



UNIVERSIDADE ESTADUAL DA PARAÍBA

CAMPUS CAMPINA GRANDE

CENTRO DE EDUCAÇÃO

CURSO DE GRADUAÇÃO EM LETRAS

JEAN RODRIGUES DE OLIVEIRA

**O DISCURSO DO ALCOOLISMO NA MÚSICA DE FORRÓ
ELETRÔNICO:**

um estudo à luz da análise do discurso

CAMPINA GRANDE-PB

2011

JEAN RODRIGUES DE OLIVEIRA

**O DISCURSO DO ALCOOLISMO NA MÚSICA DE FORRÓ
ELETRÔNICO:**

um estudo à luz da análise do discurso

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao
Curso de Graduação em Letras da Universidade
Estadual da Paraíba, em cumprimento à exigência
para obtenção do grau de Licenciado em Letras.

Orientador (a): Roberta Soares Paiva

Campina Grande-PB

2011

FICHA CATALOGRÁFICA ELABORADA PELA BIBLIOTECA CENTRAL – UEPB

O48d Oliveira, Jean Rodrigues de.
O discurso do alcoolismo na música de forró eletrônico
[manuscrito]: um estudo à luz da análise do discurso/ Jean
Rodrigues de Oliveira – 2011.
32 f.

Digitado.
Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Letras) –
Universidade Estadual da Paraíba, Centro de Educação, 2011.
“Orientação: Prof^a Ms. Roberta Soares Paiva, Departamento
de Letras e Artes”

1. Alcoolismo 2. Música. 3. Análise do discurso. I. Título.

21. ed. CDD 362.292

JEAN RODRIGUES DE OLIVEIRA

**O DISCURSO DO ALCOOLISMO NA MÚSICA DE FORRÓ
ELETRÔNICO:
um estudo à luz da análise do discurso**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao
Curso de Graduação em Letras da Universidade
Estadual da Paraíba, em cumprimento à exigência
para obtenção do grau de Licenciado em Letras.

Aprovado em: 23 / 11 / 2011.

Roberta Soares Paiva - 9,0

Prof.^aMs^a Roberta Soares Paiva / UEPB
Orientadora

Maria de Lourdes da Silva Leandro - 9,0
Prof. Dr.^a Maria de Lourdes da Silva Leandro / UEPB
Examinador

Dalva Lobão Assis - 9,0
Prof.^aMs^a Dalva Lobão Assis / UEPB
Examinadora

O DISCURSO DO ALCOOLISMO NA MÚSICA DE FORRÓ ELETRÔNICO:

um estudo à luz da análise do discurso

OLIVEIRA, Jean Rodrigues de¹

RESUMO

Este artigo discute a questão da apologia ao alcoolismo no gênero musical forró eletrônico. Para tanto, analisamos algumas letras de músicas da Banda Saia Rodada, uma das principais representantes deste segmento de forró. À luz da Teoria da Análise do Discurso francesa, tem como objetivo geral compreender de que forma o álcool é discursivizado em músicas de forró desta banda. Logo, percebe-se que o conteúdo das canções constitui uma representação discursiva de que a bebida alcoólica torna o sujeito um ser “esperto”, “independente” e extrovertido. As letras das canções são direcionadas a um público-alvo jovem e urbano, transmitindo a ideologia de que consumir álcool sem moderação é algo admirável, estilo de vida ideal para pessoas que se identificam como “cara zueira”, “biriteiro”, “desmanteladas” e “play boy”. Assim, o forró eletrônico reproduz a visão de mundo de quem produz a canção, bem como de quem a recebe (os interlocutores).

PALAVRAS-CHAVE: Análise do Discurso. Representação ideológica. Indústria cultural do Alcoolismo. Letras de músicas de Forró.

1. INTRODUÇÃO

As canções que alcançam o sucesso são reproduzidas inúmeras vezes pelas rádios, atingindo diversos públicos, nas festas, shows e nos discos que são vendidos. Por extensão, muitas vezes, os cantores passam a ter voz autorizada, sendo admirados e seguidos por milhares de fãs. O conteúdo das letras das músicas que alcançam sucesso deve ser lido como discurso, pois cria efeitos de sentido nas pessoas que apreciam tais músicas, reforçando determinadas atitudes e contrariando outras. É o caso, por exemplo, do gênero musical “forró eletrônico”, amplamente aceito na atualidade, principalmente por jovens que frequentam

¹ Graduando do curso licenciatura plena em letras da Universidade Estadual da Paraíba -UEPB.
E-mail: jean_deus2008@hotmail.com

maciçamente os shows de inúmeras bandas que vêm se proliferando com tamanha aceitação pelo público brasileiro, o qual, por sua vez, se vê “embriagado” não só pelo contagiante som do gênero musical em questão, como também, pelo alto consumo de bebidas alcoólicas que esses shows propiciam, dado que se tratam de eventos que chamam atenção para esse consumo exacerbado do álcool, e também de outras “drogas” que viciam o sujeito, tais como: a maconha, o “crack” e o sexo sem responsabilidade.

Partindo disso, o objetivo geral deste trabalho de pesquisa é analisar como é discursivado o consumo de bebidas alcoólicas nas músicas de forró eletrônico, especificamente nas letras musicais da Banda Saia Rodada, considerando o seu contexto de produção, a posição ideológica dos enunciadores e o lugar do discurso (condições sócio-históricas) dos seus possíveis interlocutores.

Optou-se pelo objeto discursivo letra de música de forró eletrônico para este trabalho, por ser esse um dos veículos mais eficazes para a criação e difusão de valores sociais e ideológicos em nosso meio social. A banda Saia Rodada foi selecionada como recorte por ser uma das que melhor representa o forró eletrônico; possui um público muito vasto e grande repercussão no Brasil, principalmente na região nordeste. Dessa forma, o corpus documental é composto por quatro letras de música desta banda. Neste trabalho, optamos por usar as canções “Beber, cair e levantar”, “Briteiro”, “Mulher desmantelada” e “Saio liso e volto bebo” por compreendermos que estas músicas resumem os fins investigativos a que pretendemos neste artigo.

Para a análise das letras das músicas, foram utilizados alguns procedimentos da Análise do Discurso de cunho francesa na perspectiva de Foucault (1995), Pêcheux (1975) Orlandi (2007), Maingueneau (2008), Fernandes (2007), Cardoso (2003), Freitas (2000), Brandão (1998), e outros estudiosos do discurso, com a pretensão de compreender de que forma o álcool é abordado na música de forró eletrônico. Compreendemos que a Análise do Discurso é uma teoria de extrema importância para os estudos da linguagem, tendo em vista seu caráter transfrástico, isto é, analisa o texto além dos limites do enunciado, busca sentido não apenas no que está escrito ou falado, mas também no que está fora do texto – contexto sócio-político-histórico-ideológico.

Trazemos ainda algumas considerações acerca do forró tradicional ou forró pé-de-serra na perspectiva de Silva (2003) e Oliveira Lima (2011). Com relação ao forró eletrônico, nos baseamos nas contribuições de Trotta (2009), renomado estudioso da área. E para melhor situar o forró eletrônico, no cenário da cultura de massa e suas estratégias para o mercado, nos

fundamentamos em Horkheimer & Adorno (1997) e Trotta (2009), como também, ainda trazemos a questão da identidade do sujeito na perspectiva de Stuart Hall (2006).

Num primeiro momento, apresentaremos um diálogo entre os estudiosos do discurso em relação à teoria do discurso de cunho francesa denominada Análise do Discurso (AD). Em seguida, traremos algumas referências teóricas sobre o contexto histórico do forró tradicional e o surgimento do forró eletrônico no meio sócio-midiático. Também refletiremos como a Indústria Cultural usa o gênero forró para obter seus fins lucrativos, e, por fim, analisaremos as letras de músicas da Banda Saia Rodada, baseados no referencial teórico discutido.

2. ANÁLISE DO DISCURSO

2.1 Um breve panorama de explanação definitiva da Análise do Discurso

As línguas são formas de conhecimento coletivamente instituídas no seio da sociedade ao longo da História. A atividade comunicativa exercida por intermédio dessas formas de conhecimento constitui o discurso. Os textos são produtos dessa atividade, na qual circulam, interagem e completam várias informações implícitas ou explícitas, ou dependentes de interpretações. Portanto, o texto é fruto de uma construção de sentido na qual cooperam autor e leitor/ouvinte.

A Análise do Discurso (AD) preocupa-se com análises textuais baseadas na linguagem escrita ou visual. Por considerar o texto como uma dimensão do discurso, a AD tem o objetivo de fornecer uma grandeza crítica à análise dos textos.

Essa teoria tem um objetivo interdisciplinar, abrangendo três áreas do conhecimento – Marxismo (releitura de Althusser), Linguística (releitura de Pêcheux) e a Psicanálise (releitura de Lacan). O Marxismo contribui com a AD no que diz respeito ao conceito de materialismo histórico, compreendido como teoria das formações e transformações sociais. É na e pela história que observamos as condições de produção do discurso, ou seja, a aparição de um enunciado em dado momento e não de outro. A língua trabalha junto com História para produzirem sentidos. Segundo Mussalim (2006, p.103),

Ao propor-se a investigar o que determina as condições de reprodução social Althusser parte do pressuposto de que as ideologias têm existência material,

ou seja, devem ser estudadas não como ideias, mas como um conjunto de práticas que reproduzem as relações de produção. Trata-se do materialismo histórico, que dá ênfase à materialidade da existência [...].

Já a linguística entra como teoria dos mecanismos sintáticos e dos processos de enunciação, haja vista a linguística possuir seu caráter de não transparência e ter seu objeto próprio de estudo – a língua. Para a AD, trabalha-se com elementos linguísticos que possibilitam a materialização dos discursos; observa-se no material de análise a inter-relação constitutiva da linguagem face à sua exterioridade. Conforme complementa Mussalim (2006, p.103),

A linguística então aparece como um horizonte para o projeto Althusseriano da seguinte maneira: como a ideologia deve ser estudada em sua materialidade, a linguagem se apresenta como o lugar privilegiado em que a ideologia se materializa. A linguagem se coloca para Althusser como uma via por meio da qual se pode depreender o funcionamento da ideologia.

E a psicanálise é vista conforme a teoria subjetivista que traz o inconsciente para suas reflexões. É por meio da teoria da psicanálise lacaniana que a Análise do Discurso lança a noção de sujeito discursivo. Lacan sugeriu que o inconsciente se estrutura como linguagem, como uma rede de significantes que intervém no discurso efetivo, como se existisse sempre no discurso o discurso do Outro, do inconsciente. Assim, o que interessa à AD é o conceito de sujeito, definido pelo modo como ele se relaciona com o inconsciente, com a linguagem, pois o sujeito só se define em relação ao Outro, ou seja, um sistema simbólico que determina a posição sujeito desde sua aparição (MUSSALIM, 2006, p.108).

2.2 Linguagem, Discurso e Sentido

Como já sabemos, uma das características da linguagem é sua opacidade, ou seja, não transparência. O sentido de um texto não estar totalmente claro e evidente. Precisamos sugerir sentido ao texto, perceber o que está sendo dito por trás da linguagem. Por isso que a AD se ocupa em estudar os discursos na sua relação com as ideologias e os sujeitos. Ao analisarmos um texto, devemos considerar não somente as marcas linguísticas claras, mas também atentar para as condições histórico-sociais e ideológicas, elementos da situação discursiva que constituem as chamadas condições de produção do discurso, nas quais se produz um texto.

O objeto de estudo da AD não é a linguagem, mas é o discurso. Como diz Maingueneau (2008), a noção de discurso nada tem de novo, pelo contrário, faz parte do léxico filosófico há muito tempo; e com a decadência do estruturalismo e a elevação das correntes pragmáticas, ele conheceu um progresso considerável. Entendemos discurso como sendo uma prática de produção de sentidos que se materializa pela linguagem. Como Orlandi (2007, p.15) explica, “a palavra discurso, etimologicamente, tem em si a ideia de curso, de percurso, de correr por, de movimento”. Ainda segundo Orlandi (2007, p.15),

A Análise de Discurso concebe a linguagem como mediação necessária entre o homem e a realidade natural e social. Essa mediação, que é o discurso, torna possível tanto a permanência e a continuidade quanto o deslocamento e a transformação do homem e da realidade em que ele vive.

Dessa forma, para a AD, discurso não é a língua, nem o texto, nem a fala, nem a gramática, porém precisa desses elementos para ter existência material, pois o discurso é o sentido que emerge dessa materialidade linguística quando ela está funcionando numa prática social“ A língua é assim condição de possibilidade do discurso” (ORLANDI, 2007, p. 22). Para Fernandes (2007, p. 19),

Discurso implica uma exterioridade da língua, encontra-se no social e envolve questões de natureza não estritamente linguística. Referimo-nos a aspectos sociais e ideológicos impregnados nas palavras quando elas são pronunciadas, pois, para compreendermos o sentido de um texto, só a matéria linguística não dá conta, precisamos buscar subsídios na exterioridade da língua.

Complementar à noção de discurso, temos a noção de sentido, que é compreendido como efeito de sentido entre sujeitos em interação por meio da linguagem. A situação de produção na qual o discurso é produzido, o contexto de enunciação imediato, o contexto sócio-histórico, contexto ideológico e os lugares ocupados pelos sujeitos em enunciação são as condições de produção de sentido. Essas condições de produção compreendem fundamentalmente os sujeitos e a situação social.

O sentido está inscrito na Ordem do Discurso. Basta descobrir as regras de sua formação para tornar evidente a polifonia que fez dela um nó de significância. Mas a polissemia afronta os sentidos oficiais, àquele que é desejado e prestigiado, rasgando a máscara que esconde a heterogeneidade reinante. Por isso, todo sentido cristalizado deixa entrever um rastro da história do jogo de poder que o instaurou nas malhas da linguagem.

A constituição do sentido é socialmente construída. A aparente monossêmia de uma palavra ou enunciado é fruto de um processo de sedimentação ou cristalização que apaga ou silencia a disputa que houve para dicionarizá-la. “O sentido não existe em si mesmo. Ele é determinado pelas posições ideológicas colocadas em jogo no processo histórico no qual as palavras são produzidas” (PECHÊUX, apud BRANDÃO, 1998, p. 62). É por isso que o estudo da linguagem não pode estar apartado das condições sociais que a produziram, pois são essas condições que criam a evidência do sentido.

2.3 A noção de sujeito discursivo

As palavras têm sentido em conformidade com as *formações ideológicas*² em que os sujeitos se inscrevem. Na análise do discurso, devemos entender a noção de sujeito como um ser social que tem existência num espaço sócio-ideológico e em um dado momento da história, cuja voz revela seu lugar social, como também é formada por um conjunto de outras vozes sociais. Conforme Orlandi (2007, p. 49),

Devemos lembrar ainda que o sujeito discursivo é pensado como “posição” entre outras. Não é uma forma de subjetividade, mas um “lugar” que ocupa para ser sujeito do que diz (M. Foucault, 1969): é a posição que deve e pode ocupar todo indivíduo para ser sujeito do que diz. O modo como o sujeito ocupa seu lugar, enquanto posição, não lhe é acessível, ele não tem acesso direto à exterioridade (interdiscurso) que o constitui.

Uma distinção importante para nossa pesquisa é entre sujeito empírico e sujeito ideológico. O sujeito empírico é individualizado, tem a capacidade para a aquisição da língua e a utiliza em conformidade com o contexto sociocultural no qual tem existência (*cf.* FERNANDES, 2007, p. 35). Porém, o sujeito do discurso é histórico, social e descentrado. Descentrado, pois é cindido pela ideologia e pelo inconsciente. Histórico, porque não está alienado do mundo que o cerca. Social, porque não é o indivíduo, mas àquele apreendido num espaço coletivo. “O sujeito de linguagem é descentrado, pois é afetado pelo real da língua e também pelo real da história, não tendo o controle sobre o modo como elas o afetam” (ORLANDI, 2007, p. 20).

² Conjunto complexo de atividades e de representações que não são nem individuais nem universais, mas se relacionam mais ou menos diretamente às posições de classe em conflito umas com as outras (PÊCHEUX & FUCHS apud FERNANDES, 2007, p. 65)

A Análise do Discurso contemporânea defende uma teoria não subjetiva do sujeito. Como explica Fernandes (2005, p. 41), “a constituição do sujeito discursivo é marcada por uma heterogeneidade decorrente de sua interação social em diferentes segmentos da sociedade”. Isso implica três ilusões do sujeito: o sujeito não ocupa uma posição central na formação do discurso; ele não é fonte do que diz; muito menos tem uma identidade fixa e estável.

Na perspectiva da Análise do Discurso, a noção de sujeito deixa de ser uma noção idealista, imanente; o sujeito da linguagem não é o sujeito em si, mas tal como existe socialmente, interpelado pela ideologia. Dessa forma, o sujeito não é a origem, a fonte absoluta do sentido, porque na sua fala outras falas se dizem (*cf.* BRANDÃO, 1998, p. 92).

O sujeito do discurso não é homogêneo; seu discurso é composto do entrecruzamento de diferentes vozes, daí lembremos o conceito de polifonia – relação que se estabelece entre o eu e o outro nos processos discursivos instaurados historicamente pelos sujeitos (BRAIT, 1997 apud FERNANDES 2007, p. 37). A Análise do Discurso de linha francesa apoia-se nas ideias de Bakhtin (1992) para sustentar as diversas vozes de um discurso e o fato de um sujeito ser perpassado pela ideologia. Como afirma Fiorin (2006, p. 19), ao tratar da teoria de Bakhtin, todo discurso é dialógico, como na afirmação abaixo:

Todos os enunciados no processo de comunicação, independentemente de sua dimensão, são dialógicos. Neles, existe uma dialogização interna da palavra, que é perpassada sempre pela palavra do outro, é sempre e inevitavelmente também a palavra do outro. Isso quer dizer que o enunciador, para constituir um discurso, leva em conta o discurso de outrem, que está presente no seu. Por isso, todo discurso é inevitavelmente ocupado, atravessado, pelo discurso alheio.

Bakhtin (1992) vê a linguagem como um fenômeno social e histórico, que visa à interação entre os indivíduos. Esse diálogo vai além da troca de enunciados. Ele é construído em razão da relação com o sentido, a partir da compreensão de um enunciado. Um discurso, até atingir seu objetivo, que é o de persuadir e construir sentidos, baseia-se nas relações que mantém com o Outro. Essa teoria de Bakhtin foi retomada por Jacqueline Authier-Revuz (1990) para a formação de sua teoria da “heterogeneidade discursiva”, a qual descreve o fato de a linguagem consistir em que todo dizer tem necessariamente em si a presença do Outro. O texto se constitui de discursos diversos que se intercalam; não é possível definir um dos discursos sem remeter a outro.

2.4. Formação Discursiva e Formação Ideológica

Dentro de um texto há vários discursos que se encontram. Segundo Foucault (1995), todo discurso é marcado por enunciados que o antecedem e o sucedem, integrantes de outros discursos, configurando, assim, uma formação discursiva. Conforme Cardoso (2003, p.35),

Formações discursivas são as grandes unidades históricas que os enunciados constituem. Exemplos: a medicina, a gramática [...] As formações discursivas são constituídas por práticas discursivas que determinam os objetos, as modalidades de enunciação dos sujeitos [...] Todo discurso deve ser remetido à formação discursiva a que pertence.

O homem, como sujeito da linguagem, materializa a realidade a partir de um lugar social, de uma identidade ideológica e histórica. Assim, a Análise do Discurso considera, como elemento essencial na construção dos sentidos, as condições de produção, o que se diz e para quem se diz. A partir do tema, dos interlocutores, do tipo de enunciação é que a Análise do Discurso distinguirá uma formação discursiva.

Nesse sentido, Pêcheux (1978) apresenta o conceito de Formação Discursiva em sua correspondência com as Formações Ideológicas:

As palavras, expressões, proposições, etc., mudam de sentido segundo as posições sustentadas por aqueles que as empregam, o que quer dizer que elas adquirem seu sentido em referência às formações ideológicas [...] nas quais essas posições se inscrevem. Chamaremos, então, formação discursiva aquilo que, numa formação ideológica dada, isto é, a partir de uma posição dada, numa conjuntura dada, determinada pelo estado de luta de classes, determina o que pode e deve ser dito [...]. (PÊCHEUX, 1975/1988, p. 160 apud FRÊITAS, 2000, p. 23).

Já foi mencionado anteriormente que os discursos são construídos por elementos externos à voz do sujeito enunciativo. Outras vozes, advindas do inconsciente e da memória, são inscritas no interior de um discurso, isto é, constroem sentidos por meio de outras palavras já ditas por alguém, em algum lugar e tempo da história. Orlandi (2007) denomina essa memória como memória discursiva, designando-a como o saber discursivo que torna

possível todo dizer e que retorna sob a forma do pré-construído, o já-dito que está na base do dizível, sustentando cada tomada da palavra.

Ainda segundo Orlandi (2007), a memória, quando disposta em função de um discurso, é tratada como memória discursiva, ou seja, como interdiscurso. De acordo com a autora, o interdiscurso é todo o conjunto de formulações feitas e já esquecidas que determinam o que dizemos. Para que nossas palavras tenham sentido, é preciso que elas já façam sentido. Uma vez que as palavras não são propriedade exclusiva de ninguém, elas são perpassadas pela História e podem ser apreendidas por outras vozes, inconscientemente, quando da elaboração de um discurso. Cabe, assim, ao sujeito a escolha das formulações que se tornarão parte de seu discurso, mobilizadas para a construção de sentidos, de acordo com as condições de produção. É dessa forma que não se pode distanciar o sujeito da História e da Ideologia, bem como da relação que ele mantém com a língua.

Os aspectos ideológicos do discurso refletem, na interação entre os sujeitos, o lugar histórico social de onde o discurso é produzido. Segundo Pêcheux (apud ORLANDI, 2007, p.17), o sentido de uma palavra ou expressão é determinado pela ideologia que subjaz à situação de produção (considerada no seu sentido mais amplo); em outras palavras, é a posição sujeito discursiva, com toda sua carga ideológica, que vai materializar o sentido das palavras e expressões. Esse processo resulta em uma formação discursiva e, a partir desta, na construção do discurso que, por sua vez, se apoia em uma ideologia.

Pêcheux (1975 apud BRANDÃO, 1998), a partir do trabalho de Althusser (1990) sobre as ideologias, afirma a existência de uma “interpelação ou assujeitamento do sujeito como um sujeito ideológico”, que faz com que os indivíduos ocupem seu lugar em um dos grupos ou classes de uma determinada formação social, sem que tenham consciência disso, com a impressão de que agem por vontade própria. Cada classe social mantém relações reproduzidas e garantidas por instituições, como a religião, a escola, a família, o Direito, a política, nomeadas por Althusser como “aparelhos ideológicos”. Tais relações podem se caracterizar pelo afrontamento de posições políticas e ideológicas. O modo de organização de posições políticas e ideológicas é que constitui a formação ideológica. Por isso, para Pêcheux (1975), o indivíduo é interpelado em sujeito pela ideologia.

Segundo Brandão (1998, p. 61), a formação ideológica tem necessariamente como um de seus componentes uma ou várias formações discursivas interligadas. Isso significa que os discursos são governados por formações ideológicas. Os discursos político, religioso, jurídico, entre outros, cada qual fará um recorte da realidade. Eles podem, assim, omitir, atenuar ou

mesmo falsear dados, pois estarão promovendo seus discursos de acordo com formações discursivas diferentes. Portanto, aos modos de dizer, isto é, os modos como elaboramos nossos discursos (Formação Discursiva), revelam nosso modo de pensar o mundo num dado contexto (Formação Ideológica).

3. A Identidade do Sujeito na Pós-Modernidade: os casos do alcoolismo e do forró como questões identitárias

Como vimos, sujeito, a partir das relações que vivencia no mundo, produz significações e, como ser significante, se impõe socialmente. Em cada ato, em cada gesto ou interação social, o sujeito está se revelando, visto que todo processo de construção deste sujeito é realizado no coletivo. A identidade cultural de sujeito na pós-modernidade é discutida por muitos teóricos como uma “crise de identidade” no mundo globalizado. Entretanto, para Stuart Hall (2006), as identidades não estão em crise, mas estão sofrendo um processo de “descentração”. Assim, desenvolve uma análise que introduz e problematiza essa perspectiva de que as identidades estão sendo deslocadas.

Hall (2006) sugere três diferentes concepções de identidade-sujeito: o sujeito do Iluminismo; o sujeito sociológico e o sujeito pós-moderno. Para a concepção Iluminista do sujeito, este aparece como sujeito único, centrado e racional, imbuído de uma essência interior, ou seja, a sua identidade existindo logo a partir do seu nascimento. Nessa visão, o sujeito, independentemente de sua interação com o meio social, permanece com uma essência que é imutável. Hall (2006, p. 29) pontua que

[...] à medida em que [*sic*] as sociedades modernas tornavam-se mais complexas, elas adquiriram uma forma mais coletiva e social. As teorias clássicas liberais de governo, baseadas nos direitos e consentimentos individuais, foram obrigadas a dar conta das estruturas do estado-nação e das grandes massas que fazem uma democracia moderna.

Para a concepção sociológica de sujeito, a identidade constitui-se a partir da relação “entre o eu e a sociedade”. Porém, o sujeito ainda mantém uma essência que está em constante diálogo com o meio social e os “mundos culturais exteriores”. Nas palavras do autor, “A identidade, nessa concepção sociológica, preenche o espaço entre o ‘interior’ e o ‘exterior’ - entre o mundo pessoal e o mundo público” (HALL, 2006, p. 11).

O crescente processo de globalização (interações culturais), especialmente na segunda metade do século XX, e o avanço das teorias sociais foram determinantes, segundo o autor,

para o surgimento do sujeito da modernidade tardia ou pós-modernidade. O sujeito pós-moderno advém da condição de que o indivíduo é formado cada vez mais a partir da interação social, não sendo investido de uma essência que permanece; a identidade se transforma historicamente, estando mais ligada ao social do que ao natural. Na verdade, a identidade não é mais um preenchimento entre o público e o pessoal, mas passou a ser formada cada vez mais fluidamente dependendo de como o sujeito é confrontado no mundo social pelas condições socioculturais.

Para Hall (op. cit.), a questão da crise de identidade do mundo pós-moderno está ligada a esse processo de modificação da compreensão do sujeito na modernidade, pois é justamente nesse contexto de rápidas e constantes mudanças, características das sociedades modernas, que as identidades se tornam mais diversificadas. É justamente esse sujeito que não tem mais uma identidade sólida, seja natural ou social, que será objeto de reflexão no contexto da modernidade tardia, pois este, cada vez mais influenciado pelo processo de globalização, pode assumir não apenas uma, mas várias identidades. Segundo Hall (2006, p.12),

O sujeito, previamente vivido como tendo uma identidade unificada e estável, está se tornando fragmentado; composto não de uma única, mas de várias identidades... O próprio processo de identificação, através do qual nos projetamos em nossas identidades culturais, tornou-se mais provisório, variável e problemático.

Devido à temática do consumo excessivo de bebidas alcoólicas levantada pelas músicas que compõem o corpus da presente pesquisa, julgamos pertinente apresentar, a título de informação, alguns dados estatísticos sobre o consumo de álcool em nosso país.

Existem diversos levantamentos dedicados a quantificar a ocorrência do consumo de bebidas alcoólicas no Brasil. Segundo o I Levantamento Nacional sobre os Padrões de Consumo de Álcool na População Brasileira de 2007³, 24% dos entrevistados bebem frequentemente (uma ou mais vezes por semana, mais de cinco doses por ocasião), 48% da população se disse abstêmia e 29% afirmou beber com pouca frequência.

A bebida mais consumida é a cerveja, com 61% das doses, seguida do vinho, com 25%, e destilados com 12%. Entre os destilados, a cachaça é a mais consumida, com 60% das doses. No entanto, para os especialistas, estes dados não refletem apenas um hábito, mas um problema social: 28% da população já bebeu excessivamente e 12% tem algum problema

³ Cf. LIOTO, Mariana & CATTELAN, João Carlos. O interdiscurso nas músicas sobre o consumo de bebidas alcoólicas. **II Seminário Nacional em Estudos da Linguagem: Diversidade, Ensino e Linguagem**. Cascavel / PR, 2010.

relacionado ao álcool. Com mais frequência, são citados os problemas físicos e, em segundo lugar, os problemas familiares.

A pesquisa também constatou que os brasileiros começam a beber cada vez mais cedo, sendo que 24% dos adolescentes bebem pelo menos uma vez ao mês. Este estudo traz uma estimativa da Organização Mundial de Saúde (OMS), que considera que mais de dois bilhões de pessoas no mundo consomem bebidas alcoólicas e, deste grupo, pelo menos 76 milhões o fazem de maneira abusiva, colhendo, com isso, as desordens sociais e psicológicas relacionadas.

Como resultado, tem-se 3,2% das mortes em geral associadas ao álcool e 4% dos anos potenciais de vida perdidos por incapacidade. Outro problema inerente são os acidentes de trânsito: 61% das vítimas apresentaram presença de 0,10⁴ ou mais miligramas de álcool por litro de sangue circulante, sendo que a presença é maior nos homens do que nas mulheres e não há diferença de distribuição entre grupos com distintos níveis de escolaridade.

3.1 Forró: da origem “Pé-de-serra” ao novo estilo eletrônico

O forró é um gênero musical nascido no Nordeste brasileiro. É comum atribuir a existência de duas eventuais versões etimológicas da origem do termo “forró”. A primeira, menos aceita, situa-o como uma derivação de *for all* (“para todos”) e estaria associada a festas promovidas a ingleses ligados à construção de estradas de ferro no Nordeste; a segunda atribui a origem a “forrobodó”, expressão para determinadas festas populares na região. É o caso de Silva (2003), ao sugerir uma abordagem para o forró que identifique tanto o aspecto etimológico como o sociocultural. Para o autor,

Quando esse termo surgiu, não se referia a um gênero musical ou a uma dança: era o lugar onde as pessoas iam dançar. As pessoas falavam “Vamos pro forró”, assim como falavam “Vamos pro samba” [...]. Sendo *for all* ou *forrobodó* a origem do termo, ambas refletem um fundo sociológico comum, isto é, dizem respeito ao universo do merecido lazer após a jornada de trabalho. A palavra e o gênero musical remetem não apenas ao período das construções de ferrovias, mas ainda hoje ao ambiente de lazer nos quais os nordestinos que habitam as metrópoles encontram amigos e matam saudades da terra natal (SILVA, 2003, p.72).

⁴ De acordo com a lei nº 11.705 do Código Nacional de Trânsito, conhecida popularmente como Lei Seca, o limite máximo permitido de álcool por mililitros de sangue corresponde a 0,2. Para maiores informações, consultar <http://veja.abril.com.br/idade/exclusivo/perguntasrespostas/leiseca/index.shtml>.

Como afirma Silva (2003), a vinculação do forró a uma espacialidade e a uma temporalidade referentes ao universo dos locais e das horas de lazer é anterior à própria designação do forró como gênero musical.

Já o forró tradicional, ou seja, a primeira vertente desse gênero musical, é popularmente chamado forró “pé-de-serra”. Tornou-se um dos gêneros musicais mais representativos da música brasileira. Chegou ao mercado musical nas décadas de 40 e 50 do século passado, através, principalmente, do rádio e do músico Luiz Gonzaga (1912-1989).

Sonoramente, o forró pé-de-serra é acompanhado por um trio composto de sanfona, zabumba e triângulo. O Forró pode ainda ser compreendido como um grande gênero musical que abrange ritmos como baião, xote, xaxado, rojão, coco e outros. A maioria das composições destaca-se por apresentar uma construção ideológica do “Sertão” e do “Sertanejo”, representando o cotidiano do povo nordestino.

O repertório gonzagueano alimentava-se principalmente de temáticas regionalistas. Os temas evocavam o cotidiano do sertão nordestino; os temas folclóricos; os tipos humanos do sertão; a saudade da terra natal tão peculiar ao exilado; a natureza, incluindo flora e fauna; o nordeste árido da seca; a religiosidade tradicional católica popular; as tristezas humanas; a sensualidade de forma respeitosa, as alegrias; as festas.

A popularização do ritmo se deu mesmo quando Luiz Gonzaga foi para o Rio de Janeiro e ampliou o forró para a mídia, a qual fez com que o gênero alcançasse a indústria fonográfica, sendo divulgado pelas rádios (SILVA, 2003, p. 114). Como vem acontecendo hoje em todo o Brasil com o forró eletrônico, o tímido pé-de-serra foi conquistando outros centros e grandes públicos, deixando de ser apenas uma música para migrantes nordestinos ou pessoas de classe social inferior.

Segundo Silva (2003, p.113), após as mortes de líderes forrozeiros tradicionais como Lindu, do Trio Nordestino (1982), e Luiz Gonzaga (1989), apressou-se o declínio do forró pé-de-serra na mídia.

Já o novo estilo de forró é chamado pela crítica especializada de “forró eletrônico” ou “forró estilizado”, devido aos instrumentos musicais eletrônicos adicionados. As bandas são compostas por variados integrantes, entre músicos e bailarinos. O conteúdo das canções possui forte apelo sexual e visual; narra amor, machismo, vulgarização do feminino e valorização ao consumo exagerado do álcool.

O forró eletrônico data de 1993, quando o empresário cearense Emanuel Gurgel lançou a banda *Mastruz com Leite*, inaugurando a nova estética do forró. O rádio e outros meios de comunicação fizeram a divulgação maciça da nova aposta financeira. Para consolidar seu objetivo, o empresário Gurgel preparou um sistema de rádio que dava sustentáculo à divulgação de seus produtos musicais, a *Somzoom Sat* (cf. TROTTA, 2009, p.104). Também como gravadora, a Somzoom Sat apresentou ao público inúmeras bandas consagradas hoje, como *Limão com Mel*, *Cavaleiros do Forró* e as mais recentes *Saia Rodada* e *Aviões do Forró*. Conforme diz Trotta (2009, p. 109),

as letras são estreitamente casadas com o perfil sonoro conhecido e padronizado, a sua temática principal gira em torno do trinômio festa, amor e sexo. Desta forma, a música tem um endereçamento sócio-musical bastante claro: música dançante feita para jovens em festa cantarem seus dilemas sexuais e amorosos. [grifo nosso]

No entanto, para complementar o pensamento de Trotta (2009), acrescentaríamos outra importante temática espontaneamente cantada na música de forró eletrônico: a bebida alcoólica. Deste modo, o eixo de identificação jovem da música seria fundado no quadrinômio *festa-álcool-amor-sexo*. Dessa forma, as músicas destas bandas têm um foco sócio-musical bem direcionado: as músicas são para serem dançadas e cantadas pelos jovens em festas consumindo a bebida alcoólica e pensando em seus amores e prazeres mundanos.

A performance dos bailarinos e cantores é de grande importância numa banda de forró eletrônico, pois serve para transmitir os sentimentos descritos nas canções, presentes principalmente no forró eletrônico romântico. As temáticas são as mais diversas, como a traição, o homem que tem várias mulheres, o homem e a mulher que ingerem grande quantidade de álcool, decepções amorosas, abandono do parceiro e demais conflitos amorosos. Quando executadas, essas músicas com conteúdo romântico são acompanhadas por falas, suspiros, gritos e movimentos de conotação sexual. A melodia e o timbre registram o discurso, que geralmente é acompanhado de um teor erótico (cf. TROTTA, 2009, p. 3).

No forró eletrônico, há uma grande quantidade de vocalistas, entre homens e mulheres, que se caracterizam, além da troca constante de figurinos, por interagir com o público. É comum, durante esses shows, os cantores mandarem mensagens para determinadas pessoas, chamá-las pelo nome, fazer algum tipo de piada com quem está na plateia. Outra prática comum durante as apresentações é a leitura dos patrocinadores e a veiculação de merchandising, durante o refrão das músicas, ou passagem de uma música para a outra. É

observada grande quantidade de anunciantes, como emissoras de rádio, gravadoras de CD e marcas de roupas e bebidas alcoólicas.

3.2 Indústria Cultural e suas estratégias de mercado para o Forró Eletrônico

A indústria cultural (termo usado por ADORNO e HORKHEIMER⁵ na década de 1940) consiste em campanhas capitalistas que produzem bens culturais em escala industrial. A indústria cultural se utiliza dos meios de comunicação, publicidade e propaganda, entre outras formas de vender cultura como música, dança, cinema etc.

Para Adorno e Horkheimer (1997), a indústria cultural faz do homem um mero objeto de trabalho e consumo, fazendo-o aderir a uma ideologia adotada por uma classe dominante. Ele é induzido a receber este tipo de “cultura” sem precisar questionar se ela apresenta algum atrativo ou conteúdo.

Assim, o forró que é dançado hoje está atrelado às redes midiáticas de produção cultural, transformado em um produto vendável. Os aparatos midiáticos contemporâneos ampliam as possibilidades de difusão da música popular e condicionam o seu sucesso a um conjunto de estratégias de persuasão e sustentadas pelo consumo acrítico do público.

Partindo disso, devemos lembrar que Luiz Gonzaga ampliou o forró para a mídia e fez com que o gênero alcançasse a indústria fonográfica, sendo popularizado pelas rádios. Suas composições e sua estratégia de difundir o forró nos meios de comunicação de massa fizeram dele muito mais que um líder “folk”, mas o transformou no “ícone do forró” e no “rei do baião” (OLIVEIRA LIMA, 2011, p. 3). Ele tratava a música como produto, numa designação prática da indústria cultural referida por Adorno & Horkheimer (1997) sob a qual a produção cultural e intelectual passa a ser orientada em função de sua possibilidade de consumo no mercado. De Luiz Gonzaga, o forró foi se adaptando às novas formas de vender música, e para isso foi se adaptando aos novos formatos, aqueles que mais vendem.

As bandas de forró eletrônico surgem através de um empresário que define estratégias de marketing, contrata músicos e agenda shows. Enquanto as outras modalidades de música têm por objetivo a venda de discos para obter lucro, as bandas de forró estilizado escolheram, além disso, os shows como forma de ganhar dinheiro; por isso, é importante as bandas oferecerem repertório novo ao público quase todo mês. A função das rádios é divulgar as

⁵ Cf. Adorno e Horkheimer (1997).

bandas para convencer as pessoas a prestigiarem a experiência musical ao vivo (*cf.* TROTTA, 2009).

Outra estratégia da indústria forrozeira é o baixo preço dos ingressos, e melhor, na maioria das vezes os shows são abertos gratuitamente ao público. Há também uma venda alternativa de CDs, DVDs, camisetas e lembranças da banda em apresentação. Deste modo, as pessoas são motivadas a levar para casa um produto que rememora momentos da festa. Esses CDs e DVDs oficiais são vendidos por um preço baixíssimo; isso os torna bastante competitivos em relação aos “piratas”, criados pela disponibilização evidente de faixas e discos piratas em feiras livres e pela internet (*cf.* TROTTA, 2009, p. 9). Ou seja, há toda uma indústria cultural que oportuniza todo esses meios de gerar mais lucro a partir da popularidade das bandas.

Há festas culturalmente já disseminadas que favorecem a propagação do forró eletrônico: carnaval fora de época, por exemplo. Dessa forma, muitas bandas passaram a preparar um repertório tocado de forma mais acelerada, que é cantado em cima do tradicional trio elétrico, semelhante ao axé-music baiano, com o objetivo de se consolidar no forte mercado carnavalesco das principais capitais do nordeste. Isto faz com que as bandas consigam operar durante todo o ano, gerando ainda mais lucro. Pioneirizaram esta estratégia bandas como Saia Rodada (*Saia Elétrica*), Aviões do Forró (*Aviões Elétrico*) e depois seguidas por Arreio de Ouro, Garota Safada, entre muitas outras.

4. Banda Saia Rodada: “O Balanço Gostoso do Forró”

4.1 Histórico da Banda Saia Rodada

Segundo consta no site oficial da banda (www.saiarodada.com.br), Saia Rodada foi lançada em abril de 2001 na cidade de Caraúbas (RN). Rapidamente a banda conseguiu espalhar seu forró da região nordeste para todo o país. Atualmente composta pelos vocalistas Raí Soares e Luciana Lessa, a banda Saia Rodada já percorreu 24 estados brasileiros, apresentando shows com duas horas de duração e tocando seus maiores sucessos. Mensalmente a banda cumpre sua agenda, que tem em média 30 shows, equivalente a 400 mil espectadores todo mês.

O primeiro DVD da banda foi gravado em 2005, no Clube Português, em Recife (PE). Este trabalho rendeu respectivamente discos de ouro e platina duplos, pela vendagem de 100 mil DVDs e mais de 300 mil CDs.

No final de 2005, procurando inovar, a banda Saia Rodada fundou o projeto *Saia Elétrica* – em que a banda de forró se apresenta em cima de um trio elétrico, cantando suas músicas em ritmo acelerado, destacando a percussão e fazendo um verdadeiro carnaval fora de época.

Em consequência do sucesso nacional, a banda Saia Rodada rompeu as fronteiras do país, realizando uma turnê pela Europa durante o mês de março de 2009. Foram vários shows nas capitais Paris, Londres e Lisboa. Atualmente, os trabalhos da banda estão voltados para a divulgação do CD – Vol. 9 e DVD – Vol. 4, gravados dia 13 de agosto de 2010, na cidade de Areia Branca (RN).

4.2 Análise das Músicas da Banda Saia Rodada

Após contextualizarmos acerca do surgimento do forró eletrônico e a história da Banda Saia Rodada, partiremos para a análise discursiva de suas letras musicais. Na análise do corpus, iniciaremos com a música “Beber, cair e levantar”, de autoria de Marcelo Marrone e Bruno Caliman, a qual elevou a banda Saia Rodada ao topo das músicas mais tocadas no Carnaval de 2008.

a)

Beber, Cair, Levantar

1. Vamos simhora pra um bar
2. Beber, cair e levantar
3. Vamos simhora pra um bar
4. Beber, cair e levantar
5. Beber, cair e levantar
6. Beber, cair e levantar
7. Beber, cair e levantar
8. Cara safado,
9. Cara zueira
10. Só gosta mesmo é de mulher tranqueira
11. Mulher direita o cara não quer
12. Fica com raiva e até briga com a mulher
13. Eu já quis me mudar pro meu amor
14. Mas a cachaça me pegou

- 15.E a farra agora é meu lugar
- 16.Eu já quis me mudar pro meu amor
- 17.Mas a cachaça me pegou
- 18.E a farra agora é meu lugar
- 19.Mas se você quiser me acompanhar
- 20.Eu vou te convidar pra ir pra onde?
- 21.Bora, bora
- 22.Vamos simbora pra um bar
- 23.Beber, cair, levantar
- 24.Vamos simbora pra um bar
- 25.Beber, cair e levantar
- 26.Beber, cair e levantar
- 27.Beber, cair e levantar
- 28.Beber, cair e levantar
- 29.Beber, cair e levantar
- 30.Beber, cair e levanta

Ao procedermos à leitura dessa letra, relembramos o que já disse Orlandi (2007), que falar em sujeito na AD é também falar em posição social. Por isso, deparamo-nos com o aspecto linguístico em que a canção foi elaborada, aspecto esse revelador de uma posição social pouco letrada do sujeito enunciador masculino presente no texto. Termos como “simbora”, “pra”, “pro”, como também as expressões “Cara safado”, “Cara zueira”, “mulher tranqueira” corroboram a constituição de um sujeito, materializado pela linguagem, com um tom de informalidade, sugerindo uma aproximação do público ouvinte.

O texto nos enuncia um sujeito discursivo enaltecido da bebida alcoólica, tido por si mesmo como um homem formidável, bacana, esperto de mais por se embriagar até não aguentar mais se manter em pé, tendo ainda a pretensão de convidar outras pessoas a seguirem a sua atitude, conforme visto logo no primeiro verso e depois nos versos de 20 a 22. Esse convite, de forma explícita, deixa transparecer o quanto o sujeito alcoólatra está satisfeito com sua condição, fazendo-o se sentir na obrigação de trazer outros sujeitos para seu ciclo de “beber, cair e levantar”.

Quando o sujeito se apropria desse discurso que, no refrão da música (versos 1 a 6), reitera o lugar do alcoólatra, do “farrista”, do “irresponsável”, ele está revelando um discurso recorrente, coletivo. Não é um sujeito “irresponsável” que se enuncia, mas sim um modo social que está dominando, hoje, de ser sujeito. Faz refletir a questão do sujeito Outro, o do inconsciente, o do desejo constitutivo do sujeito humano, social e incompleto.

Para o sujeito discursivo da música, a gradação e a repetição constante de “beber, cair e levantar” gera o efeito de sentido de que é extraordinário seguir tal exemplo. O verbo “beber” da canção não especifica que tipo de bebida alcoólica o sujeito deve ingerir, o

importante é que ele beba muito. Já o verbo “cair”, no sentido reiterado pelo sujeito, dá a entender que é o puro ato de não conseguir se manter sóbrio. Contudo, numa outra leitura possível acerca deste verbo nesta música, podemos também dizer que quando alguém vai ao chão por conta da bebida alcoólica, não é apenas seu corpo físico que sofre a queda, mas também sua dignidade e a dignidade de seus familiares igualmente. Por fim, o verbo “levantar” poderia até sugerir um sentido positivo de soerguimento do sujeito, arrependido do que fez e desejoso por contornar essa situação, afastando-se da bebida. Todavia, o discurso da música como um todo aconselha a edificar-se para continuar reproduzindo sistematicamente o ritmo “beber, cair e levantar”.

O próprio sujeito enunciador da canção reconhece que não possui forças para lutar contra o alcoolismo “*eu já quis me mudar pra meu amor, mas a cachaça me pegou e a farra agora é meu lugar*” (versos 13, 14, 15), condenando-se de “cara safado”, “cara zueira”. Este sujeito não consegue levar uma vida digna em família, pois o álcool o condena a viver em desordem, acompanhado de prostitutas e vivendo em festas.

O modo como a música aborda a bebida alcoólica - “*Vamos simhora pra um bar / beber, cair e levantar*”, revela a maneira como o sujeito enunciador concebe o consumo de bebida, vendo-o com naturalidade e apontando para o ato de beber como um momento de descontração e exercício da liberdade do sujeito, que foge de problemas que possam existir em sua vida sentimental ou no trabalho - “*Mas a cachaça me pegou / E a farra agora é meu lugar* (versos 17, 18). É nesta perspectiva que a maioria das músicas de forró eletrônico é composta, apoiada em determinadas formações discursivas que revelam a ideologia concernente a realidade social.

Levando em consideração a heterogeneidade discursiva proposta por Jacqueline Authier-Revuz (1990) e Foucault (1995), teríamos, além da apologia à bebida alcoólica, o resgate na nossa memória discursiva do discurso machista (verso 10), discurso familiar (verso 12), do discurso da “mulher direita” versus a “mulher tranqueira” presentes neste texto (versos 10 e 11). O sujeito da música traz a conhecida ideologia de que mulher direita seria aquela voltada para o lar, isto é, a figura de mulher concebida para ser esposa, mãe e doméstica da casa; enquanto a ideia de mulher tranqueira seria a de melhor acompanhante para as bebidas, festas, danças e sexo para o homem sem nenhum compromisso.

A priori, as implicações do exagero alcoólico parecem atingir apenas a vítima direta da droga. Entretanto, em outras músicas, as consequências do alcoolismo não se restringem só ao

alcoholizado; refletem também nas pessoas mais próximas ao sujeito que bebe, como na canção “Biriteiro” (autoria desconhecida), da banda Saia Rodada - DVD vol. 2:

b)

Biriteiro

1. Bi bi bi eu sou é biriteiro
2. Ra ra eu sou raparigueiro
3. Gasto gasto eu gasto o meu dinheiro
4. não é da conta de ninguém
5. só vivo no dismantelo
6. Só chego em casa todo dia embriagado
7. A mulher me esculhabando
8. Me chamando de safado
9. Mulher, deixa de besteira que eu não aguento mais!!!
10. Acaba com essa briga e vai pra casa dooooooooo!!!!!!!
11. Bi bi bi eu sou biriteiro
12. Ra ra eu sou raparigueiro
13. Gasto, gasto eu gasto o meu dinheiro
14. não é da conta de ninguém
15. só vivo no dismantelo!!!

“Biriteiro” é uma gíria de quem aprecia bebida alcoólica. Provém da gíria primitiva “birita”, que se refere à cachaça, no linguajar popular. Portanto, “biriteiro” é o sujeito que consome a “birita”. O texto se enuncia em primeira pessoa do singular, com o objetivo de apresentar um homem apreciador nato de álcool. Ele se identifica como “biriteiro” e “raparigueiro”. Fazendo a ponte com o que disse Stuart Hall (2006) sobre a questão da crise de identidade de sujeito na modernidade tardia, de que essa identidade é construída pela interação com o mundo social, sendo que essa identidade não é fixa e nem imutável, mas está sempre aberta a mudanças, dependendo do contexto sócio-histórico-cultural do indivíduo.

O sujeito do discurso nesta letra se apresenta na posição de homem “dismantelado”, ou seja, que gosta de muita festa, sexo e álcool, rememorando o trinômio proposto por Trotta (2009), “festa-amor-sexo”, para o qual sugerimos um adendo para se tornar o quadrinômio “festa-álcool-amor-sexo”. O discurso da vulgarização dos valores éticos, da desgraça familiar está sugerido em toda a letra. A melodia da música, ritmo, a própria festa, encantam, anulam, apagam qualquer reflexão do leitor/ouvinte sobre esses tipos de discursos que disseminados pelo forró eletrônico.

No segundo verso da música, “*Ra ra eu sou raparigueiro*”, atribuímos sentido às palavras “ra ra” como uma risada de escárnio do sujeito enunciador dirigida a qualquer outra pessoa que venha questionar seu estilo de vida, que se identifica como “biriteiro,

desmantelado, raparigueiro”, como ele afirma no clichê “*não é da conta de ninguém*” (verso 4). É um riso irônico misturado com uma espécie de raiva que ele descarrega em sua esposa.

Quando diz “*Gasto gasto eu gasto o meu dinheiro*” (verso 4), é possível interpretar o efeito de sentido da independência financeira ou discurso capitalista, quando o sujeito mostra à esposa que está acabando um dinheiro que é dele; ele trabalhou para consegui-lo, então acredita que não deve satisfações a ninguém de como gastá-lo.

O discurso dos versos de 5 a 10 produz o efeito de sentido de uma das consequências do alcoolismo na vida familiar: a violência doméstica e o machismo. A esposa do sujeito alcoólatra, insatisfeita com o modo de vida do marido, o questiona, e o mesmo a fere com um discurso grosseiro, culminando na violência verbal e no uso de uma expressão “chula” que não chega a ser pronunciada na letra, mas, pela ativação do conhecimento enciclopédico, podemos deduzir esse interdito, insinuado nos versos “*Mulher, deixa de besteira que eu não aguento mais, / Acaba com essa briga e vai pra casa dooooooooo!*” (versos 10 e 11).

A posição social inferior da mulher nesta relação fica claramente explícita nos versos acima. A mulher é calada pelo marido mediante um grito dele. A sua fala é silenciada e essa formação discursiva corrobora a formação ideológica, ou seja, a posição social historicamente construída, como disse Pêcheux (19975), de que a mulher deve ser submissa ao seu marido. Ela é apenas dona-de-casa, enquanto ele já deixou claro que é o provedor da família, trabalhando fora, portanto a última palavra deve ser a dele. Esta mulher é desrespeitada o tempo todo por seu parceiro, o qual até afirma para ela que tem relações sexuais com outras mulheres “*ra ra sou raparigueiro / só vivo no desmantelo*” (versos 12 e 15), mostrando desapego em relação aos valores de fidelidade e respeito, tão caros em qualquer relacionamento afetivo. Tal atitude está subjacente à postura ideológica segundo a qual o homem, por ser um ser superior, pode ter uma mulher como dona-de-casa sem abrir mão de aventuras amorosas fora do casamento.

Numa terceira letra, intitulada “Mulher desmantelada”, veremos agora os discursos analisados sendo enunciados por uma voz feminina.

c)

Mulher Desmantelada

Composição: Dandara

1. Quem for mulher bate no litro,
2. quem for mulher levante o litro
3. e dá uma golada, dá uma rebolada,
4. deixa a macharada muito doida vai,
5. dá outra golada e fica turbinada,

- 6.mulher que se garante gosta de beber cachaça,
- 7.cachaça, cachaça, cachaça, cachaça, cachaça, cachaça,
- 8.ela não quer saber de nada...
- 9.Mulher gosta de praia, cerveja bem gelada,
- 10.Mulher gosta de farra e de forró,
- 11.Mulher gosta de beijo molhado de desejo,
- 12.Mulher gosta do bom e do melhor...
- 13.Mulher não quer ser motorista de fogão, não!
- 14.Mulher não quer ficar em casa de plantão,
- 15.Mulher não gosta de sentir-se dominada,
- 16.Mulher foi feita pra amar e ser amada,
- 17.Mulher adora ir pra night com os plays, ê!
- 18.gosta de luxo, de carrão, de BM6,
- 19.toda mulher é louca por uma balada,
- 20.toda mulher que se garante gosta de beber cachaça,
- 21.cachaça, cachaça, cachaça, cachaça, cachaça, cachaça,
- 22.ela não quer saber de nada!
- 23.cachaça, cachaça, cachaça, cachaça, cachaça, cachaça,
- 24.eita mulher desmantelada!

O título da música já nos chama atenção - “Mulher desmantelada” -, trazendo em relação à música uma carga discursiva e ideológica na qual a mulher desmantelada seria aquela que frequenta muitas festas, consome variada bebida alcoólica, namora descompromissadamente várias pessoas e, principalmente, não aceita seguir o padrão ideológico de mulher dona-de-casa, esposa fiel e mãe dedicada. Aqui ocorre uma subversão da identidade feminina estereotipada. Como disse Hall (2006), o sujeito não tem uma identidade fixa. Varia de acordo com as formas pelas quais os sujeitos são representados nos sistemas culturais que nos rodeiam. O sujeito assume identidades de acordo com a ocasião e o momento. Não há um “eu” coerente, a identidade é contraditória. A multiplicidade das formas de representação possibilitou a multiplicação das identidades possíveis.

O sujeito discursivo desta letra traz o discurso feminista de forma banalizada em relação aos padrões de moral e sexualidade da sociedade. Neste discurso, a mulher desmantelada precisa ingerir muito álcool, expor a bebida e o corpo para não se sentir inferior ao homem “*Quem for mulher bate no litro, quem for mulher levante o litro e da uma golada, da uma rebolada*, (versos 1, 2, e 3) e “*mulher que se garante gosta de beber cachaça, cachaça, cachaça, cachaça, cachaça, cachaça*” (versos 6 e 7). A ênfase na palavra “cachaça” pode ser entendida como uma referência ao “libertador” da mulher, a cachaça, que traz à tona uma mulher esperta, uma pessoa que não se deixa ser dominada por ninguém, e sim dominar os homens com seu o corpo e sua autoconfiança.

Como disse Pêcheux (apud ORLANDI, 2007, p.17), o sentido de uma palavra ou expressão é motivado pela carga ideológica concernente à posição discursiva do sujeito, resultando numa formação discursiva. Dessa forma, pelo modo como o discurso foi elaborado nesta música, a ideologia que a enunciativa busca reproduzir para a mulher é um estilo de vida voltado apenas para a diversão, de forte apologia ao álcool, festa e lazer - “*Mulher gosta de praia, cerveja bem gelada, / Mulher gosta de farra e de forró, / Mulher gosta de beijo molhado de desejo, / Mulher gosta do bom e do melhor...*” (versos 9 a 12).

Conforme disse Orlandi (2007), os discursos oferecem outras vozes incididas do inconsciente e da memória que estão inscritas no interior de um discurso, construindo sentidos por meio de outras palavras já ditas em algum momento da história, resultando numa memória discursiva. O discurso passa a ser visto pela sua face essencialmente heterogênea, na qual é possível a presença do “discurso de um outro, colocada em cena pelo sujeito, ou discurso do sujeito se colocando em cena como um outro” (PÊCHEUX, 1983, p. 316). Assim, existem diferentes Formações Discursivas, mas elas se relacionam o tempo todo, sem que haja divisão precisa do que está “dentro” ou “fora” de uma FD.

Partindo disso, vemos a nossa memória discursiva entrando em ação quando lemos os versos 13, 14 e 15: “*Mulher não quer ser motorista de fogão, não! / Mulher não quer ficar em casa de plantão / Mulher não gosta de sentir-se dominada*”, os quais rememoram uma posição de opressão histórica e ideologicamente construída na sociedade, conforme já se constatou na música anterior. Há uma particularidade no verso 13, no qual a enunciativa faz uma negação dizendo que a mulher não quer ser a cozinheira do lar - “*Mulher não quer ser motorista de fogão, não!*”. É digno de nota o advérbio de negação “não!” exclamado no fim deste verso. Podemos compreendê-lo como uma outra voz presente neste discurso. Uma voz feminina concordando com o que expõe a enunciativa da música diz que mulher não deve se restringir a simples dona-de-casa a cozinhar para a família. Percebemos, portanto, um diálogo de vozes construindo sentidos, como disse Bakhtin (1992).

Na conclusão da música, vemos a palavra “cachaça” como símbolo ideológico neste discurso, pois representa para a voz enunciativa feminina da canção a fonte libertária da condição oprimida da mulher.

Numa última letra analisada aqui, a bebida alcoólica é abordada de forma tão importante para o sujeito discursivo que não há limites que os separem, nem mesmo a falta de capital financeiro para investir na sede por álcool.

d)

Saio Liso e Volto Bebo

Composição: Maiko Castro

1. Eu saio liso e volto bebo, bebo
2. Eu volto muito doidão
3. Eu saio liso e volto bebo, bebo
4. Tô estourado, descolado
5. Por que não?!
6. Eu tô largado, tô na mídia
7. Bebendo de bar em bar
8. Só ando com estribados
9. Não tem hora pra parar
10. Eu saio pra curtir sem gastar nenhum tostão
11. E todo mundo banca porque tenho paredão
12. Tenho fama de playboy
13. Me dou bem com as meninas
14. Sendo loira ou morena, o que importa é a taradinha
15. Se tem Saia Rodada pra curtir na região
16. Eu topo!
17. Caio pra dentro, por que não?
18. Eu saio liso e volto bebo, bebo
19. Eu volto muito doidão
20. Eu saio liso e volto bebo, bebo
21. Tô estourado, descolado
22. Por que não!?

Como já foi analisada nas canções anteriores, a perspectiva do sujeito também nesta canção retoma a ideia de se alcoolizar até cair, “ficar doidão” sem ter hora para terminar, pois tal ato é visto como bacana e típico do verdadeiro “macho”. A pergunta retórica “Por que não?!” (versos 5 e 16) revela uma satisfação agressiva e uma apelação ao interlocutor em relação aos benefícios que a bebedeira causa a este sujeito.

No verso “*tenho fama de playboy*” (verso 12), alude a um sujeito discursivo jovem e urbano, valorizado pelos possíveis colegas por conta que possui um carro estilizadamente equipado com aparelho de som. Para Trotta (2009, p. 111 -112),

este jovem urbano moderno (ou pós-moderno?) estabelece novos elos de identificação através da música e do consumo. E vai encontrar nas bandas de forró um conjunto de símbolos identitários e imagéticos que reforçam determinados valores compartilhados de sua herança afetiva coletiva regional, mesclando-os a referenciais simbólicos modernos e universais.

Nesta letra, há o discurso de que para se alcoolizar não há limites, mesmo sem gastar dinheiro. Ficar bêbado é uma atitude tão formidável que imensas quantidades de bebida são solidariamente compartilhadas entre seus apreciadores, fator capaz inclusive de derrubar barreiras socioeconômicas. No caso do sujeito desta canção, ele consegue a bebida por conta do seu automóvel estilizado com aparelho de som, o *paredão*, fazendo com que todos queiram beber e se divertir ao som do referido equipamento. Desta forma, o seu proprietário é beneficiado com o compartilhamento do seu som e a bebida dos seus amigos: “*Eu saio pra curtir sem gastar nenhum tostão / E todo mundo banca porque tenho paredão*”; há uma troca de produto entre os sujeitos, em que para essa “troca”, poderíamos atribuir o sentido de que para o sujeito da música e seus companheiros ouvirem música sem apreciar bebida alcoólica ou vice-versa não é tão formidável quando isso é realizado com os dois elementos ao mesmo tempo.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Mesmo com a forte resistência do forró pé-de-serra, as letras de forró perderam seu caráter típico de expressão cultural da realidade do povo nordestino. Desaparece a construção simbólica de Nordeste: saudades, seca e miséria; para dar lugar a um novo gênero “reflexo” do Nordeste contemporâneo, com suas metrópoles e seus representantes: o alcoolismo, o machismo, o feminismo, a sexualidade entre outros.

A embriaguez é tratada como uma atitude formidável de pessoas “espertas” e “bacanas”. O consumo de álcool é o ponto de partida para se divertir e buscar relacionamentos sexuais. Com seu efeito de êxtase, permite que o sujeito realize ações nunca feitas antes em seu estado sóbrio. Como consequências esperadas para a glorificação do consumo excessivo de bebidas alcoólicas, inclui-se o estímulo ao aumento da violência doméstica cometida por homens ou mulheres nessa condição, além de infidelidade conjugal, vulgarização da figura feminina, e o consumo da bebida como um momento de confraternização dos sujeitos apreciadores.

Em algumas músicas encontramos uma sugestão de identidade estereotipada de homem e mulher. Nas letras, percebemos os sujeitos se identificando como “cara safado”, “biriteiro”, “mulher desmantelada” e “play boy”, ressaltamos que essa escolha de identidade é proporcionada pelo álcool apreciado pelos sujeitos das músicas.

Os temas musicais do forró eletrônico surgem, portanto, como representação do que a massa (interlocutores) aprecia e quer ouvir, projetada na voz do enunciador carregada de intencionalidade. As escolhas temáticas não são aleatórias; elas concebem a visão de mundo dos enunciadores. Podemos compreender, então, que a música de forró eletrônico constitui um espaço discursivo que é construído com base em convenções que são sociais, culturais e historicamente consolidado pela sociedade, ou pela Indústria Cultural.

Para tanto, a Análise do Discurso mostrou-se necessária para os fins investigativos deste trabalho, principalmente na construção do discurso do alcoolismo nas músicas de forró, como também ao identificar as ideologias concernentes aos sujeitos discursivos, e a apologia ao consumo de bebida alcóolica.

ABSTRACT

This article discusses the issue of apology for alcoholism in forro electronic music genre. For this purpose, we analyze some lyrics Band Saia Rodada, one of the main representatives of this segment forro. In light of the Theory of Discourse Analysis French, whose general purpose is to understand how alcohol is in discursivizado forro music from this band. Thus, it's clear that the content of the songs is a discursive representation that the alcohol makes him be a "smart", "independent" and outgoing. The lyrics of the songs are targeted at a younger target group and urban, conveying the ideology that drinking without restraint is admirable, ideal lifestyle for people who identify themselves as "face zueira", "barflies", "dismantled" and "play boy". Thus, the electronic forro reproduces the worldview of those who produce the song as well as those who receive it (the partners).

KEYWORDS: Discourse Analysis. Ideological representation. Cultural industry of Alcoholism. Lyrics Forro.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- AUTHIER-REVUZ, J. Heterogeneidades enunciativas. **Cadernos de Estudos Linguísticos, Revista do Instituto de Estudos da Linguagem da UNICAMP**. Campinas, n. 19, p. 25-42, jul./dez. 1990.
- BAKHTIN, Mikhail. **Estética da criação verbal**. São Paulo: Martins Fontes, 1992.
- BRANDÃO, Helena H. Nagamine. **Introdução à Análise do Discurso**. 7. ed. São Paulo: Editora da Unicamp, 1998.
- CARDOSO, Sílvia Helena Barbi. **Discurso e ensino**. Belo Horizonte: Autêntica, 2003.
- FERNANDES, Claudemar Alves. **Análise do Discurso: reflexões introdutórias**. Goiânia: Trilhas Urbanas: 2005.
- _____. **Análise do Discurso: reflexões introdutórias**. 2. ed. São Carlos: Claraluz, 2007.
- FIORIN, José Luiz. **Introdução ao pensamento de Bakhtin**. São Paulo: Ática, 2006.
- FRÊITAS, Ariádne Castilho de. **O canto polifônico da sedução no discurso político**. Taubaté. Dissertação (Mestrado em Linguística Aplicada) – Departamento de Ciências Sociais e Letras, Universidade de Taubaté, 2000.
- FOUCAULT, Michel. **A arqueologia do saber**. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1995.
- HALL, Stuart. A identidade em questão. In:_____. **A identidade cultural na pós-modernidade**. 11. Ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2006.
- HORKHEIMER, M., e ADORNO, T. W. **Dialética do Esclarecimento: Fragmentos Filosóficos**. Trad. Guido Antonio de Almeida. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1997.
- MAINGUENEAU, Dominique. Discurso e Análise do Discurso. In: SIGNORINI, Inês; BENTES, Anna Cristina (orgs). **[Re]discutir texto, gênero e discurso**. São Paulo: Parábola Editorial, 2008.
- MUSSALIM, Fernanda. Análise do Discurso. In: MUSSALIM, Fernanda & BENTES, Anna Christina (orgs). **Introdução à Linguística 2: domínios e fronteiras**. 5. ed. São Paulo: Cortez, 2006.
- OLIVEIRA LIMA, Maria Érika. **For All, Folkmídia e a indústria cultural regional**. Disponível em: <<http://www.cem.itesm.mx/dacs/publicaciones/logos/n60/oliveiralima.htm>>. Acesso em 30 mar. 2011.
- ORLANDI, Eni P. **Análise do Discurso: princípios e procedimentos**. 7. ed., Campinas, SP: Pontes Editores, 2007.
- PÊCHEUX, Michel (1983). A análise do discurso: três épocas. In. GADET E HAL (org). **Por uma análise automática do discurso: uma introdução à obra de Michel Pêcheux**. 3. ed. Campinas, SP: Editora da Unicamp, 1997.

SAIA RODADA. **Beber, cair e levantar**. In: O balanço gostoso do forró – DVD vol. 3, Maceió – AL. GRS, 2007.

_____. Biriteiro. In: **O balanço gostoso do forró**. – DVD vol. 2, Recife – PE. GRS, 2005.

_____. Saio liso e volto bebo. In: **O balanço gostoso do forró**. – DVD Promocional, Areia Branca – RN. GSR, 2010.

_____. Mulher desmantelada. In: **O balanço gostoso do forró**. – CD Promocional, Dona Inês – PB. GRS, 2009.

SENAD, Secretaria Nacional Antidrogas. I Levantamento Nacional sobre os padrões de consumo de álcool na população brasileira. In: LIOTO, Mariana & CATTELAN, João Carlos. O interdiscurso nas músicas sobre o consumo de bebidas alcoólicas. **II Seminário Nacional em Estudos da Linguagem: Diversidade, Ensino e Linguagem**. Cascavel / PR.2010.

SILVA, Leandro Expedito. **Forró no Asfalto: mercado e identidade sociocultural**. São Paulo: Annablume, 2003.

TROTTA, Felipe. Música popular, moral e sexualidade: reflexões sobre o forró contemporâneo. In: **Revista Contracampo n. 20**. Disponível em <www.uff.br/contracampo> Niterói, Rio de Janeiro: UFF, 2009 a. Acesso em: 21 de março de 2010.

_____. O Forró Eletrônico no Nordeste: um estudo de caso. In: **Revista Intexto**, v. 1 n. 20, Porto Alegre: UFRGS, 2009 b.

