cenas compostas sobre fundo em tons de azul. A modalização de pretos e brancos usada no corpo da modelo e no cenário constroem efeitos sensoriais que remetem ao baile *funk*.

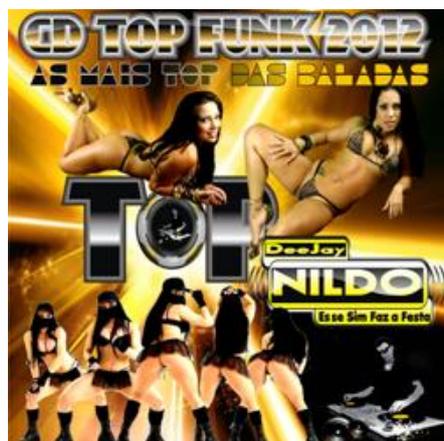
O valor informacional é distribuído na polarização vertical, com a construção ideal/ real. A promessa, o assunto do CD, são os cantores; e a modelo e o carro correspondem ao desenvolvimento da mensagem. A conexão das imagens, os títulos destacados por contornos e o enfoque do título com as cores mais quentes completam esses significados.

#### 4.2.3.10 Capa 15

Para o CD 15 há a construção de vários participantes representados, de forma que a imagem se divide em quatro quadros. Nos quadros superiores, as modelos posam para o espectador, configurando um personagem conceitual simbólico sugestivo. No quadro inferior esquerdo, as participantes dançam para o leitor (processo narrativo acional não transacional). No quadrante inferior esquerdo, o MC/DJ toca para o espectador (processo narrativo acional não transacional). A representação do participante masculino reforça sua destreza sobre a aparelhagem do baile. Ele toca o baile, convida para dançar, para a contemplação de seu trabalho e de suas músicas. Ele está vestido de acordo com o caráter do baile e de seu trabalho. Já as participantes femininas têm em todos os quadros a exposição de seus corpos em diferentes poses e ângulos. Suas roupas são sensuais e deixam seus corpos expostos. As participantes inferiores estão fantasiadas de ninjas, fetiche usado no contexto *funk*. Várias interpretetes representaram a personagem ‘ninja do *funk*’. A foto onde se projetam várias poses dessa simbologia do *funk*, como se a mesma ninja fosse várias delas, caracterizando um grupo musical, foi utilizada na parte inferior esquerda do CD 15.

Esses quatro quadros, quando lidos em conjunto, também representam um processo conceitual classificatório de taxionomia encoberta. Eles estão encadeados, de forma que os três quadros das dançarinas emanam do quadro do cantor, como se de sua música saísse a sensualidade das mulheres.

Figura 20 – CD 15: Dj Nildo- Top Funk 2012.



Fonte: <http://adivizuldowns.net/?p=2836>.

O olhar das participantes, posando ou dançando, é o de demanda. O olhar masculino, por sua vez, é o de oferta. Enquanto elas demandam um convite sensual ao participante representado, ele expõe o seu trabalho. Prevalece nos quadros o contato social impessoal e a atitude subjetiva, chamando o leitor ao envolvimento com a música. As relações de poder não são simétricas no baile, pois a participante duplamente representada nos quadros superiores usa o ângulo na linha do olhar do espectador, mas as dançarinas na parte inferior usam um olhar baixo, detendo poder de sedução sobre seus espectadores. A diferença entre os corpos iluminados e o fundo negro colocam sensorialmente as personagens no palco, como mostra do que é a música tocada pelo homem, no fundo negro.

Essa mensagem é construída disponibilizando as informações de forma centrada. A leitura do texto procede do meio, onde se lê “TOP DeeJay Nildo Esse Sim Faz a Festa”, distribuídas como uma escada, que termina levando o leitor para a imagem do DJ. Cercando o nome do cantor aparecem os quadros com as personagens femininas. Todas as imagens são conectadas, com os títulos destacados por contornos e mudança de cores, de forma que a hierarquia de contraste estrutura a imagem que foca no centro, através de raios que imitam a sonoridade da música.

#### 4.2.3.11 Capa 16

No CD 16, a imagem enfatiza a representação do DJ que domina sua aparelhagem (representação narrativa acional não transacional). Colocada à frente, no canto direito, aparece uma participante feminina, posando para o espectador, supostamente convidando o leitor ao baile com seu olhar sensual. *Shorts* entreabertos, mão que sustenta o sutiã que está por cair e dedo na boca sugerem um convite para o sexo (conceito simbólico sugestivo).

No que se refere à *metafunção interativa*, o olhar masculino e feminino é o de demanda, porém o DJ e a modelo pedem apelações diferentes a seus leitores. Ele demonstra seu trabalho musical e ela se insinua, convida sensualmente o espectador. Ambos estão a uma distância social do leitor, com atitude subjetiva e olhar médio.

As cores usadas descrevem um corpo bronzeado com *shorts jeans* e biquíni preto (mulher) sobreposto à imagem do homem com calça e camiseta pretas operando aparelhagem sobre fundo verde. O código de orientação sensorial se completa pela linha verde clara que circula a personagem feminina, imitando o efeito de aparecimento e de representação mágica, semelhante a filmes animados, simulando que a mulher é parte da magia do espetáculo.

Figura 21 – CD 16: Funk Mix 2012.



Fonte: <http://www.djlucaoriginal.com.br/downloads.html>

As informações se disponibilizam ao leitor pela polarização horizontal, construção do tipo dado/novo, de forma que o DJ é o sujeito, a promessa do baile, o tema da mensagem, enquanto a modelo é o objeto, o produto, o desenvolvimento da mensagem sobre o conteúdo do CD FunkMix 2012. O contraste das cores reforça essa interpretação. A faixa marrom horizontal, na parte inferior, coloca a mulher visualmente à frente do DJ, com uma representação de tamanho maior, simulando como o leitor faz a leitura de um baile: ela executa o papel da dançarina. O contraste entre o verde e o branco ajuda a conectar imagens e textos verbais.

#### 4.2.4 Capas com representação feminina

Os achados encontrados nas onze capas que representam homens e mulheres sugerem uma divisão de papéis. Ao homem cabe o protagonismo dos bailes: são eles que comandam o baile. À mulher cabe a função de representar a sensualidade do *Funk* e, em alguns casos, ela é quase reduzida ao cenário. Quando a elas cabe algum aspecto acional, este é o de dançarina, igualmente representada sensualmente. Em quaisquer casos, contudo, vale observar que o olhar é aquele próprio do homem.

Nesta seção, por sua vez, destacam-se capas de CD que representam mulheres exclusivamente. Essa opção foi observada em 24 capas, sugerindo que a estratégia de representar o *Funk* com imagens femininas é a mais recorrente. Em função disso, cabe questionar como são essas representações, começando pela representação de uma única mulher e terminando com a representação de grupos de mulheres.

#### 4.2.4.1 Capa 17

No CD 17, representa-se uma mulher que posa para o espectador (trata-se da mesma modelo do CD 16), destacando seus atributos corporais frontais (conceito simbólico sugestivo). Ela é a única participante construída. Seu olhar, *shorts* entreabertos, mão sobre o sutiã entreaberto e dedo na boca sugerem um convite sensual ao leitor.

Como cenário ou contexto, apresenta-se ônibus, bocas, prédios, alto-falantes e outros elementos de composição artística, que sugerem o barulho, a movimentação, os efeitos de luzes e a sinestesia de um baile *funk*.

Quanto à interação, a participante feminina também mantém o olhar de demanda, atitude subjetiva e olhar médio, distância social. As cores constroem o corpo bronzeado com *shorts jeans* e biquíni preto sobre o fundo com imagem colorida, que representa o contexto do *funk* e cria o aspecto sensorial da imagem, como se ela fosse o convite a esse clima sugerido pelo efeito artístico ao fundo.

Figura 22 – CD 17: Fluxo do Funk- Vol. 2 (2012).



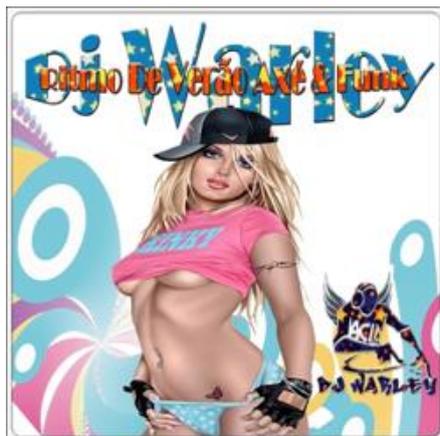
Fonte: <http://downloadseletrofunkcuritiba.blogspot.com.br/p/cds-completos.html>

Essa valorização do corpo feminino se constrói pela leitura vertical, evidenciando-se o título do CD “Fluxo do Funk” funcionando como ideal, a promessa do CD, e a modelo e o seu cenário funcionando como o real, o rema, o desenvolvimento da mensagem sobre o que está sendo vendido nesse CD *funk*. Essa organização textual é viabilizada pela saliência da imagem da mulher em primeiro plano (conectada), contrastando em tamanho, foco e posição com o cenário desconectado. A escolha da cor vermelha para o título, com contornos brancos, também garante a ênfase na linguagem verbal em relação ao contexto artístico.

#### 4.2.4.2 Capa 18

O CD 18 tem características representacionais, interativas e composicionais semelhantes as do CD 17, exceto pela escolha de outras cores para criar o realismo, o efeito sensorio, a saliência e o enquadramento.

Figura 23 – CD 18: DJ Warley- Ritmo de verão Axé & Funk.



Fonte: <http://luzevidadacover.net/?m=20120213>

No CD 18, a modelo, participante representada, também posa para o participante interativo, destacando seus atributos frontais vistos obliquamente. Mãos nas alças da calcinha projetam o olhar para a genitália no pé da imagem. A tatuagem da borboleta reforça o efeito de sensualidade. O corpo projetado para frente destaca os seios, cujos mamilos são quase vistos. O boné projeta aspecto despojado (como é o caso da camiseta). O olhar lascivo voltado para o espectador (demanda) completa o convite sensual, combinando com o efeito artístico das linhas em azul, rosa e amarelo, que compõem as circunstâncias de cenário e cujo *design* imita o contorno de azas de borboletas (conceito simbólico sugestivo).

O nome do DJ é enfatizado nesse CD, de forma que a construção vertical dá ao nome masculino a projeção de destaque quando esse é lido ao fundo do CD “Ritmo De Verão Axé & Funk”. Novamente nesta capa, enfatiza-se a importância do verão, semelhante aos CDs 1, 5 e 8, como momento quente do ano, quente como o baile, e o desenho de um ser alado caricaturado no canto direito representa a figura do DJ, do cantor responsável pelo baile. Ele faz parte do cenário, mas como participante secundário, de acompanhamento, que está manuseando seu instrumento ou mesa de aparelhagem, como a sua representação sugere.

#### 4.2.4.3 Capa 19

O CD 19 se assemelha aos CDs 17 e 18 na construção da representação das personagens usadas para vender o *Funk*, diferenciando-se apenas pela escolha das cores e pelo efeito naturalístico na representação da personagem feminina (metafunção interativa). Seu corpo não apresenta efeitos das luzes e cores usadas nas outras imagens do *corpus*, embora se retome o efeito de sensualidade. A pose da modelo destaca seus atributos frontais. A mão direita está sobre a cabeça, o que projeta tórax e seios para frente. A mão esquerda segura a alça da calcinha, direcionando o olhar do espectador para a genitália. Os olhos fechados para baixo sugerem certa timidez (oferta), mas reforçam o olhar do consumidor para o corpo (conceito simbólico sugestivo).

Figura 24 – CD 19: Fluxo do Funk Vol. 03 Ostentação (2012).



Fonte: <http://downloadseletrofunkcuritiba.blogspot.com.br/p/cds-completos.html>.

Análogo aos CDs 05, 08, 10 e 14, a presença do carro esportivo retoma um ideário masculino, aqui como contexto de cenário. Dessa forma, o carro e a mulher são os desejos disponibilizados pela mensagem desse CD *funk*, confirmados na leitura polarizada horizontalmente onde o dado é o carro, o CD e a frase de complemento “Ostentação”; e o novo, o desenvolvimento da mensagem, é a representação feminina e sua simbologia. Dessa forma, é possível interpretar que os símbolos de ostentação do *Funk* são o carro e a mulher.

#### 4.2.4.4 Capa 20

A mesma disponibilização do valor das informações (*metafunção composicional*), colocando a personagem feminina comodificada a direita da imagem (*metafunção*

*representacional*), encontrada nas capas anteriores, repete-se na capa do CD 20. Nesse exemplar, a personagem assume novamente o olhar de demanda (metafunção interativa), de forma a convidar o participante interativo ao consumo, por meio do jogo sensório das cores utilizadas e, sobretudo, pelo fetiche advindo da escolha de seu figurino. A pose da modelo destaca os atributos dorsais vistos obliquamente. Pernas estão abertas tal como se ela estivesse sobre o parceiro, destacando as nádegas. A roupa de couro, com o desenho de uma borboleta, semelhante à tatuagem no corpo das participantes representadas nos CDs 18 e 19, e a bota reforçam os atributos sensuais da modelo: apelo sexual como atributo simbólico sugestivo. “Ela é o *Funk*”.

Figura 25 – CD 20: Funk Pancadão – Clube A.



Fonte: <http://luzevidacover.net/?m=20120213>

A parte esquerda do texto, o dado, a promessa do produto corresponde ao título do CD: “Funk Pancadão – Clube A”. Há um efeito sensório nas cores usadas no título, cuja modulação do amarelo ao vermelho representa o fogo, o calor, retomando assim o apelo sensual da capa. Ela (o *Funk*) está queimando, ela (o *Funk*) está ardendo.

#### 4.2.4.5 Capa 21

Segurar a calcinha e/ou o sutiã é um recurso de comodificação feminina recorrente nesse *corpus* (CDs 8, 16, 17, 18 e 19). Essa estratégia é novamente encontrada no CD 21. Nesse exemplar, a participante representada feminina posa para o participante interativo como conceito simbólico sugestivo (metafunção interativa), visto que só há um participante e ela é a representação única do *Funk*. A pose da modelo leva o leitor a observar seus atributos frontais vistos obliquamente. Com a mão direita, ela segura a alça da calcinha e,

com a mão esquerda, a alça do sutiã. Dessa forma, a personagem representada tem qualidades que são construídas a partir de suas roupas. Isso sugere que áreas do corpo olhar e que essas peças de roupa podem ser retiradas. A boca entreaberta sugere a disponibilidade e um convite sensual (conceito de demanda).

Semelhante ao CD 19, a projeção desse corpo usa um efeito naturalístico, sem efeitos de computador ou uso de cores que potencializem os resultados da imagem. A leitura da imagem é realizada na polarização vertical, de forma que o real é o nome do CD e o ideal é o nome do DJ e sua frase comercial, acompanhados da representação feminina.

Figura 26 – CD 21: CD Eletro Funk 2012 By [DJ Willian The Best]



Fonte: <http://djwilliamthebest1.blogspot.com.br/2012/07/cd-eletro-funk-2012-by-dj-william-best.html>

Esses textos verbais encontram-se trabalhados artisticamente, de forma que o superior é desconectado e apresenta um efeito sensório de sombra, pelo uso das cores amarelo, vermelho e preto. Também a cor amarela reforça a mensagem da nacionalidade, expressa pela bandeira do Brasil estampada no biquíni da participante feminina. Já a escolha do fundo branco dá ao texto um efeito de amplitude, de falta de limites, fazendo a imagem parecer maior do que realmente é e potencializando o texto verbal, sobretudo os atributos do DJ: “Ele é o melhor em seu trabalho musical.” Isso implica em dizer que, mesmo não sendo representado fisicamente, o texto verbal recupera a representação de um corpo masculino (DJ/MC/cantor), e essa representação pressuposta atua com as mesmas características encontradas nas capas em que homens e mulheres são representados pelo texto multimodal, garantindo, no texto verbal, a mesma identidade masculina observada nas imagens.

#### 4.2.4.6 Capa 22

Mantendo o padrão de comodificação feminina, mas organizando o valor da informação como dado/novo (*metafunção composicional*), o CD 22 elabora uma mensagem onde a representante retratada reage a algo que não é visível ao leitor, num processo narrativo reacional não transacional. Seu olhar cria uma linha (vetor) entre ela e algo fora do alcance de vista do participante interativo (*metafunção representacional*).

Com essa construção, a participante representada destaca os atributos laterais, um corpo magro (os corpos femininos usados nessas representações são sempre contornados, retomando a essência da beleza brasileira contemplada na literatura e também a identidade dos corpos femininos descritos na música *funk*), simulando em pé a mesma posição que enfatiza o dorso, se o espectador olhasse para ela deitada de costas. O olhar para trás (oferta) sugere que a participante reage a um fenômeno subentendido que o leitor pode imaginar ou fantasiar a partir de suas características sensuais.

Figura 27 – CD 22: Funk Especial digital 93 FM.



Fonte: [http://digital93fm.com.br/novoradio/?attachment\\_id=339](http://digital93fm.com.br/novoradio/?attachment_id=339).

A distância entre a participante representada e o leitor é social, com atitude objetiva, de forma que o leitor olha para um acontecimento e não participa dessa experiência, apenas a contempla (*metafunção interativa*). As cores selecionadas trabalham o corpo bronzeado com biquíni e saídas marrons sobre paisagem de praia desfocada, criando assim o efeito sensorial, que invoca a praia, mas que dá ao texto um aspecto de sonho, de que essa mulher é uma miragem, através do contexto do fundo desfocado e como se estivesse girando ou simulando a ventania da praia. Também é possível relacionar a falta de foco da imagem

enquanto representação de uma lembrança, bem como é importante destacar folhagens e linhas que saem do canto inferior direito, completando o desenho da árvore, como plantas, mas com o efeito marca d'água que se confunde com a representação da mulher.

Se nos outros CDs de comodificação feminina, a participante caracterizada como um atributo simbólico, uma metáfora que representa a essência do *Funk*, nessa construção o espectador, participante interativo, contempla uma experiência sobre o *Funk*, a partir do ponto de vista da participante, simulando para o leitor a sensação de uma lembrança sensual dessa música.

O título do CD aparece como tema, como o dado, na leitura horizontal, sendo o assunto da capa, enquanto essa participante reatora não transacional funciona como o novo, como o desenvolvimento textual do dado, como a efetivação do assunto que o leitor não domina. Esse tipo de representação (reacional) caracterizando a personagem feminina em uma lembrança pode estar associado ao fato de que o CD é de uma rádio FM. A rádio (instituição) é o CD e uma rádio trabalha com músicas que acionam lembranças. Essa identidade pode caracterizar a diferença de escolhas multimodais que oportunizam um olhar de lado para a participante representada, porém não deixando de construí-la, em suas características de personagem, semelhante aos demais CDs que apresentam representações femininas.

#### 4.2.4.7 Capa 23

Figura 28 – CD 23: Funk Neurótico Volume 7.



Fonte: <http://dvdsupercapas.blogspot.com.br/2012/03/funk-neurotico-volume-7.html>.

Estrutura composicional semelhante àquela da capa 22, acontece na capa do CD 23, agora com uma participante caracterizada como conceito simbólico sugestivo (metafunção representacional).

Nesse CD, “o corpo da mulher representa o *Funk*” através do destaque dos atributos corporais frontais, das pernas que se abrem e sugerem ao leitor o olhar à genitália. O olhar de esgueira (demanda), que também sugere que o espectador olhe para o corpo, funciona como um convite. Os acessórios de pedrarias nos *shorts* e no véu funcionam como um fetiche, retomando a ideia das dançarinas da dança do ventre, simbologia comum realizada pela representação feminina em diversos programas de auditório nos últimos anos.

A relação com o participante interativo (*metafunção interativa*) é impessoal, subjetiva e constrói-se a partir do olhar médio, de forma que o representado e o interativo estão na mesma hierarquia de poder. Semelhante aos CDs 19 e 21, o trabalho com essa imagem é naturalístico, e destaca o nome do CD, o dado (metafunção composicional), como se este fosse um carimbo no fundo branco do texto, sugerindo a noção de amplitude. O contraste das cores possibilita a observação do corpo feminino, o novo, rema, com *shorts jeans* e *top* vermelho e preto sob fundo branco, uma imagem conectada ao lado de um título quase desconectado, destacado por contornos. Isso sugere que o *Funk*, que foi qualificado aqui como neurótico, vende a figura da mulher à direita, ela é o conteúdo desse produto.

#### 4.2.4.8 Capa 24

No CD 24 a ideia da mulher associada ao mundo automobilístico, como parte ou extensão do desejo masculino (CDs 5, 8, 10, 14 e 19) se repete na construção multimodal que coloca a participante representada em cima de uma moto.

O corpo da mulher representa um conceito simbólico atributivo, “Ela representa o *Funk*”, na medida em que se relaciona com o atributo simbólico moto e destaca os seus atributos frontais vistos obliquamente. As pernas estão abertas porque ela está sentada ao contrário na moto, num contexto erótico que sugere a moto como representação fálica. Uma mão apoia-se na mota e a outra sobre a perna. A modelo projeta-se para trás para destacar tórax e seios, sugerindo estar disposta a deitar.

O olhar de demanda para o espectador reforça o convite sexual. O plano aberto constrói a impessoalidade, mas com atitude subjetiva, pois ela se envolve com o espectador e através do olhar baixo enfatiza seus atributos sexuais a esse leitor: o corpo bronzeado em biquíni branco sentado sobre a moto com gradação de cinza (metafunção interativa).

Figura 29 – CD 24: Funk Porradao 2012 – DJ Fiti.



Fonte: <http://dvdsupercapas.blogspot.com.br/2012/03/download-funk-porradao-2012-dj-fiti.html>

Embora a moto seja trabalhada com cores e contrastes, enfatizando sua representação de poder e a associação com as características masculinas, a participante representada tem sua imagem naturalística, o que mescla os efeitos de sentido nesse texto, dando maior simbologia para a moto: “Ela está vinculada (pertence) à moto”.

O valor dessas informações (metafunção composicional) disponibiliza-se de forma centralizada, direcionando a leitura a partir do título do CD “Funk Porradao 2012” para então destacar a mulher sobre a moto. Nesse sentido, a leitura é feita em profundidade, levando o espectador a ler a mensagem do ponto central da imagem, que é onde a mulher está sentada, para a totalidade da mensagem, as laterais. Esse caminho é possibilitado pela hierarquia de contrastes e de tamanho das imagens, pois a cabeça da mulher ficou acima do texto. No centro da capa se lê o título do CD e, embaixo, todo o corpo da moto, do qual o corpo feminino faz parte.

#### 4.2.4.9 Capa 25

O CD 25 retoma o tema da praia, cenário dos CDs 1 e 22. Nessa capa, um corpo magro, semelhante ao CD 22, posa para o leitor destacando os atributos frontais vistos ligeiramente de lado. Mãos à cabeça destacam tórax e seios que são entrevistados sob a camisa semitransparente. Ela é um participante representado como conceito simbólico sugestivo (*metafunção representacional*), ou seja, as características do que está sendo vendido emanam da personagem.

A representação corpórea é naturalística, embora a praia como contexto de cenário e seu leve embaciado deem a cena um ar de lembrança, sonho, semelhante ao CD 22. Na

interação com o leitor, o contato é de demanda. A participante demonstra algo ao leitor, sua essência, suas qualidades como parte da praia e, assim, do *Funk*. O contato com o leitor é social com atitude subjetiva. O olhar entre a participante e o leitor é médio, e as cores enfatizam o corpo bronzeado com biquíni e a blusa amarela sobre paisagem de praia levemente desfocada.

Figura 30 – CD 25. Funk Porradao Supermix 2012



Fonte: <http://www.musicasparaouvir.org/funk-porradao-supermix-2012/>

A composição, incluindo o registro verbal, constrói-se da esquerda para a direita, de forma polarizada horizontal. O dado é o título do CD “Funk Porradao Supermix”, e o novo, o produto final do *Funk*, é a modelo, a participante representada. A agudez do foco, que deixa mais claro e colorido a participante, também caminha na linha de leitura do leitor, da esquerda para a direita.

#### 4.2.4.10 Capa 26

O CD 26 retoma a composição sensória, mas mantém a construção dado/novo, conectando as imagens como em um triângulo. O dado, título do CD “Funk Supermix 2012”, aparece de lado, ficando praticamente acima da figura feminina. O novo, a mulher, o produto do *Funk*, cuja pose completa o contorno da linguagem verbal.

Esse valor da informação, que coloca a mulher como o desenvolvimento da mensagem, também a deixa na posição de participante conceitual simbólico subjetivo (metafunção representacional), atribuindo a ela a essência do *Funk*. A pose da modelo destaca os atributos frontais vistos de lado. Ela está sobre uma cama (circunstância de cenário), reforçando a insinuação de que está disponível para o sexo.

O contato com o leitor ocorre por demanda (metafunção interativa). O contato com o leitor é impessoal, com atitude subjetiva e olhar médio. A modalização das cores traz o olhar do leitor para a participante, ou seja, para seu corpo bronzeado com lingerie preta sobre a cama, esta sobre fundo em tons de cinza. Por efeito sensorio, a participante parece estar à disposição do leito, como em um sonho sensual.

Figura 31 – CD 26: CD Funk Supermix 2012.



Fonte: <http://capasbil.blogspot.com.br/2012/10/ziddu.html>

Como nos demais CDs, essa participante é anônima, seus atributos não estão ligados à sua identidade social como quem trabalha ou realiza algo no mundo e sim por seus atributos corpóreos. Todavia, a parte inferior do CD apresenta o nome dos MCs que cantam suas músicas no CD. Eles têm nomes e são os agentes do baile, das músicas do CD, também contribuindo para que a leitura do espectador aconteça na forma dado/novo, porém de forma oblíqua, arqueada, cortando a imagem em dois triângulos laterais. Dessa forma, fica possível ler a seguinte mensagem: “O Funk Supermix 2012 é a mulher que está nas músicas dos MCs”.

#### 4.2.4.11 Capa 27

O CD 27 também trabalha a mulher na perspectiva desenvolvida no CD 26, com uma representação que destaca os atributos frontais vistos ligeiramente de lado. As pernas abertas que destacam a genitália e as mãos em direção à cabeça projetam tórax e seios à frente (oferecem o tórax). Os mamilos estão destacados sob a camiseta, construindo assim um participante conceitual simbólico sugestivo. Ela, participante, sugere o que é o *Funk*. Assim, os efeitos artísticos da cor vermelha em contraste com o rosa representam o cenário.

Na metafunção interativa, a mulher mantém um contato de *demand*a com seu leitor, enfatizando assim o convite sensual. Há uma distancia social entre o leitor e a imagem, um envolvimento subjetivo e uma relação de poder igualitária entre o participante representado e o interativo.

Semelhante ao CD 25, na parte superior lê-se o nome dos cantores do CD, os principais MCs, de forma que a leitura dessa imagem acontece de forma polarizada vertical. A participante feminina é o *Funk*, o produto final, a essência da música, ou seja, um corpo feminino com *lingerie* azul e camiseta branca sobre fundo em tons de vermelho e rosa. Essa imagem é sensória. Trata-se de uma mulher que se assemelha a uma boneca ou a um robô, cuja perfeição de contornos trabalha com a subjetividade do leitor. Seu foco acontece através da forte conexão das imagens e da linguagem verbal, da modulação das cores que são fortes nas margens e mais tênues no centro, formando assim o foco agudo na personagem.

Figura 32 – CD 27: Funk na cabeça Vol. 02.



Fonte: <http://luzevidacover.net/?p=2061>

#### 4.2.4.12 Capa 28

O cenário trabalhado artisticamente apareceu em alguns CDs do *corpus* (CDs 5, 17, 18 e 27). Em comum, destaca-se a técnica de fazer um cenário com cores, imagens desconectadas e desenhos que lembram um quadro abstrato e que funcionam como contexto, como pano de fundo, geralmente para participantes simbólicos sugestivos, que aparecem sozinhos no texto e que precisam representar a essência da mensagem.

Nesse sentido, o CD 28 apresenta uma construção ideal/real (metafunção composicional) também com fundo trabalhado artisticamente, que completa a imagem da personagem representada como se a mesma estivesse se sentando sobre essa imagem, lembrando uma moto estilizada, produto de desejo masculino. A pose da personagem feminina destaca os atributos dorsais vistos obliquamente. Pernas parcialmente dobradas projetando o quadril para trás equivalem ao efeito de lordose (monta). Esta pose projeta o tórax (e seios para baixo). O salto alto auxilia o equilíbrio e eleva o quadril. Acrescente-se o fetiche das dançarinas do ventre: pedrarias na saia e véu sobre a boca.

Figura 33 – CD 28: Funk na cabeça. Vol. 03.



Fonte: <http://luzevidacover.net/?p=2061>

O olhar em direção ao espectador reforça o efeito de demanda (*metafunção interativa*). Ela é uma personagem que representa o produto, o CD *funk*, como conceito simbólico sugestivo (*metafunção representacional*). A capa estabelece uma distância social impessoal com o leitor. A atitude, entretanto, é subjetiva, e o olhar é médio. Contrastando com o fundo branco, destacam um corpo bronzeado, em *lingerie* negra e com véu sobre a boca, e uma moto colorida estilizada. Essa composição é sensorial, e a arte ao fundo da participante representada retoma a função dos alto-falantes, relembrando o som do baile.

Este CD contém dois triângulos. À direita, destaca-se o título do CD: “Funk na Cabeça”. À esquerda, destacam-se a representação feminina e seu cenário no canto inferior esquerdo. Há formas curvas que delimitam esses dois triângulos

#### 4.2.4.13 Capa 29

O CD 29 evoca as sensações, através do extremo contraste de cores que criam o efeito sinestésico da música do baile. A capa apresenta uma personagem central representada

através de um processo narrativo reacional não transacional. A pose da modelo destaca os atributos laterais, destacando seios fartos e quadril. A mão direita está sobre a perna esquerda e a mão esquerda sobre a alça do sutiã (evidenciando a possibilidade de baixá-lo). O olhar para trás sugere que ela está se oferecendo para um terceiro fora do alcance do leitor (embora isso também possa ser interpretado como oferecimento ao espectador). As caixas de som representam as circunstâncias do cenário. O ponto central das listas está na altura da mão exposta da modelo, de onde a simbologia do som emerge.

A participante representada estabelece com o leitor um contato de oferta. “Ela é a personificação do *Funk*”, de forma que o valor das informações desse texto é construído a partir dela. O leitor observa a reação da participante à música *funk*, através de uma distância social, uma atitude oblíqua e um olhar de poder baixo, de forma que o participante interativo está abaixo do palco, dando maior poder de sedução à participante representada.

Figura 34 – CD 29: DJ Black Mix –The Best Eletro Funk 2012



Fonte: <http://www.hitsmp3.net/cds.php?artista=funk-na-cabeca>

Os olhos fechados reforçam o contato de oferta. As cores constroem um corpo feminino bronzeado em lingerie preta ladeado por duas caixas de som sobre fundo centrado em listas azuis e negras. Acima das caixas de som aparecem logotipos do CD e abaixo a frase apelativa: “The Best Eletrofunk”, textos verbais que em conjunto cercam a participante e reafirmam a centralidade da mesma nesse texto.

Nesse texto multimodal, as cores são os elementos que funcionam como principal estratégia de construção da mensagem (metafunção composicional), pois é o contraste e o trabalho com as cores do centro para a margem que garantem o enfoque do corpo da participante e o aspecto sensorial, glamoroso da imagem.

## 4.2.4.14 Capa 30

O CD 30 trabalha com a representação de uma modelo posando para o espectador, com olhar sexy, destacando seus atributos frontais (*metafunção representacional*). Os mamilos são toscamente encobertos por estrelas (estratégia comum em capas de vídeos pornográficos). Há caixas de alto-falantes como circunstâncias de cenário e a baía de Guanabara como circunstância de fundo, possibilitada pelo contexto das cores, que cria a profundidade da imagem, de forma que a participante representada como atributo simbólico sugestivo está em um lugar alto, criando assim uma espécie de cartão postal do *Funk*. Repare-se como a mulher e o Rio de Janeiro, berço do movimento musical (ESSINGER, 2005, HERSCHMANN, 2005), são representados nesse exemplar.

Figura 35 – CD 30: O melhor do funk - Dj Vilson (2012).



Fonte: <http://socapas10.blogspot.com.br/2012/03/dj-black-mix-best-eleto-funk-2012.html>.

Como um cartão postal traz as imagens dos lugares mais bonitos de uma determinada localidade, nesse caso, o “Melhor do Funk”, título do CD, é o cenário, e a participante feminina que se disponibilizará para quem comprar essa música. A participante confirma essa forma de interação com o espectador através do contato de demanda, a distância social e a atitude subjetiva com olhar médio para o espectador. Há um efeito sensorio criado pela penumbra do sol sobre a baía, que projeta a participante como que o resultado do som dos alto-falantes, construindo assim um efeito de surgimento, de disponibilização da participante para o espectador.

No que diz respeito à metafunção composicional, essas informações são organizadas de forma polarizada horizontal, começando pela modelo, essa participante é a

representação da música, do baile *funk*, enquanto a baía, o CD e o DJ são o produto. Então, seria possível ler: “A mulher é o melhor do Funk do DJ Vilson no Rio de Janeiro”.

O tamanho da participante, maior e projetado a frente, seu corpo feminino bronzeado em *topless* (estrelas nos mamilos) e baixando sua calcinha (estratégia também encontrada nos CDs 8, 16, 17, 18, 19 e 21), em primeiro plano, contrasta com o plano de fundo e traz o foco para ela, através da conexão das imagens com títulos destacados por contornos e também a lista de sucessos desconectada, no canto inferior direito.

#### 4.2.4.15 Capa 31

O CD 31 também apresenta uma participante retirando a parte inferior da roupa íntima, um fio dental para destacar o quadril, usando luva preta, símbolo de fetiche. Sua pose destaca os atributos dorsais. Os mamilos são parcialmente encobertos e ela se projeta para traz, à frente de um caminhão, que funciona como cenário. Essa participante funciona como atributo simbólico sugestivo, pois “ela é a música *funk*” do CD “Fluxo do Funk”.

Figura 36 – CD 31: Fluxo Do Funk Vol. 4 – Hits Da Balada (2012).



Fonte: <http://musicaparaouvironline.com/fluxo-do-funk-vol-4-hits-da-balada-2012/>

Repetem-se aqui, como nos outros CDs que usam comodificação feminina, o contato de oferta, a distância social, a atitude subjetiva e o olhar médio entre a participante representada e o participante interativo (metafunção interativa). A elaboração da imagem do corpo feminino é naturalística, mas o cenário é desfocado, o que coloca a ênfase na mulher à esquerda e à frente.

Para a construção da imagem usa-se a construção polarizada horizontal dado/novo, onde ela é o dado, o que se sabe do *Funk* e o CD, o título, é o novo, o produto a ser divulgado, através de imagens conectadas e títulos destacados por contornos e molduras.

O cenário com o caminhão como plano de fundo (contexto) retoma o ideário do desejo e do contexto masculino, como nos CDs 5, 8, 10, 14, 19, 24 e 28, que trouxeram para a propaganda da música *funk* carros ou motos. A presença da participante feminina nesses contextos reforça a naturalização da representação feminina como um símbolo, junto aos carros de demais objetos de desejo e poder masculinos.

#### 4.2.4.16 Capa 32

No CD 32, optou-se por uma participante representada em uma narrativa reacional não transacional. A participante reage à música, seu olhar cria um vetor com algo não definido, fora do alcance do leitor, mas que pode ser subentendido como seu sentimento ao escutar a música *funk*. Nesse exemplar, há sutileza em função da pose. A mulher se oferece com olhar sexy que destaca seus atributos frontais. O olhar não se volta ao espectador. As mãos em direção à cabeça empinam o tórax e insinua a exposição deliberada dos seios. As partituras e os efeitos de arte constroem as circunstâncias de cenário que garantem a representação da mulher ouvindo música *funk*.

Figura 37 – CD 32: Killesse – Balada Funk 2012.



Fonte: <http://adivizuldowns.net/?p=4570>

Na relação com o participante interativo, o contato da participante representada é o de oferta. Ela, como produto a ser contemplado, não interage com o leitor. O plano aberto gera a distância impessoal, a atitude subjetiva que envolve a participante representada com o

contexto musical do qual ela faz parte. Seu olhar alto reforça a narrativa reacional, pois ela reage à música. O contraste das cores e a modulação do cinza desenharam o corpo feminino bronzeado, vestindo lingerie preta, sobre um fundo cinza com estilização de pautas musicais. Isso cria, em volta da participante, o efeito sinestésico da música, como se fosse possível senti-la. Essa estratégia dá à participante uma representação subjetiva, um aspecto de não real.

A disposição da mensagem é polarizada horizontalmente, retomando a construção dado/novo em que o tema, assunto é o DJ “Killesse” (assunto também presente nos CDs 5, 8 e 14, que mostram também a comodificação masculina) e o baile, o conteúdo do CD “Balada Funk 2012”, enquanto que o novo, a totalidade da mensagem é a mulher, a participante representada. Entre suas pernas ficou o ano de CD e no canto direito inferior repete-se a frase apelativa: “Só as melhores”, que deixa na mensagem um duplo sentido: “as melhores mulheres”, “as melhores músicas” ou “ambas”? As imagens conectadas e os títulos amarelos destacados por contornos vermelhos garantem essa completude.

#### 4.2.4.17 Capa 33

O CD 33 também representa a sinestesia da música *funk*, trabalhando artisticamente o cenário, com imagens conectadas, discos de vinil e alto-falantes construídos com linhas e cores, semelhantes aos CDs 5, 17, 18, 27 e 28. Esse cenário artístico opera para estabelecer o efeito vetorial de dança da participante feminina. A pose destaca atributos frontais olhados de lado, o que sugere reforçar o valor do quadril representado num processo narrativo acional não transacional (*metafunção representacional*). Ela dança, emana de si o conteúdo do CD, a sensação do *Funk*.

No que se refere à *metafunção interativa*, a personagem estabelece com o participante representado o contato de demanda. Ela olha para o espectador, dançando e demonstrando seus atributos de forma sugestiva. Sua distância é impessoal e sua atitude subjetiva. O olhar médio a iguala ao espectador, e o contraste das cores desenha o corpo feminino com *shorts* preto e camiseta vermelha sobre fundo colorido baseado em discos. O efeito sensorial se estabelece pela policromia e a seleção de cores quentes e fortes contrastando com o fundo preto, que lembra o baile noturno.

A disposição dessas informações (*metafunção composicional*) acontece de forma centrada. Todas as informações sobre o CD e o cenário são legíveis a partir da participante feminina. Ela é o centro da mensagem. Isso é possível pelo trabalho com as categorias da saliência que enfoca a modelo no centro e vai dispondo os elementos artísticos ao se redor,

dispostos em ondas que imitam os passos e o trajeto da dançarina e o movimento de seu corpo, efeito que vai se dissipando na propagação da imagem, chegando à cor preta nas laterais, como se ela surgisse a partir desse efeito sinestésico.

Figura 38 – CD 33: Balada Funk 2012.



Fonte: <http://downloadseletrofunkcuritiba.blogspot.com.br/p/cds-completos.html>

Esse efeito da informação em ondas realizado com imagens conectadas e títulos destacados por contornos e molduras começa na participante, leva à leitura do título do CD “Balada Funk 2012”, que parece ser realizado por um alto-falante, propaga-se nos efeitos artísticos, traz o nome do DJ: Tiago Albuquerque e termina o círculo na participante, que está no centro de um efeito espiral, como a dançarina que emerge do efeito sensorial.

#### 4.2.4.18 Capa 34

O CD 34 representa uma mulher por atributo simbólico sugestivo, de forma que ela é a única participante e resume em si o que é o CD *funk*. A pose da modelo destaca os atributos dorsais. A calcinha branca vista de trás destaca a genitália. Sua mão segurando a saia demonstra que ela a levantou enquanto dançava.

A relação entre o participante representado e o interativo acontece pelo contato de oferta. Ela não tem seu rosto demonstrado. Seu corpo é visto por trás com ênfase nas nádegas. O contato entre esses participantes é social, com atitude subjetiva, mas sem contato visual. Todavia, como a participante empina o quadril, ela projeta também um leitor abaixo de suas nádegas, que pode olhá-la de baixo para cima, simulando assim um convite. As cores desenham o corpo feminino bronzeado sobre o fundo azul, de forma bem naturalística. É possível ver a iluminação em relação ao título e a frase apelativa: “a novinha quer funk”. A

participante representada é a “novinha” representada com saia tipo colegial rosa, deixando à mostra a calcinha branca, que contrasta com a pele bronzeada das nádegas, salientando assim a genitália e o apelo sexual.

Figura 39 – CD 34: Balada Funk - a novinha quer Funk 2012.



Fonte: <http://capaseditadas2.blogspot.com.br/2012/10/cd-balada-funk-novinha-quer-funk-2012.html>.

A interação entre a participante e o leitor acontece pela polarização horizontal, mas numa leitura oblíqua, que começa na frase chamativa e faz um meio círculo, passando pelo título “Balada *Funk*” e terminando assim nas nádegas da participante e no ano do CD, em contraste amarelo, de forma que o dado é o nome do CD e seu *slogan*, enquanto que o novo, o desenvolvimento textual acontece com o corpo feminino. Essa é a finalidade do CD. A conexão das imagens e os contornos dos títulos trabalham para essa sintonia.

#### 4.2.4.19 Capa 35

O CD 35 usa a composição artística como cenário, semelhante aos CDs 5, 17, 18, 27, 28 e 33. Através da composição dado/novo (metafunção composicional), o leitor é direcionado para o título do CD: “Funk Porridão 2012”. A linguagem verbal na qual os títulos são destacados por contornos sobre o cenário de elementos artísticos, lembra um ramallete de flores, com borboletas e linhas que se assemelham a galhos retorcidos. Nessas imagens conectadas, a participante representada aparece como atributo simbólico sugestivo (metafunção representacional) e corresponde ao novo, ao desenvolvimento da mensagem. Sendo assim: “O *Funk* é ela”.

A participante posa para o leitor destacando seus atributos frontais. As pernas abertas reforçam o olhar em direção à genitália. A cor escura do banco reforça sua posição e o

foco em suas pernas abertas. Dessa forma, o olhar de demanda (metafunção interativa), com distancia social impessoal e atitude subjetiva com o olhar médio entre a participante representada e o participante interativo possibilitam a leitura do convite da participante ao leitor. Ela o convida para vir ao *Funk*, vir para ela, para o corpo bronzeado no biquíni com estampa de tigre (fetiche), sentada em pufe sobre fundo colorido. O contraste entre a participante e o cenário criam efeitos sensórios. A faixa laranja se expande no trabalho artístico das cores, contrastando com linhas cinza claro ao fundo, que podem ser lidas como as ondas musicais.

Figura 40 – CD 35: Funk Porridão 2012.



Fonte: <http://luzevidacover.hospedagemdesites.ws/?m=201203>.

Por fim, é importante perceber que muitos termos se repetem na linguagem visual e verbal. O léxico “Porridão”, que simboliza a força, o impacto da música e o contexto masculino, faz parte do título do CD 35, mas também é usado nos títulos dos CDs 24 e 25, todos caracterizados pela comodificação feminina. Isso sugere que o léxico “Porridão” diz respeito à característica da música, do baile *funk*, cuja representação se faz pelo corpo feminino.

#### 4.2.4.20 Capa 36

O CD 36 também opta pelo cenário com arte e apresenta duas participantes representadas como atributo simbólico atributivo (metafunção representacional). As participantes aparecem em primeiro plano de forma exagerada: seus corpos estão bem iluminados e a composição sugere o detalhamento de seus atributos corpóreos através da distinção das cores e da diferença dos tons que separam a pele das participantes do cenário. As nádegas da participante a esquerda são iluminadas e brilham enquanto que a participante

da direita tem suas nádegas destacadas pelo fio dental, pela tatuagem e pelos sapatos escuros. A pose das modelos destaca os atributos dorsais, mas o olhar se volta ao espectador. No cenário, no canto superior esquerdo, as caixas de som ladeiam o título do CD “Funk Top 2012”. Já as teclas de piano completam a arte na qual elas estão em cima. As participantes estão sobre a música. A música é o atributo simbólico que emana a identidade para as participantes.

Essas participantes posam e interagem com o leitor através do contato de demanda, em que o olhar delas se insinua ao participante interativo. A distância com o leitor é impessoal, a atitude é subjetiva e o olhar entre os participantes é médio. As cores desenham os corpos femininos bronzeados de biquíni sobre fundo colorido criando um efeito sensorio, imitando o efeito sinestésico da música, como fizeram a maioria dos CDs desse *corpus*.

Figura 41 – CD 36: Funk Top 2012.



Fonte: <http://luzevidacover.net/?p=691>.

Na metafunção composicional, as informações do CD são lidas na polarização ideal/real, sendo que as caixas de som e o título do CD são a promessa das músicas *funk*, enquanto que as participantes e as teclas são o produto do *Funk*. A disposição das participantes cria uma referência identitária de oferecimento de um produto, as teclas de piano projetam as participantes como se elas fossem objetos a serem contemplados, ofertados com a música. Elas vendem essa música, mas adquirem características sensuais desse cenário.

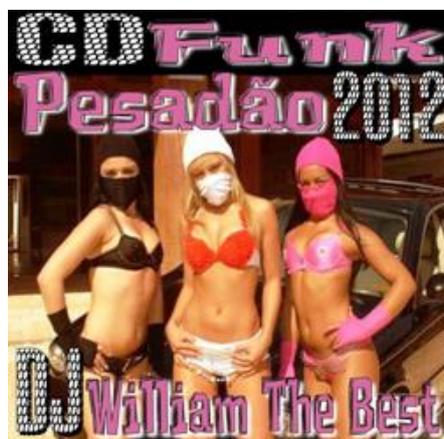
#### 4.2.4.21 Capa 37

O CD 37 retoma o automóvel como circunstância de cenário, mesmo contexto dos CDs 5, 08, 10, 14, 24, 28 e 31, ou seja, o automóvel como simbologia do poder e do desejo

masculino. Nesse CD, as participantes representadas apresentam características sensuais e fantasias de fetiche. Usam véus e tocas de cores diferentes e demonstram seus corpos com ênfase nos atributos frontais, a barriga, os seios e a região do quadril. Dessa forma, assumem a representação conceitual classificacional, ou seja, elas fazem parte de um grupo, são personagens encadeadas, com individualidades da representação do fetiche.

O olhar do trio é de demanda, a distância é social e a atitude é subjetiva, através do olhar médio entre elas e o espectador. Os corpos femininos com máscaras ninjas sobre a paisagem urbana com automóvel de fundo são representados sem efeitos sensórios, construindo um efeito naturalístico.

Figura 42 – CD 37: CD Funk Pesadão 2012 by [DJ Willian The Best].



Fonte: <http://djwilliamthebest1.blogspot.com.br/2012/07/cd-funk-pesadao-2012-by-dj-william-best.html>.

As informações são lidas a partir da personagem do meio, que com as outras monta um *tríptico* (metafunção composicional). Ela é o núcleo das informações, de forma que o leitor olhará para as demais participantes e depois para as laterais, para o nome do CD e do DJ. O trabalho com as letras das palavras “CD, 2012 e DJ” lembram a parte gradeada dos carros, enquanto a cor rosa do restante da linguagem verbal, conectado e destacado por contornos brancos e negros, garante o contraste dos títulos. Semelhante aos CDs 21 e 29, o léxico “The Best”, o melhor, sempre aparece na parte inferior do texto.

#### 4.2.4.22 Capa 38

O CD 38 traz a representação de um processo narrativo mental (*metafunção representacional*). Uma participante representada ao canto direito da imagem pensa sobre como é o baile *funk*. Então, à esquerda, semelhante ao CD 33, o CD 38 a imagem traz três

dançarinas. Suas ações não envolvem os participantes entre si, elas não dançam umas para as outras, só estão dançando e curtindo a musica *funk*, como participantes em circunstâncias de acompanhamento do cenário. A mensagem se completa pelo slogan do baile: “Funk”, acima das dançarinas e o nome do CD, abaixo delas “Funk na veia 2012” (mesmo título do CD 7). A frase imperativa fecha o conteúdo: “No clima da ostentação”. Esse clima é, por hipótese, aquilo que é pensado pela participante principal à direita.

Há duas formas de interação com o leitor nessa imagem (*metafunção interativa*). A participante que está pensando estabelece um contato de oferta, com distância íntima e atitude objetiva: seu olhar é superior. As dançarinas mantêm com os espectadores o contato de demanda, com distância social e atitude subjetiva. O olhar delas é médio. Dessa forma, o pensamento da participante interage diretamente com o espectador, mostrando a este o que é o baile *funk*, um efeito sensorial onde corpos sobre fundo colorido (verde predominante) dançam e dão ao espectador a energia e o efeito do impacto da música através do jogo de cores que saem como ondas dos corpos das dançarinas.

Figura 43 – CD 38: Funk na Veia 2012- Ostentação.



Fonte: <http://dvdsupercapas.blogspot.com.br/2012/05/funk-na-veia-ostentacao-2012.html>

Na metafunção composicional, prevalece a leitura polarizada vertical, de forma que o pensamento sobre o *Funk* são as modelos no baile. Isso decorre das imagens conectadas por colagem, que asseguram o efeito sensorial e a representação do pensamento da participante. O foco agudo da imagem é a parte mais clara: a participante que está pensando sobre o baile. Essa imagem contrasta com o resto do texto, seu pensamento, que é a representação do baile, imagens e linguagem verbal coloridas, que se colocam a frente e no canto esquerdo.

## 4.2.4.23 Capa 39

No CD 39, prevalece o conceito simbólico atributivo, onde três personagens representadas posam para o leitor, ao lado de caixas de som, circunstâncias de meio (*metafunção representacional*). As faixas de som ao fundo constroem as circunstâncias do cenário, colocando uma das personagens no primeiro plano.

As “Tequileiras do Funk”, nome do CD e também das personagens, corresponde ao primeiro CD do *corpus* onde as mulheres têm nome. Todavia, elas ainda são dançarinas e não são os DJs, ou seja, a parte musical não lhes é atribuída por essa mensagem textual multimodal. Ser “tequileira” significa ter a qualidade da tequila, da bebida, contexto do baile.

Figura 44 – CD 39: Tequileiras Do Funk - Ai Se eu Te Pego (2012).



Fonte: <http://www.furiousdownloads.net/2012/02/download-cd-tequileiras-do-funk-ai-se.html>

Na *metafunção interativa*, o contato com o participante interativo, o leitor, acontece por demanda, distancia social, atitude subjetiva e olhar no nível dos olhos do espectador. As cores trabalham as participantes com roupas vermelhas e pretas, caracterizando-as sensualmente. As duas participantes ao fundo empinam-se para frente com as mãos à cintura e constroem uma distância maior para com o leitor, enfatizando suas nádegas. Para elas, o espectador olha de baixo para cima, mas primeiro para suas nádegas. Já a participante central se inclina lateralmente, olhando o espectador de frente. Uma de suas mãos segura o quadril e a outra segura uma garrafa de tequila. Sendo assim, a pose delas, a posição das caixas de som e das faixas musicais no cenário constroem o efeito sensorial, das mulheres enfatizando o baile, e a mulher como que contendo esses atributos.

A leitura da capa é centralizada, as personagens configuram um *tríptico* no qual o leitor parte da dançarina da frente em direção às demais, de forma que se cria a noção de profundidade pelas circunstâncias de acompanhamento e de cenário. O contraste entre o branco, o preto e o vermelho e o tamanho das modelos constroem essa impressão através do fundo branco com a estilização do som, sendo que as imagens aparecem bem conectadas por sobreposição das ondas, das duas modelos sobre as caixas de com e depois da participante central. Já o Título do CD está desconectado da construção da imagem.

Ao conferir o título original do CD a ser vendido no *site*: “Tequileiras do Funk – Ai se eu te pego (2012)”, é importante pensar que nessa capa as mulheres são atoras sociais, semelhante às capas que representam MCs ou DJs. Todavia, elas “pegam” o espectador para dançar, curtir, servir-se de seus atributos corpóreos e não para demonstrar o domínio musical, semelhante às capas que trabalham com o personagem masculino.

#### 4.2.4.24 Capa 40

O CD 40, último do *corpus*, apresenta também personagens femininos como representação conceitual classificacional, elas fazem parte de um grupo, são personagens encadeadas, como o título sugere, cada qual é uma tigresa do *Funk*. Essas personagens se autorrepresentam, pois vendem a si mesmas, o CD é delas. Semelhante ao CD 39, elas são o produto já no título. Não se intitulam MCs ou DJs e sim como simbolicamente a metáfora da tigresa (fetiche). Essas cantoras são o *Funk* na essência da corporalidade e da feminilidade e não na simbologia da música.

Figura 45 – CD 40: As tigresas do Funk (2012).



O CD 40 apresenta as “*Tigresas do Funk*” (2012). Elas estão enfileiradas, como num palco, posando para o espectador. Não apresentam aparelhagem ou elementos que retomem os aspectos sonoros e a importância do cantor. O contato das tigresas com o espectador é o de demanda, com distância impessoal e atitude subjetiva, olhando no nível dos olhos do espectador. As cores trabalham os corpos femininos com roupas em estampa de tigre, inclusive com coleiras, sobre fundo negro com fogo, o que causa um efeito sensorial, de luz de espetáculo. Elas, seus corpos, são a atração.

O valor da informação (*metafunção composicional*) aparece distribuído de forma polarizada vertical. Aqui, as mulheres são a promessa do produto e o CD com seus nomes representam o produto. Essa construção ideal/real, com imagens bem conectadas e o título destacado com contornos reforça a separação da identidade de cantora e de dançarina. Essas participantes, embora sejam as cantoras, têm sua representação (grupo) associada à dança, aos atributos corpóreos, semelhante aos demais CDs que comodificaram diferentes personagens femininas só como representação simbólica atributiva e sugestiva da música *funk*. As cores usadas para criar o foco saem das dançarinas, imitando labaredas através da cor amarela, como se o fogo saísse das tigresas.

#### 4.3 DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Esta seção visa a enfeixar os resultados obtidos na análise extensiva das quarenta capas de CD *funk*, a fim de compreender os recursos linguísticos e as práticas sociais e culturais acionadas por esses exemplares, como homens e mulheres são representados e comodificados nesses textos, e como música, baile e movimento *funk* são abordados. Em outros termos, pretendo observar que identidades de homens e mulheres são projetadas nesses textos multimodais próprios para a venda de música em função do contexto de situação e do contexto de cultura do movimento *funk*.

Das quarenta capas de CDs *funk* selecionadas, apenas duas não representavam corpos humanos. Nelas, observou-se a predominância do acionamento das categorias gramaticais visuais ligadas à composição: o trabalho com a categoria saliência através da policromia, a saturação ou modulação das cores e o foco no valor da informação central. Esses elementos, incluindo textos verbais, criaram um clima de praia, conectando a música *funk* com descontração, ou de festa, trazendo ao leitor a memória do baile *funk*.

Mais especificamente, interessaram-me as 38 capas (95% do *corpus*) que representaram corpos humanos. Essas capas foram divididas em três grupos, conforme

representassem exclusivamente corpos masculinos (três exemplares), ambos (onze exemplares), ou corpos femininos exclusivamente (24 exemplares). Conclui-se, portanto, que 35 capas continham uma representação de corpo feminino, sugerindo a importância da imagem da mulher no contexto desse gênero promocional.

Considerando a relação linguagem, discurso, poder e identidades nesse contexto de situação, a partir da ACD e da aplicação das categorias da Gramática Visual, os CDs que se utilizam exclusivamente de imagem de homens como estratégia de venda veiculam uma representação que atribui ao homem o papel de Mestre de Cerimônias (MC), *Disk Jôquei* (DJ) ou cantor. Essas representações enfatizam, de um lado, o profissionalismo, os atributos artísticos e o protagonismo do homem nos bailes, ou então, de outro lado, os objetos de desejo masculinos e a violência como atributo do macho (CD 4). Essa comodificação a partir de seus atributos profissionais é apresentada na figura 46, a seguir:

Figura 46 – Comodificação exclusivamente masculina em CDs *funk*



Fonte: CDs 3, 4 e 5.

Em CDs onde homens e mulheres são simultaneamente representados, o processo de comodificação representa uma mulher dançarina ou que simplesmente posa para o espectador. Mesmo quando cantora (CD 6), ela é apresentada de forma a valorizar seus atributos corpóreos e sensuais. A mulher representa o convite ao baile ou à fruição da música *funk*, enquanto o homem é o MC, DJ ou cantor, aquele que é responsável ou protagonista do baile, da música e da arte, como já se havia observado nas três capas nas quais os homens foram representados exclusivamente. Há também um convite masculino, mas esse se liga a necessidade de promover o baile, a música ou o próprio trabalho, essência da função do CD que se está observando. Essas constatações podem ser observadas nas imagens em nove capas de CD agrupadas na figura 47, a seguir.

Esses achados sugerem haver uma demarcação ou divisão de papéis sociais nas capas de CD *funk* e isso, supostamente, decorre do contexto maior da música e do movimento *funk*. O personagem masculino é o dado, o assunto, o que se conhece sobre o *Funk*. O

personagem feminino é o novo, o desenvolvimento do assunto, a explicação do tema na *metafunção composicional*. Por hipótese, as capas de CDs retomam esses contextos culturais maiores enquanto exemplares textuais de contextos de situação. Desse modo, é razoável supor que elas reproduzem o universo musical que, por sua vez, reproduz características recorrentes dos próprios bailes *funk* (ESSINGER, 2005; HERSCHMANN, 2005; VIANNA, 1992). Essa cadeia de relações deve representar, por sua vez, posições machistas que privilegiam homens em relação às mulheres.

Figura 47 – Comodificação feminina e masculina em CDs *funk*



Fonte: CDs que comodificam simultaneamente homens e mulheres.

É possível dizer que aos homens há um papel de apropriação. Ele é o proprietário do baile, da música e das dançarinas. A ele cabe a posse de objetos, entre os quais a mulher. DJs, MCs e cantores projetam suas músicas, têm nomes próprios (CDs 1, 3, 4, 9 e 11), são alguém na música *funk*, enquanto as mulheres (mesmo considerando a única cantora representada nas quarenta capas) são anônimas, são meras imagens de corpos usados na mensagem promocional do *Funk*.

Ele é o descolado que tudo pode e, por definição, torna-se objeto de inveja para outros homens. Mesmo quando o homem é reduzido ao cenário, ele está vestido, ele ocupa o papel do dizente e tem suas qualidades sociais valorizadas, seus desejos representados

(veículos, joias, mulheres) ou sua virilidade garantida pela associação com o crime, o terror e o medo (CDs 4 e 12). Eles assumem a vestimenta própria dos cantores de *Rap* e *Hip-Hop*, identidade que se firmou na segunda geração *funk* (ESSINGER, 2005, HERSCHMANN, 2005). À mulher cabe exercer o papel de um desses objetos de desejo e isso também se confirma em suas roupas, pois elas são retratadas como dançarinas eróticas.

Figura 48 – Comodificação feminina em CDs *funk*



Fonte: Capas de CDs funk que comodificam mulheres exclusivamente.

Quanto à organização desses textos promocionais, a Gramática Visual nos habilita mostrar que prevalece o contato de demanda, o olhar médio, a impessoalidade e a subjetividade na forma pela qual homens e mulheres interagem com o participante interativo. Nessa perspectiva, mais uma vez, observa-se uma assimetria de poderes entre homens e mulheres. As capas de CD sugerem a eleição de um participante interativo masculino. O olhar externo, aquele do espectador ou leitor, é aquele próprio de um homem, e os participantes masculinos e femininos representados nos CD se projetam para esse leitor masculino. Aos homens cabe o papel de representar o sucesso do protagonista ou os valores ideais do macho. Às mulheres cabe o papel de serem representadas como objetos sensuais (ou mesmo sexuais), ligado intimamente ao modelo hegemônico de “macho alfa” atribuído aos homens.

Segue-se a verificação dessas tendências nas 24 capas que representam apenas corpos femininos. As ferramentas descritivas da Gramática Visual nos habilitaram observar que as mulheres são representadas como conceito simbólico sugestivo. Trata-se de mulheres contextualizadas em cenários que retomam o baile, ambientes masculinos (carros, motos, caminhão) ou apenas um efeito sensorial de oferta desse corpo. A mulher é comodificada como um prêmio, um brinde da música *funk*.

Os achados revelam prevalecer, de modo semelhante aos CDs com comodificação exclusivamente masculina ou mútua, um olhar de demanda sobre o de oferta para com o leitor interativo masculino. As participantes representadas se ofertam sensualmente, convidando o leitor à música, ao baile e ao prazer erótico/sexual. Entretanto, enquanto o olhar masculino remete ao seu trabalho artístico de cantor, DJ ou MC, valendo-se muitas vezes dos óculos escuros como marca de impessoalidade ou despojamento, o olhar feminino é apelativo e sensual. Essas características são observadas na figura 49, que apresenta nove exemplos de como o personagem representado feminino olha para o leitor interativo masculino.

Figura 49 – Exemplos do olhar feminino de demanda em CDs *funk*



Fonte: Capas de CDs *funk* que comodificam mulheres exclusivamente.

Em muitos casos, as imagens sugerem efeitos sensoriais sinestésicos de estar escutando uma música em um baile *funk* em alto volume. Avaliando também a opção por cenários com efeitos artísticos, carros e motos e a construção dado/novo, podemos dizer que a posição feminina, seja como promessa ou como produto do *funk*, reforça sua identidade sensual nesse contexto. Ela emerge desse cenário e resume em si a essência do *Funk*, ela “é” o

prazer, a fruição e as qualidades positivas desse gênero musical. Além disso, também ela é um objeto projetado ao olhar masculino, tal como os carros do cenário.

Nos poucos processos narrativos observados nas capas exclusivamente femininas, a mulher reage à música ou é dançarina. Nem nos CDs de cantoras *funk*, elas são denominadas como MCs, DJs ou cantoras, o que corrobora que esse papel social é prevalentemente masculino nas músicas *funk* e marca o lugar feminino de objeto de contemplação para o leitor dessas capas. Essas características, o cenário e o protagonismo feminino, podem ser observados na figura 50, a seguir.

Figura 50 – Cenário na comodificação feminino em CDs *funk*



Fonte: Capas de CDs funk que comodificam mulheres exclusivamente.

O léxico também pode ser observado na metafusão representacional como parte integrante da linguagem multimodal, ou seja, a palavra tem uma função e um *design* próprio para combinar e completar a mensagem geral dessas capas. Importante salientar que esses elementos verbais foram trabalhados artisticamente para completar a mensagem global do texto, o que demonstra que o verbal faz parte do multimodal e precisa assumir seus propósitos comunicativos, de forma que o texto é lido em sua totalidade. O léxico, retomando a profissão dos participantes masculinos e as qualidades dos participantes femininos, reforça a representação feminina como metáfora do *funk*, como pode ser visto na figura 51, a seguir:

Figura 51 – Formas de nomeação de homens e mulheres em capas de CD *funk*.



Fonte: Capas de CDs funk 2012.

Eles são os protagonistas do baile. Mesmo em CDs que omitem a representação visual de homens, eles são nomeados pelo verbal. Elas são nomeadas somente em três dos quarenta CDs observados e por palavras que acionam significados ligados a fetiches (As tigresas do funk) e a bebidas (As tequileiras do funk). Importante salientar que no CD 6, “Sedução fatal”, o nome artístico da personagem feminina aparece desenhado sobre a figura masculina. “A peladona do B.B.B.” não é o nome do CD, mas é uma informação destacada para o leitor, visto que o nome do participante masculino não é citado nesse exemplar.

Outra prática social relacionada às participantes femininas foi a do fetiche. Dos 35 CDs que usam a imagem feminina, dezesseis (45,7%) apresentam alguma relação fetichista. Exemplos dessa estratégia podem ser vistos na figura 52, a seguir:

Figura 52 – Comodificação feminina através do fetiche em CDs *funk*



Fonte: Capas de CDs funk que comodificam mulheres.

A palavra fetiche provém do português fetiche e foi empregada pela primeira vez no século XV por mercadores e colonos portugueses referindo-se à veneração africana por amuletos e ídolos religiosos. Essa expressão tomou as formas de fetisso em italiano, fetish em inglês e fétiche em francês, de onde derivou a palavra fetiche em nosso idioma. O fetichismo, por sua vez, é o ato de adorar um fetiche. (BAUDRILLARD, 1981, p. 91).

Marx, em seu trabalho sobre o capital (1988), já apontava que as mercadorias exercem sobre as pessoas fetichismo, magia, convencimento. Conforme Steele (1997), o fetichismo erótico é prevalentemente representado por mulheres, pois, como argumenta Botti (2003, p. 108), “o corpo feminino é aquele que geralmente hospeda o fetiche para o gênero masculino, porém, o contrário não acontece com a mesma frequência ou intensidade”.

O fetiche emerge nas capas de CD como uma estratégia de convencimento do consumidor muito comum em diferentes gêneros promocionais. Como parte do fenômeno de comodificação, que representa a venda de homens e mulheres como objetos, o fetiche tem formas diferentes e sexistas de representar a mulher e isso se evidencia nas capas de CDs. Há um trabalho de promoção do desejo sexual a partir de *lingeries* e roupas íntimas das participantes representadas. Elas posam como fossem se despir, de forma que fantasias e indumentárias são acessórios a serem retirados pelo participante interativo masculino.

Segurar a calcinha e/ou sutiã como forma de fetiche foi uma das estratégias mais recorrentes no *corpus*, como pode ser visto na figura 53, a seguir:

Figura 53 – Segurar a calcinha e/ou sutiã como forma de fetiche em CDs *funk*



Fonte: Capas de CDs funk que comodificam exclusivamente mulheres.

Usando a nomenclatura de Botti (2003, p. 127), podemos dizer que as construções efetivadas pela linguagem nas capas de CDs *funk* que usam a participante representada feminina recebem, no campo do fetichismo, o nome de *pin-up*. “Uma pin-up é uma imagem sexualmente evocativa, reproduzida em múltiplas cópias, na qual a atitude, o olhar e a expressão da modelo convidam o espectador a participar ou fantasiar sobre um envolvimento pessoal com a retratada” (GABOR, 1996, p. 23). Essas imagens têm seu histórico nos calendários e fotos sensuais feitas para serem penduradas pelos homens nas paredes. Refletindo sobre essa prática, Botti (2003, p. 127) comenta que esse tipo de texto apresenta dois objetivos: chamar a atenção masculina e postar-se como modelo de corpo a ser buscado para o feminino.

Figura 54 – Ênfase no direcionamento do olhar do leitor para as nádegas femininas



Fonte: Capas de CDs funk que comoficam mulheres

Deste modo, não são as características biológicas que definem o corpo, mas os significados culturais e sociais que a ele se atribuem (GOELLNER, 2003). O corpo é um produto cultural. Se o corpo é um produto, ele pode ser vendido, como indica o fenômeno da comodificação. A comodificação e a transformação do corpo em produto estão diretamente ligadas ao fenômeno do culto ao corpo, definido por Castro (2003, p. 15) como

tipo de relação dos indivíduos com seus corpos que tem como preocupação básica o seu modelamento, a fim de aproximá-lo o máximo possível do padrão de beleza estabelecido. De modo geral, o culto ao corpo envolve não só a prática de atividade física, mas também as dietas, as cirurgias plásticas, o uso de produtos cosméticos, enfim, tudo que responda à preocupação de se ter um corpo bonito e/ou saudável.

No contexto *funk*, esse culto corporal adquire identidade própria e diferente dos padrões corpóreos midiáticos, que geralmente pregam o corpo magro e esguio. Nessas capas prevaleceu uma mulher branca (e é preciso questionar por que se escolheram modelos brancas para representar a música da comunidade negra), mas com corpos modelados, que retomam a sensualidade da mulher brasileira e sua descendência negra, mulata, constantemente enfatizada na literatura. Esse padrão de corpo e a postura das participantes representadas levam o olhar do leitor masculino constantemente para suas nádegas, através da ênfase na postura de empinar os quadris para trás e arquear as costas ou simplesmente no jogo de quadris que direciona o olhar do espectador (ver figura 54).

A associação da beleza ao consumo foi e é até hoje pautada em práticas discursivas com objetivos claros. Para Daufemback (2008, p. 36),

diante dessa nova tendência, deu-se início a uma busca desenfreada pela conquista dessa beleza construída por cada mulher, através de práticas que variavam desde o consumo de cosméticos, ou de exercícios físicos em academias, até a procura por cirurgias plásticas etc., práticas essas que foram paulatinamente mais fortemente se disseminando e se fortalecendo até os dias atuais.

Figura 55 – O mundo automobilístico e a mulher como partes do cenário *funk*.



Fonte: CDs *funk* 2012 que comodificam homens e mulheres.

Ainda foi possível observar o mundo automobilístico e a mulher, como parte ou como extensão do desejo masculino. Dessa forma, confirmando o que já foi antecipado na figura 50, a figura 55 apresenta os CDs 5, 8, 10, 14, 19 24, 28, 31 e 37, nos quais as mulheres têm suas representações associados a carros e motos. Elas podem fazer parte da lista de itens demonstrados juntos com esses veículos ou são o foco do olhar do leitor, que tem como cenário esse contexto automobilístico próprio da identidade masculina.

Em síntese, observando as características dos participantes representados e interativos, é possível detectar um padrão de organização das atividades nessas capas, os quais veem o participante masculino como o protagonista do baile e a mulher como o convite dessa prática discursiva, projetando-se para um leitor masculino, que deseja os mesmos objetos e ações do protagonista homem representado nas capas, ou seja, a mulher é o um produto para ambos. Essa síntese pode ser observada no quadro da figura 56.

Figura 56 – Participantes representados e interativos

Homens	Mulher	Leitor
Protagonista; Proprietário do baile, das músicas, das dançarinas; A mulher é uma de suas posses; Ele é nomeado, tem profissão de destaque no baile.	Sedução; Convite para a fruição do <i>funk</i> Fetiche, É um objeto, um prêmio, o brinde do <i>Funk</i> ; É a metáfora do <i>Funk</i> , uma marca sensual e sexual É dançarina, é a imagem da música e do baile <i>funk</i> .	Masculino; Contempla o trabalho do homem e pode observar a sensualidade feminina; Quem comprar o CD <i>funk</i> terá a chance de ter contato com o cantor (sujeito), com o baile (cenário) e com a mulher (complemento, objeto textual).

Fonte: Capas de CDs 2012 que comodificam homens e mulheres.

Assim, é possível analisar capas dos CDs *funk* como exemplares de um domínio discursivo, de uma esfera de circulação (Bakhtin, 1979), enquanto esfera de atividade humana no contexto de situação e na esfera promocional das músicas *funk*. Esse exemplar específico enfatiza o feminino, e as questões femininas passam, como quase todas as questões da modernidade tardia, pelo apelo ao consumo e principalmente por uma nova óptica e percepção corporal: um corpo que compra e que é vendido, é tanto sujeito (consumidor) quanto objeto (produto). Logo, em relação às várias práticas discursivas do contexto musical *funk*, o gênero capa de CD configura uma prática ou rotina comunicativa institucionalizada, que remete e colabora na instauração de relações de poder sexistas nesse contexto de cultura.

A Gramática Visual de Kress e Van Leeuwen (1996, 2001) vinculada à LSF (HALLIDAY, 2004, FAIRCLOUGH, 1992, 2003), reconhece que a língua não realiza somente representações do fato social, mas também legitima as relações entre um observador e o que é visto, pressupostos da ACD. Dessa forma, o que falamos, escrevemos e registramos em textos multimodais, como os exemplos das capas de CDs *funk*, não são somente representações do mundo, de forma abstrata ou concreta, mas também interagem com esse mundo, independentemente dessas imagens apresentarem um texto escrito que as acompanhe ou não. Essas textualidades mostram como observamos e compreendemos o mundo, como distribuimos, categorizamos e organizamos identidades e papéis sociais. E, na medida em que esses textos são lidos, contribuem para garantir, naturalizar e continuar a disseminar essas visões, essas representações sociais. Para Sturken e Cartwright (2001, p. 25),

a capacidade das imagens para nos afetar como observadores e consumidores é dependente dos significados culturais maiores que elas invocam e dos contextos social, político e cultural em que elas são vistas. O significado das imagens não está somente nos seus próprios elementos visuais, mas são adquiridos quando elas são ‘consumidas’, observadas e interpretadas.

Ainda como possibilidade da Gramática Visual enquanto teoria que interpreta os textos em contextos específicos de uso, eu percebi que uma imagem pode ter mais do que uma possibilidade de interpretação. Assim, é possível aplicar as categorias da GV ao cenário, aos participantes em primeiro ou segundo planos, ler a imagem em mais de um sentido: interpretar os participantes representados ou como personagens de um grupo, elementos de uma categoria (representação conceitual classificacional) ou como personagens que vendem um produto.

O CD 39, descrito na figura 57, demonstra essa possibilidade.

Figura 57 – Diferentes possibilidades de leitura a partir da GV.



Fonte: CD 39.

O jogo com o posicionamento do leitor e a forma de construir o cenário também permitem observar, explorando a GV, como se dá a construção da profundidade em uma imagem. Embora a GV não demonstre essa categoria de análise específica, observa-se que o posicionamento dos participantes em primeiro plano ou no cenário (contexto) permite imitar o afunilamento da imagem, ou ainda dar ao leitor a noção de que o texto, enquanto representação multimodal, é visto em sua parte mais larga, ampla ou aberta.

Dessa forma, o olhar do leitor interativo é direcionado para o centro da imagem e, sobretudo, para o plano de fundo. Esse caminho de leitura já observado no CD 39, como demonstra a figura 57, ocorre também nos CDs 2, 10, 14, 24 e 30.

A figura 58, a seguir, pretende demonstrar pelo uso das flechas, como se constrói o olhar do leitor em profundidade, a partir do posicionamento dos participantes representados.

Figura 58 – A profundidade a partir dos elementos da GV



Fonte: CDs funk 2012 que comodificam homens e mulheres.

Assim, um personagem pode estar dançando e outro pode ser o dizente, como no caso dos CDs com representação masculina e feminina. Todavia, semelhante às possibilidades de interpretação do texto verbal, as possibilidades de interpretação aqui são condicionadas ao contexto de cultura e as ordens do discurso instituídas. Em outras palavras, no terceiro milênio, sexismo, globalização e capitalismo informacional se unem (FAIRCLOUGH, 2003, 2006), gerando um processo de comodificação feminina fiel ao sexismo patriarcal, no qual as mulheres permanecem definidas por sua sexualidade e comodificadas como objetos de consumo erótico/sensual.

Finalmente, também é importante considerar que estou tratando de um gênero produzido para o olhar masculino por homens e também para mulheres que são consumidoras, participantes representadas no contexto discursivo do CD e também, em alguns casos, produtora desses CDs. É um ser feminino produzindo sobre si mesmo um olhar masculino, como se a mulher na capa fosse outra e não uma pessoa semelhante a ela, a mim ou a tantas outras mulheres.

## 5 CONCLUSÃO

Este estudo visou a analisar, sob a perspectiva da Análise Crítica do Discurso – ACD e com base nas metafunções da linguagem propostas pela Gramática Visual de Kress e van Leeuwen (1996), a comodificação multimodal de homens e mulheres em capas de CD de música *funk*. O trabalho partiu da hipótese de que homens e mulheres são comodificados assimetricamente, de tal modo que (a) homens são representados como sujeitos e mulheres como objetos nesses textos promocionais e (b) essas diferenças são indícios de representações sociais específicas para homens e mulheres no movimento *funk*.

Dado que a modernidade tardia se organiza mediante discursos (CHOULIARAKI; FAIRCLOUGH, 2001) que, simultaneamente, transformam pessoas em consumidores e objetos a serem consumidos, este trabalho faz parte de um esforço maior que visa a observar o conceito de comodificação humana na sociedade do consumo (BAUMAM, 2008). A pesquisa visou a investigar como o trabalho com a estrutura da linguagem possibilita efeitos de sentido que constroem a comodificação, partindo do pressuposto que, conforme a Análise Crítica do Discurso – ACD (FAIRCLOUGH, 1992), a linguagem é representação e ação humana, através de diferentes semioses.

Além disso, esta pesquisa se insere nos estudos sobre práticas de sexismo na linguagem (LESSA, 2005; OLIVEIRA, 2008), uma das muitas agendas de pesquisa na ACD, observando como a linguagem cria diferentes representações para homens e mulheres. Mais especificamente, o estudo faz parte de um conjunto de pesquisas que venho desenvolvendo em torno do movimento *funk*, que têm observado letras de música (OLIVEIRA, 2008), diversos textos promocionais (incluindo CDs) e o fenômeno das mulheres-fruta (OLIVEIRA, 2007, 2010, 2011, 2012), numa agenda pessoal que pretende identificar se esses objetos constituem, entre si, uma cadeia de gêneros.

Para esta tese, restringi a análise a capas de CD de música *funk* de 2012, uma vez que essas produções podem caracterizar o estágio em que o movimento ganha o espaço da *internet* e, desse modo, compete no mercado de música brasileira em condições semelhantes aos outros gêneros musicais (VIANA, 2010). Minha hipótese foi a de que nessa adesão ao mercado manter-se-iam as mesmas representações marcadas encontradas nas letras e demais eventos promocionais investigados anteriormente.

Posto isso, em maio de 2013, selecionei quarenta imagens de capas de CD, em ordem de qualidade, a partir do sistema de busca do *site* Google.com. O critério de busca foi o

da digitação da sequência lexical: “capa de cd de funk 2012”, excluindo-se imagens de capas de outros gêneros musicais ou capas de lançamentos de música *funk* do verão 2013.

Selecionadas e tratadas as imagens, classifiquei-as em dois grupos iniciais, conforme representassem ou não corpos humanos. Esse processo separou duas capas sem representação humana e 38 capas com representação humana. As capas com representação humana, por sua vez, foram divididas em três grupos conforme representassem exclusivamente ou simultaneamente corpos masculinos e femininos. 24 capas representavam exclusivamente imagens de mulher, três capas exclusivamente imagens de homens e onze capas representavam simultaneamente homens e mulheres. Desse modo, 35 capas (87,5%) continham imagens femininas, o que dá uma dimensão da importância da representação do corpo da mulher na promoção desse gênero musical.

A análise dos achados se deu a partir da Análise Crítica do Discurso – ACD, pelos aportes descritivos e explanatórios da Gramática Visual – GV (KRESS; VAN LEEUWEN, 1996), e os princípios da Linguística Sistêmico-Funcional – LSF (HALLIDAY, 2004, FAIRCLOUGH, 2003).

A Gramática Visual configura-se numa metodologia que investiga a forma dos textos a serviço da função ideológica da linguagem. Segundo a Gramática Visual, a escolha de cada elemento multimodal (ou mesmo de uma palavra) provoca diferentes efeitos de sentido que podem estar a serviço de diferentes orientações ideológicas. Além disso, a Gramática Visual foi utilizada porque sua configuração permite identificar, na determinação e na motivação de determinadas escolhas lexicais, textuais e multimodais, a importância do contexto de situação e de cultura (HALLIDAY; HASAN, 1989), no caso em questão, o contexto de situação e de cultura próprios do gênero musical *funk*. Desse modo, as formas de configuração de textos e imagens nos CDs do gênero são pistas que podem identificar práticas discursivas e sociais dessa comunidade.

A partir desse objeto de pesquisa e desse quadro analítico, a aplicação das categorias de análise das metafunções da Gramática Visual nas quarenta imagens de CD de música *funk* selecionadas nesta pesquisa permitiram estabelecer as seguintes conclusões.

Corpos de homens e mulheres foram representados em 38 das 40 capas selecionadas, sugerindo que, corroborando a hipótese principal desta tese, a promoção do gênero musical *funk* commodifica prevalentemente pessoas, de modo que representações imagéticas de corpos humanos funcionam como mercadorias que circulam como discursos que são construídos pela linguagem publicitária.

Os achados apontam também que homens e mulheres são Commodificados assimetricamente nessas imagens de capas de CD. Homens são representados como Mestres de Cerimônias (MCs), *Disk Jóqueis* (DJs) ou cantores, em imagens que destacam aspectos profissionais, valorizam seus atributos artísticos e sua função de protagonista nos bailes e apresentam alguns de seus objetos de desejo. Mulheres são representadas como dançarinas ou posam sensualmente, especialmente para o espectador: elas são reduzidas a um corpo, por vezes, reduzidas a um corpo de fetiche. Se ao homem cabe o protagonismo do baile, à mulher cabe a sedução ou o convite para a fruição do *Funk*.

Esses achados corroboram a hipótese de que os homens são sujeitos do movimento, enquanto mulheres fazem parte da lista de seus objetos de desejo e de poder, a tal ponto que eles portam um nome, enquanto elas não. Ele é o proprietário do baile, da música e das dançarinas. A ele cabe a posse de objetos, entre os quais a mulher.

Mesmo os contraexemplos corroboram essa hipótese. Por exemplo, quando o homem é reduzido ao cenário, ele ainda é o dizente, aquele que tem qualidades sociais valorizadas, desejos representados e virilidade garantida. Quando mulheres são alçadas a um protagonismo, isso é minimizado: ela é a “peladona do BBB” no CD “Sedução fatal”; ou reduzida aos atributos de uma bebida alcoólica ou de um predador no CDs “As tequileiras do funk” e “As tigresas”.

As capas de CD sugerem, por fim, a eleição de um participante interativo masculino que, ao mesmo tempo em que se espelha no sucesso dos protagonistas (MCs, DJs e cantores), quer estar no lugar deles, almeja os mesmos objetos de desejo que esses protagonistas ostentam e, nesse caso, quer as mulheres que ali estão representadas.

Esses achados apontam para uma demarcação da divisão de papéis sociais nas representações de capas de CD *funk* que, por hipótese, decorre do contexto maior dos bailes, das músicas e do movimento *funk*. Se eles e elas têm diferentes papéis nas imagens representadas, por hipótese, têm diferentes papéis no movimento. É razoável supor, portanto, que essas representações são pistas de posições machistas que privilegiam homens sobre mulheres numa estrutura de cultura que enquadra práticas e discursos, corroborando estudos antropológicos e sociológicos sobre o movimento *Funk* (DAYRELLY, 2005; ESSINGER, 2005; HERSCHMANN, 2005; MEDEIROS, 2006; VIANA, 1992, 2003) com os quais essa pesquisa estabelece diálogo transdisciplinar.

Como demonstrado na análise descritiva e interpretativa das capas, a Commodificação das pessoas é a principal estratégia de venda, e essa Commodificação determina diferentes lugares para homens e mulheres nesses textos. Nesse processo, é possível

identificar um ciclo de consumo (BAUMAN, 2005, 2007, 2008; VIANA, 1990) a ser mantido pelo trabalho linguístico (FAIRCLOUGH, 1992, MAGALHÃES, 2001). Esse ciclo se refere à transformação das pessoas em objetos do sistema de consumo capitalista que pretende garantir o espaço do *Funk* como produto da indústria musical. Tal ciclo, obviamente, não é exclusividade do movimento *funk*, uma vez que traços verbais e multimodais semelhantes podem ser observados em letras de músicas e capas de CDs de outros gêneros musicais, bem como propagandas que vendem outros produtos como cervejas e carros.

Na observação da representação masculina, os achados apontam para um homem que é o protagonista do baile, sua função social é a de representar o evento discursivo do baile que retoma o contexto cultural que sustenta esse contexto de situação. Os autores que estudam o movimento *funk* apontam que essa soberania masculina (o CD tem sua origem no baile, a prática social que criou e sustentou o movimento), caracterizada pela agressividade, pela violência e até pelo machismo explícito, decorre da origem do movimento em camadas mais carentes da cidade do Rio de Janeiro (ESSINGER, 2005; MEDEIROS, 2006; VIANNA, 1992). Todavia, essa representação masculina assemelha-se a outras representações masculinas encontradas em textos literários, peças publicitárias ou representações midiáticas. A representação do homem como um ator social com uma profissão e, dessa forma, mais importante do que a mulher, o chefe de família, faz parte de um discurso de senso comum que precisa ser problematizada.

A representação feminina, mais recorrente no *corpus*, atribui à mulher uma simbologia de objeto, de brinde ou de prêmio. Quem comprar o CD *funk* terá a chance de ter contato com o cantor (sujeito), com o baile (cenário) e com a mulher (complemento, objeto textual). Trata-se de algo que pode ser resumido como: “Eu (MC, DJ, cantor) toco/canto o baile *funk* (música, mulher)”. A mulher é a metáfora do *Funk*, é a sua marca sensual e até mesmo sexual. Neste processo comodificante, o discurso sexista funciona como recurso promocional para o *Funk*.

Outra característica marcante é o fetichismo. O uso do fetiche feminino como estratégia de venda não é novidade. Nova é a aceitação desse discurso por leitores e leitoras no contexto moderno, onde discursos de liberdade de gênero circulam livremente. Também nova é a recorrência dessa prática em diversos gêneros midiáticos, naturalizando a comodificação feminina através do fetiche. Dessa forma, quando homens e mulheres se vendem em textos promocionais do *Funk*, o homem o faz por suas qualidades profissionais. Todo o cenário, cores e ângulos adotados no texto multimodal colaborarão para essa representação. Já a mulher é vendida como um brinde. Quem comprar o *Funk*, leva a mulher.

Esse jogo de olhar, comum em muitas fotografias sexistas, repete-se, no sentido de “assimetria entre personagens masculinos dotados do poder de olhar e personagens femininas feitas para serem olhadas [...] entre a mulher como imagem e o homem como portador do olhar” (AUTOMONT, 1993, p. 126). A representação da mulher, em síntese, promove sua redução a uma peça decorativa de fetiche direcionada a um leitor consumidor masculino heterossexual, a serviço de uma naturalização de seus atributos sensuais.

Por fim, as modelos selecionadas para serem as participantes representadas nas capas, embora representando supostamente o *Funk* em sua essência, um movimento de música negra juvenil carioca, são mulheres brancas. Se a maioria dos frequentadores do baile *funk*, inclusive as mulheres, têm descendência negra, é possível sugerir a hipótese de que o CD, embora represente a comunidade negra, assume o discurso hegemônico burguês “branco” como padrão de representação ao ser produzido para todo o Brasil. Assim, o CD *funk* representa a comunidade, mas usa atributos “de outrem”, de um participante branco (leitor, homem), para construir as características persuasivas de seu discurso. Vale dizer que esse padrão de corpo feminino descrito nos parágrafos anteriores e a soberania do corpo branco nas participantes representadas já vinham ocorrendo em outros corpora de CDs *funk* observados por mim desde 2008 (OLIVIERA, 2010, 2011).

A emergência dessas conclusões, ressalvo, deve ser considerada no contexto de quarenta capas de CD, datadas em 2012 e selecionadas a partir de sua publicação na *internet*. Logo, trata-se de um material que é fruto de seu tempo e restrito às condições de seleção descritas nesta tese. Isso implica dizer que reconheço as limitações que essas condições impõem às conclusões encontradas aqui. Também que esse aspecto sexista das músicas e de multimodais promocionais, como os CDs *funk* aqui analisados, não representam o todo que é o movimento musical *funk*.

Em sua essência, esse movimento representa um contradiscurso, um espaço de resistência dos jovens moradores de favelas, cidadãos marginalizados que buscam por sua identidade enquanto negros ou descendentes de negros, por espaços de lazer e por melhorias na saúde, segurança e habitação em suas comunidades. Condições sociais que são negadas pelos poderes públicos (ESSINGER, 2005; HERSCHMANN, 2005; VIANA, 2003).

Todavia, quando esses achados referentes à comodificação de homens e mulheres nas representações usadas para construir o discurso do texto multimodal capa de CD *funk* são cotejados com outros *corpora* do movimento *funk* analisado mais consistentemente, e mesmo com outros gêneros musicais acompanhados empiricamente, ousou dizer que se trata de uma

tendência de uso da linguagem como instrumento de commodificação humana e com aspectos sexistas. Então, entre outras possibilidades, os achados sugerem as seguintes pesquisas.

1. Na observação das capas que trabalham com a commodificação feminina, seja essa personagem representada só com mulheres ou ao lado do participante masculino, é possível perceber que algumas capas emanam a sensualidade e o apelo sexual retomando o discurso pornográfico. Dessa forma, é preciso questionar o uso da pornografia pela mídia e sua ligação histórica com o consumo que, na pós-modernidade, pode estar se resignificando e ganhando espaços de legitimação/naturalização.

Não se trata de olhar para a pornografia como fenômeno positivo ou negativo, como demonstra a cultura hegemônica, mas de vê-la como objeto a ser compreendido como um fenômeno humano que diferencia e atribui diferentes fontes de poder para homens e mulheres nessas representações. A representação feminina se liga sempre ao fetiche, à sedução e a exposição do corpo feminino ao olhar masculino, de forma que a pornografia reproduz, assim, discursos machistas tradicionais sobre o papel da mulher. Os achados encontrados nas imagens de capas de CD parecem ser exemplares de uma tendência do contexto consumista pós-moderno em valer-se de características erótico-pornográficas como estratégia de venda que eram restritas inicialmente à promoção de produtos do ramo. Pelo menos no que se refere ao *Funk*, o apelo ao erótico ou pornográfico é evidente. Como salienta Gregori (2012, p. 59), “torna-se estratégico investigar as práticas que envolvem os erotismos, em meio a um universo que parece absolutamente central no mundo contemporâneo: o mercado”. Além disso, essas produções e gêneros textuais circulam como discursos que podem deixar o mercado ora como mero reflexo de demandas sociais (representação) ora como força manipuladora diante da qual o consumidor é passivo (linguagem como ação).

Dessa forma, pesquisas futuras sobre linguagem e sexismo poderiam questionar por que e de que forma (relação entre texto, práticas discursivas e práticas sociais) a sexualidade quase que explícita tem sido usada como recurso de venda e incentivo ao consumo. Se, conforme alguns autores, isso corresponde à legitimação do discurso pornográfico (LEITE JÚNIOR, 2006; MORAES; LAPEIZ, 1984), então a pornografia configura-se, na pós-modernidade, como um campo promissor de estudos acadêmicos, no que se refere à compreensão do comportamento humano nesses novos tempos, bem como a relação direta entre sexo, consumo e divertimento/entretenimento.

2. Os achados desta tese sugerem que o uso de metáforas é outro campo promissor para pesquisas do campo. De um modo geral, os achados apontam que mulheres são a metáfora do *Funk*, o que sugere que metáforas desse tipo, a associação de pessoas com

produtos ou de pessoas construindo uma marca a partir das características de seus corpos podem ser exploradas não somente nesse gênero musical como parte da investigação das ligações entre discurso, sociedade e consumo.

3. Outra possibilidade é a de investigar processos metonímicos que reduzem a mulher a fragmentos, especialmente de seu corpo, mais especificamente, de um corpo que se dispõe ao fetiche ou ao sexo. Considerando os demais textos que venho analisando (OLIVEIRA, 2011, 2012), percebe-se um apelo constante por representar a mulher aos pedaços ou a focar o corpo feminino fragmentado, opção de construção textual que confere ao detalhe (seios, nádegas e genitálias) o poder de condensar o significado do todo (a mulher). No presente *corpus*, essa estratégia foi prevalentemente sugerida por olhares, movimentos e trejeitos, mas há um exemplo de fragmentação explícita na capa 14.

Essa construção textual como estratégia da propaganda já é abordada em estudos sobre o feminino na publicidade, tais como o de Rocha (2001). Dessa forma, a metonímia, tanto como a metáfora, são possibilidades de procedimentos retóricos que demonstram como as escolhas de palavras (ou elementos imagéticos) revelam a forma como construímos e representamos as relações sociais na linguagem (metafunções representacional-ideacional/interacional-interativa).

4. Essa pesquisa também apontou para a possibilidade de efetivar um estudo linguístico a partir da teoria dos atores sociais (VAN LEEUWEN, 1997), pois homens e mulheres têm papéis sociais diferentes, que advêm do contexto burguês da sociedade capitalista, identificando o homem como um profissional (mundo do trabalho) e a mulher por seus atributos corpóreos (contexto do lar, da sedução). Nesse modelo analítico que também faz parte da ACD, no estudo das identidades e das formas de representar, são apresentadas várias categorias ou formas de nomear os participantes que, como atores sociais em um discurso, podem ter suas identidades reforçadas, mudadas ou ressignificadas a partir das escolhas lexicais.

Segundo van Leeuwen, numa abordagem que visa a compreender as ações sociais, são questões norteadoras de seu modelo de análise: “quais são os diversos modos pelos quais os atores sociais podem ser representados no discurso? Que escolhas nos apresenta a língua para nos referirmos às pessoas?” (1997, p. 169). Compreender tais escolhas e suas articulações é assumir que o discurso não é neutro e que trabalha no sentido da naturalização. Quanto maior a recorrência de um léxico e sua simbologia, maior a aceitação da representação dos participantes em determinados papéis e lugares sociais.

5. O presente trabalho caracterizou-se como um exemplo de como a gramática pode ajudar a entender a montagem de um discurso e, assim, de suas ideologias, sinalizando o funcionamento dos textos e suas ligações com as estruturas sociais mais amplas. Enquanto profissionais da linguagem, é preciso preparar, principalmente em sala de aula, os leitores para essa leitura crítica. Citando Figueiredo (2008, p. 171):

[...] nossos/as alunos/as precisam ver os textos que produzem e consomem como parte dos discursos nos quais estão embutidos. Assim, um dos objetivos da leitura crítica é equipar os alunos/as com ferramentas teóricas e analíticas que lhes permitam desconstruir os discursos aos quais um determinado texto pertence, o que pode ser feito através da desnaturalização, ou desfamiliarização, das noções do senso comum que sustentam o texto.

Aplicando essas reflexões ao campo pedagógico, podemos dizer que é preciso adotar uma perspectiva de leitura crítica nas salas de aula, sobretudo no caso da leitura dos aspectos visuais. Delegada à disciplina de português e, sobretudo, de artes, as práticas de leitura não estimulam a criticidade nem a discussão de diferentes leituras, como a visual, a cinemática, a televisiva, a virtual, etc., formas de letramento essenciais para que nossos alunos possam interagir com sucesso nos distintos contextos sociais em que vivem.

6. Como os fatores sociais, econômicos e culturais se refletem nas práticas discursivas e se materializam nos textos, seria importante estudar etnograficamente as mulheres retratadas neste discurso, ou seja, quem são as participantes do baile, quem são as poucas cantoras, DJs, MCs dessas comunidades. Como vivem e como refletem as e sobre as músicas *funk* e suas representações em textos multimodais como aquelas selecionadas. Embora alguns autores já tenham realizado trabalhos com esse prisma (ESSINGER, 2005; MEDEIROS, 2006), a questão não é enfocada a partir da tríade gênero/classe/etnia, discutindo a identidade da mulher negra e pobre que precisa usar o corpo e os atributos sexuais como uma forma de “empoderamento”. Esse “empoderamento” é naturalizado em diversos discursos midiáticos, mas é preciso questionar, problematizar até que ponto assumir esse discurso é uma escolha dessas mulheres ou é um determinismo social. Esses são, pois, os determinantes do contexto de cultura para o contexto de situação, aqui a capa de CD.

7. Ainda sobre a tríade gênero/classe/etnia, é possível também estudar como as representações em textos verbais ou multimodais, tomando como exemplo os discursos *funk*, estão assumindo novos corpos como padrões para a venda. Se na atualidade o corpo magro e saudável foi defendido por diferentes discursos (DAUFEMBACK, 2008), a presente análise demonstra a eleição de um novo corpo feminino, um corpo escultural, mas robusto, cheio de

curvas, um corpo sarado, malhado e mais encorpado. Não é o corpo da modelo, magro e esguio, mas é uma representação mais próxima de uma mulher mas “brasileira”, mesmo que enaltecendo e potencializando suas medidas. Segundo Jordão (2009), é possível pensar em um corpo de classe. Haveria um ideal de corpo para as classes mais elitizadas e outro ideal corpóreo para as classes mais carentes. Então, o corpo da mulher pobre se apresenta como uma nova possibilidade para os discursos publicitários.

8. Outra possibilidade a ser explorada na ACD é a presença de contradiscursos. Como já visto, a linguagem é parte constituinte da sociedade, mas também é um elemento diretamente responsável por mudanças sociais. Dessa maneira, os analistas críticos do discurso se interessam também pelas formas de resistência, ou seja, por discursos que denunciam problemas sociais e representam mudanças em seus contextos de produção e circulação, textos que apresentam representações alternativas sobre os membros desses mesmos grupos sociais.

\*\*\*

Consideradas essas possibilidades de investigações, retomando Bauman (2008) e colocando esta problemática na lista das questões pós-modernas, estamos numa constante caçada, só que não se sabe qual é o alvo, nem se pode parar de caçar. Todos (homens e mulheres) são condicionados a sentirem estes sentimentos e serem impulsionados a viver em eterna busca, que é apaziguada pelo ato de comprar. É preciso vender continuamente e os consumidores devem estar permanentemente insatisfeitos para que continuem comprando. Este estado permanente de insatisfação é produzido tanto por novas técnicas discursivas quanto pela ressignificação de antigos termos/conceitos. É papel da mídia criar novas estratégias para que a caça não pare. A figura feminina é recorrentemente usada nestas metáforas, parte de jogos de poder realizados pela linguagem. A linguagem “define certo potencial, certas possibilidades, e exclui outras.” (FAIRCLOUGH, 2003, p. 24). Em outras palavras, os textos representam escolhas feitas no potencial das estruturas da língua, mediadas por restrições e controles estabelecidos e mantidos pelas práticas sociais.

Dessa forma, questionar as representações comodificadas de homens e mulheres significa perceber a força ideológica da linguagem, materializada em discursos que fortalecem a sociedade consumista, onde homens e mulheres produzem e consomem esses discursos. Não se trata aqui de defender teses que oprimam a homens ou preguem a supervalorização de mulheres. Isso implicaria criar outros lugares demarcados por uma noção da diferença de gênero. O que se trata aqui é de defender que a compreensão dessa engrenagem nos habilita a perceber, sobretudo como mulheres, que há escolhas e, mais do que homens bem sucedidos

ou mulheres atraentes (ou vice versa), somos seres humanos complexos, nossos trabalhos, posições sociais, formas de se relacionar com o mundo e identidades se revelam em nossos textos, aqui nessas capas de CD. Então, na medida em que refletimos, questionamos e, assim, mudamos essas representações, acabamos por promover mudanças nas práticas sociais, pois somos constituídos e agimos pela linguagem.

## REFERÊNCIAS

ABDO, Rebeca Barroso. **Influências dos movimentos artísticos brasileiros ea presença da brasilidade na fotografia publicitária do Brasil**. Monografia de conclusão do curso de Comunicação Social do Centro Universitário de Brasília – UniCEUB. Brasília, 2011. Disponível em <<http://repositorio.uniceub.br/bitstream/123456789/3327/1/20807910.pdf>>. Acesso em 07 de julho de 2013.

AMENDOLA Beatriz. **“Peladona do ‘BBB3’” agora canta funk e quer mostrar corpo para Bial**. UOL: São Paulo, 2012. Disponível em<  
<http://televisao.uol.com.br/bbb/bbb13/noticias/redacao/2012/12/22/dez-anos-depois-peladona-do-bbb-canta-funk-e-diz-que-gostaria-de-mostrar-o-corpo-para-pedro-bial.htm> > Acesso em 10 de maio de 2013.

ANAZ, Sílvio. **O Miami bass e o funk carioca**. Disponível em:  
<http://lazer.hsw.uol.com.br/funk3.htm>. Acesso em: 24 nov. 2010.

ANDRADE, Maria Lúcia da Cunha; OLIVERIA, Victório de. Contexto e funcionamento do discurso oral. **Revista da ANPOLL**, São Paulo, v. 4, p. 203-220, 1998.

ARAÚJO, Théo. **Febre do Funk e temporada de caça aos MC’s esfriam com o final do verão**. Matéria de 29 de março de 2001. Disponível em:  
<[http://www.terra.com.br/reporterterra/funk/dia4\\_not1.htm](http://www.terra.com.br/reporterterra/funk/dia4_not1.htm)>. Acesso em: 7 abr. 2009.

\_\_\_\_\_. **História do funk: do soul ao batidão**. Disponível em:  
<[http://www.terra.com.br/reporterterra/funk/historia\\_do\\_funk.htm](http://www.terra.com.br/reporterterra/funk/historia_do_funk.htm)>. Acesso em: 7 abr. 2013.

ARISTÓTELES. **Arte poética**. São Paulo: Martin Claret, 2006.

AUMONT, J. **A Imagem**. Campinas: Papyrus, 1993.

BAUDRILLARD, Jean. **Para uma crítica da economia política do signo**. São Paulo, Martins Fontes, 1981

\_\_\_\_\_. **Simulacros e Simulação**. Lisboa: Relógio D’Água, 1991.

BAKHTIN, M. **Estética da criação verbal**. 3 ed. São Paulo: Martins Fontes, 1979.

BATISTA, Rachel de Aguiar. **Funk, cultura e juventude carioca: um estudo do Morro da Mangueira**. 2005. 145f. Tese (Mestrado em Serviço Social)-Programa de Pós-Graduação da Escola de Serviço Social da Universidade Federal Fluminense, Niterói, 2005.

BAUMAN, Zygmunt. **Identidade**. Trad. de Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Zahar, 2005.

\_\_\_\_\_. **Modernidade Líquida**. Tradução: Plínio Dentzien. Rio de Janeiro: Zahar, 2003.

\_\_\_\_\_. **O mal estar da pós-modernidade**. Rio de Janeiro: Editora Zahar, 1998.

\_\_\_\_\_. **Vida para consumo: a transformação das pessoas em mercadorias**. Trad. de Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Zahar, 2008.

\_\_\_\_\_. **Tempos líquidos**. Trad. de Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Zahar, 2007.

BAZERMAN, Charles. **Gêneros textuais, tipificação e interação**. São Paulo: Cortez, 2005.

BOTTI, Mariana Veloni Vieira. Fotografia e fetiche: um olhar sobre a imagem da mulher. **Cadernos pagu** (21) 2003: pp. 103-131. Disponível em <<http://www.scielo.br/pdf/cpa/n21/n21a06.pdf>>. Acesso em 20 de maio de 2013.

BROWETT, Jonh. Critical Literacy and visual texts: Windows on Culture. **Impact**, v. 11, n. 2, p. 24-29, 2002.

CALDAS-COULTHARD, Carmen Rosa. Discurso crítico e gênero no mundo infantil: brinquedos e a representação de atores sociais. **Linguagem em Discurso**, v. 4, Número Especial, p. 11-32, 2004. 101

\_\_\_\_\_. O picante sabor do proibido: narrativas de transgressão. In: FUNCK, Susana. Borneo; WILHOLZER, Nara. (Org.) **Gêneros em discurso da mídia**. Florianópolis: Editora das Mulheres, 2005.

CAMERON, Deborah. (Ed.) **The feminist critique of language: a reader**. London: Routledge, 1990.

\_\_\_\_\_. **Feminism and linguistic theory**. London: Macmillan, 1992.

CARVALHO, Cristina Maria Soares de. **O gênero discursivo CD-ROM nas práticas de linguagem**. In: 4º Simpósio Internacional de Estudos de Gêneros Textuais, 2007, Tubarão: UNISUL, 2007.

CASTRO, Ana Lúcia de. **Culto ao corpo e sociedade: mídia, estilos de vida e cultura de consumo**. São Paulo: Annablume, 2003.

CASTRO, André; HAIAD, Júlia. **Funk: que batida é essa**. Rio de Janeiro: Aeroplano, 2009.

CARVALHEDO, Arianne; SOUSA Fabiana Rodrigues de; VEERMAN Cris Costa. A comercialização das montanhas através das práticas de lazer a partir do século XX. Usos do Passado' — **XII Encontro Regional de História ANPUH-RJ**, 2006. Disponível em <<http://www.rj.anpuh.org/resources/rj/Anais/2006/conferencias/Arianne%20Carvalhede,%20Fabiana%20R%20de%20Sousa,%20Cris%20C%20Veerman.pdf>>. Acesso em 10 de junho de 2013.

CHOULIARAKI, Lillie; FAIRCLOUGH, Norman. **Discourse in late modernity**. Edinburgh: Edinburgh UP, 2001.

CLOKE, P. The countryside as commodity: new rural spaces for leisure. In Glyptis, S. (ed.). **Leisure and the environment: essays in honour of Professor J. A. Patmore**. Londres: Belhaven Press. pp. 53-67. 1993

CORDEIRO, Ricardo. **Fotografia publicitária e fotografia jornalística**. Ciências da Comunicação na Universidade da Beira Interior, 2006.

COSTA, Marisa Vorraber; CAMOZZATO, Viviane Castro. Consumo e Consumismo: deslocamentos nas ressonâncias do contemporâneo. **Educ. Real.**, Porto Alegre, v. 35, n. 3, p.

343-349, set./dez., 2010. Disponível em: [http://www.ufrgs.br/edu\\_realidade](http://www.ufrgs.br/edu_realidade). Acesso em: 05 de fev. de 2012.

DAUFEMBACK, Adriana Alves. **O imperativo do corpo magro e identidades corporais adolescentes na revista capricho**: uma análise a partir da gramática visual. Dissertação. Mestrado em Ciências da Linguagem-(Universidade do Sul de Santa Catarina - UNISUL). Tubarão, 2008. Disponível em: <[http://busca.unisul.br/pdf/94958\\_Adriana.pdf](http://busca.unisul.br/pdf/94958_Adriana.pdf)>. Acesso em: 20 dez. 2010.

DAYRELL, Juarez. **A música entra em cena**: o rap e o *funk* na socialização da juventude. Belo Horizonte: Editora da UFMG, 2005.

DEBORD, Guy. **A sociedade do espetáculo**: comentários sobre a sociedade do espetáculo. Rio de Janeiro: Contraponto, 1998.

DIONÍSIO, Ângela. P. Gêneros multimodais e multiletramento. In: KARWOSDKI, Acir. M. et al.(Orgs.).**Gêneros textuais**: reflexões e ensino. Rio de Janeiro: Lucena, 2006.

ESSINGER, Sílvio. **Batidão**: uma história do *funk*. Rio de Janeiro: Record, 2005.

FAIRCLOUGH, Norman. **Discurso e mudança social**. Brasília: Ed da UnB, 2001 [1992].

\_\_\_\_\_. A análise crítica do discurso e a mercantilização do discurso público: as universidades. In: MAGALHÃES, Célia. (Org.) **Reflexões sobre a análise crítica do discurso**. Belo Horizonte: Fale, UFMG, 2001.

\_\_\_\_\_. **Analysing discourse**: textual analysis for social research. London; New York: Routledge, 2003.

\_\_\_\_\_. Critical Discourse Analysis as a Method in Social Scientific Research. In: WODAK, Ruth & MEYER, Michael (eds.). **Methods of Critical Discourse Analysis**. London: Sage, 2002, p. 121-138.

\_\_\_\_\_. **Language and globalization**. London: Routledge, 2006.

FERNANDES, Andréia. **Dos morros para a zona sul**. Disponível em: <<http://www2.metodista.br/artcom/text7/text/funk.htm>>. Acesso em: 24 mar. 2007.

FERRAZ, Janaína de Aquino. Gêneros multimodais: novos caminhos discursivos. **VIII ENIL**/Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas – Universidade de São Paulo, 2008. Disponível em: <[http://www.fflch.usp.br/dlc/enil/pdf/2\\_Janaina\\_AF.pdf](http://www.fflch.usp.br/dlc/enil/pdf/2_Janaina_AF.pdf)>. Acesso em: 25 nov. 2009.

FIGUEIREDO, Débora de Carvalho. Análise crítica do discurso na sala de aula: uma proposta de aplicação pedagógica. In: CALDAS-COULTHARD, Carmem; SCLiar-CABRAL, Leonor (Org.). **Desvendando discursos**: conceitos básicos. Florianópolis: Ed. da UFSC, 2008.

FISCHER, Rosa Maria Bueno. Mídia e educação da mulher: modos de enunciar o feminino na TV. In: FUNCK, Susana Borneo; WILHOLZER, Nara (Orgs.). **Gêneros em discursos da mídia**. Florianópolis: Editora das Mulheres, 2005.

FOUCAULT, Michel. **A arqueologia do saber**. Trad. de Luiz Felipe Baeta Neves. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2005.

\_\_\_\_\_. **Microfísica do poder**. Rio de Janeiro: Graal, 1992.

GABOR, Mark. **The pin-up**. Köln, Evergreen, 1996.

GOELLNER, Silvana Vilodre. (Orgs). **Corpo, gênero e sexualidade: um debate contemporâneo**. Petrópolis, Vozes, 2003.

GIDDENS, Anthony. **As consequências da modernidade**. 6. ed. São Paulo: Unesp, 1991.

GOUVEIA, Carlos Antônio Magalhães. Análise Crítica do Discurso: Enquadramento Histórico. In: MATEUS, Maria Helena; CORREIA, Clara Nunes (Eds.) **Saberes no Tempo: Homenagem a Maria Henriqueta Costa Campos**. Lisboa: Edições Colibri, 2002.

GREGORI, Maria Filomena. Erotismo, mercado e gênero. Uma etnografia dos sex shops de São Paulo. **Cad. Pagu** no.38 Campinas Jan./June 2012.

HALLIDAY, Michael Alexander Kirkwood. **An introduction to functional grammar**. 3rd. ed. London: Edward Arnold, 2004.

\_\_\_\_\_. HASAN, Ruqaya. (Eds.) **Language, context and text: aspects of language in a social-semiotic perspective**. London: Oxford University Press, 1989.

HARVEY, David. **Condição pós-moderna: uma pesquisa sobre as origens da mudança cultural**. São Paulo: Loyola, 1992 [1989].

\_\_\_\_\_. **Justice, nature and the geography of a difference**. London: Blackwell, 1996.

HERSCHMANN, Micael. **O funk e o hip-hop invadem a cena**. 2. ed. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2005.

KELLNER, Douglas. **A cultura da mídia-estudos culturais: identidade e política entre o moderno e o pós-moderno**. Bauru, SP: EDUSC, 2001.

KRESS, Gunther. Fazendo signos e fazendo sujeitos: O currículo de inglês e os futuros sociais. 1995. **Trabalhos em Linguística Aplicada, n. 25**, p. 97-118, 1995.

\_\_\_\_\_. **Linguistic processes in sociocultural practice**. Victoria, Australia: Deakin University Press, 1985.

\_\_\_\_\_. **Multimodality: challenges to thinking about language**. TESOL Quartely, 2000.

\_\_\_\_\_; VAN LEEUWEN, Teo. **Reading images: the grammar of visual design**. London: Routledge. 1996.

\_\_\_\_\_. **Multimodal discourse: the modes and media of contemporary communication**. London: Arnold. 2001.

JORDÃO, Janaina Vieira de Paula. Corpo de classe: As relações de trabalhadoras domésticas com mídia, beleza e consumo. **Revista contraponto, n. 20**, agosto de 2009. Disponível em

<<http://www.uff.br/contracampo/index.php/revista/article/view/5/20>>. Acesso em: 27 de novembro de 2011.

LEITE JÚNIOR, Jorge. **Das maravilhas e prodígios sexuais** - A pornografia “bizarra” como entretenimento. São Paulo: Annablume/ Fapesp, 2006.

LEMKE, Jay L. Multiplying Meaning. In: MARTIN, J.R.; VEEL, R. (Eds.). **Reading sciences**. London: Routledge, 1998.

LESSA, Patrícia. **Mulheres à venda**: uma leitura do discurso publicitário nos outdoors. Londrina: Eduel, 2005.

MAGALHÃES, Isabel. **Eu e tu**. A constituição do sujeito no discurso médico. Brasília: Thesaurus, 2000.

MAGALHÃES, Célia Maria (Org). **Reflexões sobre a Análise Crítica do Discurso**. Belo Horizonte: Faculdade de Letras, UFMG, 2001.

MARX, K. O capital: **Crítica da economia política**. 3 ed. São Paulo: Nova Cultural, 1988.

MEDEIROS, Janaína. **Funk carioca**: crime ou cultura? O som dá medo e prazer. São Paulo: Terceiro Nome, 2006.

MEURER, José Luiz. O conhecimento de gêneros textuais e a formação do profissional da linguagem. In: FORTKAMP, Mailce Borges Mota; TOMITCH, Leda Maria Braga. **Aspectos da linguística aplicada**: estudo em homenagem ao professor Hilário Inácio Bohn. Florianópolis: Insular, 2000.

\_\_\_\_\_. Integrando estudos de gêneros textuais ao contexto de cultura. In: KARWOSKI, Acir Mário; GAYDECZKA, Beatriz; BRITO, Karin S. (Orgs.). **Gêneros textuais**: reflexões e ensino. 2. ed. rev. e ampl. Rio de Janeiro: Lucerna, 2006.

MEURER, José Luiz; MOTTA-ROTH, Désirée. (Orgs.). **Gêneros Textuais**. Bauru, SP: EDUSC, 2002.

MORAES, Eliane Robert; LAPEIZ, Sandra Maria. **O que é pornografia**. São Paulo: Brasiliense, 1984.

MOTTA-ROTH, Désirée; HEBERLE, Viviane. MARIA. O conceito de “estrutura potencial do gênero de Ruqayia Hasan. In: MEURER, J. L.; BONINI, A.; MOTTA-ROTH, D. **Gêneros**: teorias, métodos, debates. São Paulo: Parábola, 2005.

MOTTA-ROTH, D. Questões de metodologia em análise de gêneros. In: KARWOSKI, A.; GAYDECZKA, B.; BRITO, K. S. (Orgs.) **Gêneros textuais**: reflexões e ensino. União da Vitória-PR: Editora Kayganguê, p.179-202, 2005

NOVELINO, M. O. Gramática Sistêmico-Funcional e o estudo de imagens em livro didático de inglês como língua estrangeira. In: International Systemic Functional Congress, XXXIII, jul. 2006, São Paulo. **Proceedings**. São Paulo: LAEL-PUC-SP, 2006, p. 315-330.

OHIRA, Alice T.; MADER, Maria Paula Mansur. A imagem como elemento de comunicação. Análise de imagens em capas de obras musicais. **Cadernos da escola de**

**comunicação, UNIBRASIL**, Número 3, Jan-Dez 2005. Disponível em <<http://apps.unibrasil.com.br/revista/index.php/comunicacao/article/viewFile/558/476>>. Acesso em 20 de maio de 2013.

OLIVEIRA, Edinéia. **A commodificação feminina na rede de práticas discursivas multimodais que promovem o Funk**: um exemplo discursivo da transformação da mulher em um produto sexual e comercial na modernidade tardia. In: Seminário Internacional Fazendo Gênero 9: diásporas, diversidades, deslocamentos, 2010, Florianópolis. Anais Eletrônicos, 2010. Disponível em <[http://www.fazendogenero.ufsc.br/9/resources/anais/1262894019\\_ARQUIVO\\_ACOMODIFICACAOFEMININANAREDEDEPRATICASDISCURSIVASMULTIMODAISQUEPROMOVEMOFUNK.pdf](http://www.fazendogenero.ufsc.br/9/resources/anais/1262894019_ARQUIVO_ACOMODIFICACAOFEMININANAREDEDEPRATICASDISCURSIVASMULTIMODAISQUEPROMOVEMOFUNK.pdf)>. Acesso em 10 de jun. de 2013.

\_\_\_\_\_. A expressão da identidade feminina nas letras de músicas *funk*. In: **CELSUL**, Universidade Católica de Pelotas. Pelotas: 2006.

\_\_\_\_\_. **A expressão da identidade feminina no gênero música funk**: estudo de caso em letras de canções da fase erótica do movimento *funk*. Tese de mestrado. UNISUL, 2008. Disponível em: <http://www3.unisul.br/paginas/ensino/pos/linguagem/cd/Port/45.pdf> Acesso em: 2 jan. 2009.

\_\_\_\_\_. A expressão da identidade feminina no Gênero Textual Música *Funk*. **Anais do 4º SIGET**, Simpósio Internacional de Estudos de Gêneros Textuais. Tubarão, 2007. v. 4. Disponível em: <http://www3.unisul.br/paginas/ensino/pos/linguagem/cd/Port/45.pdf> Acesso em: 2 jan. 2009.

\_\_\_\_\_. A representação da mulher no *Funk*: uma análise textual através da gramática visual. In: **4 Jornada acadêmica das licenciaturas do CTESOP**. Assis Chateaubriand, 2011.

\_\_\_\_\_. O discurso sobre as mulheres fruta no jornal folha de São Paulo: novas formas de commodificação do feminino na modernidade tardia. In: X **CELSUL**, 2012, CASCAVEL. **Anais do X CELSUL**, 2012. p. 1-15. Disponível em <[http://www.celsul.org.br/Encontros/10/completos/xcelsul\\_artigo%20%2865%29.pdf](http://www.celsul.org.br/Encontros/10/completos/xcelsul_artigo%20%2865%29.pdf)>. Acesso em 20 de maio de 2013.

PAULA, Luciane de. O suíngue *Funk* da canção SLA. **Cadernos de Semiótica Aplicada**, v. 4, n. 2, dez 2006. Disponível em: <<http://www.fclar.unesp.br/grupos/casa/artigos/V4n2/CASA2006-v4n2-Art-de-Paula.pdf>>. Acesso em: 31 jan. 2011.

PETERMANN, Juliane. Imagens na publicidade: significações e persuasão. **UNIrevista** - Vol. 1, nº 3: (julho 2006). Disponível em <[http://www.iar.unicamp.br/lab/luz/ld/Linguagem%20Visual/imagens\\_na\\_publicidade\\_sigificacoes\\_e\\_persUasao.pdf](http://www.iar.unicamp.br/lab/luz/ld/Linguagem%20Visual/imagens_na_publicidade_sigificacoes_e_persUasao.pdf)>. Acesso em 15 de julho de 2013.

PERPETUO, Irineu Franco; SILVERIO, Sérgio Amadeu da. **O futuro da música depois da morte do CD**. São Paulo, Momento, 2009.

PINTO, Milton José. **Comunicação e discurso**: uma introdução à análise de discursos. São Paulo: Hacker, 1999.

RAVELLI, Louise. Getting started with functional analysis of texts. In: UNSWORTH, Len. (Ed.). **Researching language in schools and communities: functional linguistic perspectives**. London and Washington: Cassell, 2000.

RAMALHO, Viviane; RESENDE, Viviane de Melo. Análise de Discurso Crítica, do modelo tridimensional à articulação entre as práticas: implicações teórico-metodológicas. **Linguagem em (Dis)curso**, 5: 185-207, 2004.

\_\_\_\_\_. Análises de discurso (para a) crítica: o texto como material de pesquisa. Coleção Linguagem e Sociedade, v. 1. Campinas, SP: Pontes Editores, 2011.

RESENDE, Viviane de Melo. **Análise de Discurso Crítica**. São Paulo: Contexto, 2006.

ROCHA, Everardo. **A Mulher, o Corpo e o Silêncio**: a identidade feminina nos anúncios publicitários. Revista Alceu, Rio de Janeiro, v. 2, n. 3, 2001. Disponível em: <<http://www.publique.rdc.puc-rio.br/revistaalceu>>. Acesso em: 5 jul. 2013.

ROCHA, Harrison da. **Repensando o ensino de língua portuguesa**: uma abordagem multimodal. Dissertação de Mestrado. Brasília: Universidade de Brasília, 2005.

SÁ, Simone Pereira de. *Funk carioca: música eletrônica popular brasileira*. **Revista da associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação**, 2007. Disponível em: <<http://www.compos.org.br/seer/index.php/e-compos/article/viewFile/195/196>>. Acesso em: 27 jun. 2010.

SANTOS COSTA, Giselda dos. Letramento Visual: Da web ao celular. **II Encontro Hipertexto e Tecnologias na Educação** – Universidade Federal do Ceará- junho de 2007. Disponível em: <<http://www.giseldacosta.com.br/public/2024496-LETRAMENTO-VISUAL-WEB-AO-CELULAR.pdf>>. Acesso em: 20 jan. 2009.

SANTOS, F. R. da S.; SOUZA, M. Aspectos multimodais em editoriais da Veja. In: Simpósio Hipertexto e Tecnologias na Educação, II, set. 2008, Recife. **Anais**. Recife: NEHTE-UFPE, 2008, p. 1-16.

SANTOS, Jair Ferreira dos. **O que é pós-moderno**. São Paulo: Brasiliense, 2008.

SARDINHA, Tony Berber. **Metáfora**. São Paulo: Parábola, 2007.

SARUP, M. **Identity, culture and the postmodern world**. Edinburgh: Edinburgh UP, 1996.

SITE ÉFUXICO. **Dani Souza a Mulher Samambaia está solteira novamente mas declara "Quero encontrar alguém, casar e ter três filhos"**. Disponível em <<http://www.efuxico.com.br/2010/02/26/dani-souza-a-mulher-samambaia-esta-solteira-novamente-mas-declaraquero-encontrar-alguem-casar-e-ter-tres-filhos/>>. Acesso em 10 de jun. 2013.

STEARNS, Peter N. **História das relações de gênero**. São Paulo: Contexto, 2007.

STEELE, Valerie. **Fetichismo**: moda, sexo & poder. Rio de Janeiro: Rocco, 1997.

STURKEN, M; CARTWRIGHT, L. **Practices of Looking: An Introduction to Visual Culture**. New York: Oxford University Press, 2001.

THOMPSON, Geoff. **Introducing Functional Grammar** (2nd edition) London: Arnold, 2004.

THOMPSON, J. B. **Studies in the theory of ideology**. Cambridge: Polity Press, 1984.

VAN LEEUWEN, Theo. A representação dos actores sociais. In: PEDRO, Emília Ribeiro (Org.). **Análise Crítica do Discurso**: uma perspectiva sociopolítica e funcional. Lisboa: Caminho, 1997. p. 169-222.

\_\_\_\_\_. Genre and field in critical discourse analysis. **Discourse & society**, v. 4, n. 2, p. 193-223, 1993

PERPÉTUO, Irineu; SILVEIRA, Sergio Amadeu. O Futuro da música depois da morte do CD. Momento Editorial: São Paulo, 2009.

VIANA, Lucina Reintebach. **O Funk no Brasil**: música desintermediada na cibercultura. Unicamp, Sonora. Disponível em: <<http://www.sonora.iar.unicamp.br/index.php/sonora1/article/viewFile/32/31>>. Acesso em: 27 jun. 2010.

VIANNA, Hermano. *Funk* e cultura popular carioca. **Estudos Históricos**, v. 3, n. 6, 1990, p. 244-253.

\_\_\_\_\_. (Org.). **Galerias cariocas**: territórios de confrontos e encontros culturais. Rio de Janeiro: Ed. da UFRJ, 2003.

\_\_\_\_\_. **O mundo funk carioca**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1992.

YÚDICE, George. **A conveniência da cultura**: usos da cultura na era global. Belo Horizonte: Ed. da UFMG, 2004.

## REFERÊNCIAS DAS CAPAS

- CD 01: **Funk Folia 2012 DJ Trevisano**. 30 dez. 2011. Disponível em:  
<<http://socapas10.blogspot.com.br/2011/12/cd-funk-fofia-2012-dj-trevisano.html>>. Acesso em: 20 maio 2013.
- CD 02: **Funk Neurótico Volume 5**. 17 mar. 2012. Disponível em:  
<<http://dvdsupercapas.blogspot.com.br/2012/03/funk-neurotico-volume-5.html>>. Acesso em: 20 maio 2013.
- CD 03: **Funk das novinhas 2012 DJ Toddynho**. Disponível em:  
<<http://www.mgdownloadcds.net/2012/11/baixar-cd-funk-das-novinhas-2012-dj.html>>. Acesso em: 20 maio 2013.
- CD 04: **Funk do Patrão**. Novembro de 2012. Disponível em:  
<[http://israelcr.comunidades.net/index.php?pagina=1529276190\\_01](http://israelcr.comunidades.net/index.php?pagina=1529276190_01)>. Acesso em: 20 maio 2013.
- CD 05: **Dj Killesse -Funk Verão 2012 Vol 02**. 28 fev. 2012. Disponível em:  
<<http://luzevidacover.net/?m=201202>>. Acesso em: 20 maio 2013.
- CD 06: **Sedução Fatal**. <<http://seducaofatalfunk.xpg.uol.com.br/dupla-seducao-fatal-capado-novo-cd-e-dvd.html>>. Acesso em: 20 maio 2013.
- CD 07: **Funk na veia 2012**. 2 maio 2012. Disponível em:  
<<http://dvdsupercapas.blogspot.com.br/2012/05/funk-na-veia-2012.html>>. Acesso em: 20 maio 2013.
- CD 08: **DJ Killesse-Funk Verão 2012**. 28 dez. 2011. Disponível em:  
<<http://socapas10.blogspot.com.br/2011/12/dj-killesse-funk-verao-2012.html>>. Acesso em: 20 maio 2013.
- CD 09: **CD Especial de Eletrofunk vol.2 2012- DJ Ton**. Disponível em:  
<<http://www.baladag4.com.br/g4/downloads/cd-especial-de-eleto-funk-vol-2-2012>>. Acesso em: 20 maio 2013.
- CD 10: **CD Especial Automotivo 2012**. 1 set. 2012. Disponível em:  
<<http://valbercds.blogspot.com.br/2012/09/cd-especial-automotivo-2012-qualidade.html>>. Acesso em: 22 maio 2013.
- CD 11: **CD SÓ AS TOPS (ESPECIAL DANCE & ELETRO FUNK 2012)**. Disponível em:  
<<http://djmarciolima.blogspot.com.br/2012/11/cd-so-as-tops-especial-dance-eleto.html>>. Acesso em: 20 maio 2013.
- CD 12: **Funk dos monstros Vol. 03**. Disponível em:  
<<http://blogomelhordofunk.blogspot.com.br/p/os-melhores-cds-de-funk-2012.html>>. Acesso em: 20 maio 2013.
- CD 13: **Electro Funk Brasil 2012 - DJ Edu Marks**. 2 dez. 2011. Disponível em:  
<<http://djedumarks.blogspot.com.br/2011/12/cd-electro-funk-brasil-2012-dj-edu.html>>. Acesso em: 24 de maio de 2013.

- CD 14: **Pankadão Eletro Funk (2012)**. Disponível em:  
<<http://www.baixarcamp3.org/pankadao-eleto-funk-2012>>. Acesso em: 20 maio 2013.
- CD 15: **Dj Nildo- Top Funk 2012**. 30 mar. 2012. Disponível em:  
<<http://adivizuldowns.net/?p=2836>>. Acesso em: 20 maio 2013.
- CD 16: **Funk Mix 2012**. Disponível em:  
<<http://www.djluucasoriginal.com.br/downloads.html>>. Acesso em: 20 maio 2013.
- CD 17: **Fluxo do Funk- Vol. 2 (2012)**. Disponível em:  
<<http://downloadseletofunkcuritiba.blogspot.com.br/p/cds-completos.html>>. Acesso em: 20 maio 2013.
- CD 18: **DJ Warley- Ritmo de verão Axé & Funk**. Disponível em:  
<<http://luzevidacover.net/?m=20120213>>. Acesso em: 24 de maio de 2013.
- CD 19: **Fluxo do Funk Vol. 03 Ostentação (2012)**. Disponível em:  
<<http://downloadseletofunkcuritiba.blogspot.com.br/p/cds-completos.html>>. Acesso em: 20 maio 2013.
- CD 20: **Funk Pancadão- Clube A**. Disponível em:  
<<http://garapamusic1.blogspot.com.br/2011/10/funk-pancadao-clube.html>>. Acesso em: 20 maio 2013.
- CD 21: **CD Eletro Funk 2012 By [DJ Willian The Best]**. Disponível em:  
<<http://djwilliamthebest1.blogspot.com.br/2012/07/cd-eleto-funk-2012-by-dj-william-best.html>>. 11 de julho de 2012. Acesso em: 20 maio 2013.
- CD 22: **Funk Especial digital 93 FM**. 19 jun. 2012. Disponível em:  
<[http://digital93fm.com.br/novoradio/?attachment\\_id=339](http://digital93fm.com.br/novoradio/?attachment_id=339)>. Acesso em: 20 maio 2013.
- CD 23: **Funk Neurótico Volume 7**. 17 mar. 2012. Disponível em:  
<<http://dvdsupercapas.blogspot.com.br/2012/03/funk-neurotico-volume-7.html>>. Acesso em: 20 maio 2013.
- CD 24: **Funk Porradao 2012 DJ Fiti**. 17 mar. 2012. Disponível em:  
<<http://dvdsupercapas.blogspot.com.br/2012/03/download-funk-porradao-2012-dj-fiti.html>>. Acesso em: 20 maio 2013.
- CD 25: **Funk Porradao Supermix 2012**. Disponível em:  
<<http://www.musicasparaouvir.org/funk-porradao-supermix-2012/>>. Acesso em: 20 maio 2013.
- CD 26: **CD Funk Supermix 2012**. 7 out. 2012. Disponível em:  
<<http://capasbil.blogspot.com.br/2012/10/ziddu.html>>. Acesso em: 20 maio 2013.
- CD 27: **Funk na cabeça Vol. 02**. 18 fev. 2012. Disponível em:  
<<http://luzevidacover.net/?p=2061>>. Acesso em: 20 maio 2013.
- CD 28: **Funk na cabeça. Vol. 03**. Disponível em:  
<<http://www.hitsmp3.net/cds.php?artista=funk-na-cabeca>>. Acesso em: 20 maio 2013.

CD 29: **DJ Black Mix -The Best Eletro Funk 2012**. 13 mar. 2012. Disponível em: <<http://socapas10.blogspot.com.br/2012/03/dj-black-mix-best-eletro-funk-2012.html>>. Acesso em: 20 maio 2013.

CD 30: **O MELHOR DO FUNK - DJ VILSON (2012)**. 13 fev. 2012. Disponível em: <<http://capaseditadas.blogspot.com.br/2012/02/cd-o-melhor-do-funk-dj-vilson-2012.html>>. Acesso em: 20 maio 2013.

CD 31: **Fluxo Do Funk Vol. 4 – Hits Da Balada (2012)**. 4 abr. 2013. Disponível em: <<http://musicaparaouviroonline.com/fluxo-do-funk-vol-4-hits-da-balada-2012/>>. Acesso em: 20 maio 2013.

CD 32: **Killesse- Balada Funk 2012**. 24 jun. 2012. Disponível em: <<http://adivizuldownloads.net/?p=4570>> Acesso em: 20 maio 2013.

CD 33: **Balada Funk 2012**. Disponível em: <<http://downloadseletrofunkcuritiba.blogspot.com.br/p/cds-completos.html>>. Acesso em: 20 maio 2013.

CD 34: **Balada Funk - a novinha quer Funk 2012**. 17 de outubro de 2012. Disponível em: <<http://capaseditadas2.blogspot.com.br/2012/10/cd-balada-funk-novinha-quer-funk-2012.html>>. Acesso em: 20 maio 2013.

CD 35: **Funk Porradao 2012**. 29 mar.2012. Disponível em: <<http://luzevidacover.hospedagemdesites.ws/?m=201203>>. Acesso em: 20 maio 2013.

CD 36: **Funk Top 2012**. 16 out. 2012. Disponível em: <<http://luzevidacover.net/?p=6911>>. Acesso em: 20 maio 2013.

CD 37: **CD Funk Pesadao 2012 by [DJ Willian The Best]**. 11 jul. 2012. Disponível em: <<http://djwilliamthebest1.blogspot.com.br/2012/07/cd-funk-pesadao-2012-by-dj-william-best.html>>. Acesso em: 20 maio 2013.

CD 38: **Funk na Veia 2012- Ostentação**. 2 de maio de 2012. Disponível em: <<http://dvdsupercapas.blogspot.com.br/2012/05/funk-na-veia-ostentacao-2012.html>>. Acesso em: 20 maio 2013.

CD 39: **Tequileiras Do Funk - Ai Se eu Te Pego (2012)**. Disponível em: <<http://www.furiousdownloads.net/2012/02/download-cd-tequileiras-do-funk-ai-se.html>>. Acesso em: 20 maio 2013.

CD 40. **As tigresas do Funk (2012)**. Disponível em: <<http://capaseditadas2.blogspot.com.br/2012/08/cd-as-tigresas-do-funk-2012.html>>. Acesso em: 20 maio 2013.