

A publicidade na canção: diversão como sedução de solução

(Advertisement on the song: entertainment as seduction of solution)

Luciane de Paula¹

¹ Universidade Estadual Paulista – UNESP – Departamento de Linguística – Câmpus de Assis e Programa de Pós-Graduação em Linguística e Língua Portuguesa – Câmpus de Araraquara

lucianedepaula1@gmail.com

Abstract: This article intends to cause reflection on the advertisement strategy applied by Fernanda Abreu (FA) in order to understand the song “Disco Club 2 (Melo Radical)” from the album *SLA radical dance disco club* by FA. The composition seduces the subjects involved in the song process to listen to it somehow. The analysis is based on chronotopy, conception developed by the Bakhtin, Medvedev and Volochinov Circle. The idea carried by the song is a meeting at night at a *funk* club where FA is with other people. Therefore, the song becomes its own advertisement as a product of consumerism.

Keywords: song; advertisement; speech; Bakhtin, Medvedev, Volochinov Circle.

Resumo: Este artigo se propõe a refletir sobre a estratégia publicitária utilizada por Fernanda Abreu (FA), com o objetivo de compreender como a canção “Disco Club 2 (Melô do Radical)”, do álbum *SLA radical dance disco club*, de FA, com essa estratégia, seduz os sujeitos envolvidos no processo cancionero a consumirem a canção SLA de FA. Na análise, trabalhar-se-á com a noção de *cronotopo* desenvolvida pelo Círculo Bakhtin, Medvedev, Volochinov. O encontro dos sujeitos com o SLA *funk* no clube à noite é a ideia vendida pela e na canção. Assim, a canção se publiciza como produto de consumo.

Palavras-chave: canção; publicidade; discurso; Círculo Bakhtin, Medvedev, Volochinov.

Introdução

Neste artigo, nossa proposta é tentar compreender como o *hip hop* passa a ser incorporado pela indústria cultural, por meio do *funk* de Fernanda Abreu (FA), visto como representante do *funk* do asfalto e este como produto de consumo de algumas esferas de atividades (o baile, a comunidade, entre outras), oriundo de uma movimentação juvenil massiva: a linguagem (“gíria”, que, no processo de “funkinização” (PAULA, 2007), passa a ser um código, porta de entrada para um outro universo, bem como para a compreensão de uma lógica cultural estabelecida no “universo *funk*”), a vestimenta (que passa a ser moda, portanto, valorizada como tal, inclusive economicamente), a música (o batidão do baile *funk*, com seu tom de diversão como prazer sexual, liberação do corpo, especificamente do que Bakhtin denomina como “baixo estrato corpóreo”, reprimido social), a dança (sensual e provocativa, que, muitas vezes, simula movimentos sexualizados) e a arte do e no corpo (modelos corporais distintos da moda do *establishment*: tatuagens nos corpos masculinos e maior volume nos corpos femininos, especialmente em suas partes sensuais e sexuais: seios, nádegas e pernas), a fim de disseminar uma outra lógica, a da “Central da Periferia”, com o propósito de conquistar novos adeptos e, com isso, novas possibilidades de produção/geração, circulação e reprodução de renda. Para tratar dessa questão, fundamentamo-nos na concepção de cronotopia estudada pelo Círculo de Bakhtin.

A concepção do *hip hop* como movimento está baseada na ideia dinâmica de uma movimentação de determinadas coletividades em torno de uma proposta estético-social e não propriamente à ideia clássica de movimento, mais ligada ao universo do engajamento político-partidário (ainda que essa ideia também apareça no *hip hop*, que se quer um movimento político-social, o que pode ser visto por ações de organização dos locais onde impera, como por exemplo, com a sindicalização das comunidades e sua organização por meio da CUFA – Central Única das Favelas, bem como com a criação de um partido político que pretende dar voz aos negros jovens e pobres, conforme afirma MV Bill, criador do partido que se encontra em processo de escolha de seu nome). Aqui, esses movimentos são vistos como grandes movimentações coletivas atuantes no espaço social e no campo cultural. A movimentação em torno do ritmo, do corpo e seus corolários é que faz os sujeitos se moverem em direção a algo. Afinal, o movimento do “pulo dos quadris” – etimologia de *hip* (quadris) *hop* (pulo) – surge com o propósito da animação festiva, da diversão calcada na liberação do “baixo estrato corpóreo”, via suingue dançante sexualizado de seus bailes e é composto por música (*rap* e *funk*), dança (*break*), pintura (grafite) e poesia (as letras das canções, assim concebidas pelos sujeitos atuantes do movimento).

Em nossas pesquisas, realizadas desde 2003, verificamos que a preocupação existente em muitos dos discursos das canções do *hip hop*, tanto do *funk* quanto do *rap*, refere-se à procura de um espaço, de voz e visibilidade dos sujeitos e suas culturas. Nossa escolha de pesquisa se centrou no Rio de Janeiro porque esse é o *locus* privilegiado de desenvolvimento específico do *funk* no país e porque a “cidade maravilha do caos” (ABREU, “Rio 40 Graus”, *SLA2 ~ Be sample*, 1992) representa o *establishment* midiático, principalmente televisivo (e, especificamente, *Global*), pois visto como lugar pelo qual se tem que passar e ser visto. Ao voltarmos-nos ao Rio de Janeiro, a opção pelo *SLA funk* de FA ocorreu porque encontramos em suas canções um ícone expressivo de defesa do *funk*, em alguns momentos, inclusive, de maneira publicitária, como ocorre na canção “*Disco Club 2* (Melô do Radical)”, do álbum *SLA radical dance disco club* (ABREU, 1990), aqui analisada, em que o enunciador-locutor da canção simula sua anulação e cria o efeito de sentido de que a própria canção possui voz e seduz, por si, todos os sujeitos (enunciador-locutor, enunciatário-locutário, interlocutor, interlocutário, narrador e personagem) a consumirem, em todos os sentidos (ouvirem, cantarem, produzirem, dançarem), o *SLA* de FA.

As marcas enunciativas reveladoras da estratégia publicitária existente na canção se encontram tanto em sua letra (os modalizadores do sujeito) quanto em sua música (a interdiscursividade/intertextualidade entre canções do universo *disco* dos anos 70). Ao trazer o discurso publicitário para dentro de seu enunciado, a canção analisada o ironiza de maneira ácida, pois ridiculariza esse tipo de discurso propagandístico que tenta vender a ilusão de que existe uma “solução milagrosa” para todo e qualquer “tipo de problema”, ainda que se utilize dele para se autoafirmar e vender. O mundo *SLA* da *disco music* de FA é o produto à venda, anunciado pelo enunciado publicitário cantado e tocado em “*Disco Club 2*”: um universo livre e democrático, onde todos são iguais, desde que cantem e dancem no mesmo embalo, o do clube radical da *dance music*, onde se divertir é a palavra de ordem, pois o prazer é o imperativo dominante, poder corpóreo em inversão valorativa ao mundo cotidiano do trabalho compulsório, baseado no capital. Em outras palavras, o enunciado (sincrético) da canção anuncia o produto *SLA* e seu “clube radical” como elemento transformador, capaz de “salvar” os sujeitos da canção de qualquer problema.

Bakhtin, ao descrever o tempo de aventuras dos romances gregos, tempo que compõe o cronótopo do encontro, afirma acerca da importância do ponto de partida da ação do enredo, pois o considera o primeiro encontro do herói do enunciado. O ponto de chegada, segundo o filósofo russo, é o “final feliz”, realizado pela união do herói com o que/quem encontrou no início da trama. De acordo com Bakhtin (1988, p. 215), “Tais pontos – polos da ação do enredo – são os acontecimentos essenciais na vida dos heróis. [...] Entretanto, o romance não é construído sobre eles, mas sim no que há (realiza-se) entre eles. Porém, não deve haver nada de essencial entre os dois pontos”. Apesar de tratarmos aqui de um outro gênero discursivo, a canção e não o romance, o encontro dos sujeitos com a música SLA no espaço fechado do clube no tempo presente da noite é o objetivo e a promessa de mudança e felicidade a todos aqueles que comprarem a ideia vendida pela e na canção. Assim, o “final feliz” é a venda da *disco music* SLA de FA e a instauração do *funk* carioca nos *mass media* como ilusão de visibilidade e audição das vozes e imagens dos sujeitos e seus *modus vivendi*. Para refletirmos como isso ocorre, partimos de algumas concepções teóricas basais que colaboram para a compreensão desse processo e analisamos a canção selecionada como ilustração do SLA *funk* de FA.

O processo de fabricação do produto SLA *Funk*

Compreendemos o *hip hop* como um movimento cultural massivo. O *funk* carioca surgiu dentro do movimento *hip hop* do Rio de Janeiro (apesar das influências de fora, esse movimento, no Rio, mistura-se, dentre outros elementos, com o samba, o que o identifica como parte de uma produção cultural específica, com suas peculiaridades de malandragem, humor, deboche, sensualidade e ironia) como possibilidade de inclusão social. *A priori*, sua proposta se vincula a sujeitos que, invisíveis para o poder, querem ser vistos, não como bandidagem, mas como diferença a ser respeitada. E o que significa ser respeitado em um país capitalista? De certa forma, produzir e consumir traz visibilidade aos sujeitos. Assim, uma proposta de rebeldia passa a servir ao poder, uma vez que os sujeitos não recusam o sistema, apenas tentam criar condições e oportunidades de inclusão, de visibilidade e aceitação, a partir de suas próprias estruturas capitais, via produção cultural, altamente industrial.

Para compreendermos as manifestações culturais, antes, precisamos explicitar o que entendemos ou chamamos de cultura. Para isso, utilizamos o conceito de Geertz. Para o autor (GEERTZ, 1989, p. 15), o conceito de cultura é “essencialmente semiótico”, pois ele acredita que “[...] o homem é um animal amarrado a teias de significados que ele mesmo teceu, sendo a cultura como uma dessas teias e a sua análise”. Para ele (GEERTZ, 1989, p. 24), “Como sistema entrelaçado de signos interpretáveis, a cultura não é um poder, algo ao qual podem ser atribuídos casualmente os acontecimentos sociais, os comportamentos, as instituições ou os processos; ela é um contexto, algo dentro do qual eles podem ser descritos de forma inteligível – isto é, descritos com densidade”. O *funk*, como manifestação cultural, originário de espaços sociais menos integrados à dinâmica do capital global, comporta-se, na contemporaneidade, ao mesmo tempo, como resistente e desejoso de inclusão. E isso pede uma reflexão acerca da sua relação com a indústria cultural.

A indústria cultural surge, segundo Coelho (2003, p. 10-11), em função da industrialização. Para a sociedade capitalista, o padrão de avaliação tende a ser a *res*, por isso, tudo se transforma em coisa – inclusive o homem. E esse homem reificado só pode ser um

homem alienado: alienado de si, do seu trabalho, do produto de seu trabalho e do mundo. Nesse quadro, também a cultura feita em série para o grande público, caso do *funk* carioca do asfalto na contemporaneidade, passa a ser vista não como instrumento de livre expressão crítica, mas como produto padronizado.

Ao estudar a mídia norte-americana, Adorno (2005, p. 37) sustenta que

[...] o lazer não é mais simples diversão ou entretenimento. Há um maquinismo denominado indústria cultural que visa obter um comportamento dócil e uma multidão domesticada, através da exploração sistemática dos bens culturais. As produções desta indústria, introduzidas como mercadorias, aliadas ao espírito de concentração capitalista perseguem atitudes passivas de seus consumidores e buscam um cidadão conformista que não tem nada em comum com o uso da razão e da liberdade.

O *funk* passa a fazer parte do processo de “produção de mercadorias” (KURZ, 1993) originárias, a princípio, de e para um público específico (segundo as canções de FA, a “galera sangue bom” do “baile da pesada”), apesar de, hoje, ter perdido essa prerrogativa, uma vez que, com o passar do tempo, a proposta inicial do movimento foi diluída, conforme ganhou espaço e adeptos. Ao sair da favela e adentrar os espaços urbanos privilegiados econômica e socialmente, o *funk* começou a ser valorizado pela indústria fonográfica, que passou a apostar nele “todas as suas fichas”. Esse foi o momento em que a indústria fonográfica contratou e espalhou *DJs* e funkeiros pelas emissoras de TV, rádios, festas e bailes. Essa “lavagem cerebral” de invasão do *funk* a tantos espaços fez com que ele se tornasse “moda” e atraísse pessoas que só passaram a produzi-lo ou consumi-lo com vistas ao *status* e à posição financeira proporcionados por esse estilo de canção (Não que não haja quem aprecie esse ritmo musical. No entanto, há também quem utiliza a “moda *funk*” apenas para lucrar). Assim, o Brasil passou, no início dos anos 2000, por esse processo de avassaladora invasão rítmico-linguístico-cultural que ficou conhecida, segundo Paula (2007), como “funquinização”.

A generalização desse ritmo musical é tamanha que, hoje, ele se divide em vários tipos (o *funk* carioca, o *funk* baiano, o *funk* paulista, entre outros) e, dentro deles, novas modalidades aparecem (Para ficarmos apenas com o *funk* carioca, uma vez que é no Rio de Janeiro que o SLA *funk* de FA aparece, podemos destacar: o *funk* erótico, o *funk* romântico, o *funk* político, o *funk* ecológico, entre outros). Com o processo crescente da moda *funk* pelo país, apareceram alguns produtores de música que nada tem a ver com o movimento *hip hop*, chamando suas canções de *funk*. Esse processo histórico massivo contribuiu para uma conceituação cada vez mais ampla e vazia de sentido desse ritmo, uma vez que “tudo” pode ser considerado *funk*, sem, muitas vezes, sê-lo, como ocorreu com MC Marcinho, no topo das paradas em 2006 e com suas canções dentre as mais pedidas das rádios FMs, principalmente aquelas voltadas ao público jovem (com faixa etária entre 14 e 24 anos).

Além disso, tal processo de “funquinização”, especificamente carioca, faz com que o intuito inicial de resistência do *hip hop* se perca e ele, incorporado pela indústria cultural, pode passar a ser visto como gerador de lucro com a produção de sua arte-cultural-mercadoria. Afinal, a cultura em um país capitalista é determinada, também, de maneira capitalista, ou seja, por meio de índices de vendagem, entre outros elementos quantitativos de geração de riquezas. Ao passar a contabilizar seus lucros e difundir sua moda (não

apenas cancionista, mas também de estilo de roupa e bijuterias, entre outras questões) é que o *hip hop* deixa de ser revolucionário, como prega seu discurso, uma vez que nada, sistemicamente, é modificado por intermédio de parte da produção de sua arte, ainda que alguns grupos continuem a lutar, diretamente engajados a causas sociais, por liberdade de expressão e valorização da cultura popular, como é o caso do *Afro Reggae*, do MV Bill, dos Racionais MC's e do Mano *Brown*, entre outros.

Com vistas nesse processo é que elegemos o SLA *funk* de FA como *corpus* de análise deste artigo, pois a estrutura básica de suas canções é a propagandística/publicitária, uma vez que seu discurso se encontra centrado no “fetiche da mercadoria” (MARX, 1982), já que a cantora, proprietária de uma produtora, fabrica objetos (tais como colares, broches, quadros, adesivos, bonés e camisetas, por exemplo) e os vende grafados com o emblema SLA ou como “*griffie* Fernanda Abreu”. Esses produtos passam a fazer parte da “indumentária” *hip hop* ou, ao menos, do SLA *funk* proposto por FA em suas canções, e essas, também produções e produtos à venda.

A questão econômica faz parte da cena artístico-cultural do SLA *funk* de FA e, em certo aspecto, se, por um lado, seleciona os sujeitos consumidores, tanto dos objetos por ela fabricados quanto de suas canções, por outro, desperta em todos, inclusive naqueles que não possuem condições financeiras, o desejo de adquirir/consumir tais objetos, a fim de pertencer ao grupo da “galera sangue bom” e frequentar o “baile da pesada” embalado pelo som SLA. Em termos semióticos, o sujeito é levado a querer ter os objetos SLA e a dever fazer parte do grupo do SLA *Funk* proposto por FA para poder ser sujeito visível. Mais que isso, os sujeitos das canções são levados a querer ter lazer para poderem ser “livres” (no sentido de “não-explorados” como reles “mão-de-obra”).

O alicerce de constituição do discurso do SLA *funk* de FA é o lazer como aquisição de felicidade e liberdade, conquistadas pela dança e pela música, ou seja, pelo trabalho corpóreo. Assim, o corpo é visto como fonte de poder que constitui e penetra as mais diversas relações entre os sujeitos. As canções de FA “refletem e refratam” o processo midiático industrial do *hip hop*, via *funk* ao incutirem a imagem de que o *hip hop* se caracteriza como um clube festivo que, momentaneamente, liberta os sujeitos que o frequentam ao transportá-los para um universo distinto do que estão acostumados (o mundo da obrigação do trabalho ordinário, do recalque do corpo e da reificação do homem, calcado no lucro capital), uma vez que o SLA *funk* é regido pelo prazer, pelo riso irônico e pelo corpo. Isto é, ele simboliza um universo paralelo, regido pela ilusão ideal de que “todos são iguais”. O que impera, como lei, são as relações passionais de amor carnal, amizade e família. Esse clube é, ao mesmo tempo, aberto e fechado, pois composto por uma espécie de “código” próprio (a começar pela sua nomeação: SLA, que, se por um lado, remetem às iniciais do sobrenome completo de FA – Fernanda Sampaio de Lacerda Abreu; por outro, ao considerarmos a arquitetura de sua obra – analisada por nós em nossa tese de doutorado – também remetem a LSD – nome, aliás do estúdio de seu marido). Esse *funk* enigmático é tão poderoso que pode e sabe como transportar os sujeitos invisíveis do mundo ordinário ao universo SLA do “clube da pesada” e transformá-los em sujeitos visíveis, denominados como “galera sangue bom”.

Todavia, acabado o baile, os sujeitos despertam ao sair de seu transe melódico e poético. Dispersos, voltam a viver suas vidas reprodutivas, calcadas na exploração do trabalho. O clube desaparece quando as canções SLA param de ser executadas, ou seja,

ao final do baile. Essas canções, de certa forma, aparecem como elementos entorpecentes (*LSD*) que desligam os sujeitos do mundo do trabalho e os ligam ao universo utópico do clube de FA. Passado o efeito de excitação hipnótica da canção SLA, os sujeitos voltam a ficar sem lugar, sem sentido e invisíveis. Na canção analisada a seguir, o processo de encantamento orfeônico como estratégia publicitária fica enfatizado de maneira ácida, pois seu enunciado irônico revela a transformação de um movimento cultural resistente em entorpecente, como ocorreu/ocorre com uma parte bastante expressiva do *hip hop*, aqui focado no *funk* carioca de FA.

SLA Funk em transe

“*Disco Club 2 (Melô do Radical)*”, juntamente com “*SLA radical dance disco club*”, ambas constituintes do primeiro álbum da carreira solo de FA, de título homônimo à segunda canção citada, apresentam e definem o seu clube SLA e fazem isso por meio de um convite de adesão ao universo *funk*. No caso específico da canção “*Disco Club 2*”, esse convite é feito de maneira propagandística e a estratégia usada para seduzir o enunciatário-locutário é de projeção espaço-temporal, ou seja, a do cronótopo, no caso, o do encontro, relacionado ao da estrada.

De acordo com o Círculo, o tempo de aventuras se compõe de uma série de breves segmentos que correspondem às aventuras. Segundo Bakhtin (1988, p. 217),

[...] dentro de cada uma delas o tempo está organizado exteriormente, tecnicamente: é importante conseguir fugir; conseguir alcançar, ultrapassar, estar ou não estar justamente no momento dado, no lugar determinado, encontrar-se ou não, etc. Nos limites de cada aventura, os dias, as noites, as horas, até mesmo os minutos e os segundos, contam como em qualquer luta e em qualquer empreendimento ativo e exterior. Esses segmentos se inserem e se cruzam pelos temas específicos de repente e justamente.

De repente e justamente são as características mais adequadas de todo esse tempo, pois em geral ele se inicia e atinge o seu objetivo onde o curso dos acontecimentos, normal, pragmático ou submetido à casualidade, interrompe-se e dá lugar à intrusão do mero acaso com sua lógica específica. Essa lógica é uma coincidência casual, isto é, concomitância fortuita e ruptura casual, ou seja, não concomitância fortuita. Além disso, o ‘antes’ ou o ‘depois’ dessa concomitância e dessa não concomitância fortuita assumem significado substancial e decisivo. Se alguma coisa acontecesse um minuto antes ou um minuto depois, ou seja, se não houvesse nenhuma concomitância ou não concomitância fortuita, então também não haveria enredo algum e não haveria sobre o que escrever no romance.

O “de repente” e o “justamente” é o que Bakhtin denomina “jogo do destino” e compõe o conteúdo do romance. Em nosso caso, o da canção. Apesar de esse jogo não aparecer explicitamente, ele é subentendido no enunciado e, a partir dele, o encontro com o som SLA (o que, nos estudos de Bakhtin, ele chama de “tempo do acaso”) e a consequente mudança de estados se instaura. É exatamente à força do acaso e não aos heróis que pertence toda a iniciativa no tempo de aventuras. Claro que são os heróis que agem no enunciado, mas eles o fazem “como pessoas físicas, por assim dizer” (BAKHTIN, 1988, p. 220), pois a iniciativa de ir ao baile não pertence única e exclusivamente à personagem da canção, mas também ao som que, em ação responsiva, embala os sujeitos e os leva, hipnoticamente, até esse espaço-tempo idealizado como enunciado: um anúncio publicitário. Nas palavras

de Bakhtin (1988, p. 221), “O destino e os deuses têm nas mãos a iniciativa dos acontecimentos, e são eles que informam as pessoas de suas vontades”,¹ tenham elas consciência disso ou não.

Na canção de FA aqui analisada, a música não é apenas o elemento do acaso, mas também o motivo do encontro do herói com o baile *funk*. Esse encontro ocorre entre os dois estados de ânimo narrados na canção: o rotineiro e o inusitado da festa. Aliás, o encontro é responsável pela mudança de estados. Assim, ele pode ser considerado o nó central da canção, a partir do qual o desfecho se desenrola. Segundo Bakhtin (1988, p. 223), o cronótopo do encontro possui “estreita ligação” com “o cronótopo da estrada (‘a grande estrada’): vários tipos de encontro pelo caminho”. Além disso, conforme o teórico, “[...] muitas obras estão francamente construídas sobre o cronótopo da estrada, dos encontros e das aventuras que ocorrem pelo caminho”, como é o caso dessa canção de FA. Como veremos, após o aparecimento do tempo do acaso, o espaço passa a ser outro, por isso o herói modifica seu estado de ânimo. O universo estranho (o SLA *funk*) que se revela é composto pelo indeterminado, pelo desconhecido, pelo alheio. Como ocorre com a canção de FA. Segundo Bakhtin (1988, p. 225), “os heróis estão aí pela primeira vez, eles não têm quaisquer relações ou ligações substanciais com esse mundo, as convenções sociopolíticas, de costumes ou outras, lhe são estranhas, eles não as conhecem”. Assim, podemos dizer que o cronótopo do encontro com o universo SLA ocorre na relação de um espaço estranho (o do baile) num tempo de aventuras.

A relação cronótopo e gênero discursivo é essencial. No SLA *Funk* de FA, a música é o sujeito (“eu”) que leva o “outro” (personagem) a um lugar (o baile, o clube). Nesse trajeto, o personagem se transforma, ao menos aparentemente, uma vez que no início do enunciado se caracteriza de uma forma e, no final, de outra. Esse percurso de mudança ocorre, geralmente, no transcorrer de uma noite, assim, o tempo do SLA *Funk* de FA pode ser compreendido, como afirma Tatit (1986, mimeo), como o tempo de qualquer canção, ou seja, pelo “agora”. Entretanto, o “agora” do enunciado de FA é fugaz, imediato, extremamente condensado, como é o caso de “*Disco Club 2* (Melô do Radical)”. O “agora” impera como tempo da mudança, momento de transformação, extremamente ligado ao baile (espaço). Nesse tempo-espaço é que a ação discorre, realizada por meio do SLA *Funk*.

No cronótopo do encontro predomina o matiz temporal. O cronótopo da estrada, que se liga a ele, por sua vez, possui volume mais amplo, porém um pouco menos de intensidade de valor emocional. Segundo Bakhtin (1988, p. 349-350),

[...] os encontros ocorrem frequentemente na “estrada”. Ela é o lugar preferido dos encontros casuais. Na estrada (“a grande estrada”) cruzam-se num único ponto espacial e temporal os caminhos espaço-temporais das mais diferentes pessoas, representantes de todas as classes, situações, religiões, nacionalidades, idades. Aqui podem se encontrar por acaso, as pessoas normalmente separadas pela hierarquia social e pelo espaço, podem surgir

¹ Em suas descrições acerca do tempo de aventuras, Bakhtin se centra no romance grego, mas isso não significa que as características desse tempo estudadas por ele não sirvam para outros gêneros discursivos, como o fazemos na análise da canção de FA neste artigo, pois, nas palavras de Bakhtin (1988, p. 221-222), “o tema do tempo de aventuras no romance grego pode ser considerado um tema mais geral dos motivos isolados que entram como elementos constitutivos nos enredos dos romances. Tais motivos, como encontro, despedida (separação), perda, obtenção, buscas, descoberta, reconhecimento, não reconhecimento e outros, entram como elementos constitutivos não só de romances de várias épocas e de vários tipos, mas em obras literárias de outros gêneros (épicas, dramáticos, até mesmo líricos). Esses motivos são cronotópicos por natureza (é bem verdade que de modo diverso nos diferentes gêneros).”.

contrastes de toda espécie, chocarem-se e entrelaçarem-se diversos destinos. As séries espaciais e temporais dos destinos e das vidas dos homens se combinam de modo peculiar, complicando-se e concretizando-se pelas distâncias sociais, que não superadas. Este é o ponto de enlace e o lugar onde se realizam os acontecimentos. Parece que o tempo se derrama no espaço e flui por ele (formando os caminhos); daí a tão rica metaforização do caminho-estrada: “o caminho da vida”, “ingressar numa nova estrada”, “o caminho histórico” e etc.; a metaforização do caminho é variada e muito planejada, mas o sustentáculo principal é o transcurso do tempo.

No SLA *Funk* de FA, o baile é o espaço-tempo que possui o papel de confluência das diferenças e da multiplicidade, como ocorre com a estrada descrita por Bakhtin, ainda que em FA isso ocorra, especificamente, no “baile da pesada” do “clube SLA”, no tempo da noite. A duração da festa é a duração carnavalesca do mundo às avessas, como o descrito em Rabelais, segundo Bakhtin, ainda que num outro contexto. Nesse sentido, a rua é um *locus* importante. Todavia, segundo Bakhtin (1988, p. 352), “um lugar realmente novo para a realização das peripécias” é “o salão-sala de visita (em seu sentido amplo)” com a “plenitude do seu significado como ponto de interseção das séries espaciais e temporais do romance”. O papel desempenhado pela sala de visita na Restauração é o mesmo da praça pública na Idade Média e no Renascimento. No *funk* carioca, a rua, a quadra de samba e o clube possuem a mesma função, num outro contexto. No SLA *Funk* de FA, o local eleito é o clube, espaço de realização do baile.

Nas canções de FA, o momento do baile é descrito, geralmente, após um outro momento, o cotidiano dos personagens narrados. Todavia, colocados esses dois tempos de forma sequencial, como ocorre em “*Disco Club 2 (Melô do Radical)*” – o dia como tempo do trabalho e a noite como tempo da diversão –, o baile passa a fazer parte da rotina da vida dos sujeitos das canções. Assim, os enunciados narram, por meio de um dia ou de uma noite, todos os dias e todas as noites. No SLA *Funk* de FA, os enunciados descrevem um único evento (uma noite, um personagem, um clube, uma pista de dança, por exemplo), no entanto, o fato narrado representa, metaforicamente, a cultura *hip hop*.

O *hip hop* carioca, representado pelas e nas canções de FA, propõe a troca de posição dos sujeitos (de excluídos a incluídos) e, para isso, sugere uma inversão de valores, a fim de, ao instituir o universo do trabalho-corpóreo (dança e música), estabelecer a lógica do baile e fazer com que o código SLA ocupe o centro da cena, ou melhor, da pista, como ocorre na análise da canção “*Disco Club 2 (Melô do Radical)*”.

“*Disco Club 2 (Melô do radical)*”: um sonho de consumo

Em “*Disco Club 2 (Melô do Radical)*”, o narrador (“eu”) se dirige ao “outro”, por meio do pronome de tratamento você (tu, o “outro”). O seu enunciado tenta aproximar narrador (“eu”) e leitor (“outro”) do texto por meio do tempo verbal presente (“anda”, “escuta” e “parece”). O uso desse tempo verbal cria o efeito de sentido de presentificação da canção e o de aproximação, ocorrido por meio da projeção “eu”-“você” no enunciado. Não há uma marca explícita de espacialização desse “outro”. Ele se encontra pressuposto tanto pelos eletroeletrônicos citados (“rádio” e “TV”) quanto pelo pronome possessivo em terceira pessoa do singular (“seu”) e pelo oblíquo, na segunda pessoa do singular (“te”), que nos remetem ao espaço da casa e do mundo do “outro” (qualquer um de nós) a quem se dirige o narrador, desde o início da canção:

DISCO CLUB 2 (MELÔ DO RADICAL)

Você que anda cabisbaixo sem ter o que fazer
De saco cheio do seu rádio e da voz da TV
Tudo que você escuta te parece igual
A solução pros seus problemas acabou de chegar

É radical
Sla *funky club*
É radical
Sla *dance disco club*

O nosso clube é diferente, todo mundo é igual
Não tem feio nem bonito, antigo ou atual
Hebe, fonsa, renatinho, kiko, brum e siri
Bootsy collins, neneh *cherry*, barry *white*, james *brown*

É radical
Sla *funky club*
É radical
Sla *dance disco club*

O “outro”, aqui, é caracterizado por antes do encontro com o baile, pois apenas a chegada do baile aparece descrita na canção. A transformação fica pressuposta. No início da canção, esse “outro” é adjetivado como “cabisbaixo”, “de saco cheio” e entediado (“tudo o que você escuta te parece igual”), obrigado a ficar parado, encurralado (“sem ter o que fazer”). A “normalidade” à qual ele é obrigado a seguir é a ordem da comunicação de massa: rádio e TV. Contudo, tanto a TV quanto o rádio são caracterizados pela voz (som) – e não pela imagem – como transmissores do mesmo padrão valorativo: repetitivo, cansativo e desanimador.

O quarto e último verso da primeira estrofe propõe não uma opção de mudança, mas “a solução” para os “problemas” do sujeito narrado. A proposta feita é narrada como solução miraculosa para tirar o “outro” da canção de seu estado de aprisionamento: “a solução pros seus problemas acabou de chegar”. Esse enunciado também é irônico, uma vez que, por meio da interdiscursividade, ao nos remeter ao discurso publicitário de venda, relacionado ao contexto estático narrado, parece ridicularizar esse tipo de discurso propagandístico, que tenta vender a ilusão de que existe uma “solução milagrosa” para todo e qualquer “tipo de problema”. Como há uma interrupção do estado vivido “aqui/lá” (território do leitor e, ao mesmo tempo, do personagem “você” da canção) e “agora” (tempo presente que identifica o “outro”/ouvinte, por meio de projeção, com o “você” do texto), o tempo verbal é modificado pela terceira pessoa do singular do pretérito perfeito do indicativo seguido do infinitivo (“acabou” de “chegar”), com o propósito de introduzir um novo mundo a esse “você”/nós, proposto no refrão da canção. Esse mundo é o “produto” à venda, anunciado pelo enunciado publicitário analisado.

Assim, a primeira estrofe da canção nos remete à estratégia de certas propagandas, que prometem milagres para convencer o consumidor a comprar e usar um determinado produto, pois anuncia o SLA *Funk* e seu “clube radical” como produto capaz de “salvar”

o sujeito narrado de qualquer problema. O SLA *Funk* passa a ser um “super herói”. Afinal, a solução apontada pelo narrador no refrão que se segue é: “É radical / Sla *funky club* / É radical / Sla *dance disco club*”.

O título da canção, “*Disco Club 2*”, pressupõe um “*disco club 1*”. A canção “*Disco Club 1* (Vinheta de Abertura, ABREU, 1990)”, no entanto, é apenas uma vinheta, sem letra, composta por 11 (onze) canções sampleadas, das quais 10 (dez) são norte-americanas e 1 (uma) única é brasileira. As canções norte-americanas nos remetem ao universo “*disco club*” dos anos 70, enquanto a brasileira dialoga com o *reggae*. Na ordem em que aparecem, as canções sampleadas são:

“*Best of my love*”, de Chiss e C. Smith

“*Get off*”, de I. Ledesma e C. Driggs

“*Don’t stop’till you get enough*”, de Michael Jackson

“*We are family*”, de Bernard Edwards e Nile Rodgers

“*That’s the way I like it*”, de Casey e Finch

“Palco”, de Gilberto Gil

“*Good Times*”, de Bernard Edwards e Nile Rodgers

“*Bad Girls*”, de Donna Summer, Bruce Sudano, Hokenson e Esposito

“*You make me feel (Might real)*”, de Sylvester e Werrick

“*Do it right on*”, de On My Side

“*Into the groove*”, de Madonna e Stephen Bray

Todas as canções aparecem modificadas pelo som *techno* do computador, sintetizados por equalizadores de vozes e misturados pelo *sampler*, por isso só podem ser identificadas por aqueles que as conhecem, uma vez que são trechos sem voz e muito curtos, alterados por mixagens eletrônicas. Além disso, como sugere o seu título, ela é a “vinheta de abertura” do álbum *SLA radical dance disco club*, o primeiro de FA. Apesar de ser a canção que abre a obra de FA, talvez por ser uma vinheta, não possui uma faixa para si no disco, ela se encontra na mesma faixa da canção “A Noite” (ABREU, 1990), como sua integrante. Não há como separá-las, uma vez que incorporada uma à outra. Só sabemos que são duas porque são assim denominadas no encarte do álbum.

“*Disco Club 1*”, mais que apresentar a obra de FA à mídia, institui o clube SLA como o novo som de FA e antecipa a definição de sua música como “*disco club*”. Mas, essa designação é ampla. Então, na canção de encerramento do álbum, “*Disco Club 2* (Melô do Radical)”, há a delimitação acerca do tipo de canção “*disco club*” à qual se refere, o SLA *Funk* de FA: “*funky club*”, como aparece no refrão.

A grafia de *funk* com “y”, como ocorre, delimita ainda mais o clube SLA, uma vez que esse registro se refere ao início do *funk* como estilo musical, em meados nos anos 70, quando James Brown mudou a batida do *soul*. A denominação “*funky*” é encontrada raramente, apenas em registros e canções dessa época. Momento em que também o novo estilo musical se instituiu como gênero dançante, tradutor da expressão musical da parcela negra norte-americana. Na época em que há a indecisão entre *funk/funky*, esse estilo musical ainda é novo, como FA, no início de sua carreira solo.

Aliás, o primeiro álbum de FA é praticamente todo composto por canções que têm a preocupação central de introduzir o seu estilo e vendê-lo ao seu público, tanto que sua primeira canção SLA possui o mesmo título do álbum no qual se encontra, também o primeiro, que, além de se dedicar à apresentação do novo gênero musical, também se preocupa em seduzir o ouvinte-leitor, talvez, com a finalidade de angariar pessoas não só ao clube SLA, mas como público consumidor de seu novo som. Em *SLA radical dance disco club*, seis (6) das dez (10) canções – mais da metade do álbum – que o compõem se voltam à temática da música *disco*, ora em sua defesa, ora como forma de sedução e solução. Mas, sempre, como espaço de música para dançar, como arte “primitiva”, maneira de dar forma e transformar o mundo.

Na terceira estrofe de “*Disco Club 2*”, o “eu” faz mais uma especificação ao clube SLA, de FA. Além de ser dançante, ele é “igualitário”: “O nosso clube é diferente, todo mundo é igual / Não tem feio nem bonito, antigo ou atual / Hebe, fonsa, renatinho, kiko, brum e siri / Bootsy collins, neneh *cherry*, barry *white*, james *brown*”.

Todavia, se, por um lado, o clube SLA aceita e se diz aberto a todos, por outro, é fechado, pois os sujeitos que a ele quiserem pertencer devem compactuar com o som dançante das SLAs de FA. Devem apreciar e divulgar essa música, código do clube.

A primeira estrofe e o refrão de “*Disco Club 2 (Melô do Radical)*” instauram a promessa miraculosa. O convite feito pelo narrador “eu” ao “você”, tanto personagem quanto ouvinte-leitor, para experimentar e frequentar o “SLA *funky club*”, retratado como solucionador de qualquer problema, aparece de forma bastante explícita, pois, além do convite, define, metalinguisticamente, o ritmo musical (SLA: *funk*) do clube, bem como o caracteriza e conceitua (“É radical”).

Ao caracterizar o clube SLA pela igualdade, o narrador descreve o espaço do clube como *locus* reservado para os mais diversos sujeitos (“feio” e “bonito”, “antigo” e “atual”). A inclusão de sujeitos, ao mesmo espaço, desconhecidos e famosos do *soul-funk* (alguns ídolos brasileiros e norte-americanos do clube, nos anos 70) juntos reflete a igualdade à qual se refere o narrador. Em outras palavras, na segunda estrofe, o clube SLA do *hip hop* é retratado como não discriminatório, aberto a qualquer sujeito, e, nos dois últimos versos, composto pela mistura de nomes de sujeitos brasileiros e estrangeiros, brancos e negros, anônimos e celebridades, periféricos e centrais.

Por meio dos nomes citados, o “eu” da canção nos remete ao universo *funk* dos anos 70. Os nomes dos personagens brasileiros citados, a exceção de “Hebe”, aparecem abreviados (“fonsa”, “kiko”), no diminutivo (“renatinho”) e em forma de pseudônimos (“brum e siri”), o que demonstra intimidade do narrador com os sujeitos citados e, para quem não possui essa intimidade ou o conhecimento da designação pessoal de seus nomes, fica difícil identificá-los. Já as personalidades norte-americanas, todas, são citadas pelo nome completo (“Bootsy collins, neneh *cherry*, barry *white*, james *brown*”) e são figuras emblemáticas do *soul-funk(y)* dos anos 70, nos Estados Unidos.

A música SLA, dançante, aparece como elemento aliviador da condição de aprisionamento social dos sujeitos que, compostos pelo cotidiano monótono, estático, mental, rotineiro e sério do universo do trabalho, podem “solucionar” seus “problemas” por meio da dança, possível apenas com o SLA *Funk* de FA e, assim, deixar de pertencer a um mundo que não os identifica como sujeitos e passar a poder pertencer ao clube do “baile

da pesada”, local calcado nas regras do corpo, do prazer, do lazer, do riso, da diversão, do inusitado, da movimentação, dos sentidos e que oferece (ou impõe) uma outra lógica e um novo sentido às existências dos sujeitos que dele participam.

Nessa canção, não existe uma proposta de reestruturação social para que o trabalho, visto como obrigação compulsória rotineira chata, possa vir-a-ser prazer e diversão. Ao contrário. A transformação proposta parece ser simples e fácil, basta o sujeito consumir o SLA *Funk* de FA. Assim, a proposta é a inclusão do valor do prazer e da diversão. Para convencer o “outro” a quem se dirige o “eu”, a canção utiliza os mecanismos capitalistas ilusórios e alienantes do discurso publicitário. Ao negar o mundo do trabalho-capital, o narrador parece pretender conquistar novos adeptos ao mundo SLA para fortalecê-lo, para integrar FA no mercado fonográfico e vender sua canção. Dessa forma, ao conseguir seduzir os sujeitos e tê-los como consumidores do universo do trabalho-corpóreo, o SLA *Funk* de FA se institui como mercadoria, embalada para presente com papel pintado em cores discrepantes de seu conteúdo. O que parece resistente, popular, carnavalesco, nada mais é que capitalista e massivo. Afinal, o entretenimento também vende e lucra. A arte também é produto de consumo, mesmo que aparentemente se coloque como revolucionária. A questão central é: há uma proposta de resistência, rebeldia ou revolução? Parece-nos que, na canção aqui analisada, não. O discurso de “*Disco Club 2*” lembra mais anúncios de classificados e canais de TV paga com programas de venda do que propõe algum tipo de mudança social. A não ser que a mercadorização do *funk* seja a crítica flagrante via ironia no enunciado do SLA *Funk* de FA. Essa é uma outra possibilidade de análise, também considerada em nossa pesquisa – daí a ambivalência do movimento hip hop que ainda possui um lado forte de resistência cultural, com seu papel expressivo; mas também, ao mesmo tempo, um outro que o utiliza como filão de consumo e lucro.

Considerações finais

No decorrer da pesquisa e da análise para a confecção deste artigo, muitas vezes nos perguntamos: “Qual é a da Fernanda Abreu?”. Depois de muito refletir, consideramos que a instituição do universo da festa por ela proposto com seu SLA *Funk* se caracteriza, por um lado, como dispositivo de des-controle, uma vez que vislumbra a possibilidade de um outro *modus vivendi*, calcado no prazer corpóreo; por outro, serve de “dispositivo de controle”, uma vez que, ao caracterizar o espaço do clube SLA como aparentemente não hierárquico e liberal, onde tudo é possível, desde que seja por um tempo determinado, a festa garante que, depois de passada a liberação alienada e consumista, o estado dos sujeitos seduzidos pelo SLA *Funk* volte ao normal, seu primeiro estado de ânimo, e eles voltem ao mundo do trabalho alienado, obrigatório e rotineiro, produzindo ainda mais. Nesse sentido, a propaganda feita apenas seduz e ilude o sujeito, pois a promessa de mudança proferida pelo discurso publicitário que vende seu SLA *Funk* não é cumprida, uma vez que nenhuma alteração sistêmica é proposta, a não ser uma trégua, uma válvula de escape para recarregar as baterias do sujeito e garantir que ele suporte a vida enfadonha que leva cotidianamente. Isso revela o SLA *Funk* de FA, de certa forma, como aliado na manutenção do “sistema produtor de mercadorias” e não como resistente a ele, como se diz querer e ser.

O percurso do SLA *Funk* de FA parece o do *LSD* invertido. Enquanto o *LSD* foi estudado pela *CIA*, nos anos 60, com o intuito de servir de dispositivo de controle e passou, nessa mesma década, a ser propagado por artistas e intelectuais como elemento de “expansão

da consciência” e “da percepção”, sendo incorporado pelos rebeldes da contracultura, o SLA *Funk* de FA se apresenta como resistente a um mundo calcado na exploração do trabalho, ao propor, em seu lugar, um universo utópico, baseado na diversão, e passa a ser útil à manutenção do poder, uma vez que entorpece os sujeitos e os “relaxa”, renovando-os para o trabalho posterior.

Entretanto, o depois não é mencionado na canção que, marcada por um eterno presente, tenta suspender a lógica da produção (“*time is money*”), em prol do momento. O instante, ainda que fugaz, constitui-se como momento de descontração intensa. Tempo de “dar um tempo”. Esse instante é tão precioso que se eterniza no “grande tempo” (BAKHTIN, 1988) da cultura e apaga a sensação de impotência do sujeito diante da dominação e do poder sistêmico que o esmaga. No momento do baile, apenas o universo do prazer e a lógica do corpo importam, fazem e dão sentido aos sujeitos. Essa é a proposta defendida pelo SLA *Funk* de FA em seu enunciado publicitário.

Em suma, o SLA *Funk* de FA nos faz crer numa aparente fuga como utopia resistente que, na verdade, compõe-se como alienante, principalmente se considerarmos o seu discurso publicitário, semioticamente modalizado pela manipulação do enunciador-locutor da canção, que instaura, no e por meio do enunciado cancionista, um /querer-fazer/ no enunciatário-locutário que, com isso, /crê/ /poder-ser/ visto.

Nesse sentido, o SLA *Funk* de FA, caracterizado, ao mesmo tempo, como capitalista e utópico, seduz e ilude os sujeitos, que passam a acreditar que podem dançar diante do abismo. Todavia, nada se altera e a vida, talvez, o maior de todos os selvagens “bailes da pesada” por nós conhecido, segue à beira de um desastre anunciado e adiado, em suspensão, sem grandes abalos e com muitos embalos.

REFERÊNCIAS

- ABREU, F. *SLA radical dance disco club*. Rio de Janeiro: EMI-Odeon, 1990.
- _____. *SLA radical dance disco club*. *SLA radical dance disco club*. Rio de Janeiro: EMI-Odeon, 1990.
- _____. Disco Club 1 (Vinheta de Abertura). *SLA radical dance disco club*. Rio de Janeiro: EMI-Odeon, 1990.
- _____. A Noite. *SLA radical dance disco club*. Rio de Janeiro: EMI-Odeon, 1990.
- _____. Disco Club 2 (Melô do Radical). *SLA radical dance disco club*. Rio de Janeiro: EMI-Odeon, 1990.
- _____. “Rio 40 Graus”. *SLA2 ~ Be sample*. Rio de Janeiro: EMI-Odeon, 1992.
- ADORNO, T. W. *Indústria cultural e sociedade*. São Paulo: Paz e Terra, 2005.
- BAKHTIN, M. M. *Questões de literatura e estética: a teoria do romance*. São Paulo: Hucitec/ USP, 1988.
- COELHO, T. *O que é indústria cultural?* São Paulo: Brasiliense, 2003. (Coleção Primeiros Passos)
- GEERTZ, C. *A Interpretação das Culturas*. Rio de Janeiro: Guanabara, 1989.

- KURZ, R. *O colapso da modernização*. São Paulo: Paz e Terra, 1993.
- MARX, K. *O Capital*. Livro I. Tomo 1. Rio de Janeiro: Difel, 1982.
- PAULA, L. *O SLA Funk de Fernanda Abreu*. 2007. Tese (Doutorado) – Universidade Estadual Paulista – UNESP, Araraquara.
- TATIT, L. *Elementos semióticos para uma tipologia da canção popular brasileira*. 1986. Tese (Doutorado) – FFLCH – USP, São Paulo.

BIBLIOGRAFIA NÃO CITADA

- BAKHTIN, M. M. (VOLOCHINOV). *Marxismo e filosofia da linguagem*. São Paulo: Hucitec, 1997.
- BAKHTIN, M. M. *Estética da criação verbal*. São Paulo: Martins Fontes, 1992.
- _____. *A cultura popular na Idade Média e no Renascimento: o contexto de François Rabelais*. São Paulo: Hucitec, 1987.
- _____. *Problemas da poética de Dostoiévski*. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1981.
- MORIN, E. *Amor Poesia Sabedoria*. São Paulo: Bertrand Brasil, 1998.
- PAULA, L. *A intergenericidade da canção*. Projeto de Pesquisa trienal. Assis-SP: UNESP, 2010 (Mimeo).
- _____. *Ao Encontro do (En) Canto dos Paralamas do Sucesso*. Dissertação de Mestrado financiada pela CAPES, desenvolvida na UNESP. Araraquara: Mimeo, 2002.
- _____. *Ao Encontro do (En) Canto dos Paralamas do Sucesso*. 2002. Dissertação. (Mestrado) – Universidade Estadual Paulista - UNESP, Araraquara.
- PAULA, L. de; STAFUZZA, G. (Orgs.). *Círculo de Bakhtin: diálogos in possíveis*. Campinas: Mercado de Letras, 2011. v. 2. (Série Bakhtin – Inclassificável).
- _____. *Círculo de Bakhtin: teoria inclassificável*. Campinas: Mercado de Letras, 2010. v. 1. (Série Bakhtin – Inclassificável).