



O Funk Ostentação e o Papel das Redes Sociais Digitais: Uma Saída Contra a Hegemonia dos Meios¹

Guilherme Barbacovi Libardi²

UFRGS

Resumo

Neste artigo apresenta-se um resgate das pesquisas desenvolvidas sobre a temática “o jovem da periferia e suas relações com o funk ostentação”. Partindo de uma pesquisa bibliográfica, conforme sugerido por Stumpf (2008), realiza-se uma retomada das dissertações, teses e demais trabalhos publicados em espaços relevantes da área da Comunicação e afins. Amparado pela autora Lopes (2010), são pensadas as constituições teóricas, metodológicas e analíticas dos trabalhos produzidos. O corpus da pesquisa é delimitado a partir do período de busca entre 2010 e 2015, sendo contemplados apenas os trabalhos desenvolvidos no Brasil. Ao todo, são encontrados 14 trabalhos pertinentes à proposta do estado da arte, constituindo o corpus desta revisão bibliográfica. Como resultado observa-se, em grande parte destas pesquisas, a presença de um discurso contrahegemônico de um segmento da sociedade que sofre com estigmas e preconceitos de uma parcela significativa da população brasileira.

Palavras-chave: jovem; periferia; funk ostentação; estado da arte

1. Notas introdutórias para um estado da arte

A revisão da literatura acerca de determinado assunto se apresenta como base para que se adquira um conhecimento prévio sobre o que já fora tratado, em pesquisas anteriores, acerca do tema cujo autor do trabalho se propõe a investigar. Além disto, a busca por esta literatura economizará esforços do pesquisador que poderá encontrar, em outros trabalhos, respostas ou pistas sobre como responder à sua problemática de pesquisa identificada. Sendo assim, a pesquisa bibliográfica é orgânica, ou seja, ela

1 Trabalho apresentado no Grupo de Trabalho Comunicação, Consumo e Novos Fluxos Políticos: ativismos, cosmopolitismos, práticas contrahegemônicas, do 5º Encontro de GTs - Comunicon, realizado nos dias 5, 6 e 7 de outubro de 2015.

2 Graduado em Comunicação Social pela ESPM-Sul e atual Mestrando em Comunicação e Informação da UFRGS, vinculado à linha de pesquisa Cultura e Significação. E-mail: gblibardi@gmail.com



acompanha o pesquisador durante todo o trabalho acadêmico: desde a sua concepção até sua conclusão (STUMPF, 2008). A autora ainda realiza contribuições pertinentes ao explicar, de forma didática, o passo-a-passo da pesquisa bibliográfica. São eles: a) identificação do tema e assuntos, etapa na qual o pesquisador define, com precisão, o tema a ser estudado, partindo para o desenvolvimento de um rol de palavras-chaves e subtemas que deverão ser buscados; b) seleção das fontes representativas para fornecer o suporte à pesquisa pretendida (bibliografias especializadas, portais, catálogo de editoras, etc.); c) localização e obtenção do material e d) leitura e transcrição dos dados, realizando fichamentos e registros do conteúdo relevante dos trabalhos obtidos.

Neste trabalho, o objetivo é desenvolver esta revisão bibliográfica acerca de jovens da periferia adeptos ao movimento e ao estilo de vida sugerido pelo funk ostentação e as relações deles com o consumo deste (e outros) produtos midiáticos. Mas, antes, pretende-se situar o leitor através de um breve resgate sobre o que é, afinal, o funk ostentação.

Entre 2010 e 2011, o funk ostentação ganhou a preferência da juventude da periferia de São Paulo. O gênero-movimento, que nascera na Baixada Santista, é marcado por um discurso de “preços altos”, sendo definido por MC Guimê³ em entrevista concedida no programa de televisão Agora é Tarde, como “a realidade de alguns e a vontade de outros”. Objetos de consumo luxuosos são temáticas recorrentes nas letras e videoclipes, como carros e motos importadas, bebidas caras, joias e roupas de grife. Nestes cenários, além de bens materiais, mulheres também são tornadas objetos ostentativos que se entregam facilmente ao funkeiro abastado. O funk ostentação encontrou nas periferias de São Paulo esta “vontade”, citada por Guimê, junto a uma audiência que reclama para si o direito a um luxo que até então, segundo Pereira (2013), professor da Unifesp, lhes era vendido como um direito das pessoas ricas das telenovelas. O funk ostentação, com seus videoclipes, mostrou-lhes

³ Principal expoente do gênero funk ostentação. A cada mês, Guimê faz quarenta shows e ganha 1,4 milhão de reais. Mais do que ostentação, porém, Guimê trata de superação. “Quero mostrar quanto batalhei para atingir meu objetivo”, diz (VEJA, 2014).



que a classe popular também pode fazer parte deste mundo. O movimento, apesar de ser paulistano, é mais uma vertente do funk carioca, que já rendeu vários subgêneros, como o proibidão, o batidão e o funk melody⁴ (FREIRE, 2012).

A partir do advento do funk ostentação em 2010, pesquisadores brasileiros começaram a construir seus objetos científicos a partir da relação deste movimento com questões referentes a consumo, identidade e sociabilidade dos jovens da periferia que ouvem o gênero musical. Para Lopes (2010), o objeto é um sistema de relações expressamente construído a partir de um recorte dos fatos. Nas pesquisas apresentadas a seguir, verificar-se-á que o “recorte dos fatos” levou a questionamentos que se centraram na dúvida de como os produtos, marcas, lugares e pessoas enaltecidos no movimento a partir dos videoclipes e das letras das músicas se relacionam com estes jovens de classe popular da periferia, interferindo nas suas relações de consumo.

Na busca por estes trabalhos, delimitou-se o período entre 2010 até 2015, a data de finalização deste artigo, buscando as palavras-chave “jovem”, “periferia”, “consumo”, “funk ostentação”, “cultura popular” e “videoclipe”. A busca se deu no banco de teses da CAPES, em periódicos e em anais de congressos relevantes no campo da comunicação. Neste cenário foram encontradas 14 produções: duas teses, cinco dissertações e sete trabalhos em formato de artigo, publicados em revistas científicas de alto impacto ou em anais de congressos. A análise desse corpus será pautada pela proposta de Lopes (2010) sobre a pesquisa em comunicação, através de categorias como contexto de produção, aspectos teóricos, metodologias e resultados.

2. A produção cinética sobre o tema na área da comunicação entre 2010 e 2015

⁴ O funk *proibidão* apresenta um discurso social, e procura retratar a vida na favela, preconceitos e injustiças sociais, cita facções criminosas e proezas de traficantes. O funk *melody* possui batida eletrônica e conteúdo romântico, como as músicas da dupla Claudinho e Buchecha. O *batidão* possui letras e coreografias que evocam eroticidade e referências sexuais, como as músicas do funkeiro Mr. Catra.



Ao explorar estes trabalhos, observou-se que eles tratam de três grandes assuntos: cultura e identidade, consumo e videoclipe. Na tabela abaixo se visualizam as pesquisas produzidas, apresentadas pelo critério da abordagem central.

	Ano	Título	Autoria
Cultura e Identidade	2011	<i>Culturas juvenis e experiência social:</i> modos de ser jovem na periferia.	Márcio de Freitas do Amaral / UFRGS
	2012	<i>Impactos do funk na vida dos funkeiros:</i> Reconhecimento na interação intragrupo; estigmatização e discriminação na relação extragrupo.	Vanderlei Cristo Mendonça / UFES
	2011	<i>Associativismo e militância:</i> O reconhecimento do funk como movimento cultural	Paula Martins Salles / PUCRJ
	2014	<i>Rolezinho pelo funk ostentação:</i> um retrato da identidade do jovem da periferia paulistana.	Carla Caires Abdalla / FGV-SP
	2014	<i>A música que incomoda:</i> o funk e o rolezinho	Felipe da Costa Trotta / COMPOS
	2014	<i>No Bonde da Ostentação:</i> O que os “rolezinhos” estão dizendo sobre os valores e a sociabilidade da juventude brasileira?.	Vera Veiga França / Revista ECO-Pós
Consumo	2010	<i>"A maior zoeira":</i> experiências juvenis na periferia de São Paulo	Alexandre Barbosa Pereira / USP



	2012	<i>Nem luxo, nem lixo: um olhar sobre o funk ostentação</i>	Libny Silva Freire / POSCOM
	2013	<i>Comunicação e Práticas de Consumo: Em Perspectiva, o Funk Ostentação</i>	Andréa Antonacci; Rosilene Moraes Alves Marcelino / COMUNICON
	2014	<i>Funk Ostentação, imagens do consumo</i>	Rafael Ribeiro dos Santos / USP
	2014	<i>Funk ostentação em São Paulo: imaginação, consumo e novas tecnologias da informação e da comunicação</i>	Alexandre Barbosa Pereira / Revista de Estudos Culturais – USP
Vídeo clipe	2011	<i>O efeito de narração no videoclipe</i>	Marcel Recio de Souza / PUCSP
	2012	<i>Imagem-música em vídeos para a web</i>	Marcelo Bergamin Conter / UFRGS
	2014	<i>Funk da ostentação: uma análise semiótica do videoclipe “Na pista eu arraso”, do Mc Guime</i>	Vanessa Estevam Carlos Monteiro / EXPOCOM

Tabela 1: Relação de trabalhos encontrados.

A partir da exposição acima, parte-se para a análise das particularidades destas pesquisas, observando os caminhos teóricos, metodológicos e empíricos abordados.

Entre as pesquisas que tratam majoritariamente sobre cultura e identidade dos jovens da periferia, observam-se seis trabalhos. Na dissertação de mestrado *Culturas juvenis e experiência social: modos de ser jovem na periferia* (AMARAL, 2011), partindo do conceito de juventude, o autor investiga, de forma abrangente, as concepções acerca dos modos diferentes de ser jovem; jovens como emblemas dos



problemas sociais e jovens como modelo cultural. Após, o autor discorre acerca da definição de cultura indo em direção às mudanças no olhar sobre culturas juvenis. Dado este panorama acerca das culturas juvenis, discorre-se acerca dos modos de vida dos jovens na periferia, tratando especificamente sobre a caracterização da periferia em si, as vivências dos jovens no tempo livre e as instituições “família”, “escola” e “trabalho”, finalizando com considerações acerca de como se constituem as produções de estilos e de identidades. Com a pesquisa *Impactos do funk na vida dos funkeiros: Reconhecimento na interação intragrupo; estigmatização e discriminação na relação extragrupo* (MENDONÇA, 2012), verifica-se, após uma retomada do contexto histórico do funk no Brasil, uma extensa análise sobre a identidade do funkeiro e sobre a identidade estigmatizada deste grupo.

No trabalho de Carla Caires Abdalla (2014), *Rolezinho pelo funk ostentação: um retrato da identidade do jovem da periferia paulistana*, a autora aborda a *Consumer Culture Theory* e realiza uma ampla discussão sobre o movimento funk ostentação. Em *A música que incomoda: o funk e o rolezinho* (TROTТА, 2014), o autor retoma os estigmas e preconceitos que a música popular sofre em determinados segmentos da sociedade, encaminhando-se para uma análise específica dos “incômodos” que o funk e os seus “rolezinhos” causam nos espaços externos à periferia.

Em *Associativismo e militância: O reconhecimento do funk como movimento cultural* (SALLES, 2011), exploram-se as relações abrangentes entre funk, mercado, consumo e cultura a partir de uma perspectiva sociológica. Já no artigo publicado na Revista ECO-Pós *No Bonde da Ostentação: O que os “rolezinhos” estão dizendo sobre os valores e a sociabilidade da juventude brasileira?* (FRANÇA, 2014), a autora centra a sua discussão nos significados de “zoar”: o que é e qual a sua relação com os “rolezinhos”, investigando questões de sociabilidade e afirmação entre os jovens da periferia, retomando os teóricos de identidades. Por fim, realiza-se uma análise de como as novas tecnologias da informação e o seu consumo entre jovens da periferia influenciam em suas sociabilidades e formação de identidades.



Quanto aos trabalhos que tratam sobre mais especificamente o consumo de bens pelos jovens da periferia, destacam-se cinco. O artigo intitulado *Nem luxo, nem lixo: um olhar sobre o funk ostentação* (FREIRE, 2012), visa tratar acerca da máxima do consumo ostentativo. Para tanto, a autora analisa o funk ostentação enquanto gênero e enquanto movimento, amparada significativamente pelas contribuições teóricas do sociólogo francês Michel Maffesoli. No trabalho *Funk Ostentação, imagens do consumo*, Rafael Ribeiro dos Santos (2014) realiza uma breve análise sobre o movimento funk ostentação e as formas que as suas imagens e símbolos produzem sentido aos seus adeptos. Na pesquisa *Comunicação e Práticas de Consumo: Em Perspectiva, o Funk Ostentação* (ANTONACCI; MARCELINO, 2013), os autores abordam, de maneira original e criativa, o universo do funk. A partir deste universo, direcionam as análises às questões ligadas à educação pela comunicação através das memórias e culturas presentes no funk ostentação e, em seguida, partem para uma análise dos discursos presentes nas músicas de funk ostentação.

O pesquisador Alexandre Barbosa Pereira possui dois trabalhos que contribuem com o tema deste artigo. São eles: *Funk ostentação em São Paulo: imaginação, consumo e novas tecnologias da informação e da comunicação* (2014), artigo publicado na Revista de Estudos Culturais da USP em que o autor trata do funk ostentação a partir da perspectiva dos imaginários e o papel das tecnologias para o seu consumo entre os jovens; e também a sua tese de doutorado intitulada *"A maior zoeira": experiências juvenis na periferia de São Paulo* (2010). Esta pesquisa trata acerca das formas de consumo dos jovens da periferia partindo da contextualização de duas "experiências": periféricas e escolares. Ambas, somadas à constituição teórica acerca da noção de juventude, contribuem para a análise da "zoeira" e as suas relações de ludicidade e de jocosidade entre os jovens – fenômeno que, segundo o pesquisador, se dá em grandes proporções às apropriações tecnológicas que estes jovens realizam.

Quanto aos trabalhos que tratam centralmente sobre música e videoclipe, foram encontrados quatro. Na dissertação de Marcel Recioli de Souza (2011), O



COMUNICON 2015

congresso internacional
comunicação e consumo

5º ENCONTRO DE GTS
1º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO
2º ENCONTRO BINACIONAL

PPGCOM ESPM // SÃO PAULO // COMUNICON 2015 (5 a 7 de outubro 2015)

efeito de narração no videoclipe, investiga-se o histórico das procedências da linguagem videoclíptica no mundo e no Brasil, para em seguida contextualizar os tipos de vídeos e a metodologia peirceana adotada para a análise destes produtos midiáticos. Na outra dissertação *Imagem-música em vídeos para a web* (CONTER, 2012), o autor contextualiza de forma abrangente os termos “música” e “audiovisual”, analisando a papel do *YouTube* enquanto instrumento de paródia, reciclagem e remixagem musical; a música no universo das imagens técnicas e a relação entre imagem e música no campo audiovisual, tratando sobre as definições de “imagem” e de “imagem sonora”. Por fim, o trabalho *Funk da ostentação: uma análise semiótica do videoclipe “Na pista eu arraso”, do Mc Guime* (MONTEIRO, 2014), apresentado no EXPOCOM, a autora realiza uma análise semiótica peirceana sobre o videoclipe do MC Guimê e expõe reflexões acerca da fenômeno de viralização do funk ostentação na *web*.

3. Considerações sobre jovem, funk e consumo à luz da multidisciplinariedade

Apesar de o movimento do funk ostentação ser bastante recente, percebe-se, através desse resgate, que os trabalhos que tratam do assunto são muitos. Esta constatação induz à reflexão de que a pesquisa esteve sintonizada com este movimento desde o seu nascimento. Por isto, entende-se que não houve um distanciamento, nem defasagem, do campo acadêmico para/com o campo social. Acredita-se que pelas contribuições dos primeiros passos das pesquisas realizadas em 2010 e 2011, os trabalhos dos dois anos subsequentes puderam ser desenvolvidos com maior profundidade. Quanto ao nível da formulação teórica, será percebida uma grande incidência de autores de abordagem culturalista proposta pelos Estudos Culturais, como Michel Maffessoli, Pierre Bourdieu e Stuart Hall. Quanto às metodologias, são qualitativas, e adotam técnicas de coleta de dados e análises mais completas e criativas. Pretende-se, no desfecho deste artigo, retomar três pesquisas



que se destacam em relação à abordagem metodológica e/ou teórica pela sua profundidade e originalidade:

Em *Rolezinho pelo funk ostentação*: um retrato da identidade do jovem da periferia paulistana (ABDALLA, 2014), a pesquisadora explora a identidade do jovem da periferia paulistana retratada pelo movimento funk ostentação, que foi contextualizado e analisado sob a perspectiva teórica da *Consumer Culture Theory* (CCT), com foco nas teorias de identidade relacionadas ao consumo, como self estendido, self expandido, consumo aspiracional e consumo compensatório. Entrevistas e grupo focal com jovens frequentadores de bailes funk somaram-se às transcrições de videoclipes de funk ostentação e programas com participação de MCs, sendo analisados e codificados de forma livre, seguindo os preceitos de Strauss e Corbin (2008). A pesquisa *Impactos do funk na vida dos funkeiros: Reconhecimento na interação intragrupo; estigmatização e discriminação na relação extragrupo* (MENDONÇA, 2012) apresenta o duplo papel social que a “identidade funkeira” desempenha na vida dos jovens que se auto intitulam “funkeiros”. Com tal objetivo, se buscou identificar os processos que perpassam as interações intragrupo de funkeiros à luz da Teoria do Reconhecimento na perspectiva do filósofo e sociólogo alemão Axel Honneth. O autor fez uso de pesquisa qualitativa baseada em observação participante e entrevista semiestruturada, além de pesquisa bibliográfica e pesquisa de informações oriundas de redes sociais como forma complementar. Em *Funk ostentação em São Paulo: imaginação, consumo e novas tecnologias da informação e da comunicação* (PEREIRA, 2014), o pesquisador, que trabalha embasado no campo da antropologia urbana, realiza um mapeamento do funk ostentação, traçando suas relações e apontando para a importância, nele, da imagem e da imaginação. Também, discute a importância do consumo e realiza referências a marcas para a apresentação e divulgação do funk ostentação. A sua metodologia se dá através de uma pesquisa de campo com entrevistas e observação participante, agregada da análise dos videoclipes de funk ostentação consumidos pelo seu público estudado. Pereira tem o teórico cultural Stuart Hall e o antropólogo Arjun Appadurai, abordando a perspectiva do



imaginário, como autores centrais do seu trabalho. Percebem-se nestes três trabalhos similitudes como abordagem metodológica de inspiração etnográfica e referencial teórico de cunho culturalista.

Apesar dos Estudos Culturais se caracterizar pela polêmica e pela falta de direções consagradas, o campo de estudo mostra-se pertinente justamente pela sua transdisciplinariedade e pela atenção que estes estudos se comprometem sobre materiais culturais da cultura popular, antes desprezados, e sobre os meios de comunicação de massa (ESCOSTEGUY, 2010). Ainda, pode-se afirmar que a maior parte destas pesquisas centram-se no receptor, sendo suas análises orientadas majoritariamente pela análise de conteúdo observada por uma operação descritiva dos dados que, conforme Lopes (2010), é a operação responsável entre a fase de observação dos dados e a sua etapa interpretativa. Nas pesquisas em que se investigam indivíduos através de metodologias qualitativas, o recorte de público estudado se dá predominantemente a partir do público masculino entre 14 e 18 anos de idade devido ao fato de ser o grupo de jovens mais interessados e adeptos ao movimento do funk ostentação. As técnicas são, em sua maioria, observação participante e/ou entrevista semiestruturada. Além desta perspectiva exploratória, alguns trabalhos ainda se valem dos videoclipes de funk ostentação como material de análise complementar às demais metodologias, apresentando um enriquecimento da pesquisa. Ora, conforme Lopes (2010), tanto a diversidade teórica quanto a metodológica se apresentam como características intrínsecas às pesquisas em comunicação, e isto se dá devido à dinamicidade dos seus objetos de pesquisa e as relações entre o estado do conhecimento desta ciência e o seu contexto social. Sobre a forma de pensar estes objetos complexos, a autora acrescenta:

Já afirmamos que a complexidade do objeto das Ciências Sociais exige interpenetrações de seus diversos níveis e voltas constantes entre as operações envolvidas em suas fases. Essa concepção metodológica de pesquisa como campo articulado em diferentes níveis evita: a) uma discussão formal e abstrata das questões epistemológicas, teóricas, metódicas e técnicas, ou seja, fora da prática concreta da pesquisa e b) uma visão linear da pesquisa, responsável pela redução desta a um processo standardizado e automático de operações (LOPES, 2010, p. 98).



Portanto, uma abordagem multimetodológica e um aporte teórico multidisciplinar mostram-se relevantes para as pesquisas em comunicação, cujo objeto não deve ser confundido com a moda intelectual do momento, ou seja, a escolha do tema deve ser encarada como um fato social em si que pode, também, ser explicada sociologicamente (LOPES, 2010). Pensando o contexto cultural e econômico no qual os jovens da periferia se encontram, entendem-se como válidas as explorações referentes a este universo. Nos últimos anos, o poder de compra das classes populares foi potencializado pelo aumento da renda e facilidade do acesso ao crédito. Segundo o site da Folha de São Paulo, no Brasil, as classes C, D e E representam 78% da do estrato social do país, sendo que a classe C, ou a denominada classe média, compõe mais da metade deste percentual, representando 54% da população brasileira, sendo a classe que mais cresce no país. Esse número equivale a, pelo menos, 30 milhões de pessoas. São brasileiros que adentraram o mercado de consumo e que estão sendo responsáveis por transformar o Brasil em um país moderno e de “primeiro mundo”, constituindo uma “nova classe média”, denominada por Jessé Souza (2010) de uma nova “classe batalhadora”.

Dessa forma, o jovem da periferia, graças às melhores oportunidades de trabalho e contribuição para a ascensão da renda familiar, é um formador de opinião e influenciador de decisões de compra em sua família. Entender os anseios de consumo desses jovens pode ser uma grande oportunidade para se pensar um público que, conforme foi visto nas pesquisas, sofre com diversas formas de estigmas e preconceitos. Não raro, afirma-se que essas narrativas musicais populares, sobretudo as contadas pelo funk ostentação, são resultado da falta de informação e educação do “povo” e deveriam ser desestimuladas por representarem valores moralmente condenáveis e elementos expressivos de baixa qualidade. Ouvem tais repertórios como representações de músicas “de pobres” e “esteticamente pobres”. Entretanto, no extremo oposto, diversos intelectuais ligados à pesquisa acadêmica na área de Ciências Sociais e Humanas buscam identificar elementos de valorização das práticas



populares, entendidas como expressões de realidades vividas pelos “pobres” e dignas, portanto, de respeito estético. A difusão destas práticas depende de canais independentes com o qual não seja necessário um investimento.

Sobre as formas de circulação do produto midiático “funk ostentação”, o videoclipe se apresenta como a principal ferramenta de divulgação das músicas dos MCs. MC Guimê, um dos maiores ídolos do funk ostentação, afirmou no programa De Frente com Gabi (2013) que sem a rede social de vídeos o sucesso do movimento não seria possível. E o próprio *YouTube* fez prova do sucesso dos MCs atrelado aos videoclipes, ao organizar um festival de música no Rio de Janeiro em outubro de 2013, no qual participaram os sete músicos de maior engajamento na rede social, métrica gerada por meio do número de visualizações, compartilhamentos, comentários e inscrições relacionadas a cada videoclipe e que contou com a presença de quatro MCs do Funk Ostentação. O movimento teve sua origem em produtoras comandadas por jovens da periferia, que produzem os vídeos para o site *YouTube*, sendo que os MCs também são jovens nascidos na periferia. A internet é o principal canal de comunicação destes artistas que, ao menos em início de carreira, não têm condições de arcar com grandes gastos em publicidade e com gravação de discos profissionais. Além disso, por se tratar de um gênero e de um público vistos sob uma ótica marginalizada, eles não recebem as mesmas oportunidades que outros jovens talentos obtêm nos espaços da mídia hegemônica.

A maioria dos shows acontece em casas noturnas localizadas nas regiões periféricas de São Paulo, frequentadas por jovens moradores locais, de forma que o fenômeno como um todo surgiu na periferia. Estes espaços – bailes e periferia – foram frequentados pelos pesquisadores do movimento do funk ostentação e seu público através de observações participantes ou participações observantes. Aos trabalhos que utilizaram da etnografia como método de pesquisa, estes espaços de socialização foram fundamentais para se pensar o jovem da periferia.

Grande parte dos trabalhos, independente de abordagem, tratam do jovem adepto ao movimento do funk ostentação a partir do seu *self* e dos seus coletivos:



grupos e redes de amigos. Com estes dois espaços, procuram-se pensar construções de significados, exploração de identidades e aspectos de sociabilidade. Fica claro, na maioria dos trabalhos, que o jovem integrado ao movimento do funk ostentação reivindica o seu direito de significar e de pertencer, remediando os efeitos da sua exclusão do restante da sociedade que não pertence à realidade do morro através do consumo. Neste sentido, o funk ostentação é compreendido pelas pesquisas como um movimento no qual o consumo é o que confere ao jovem da periferia o status de pertencimento. Através do seu corpo, com roupas, tatuagens, joias, celular e demais *gadgets*; e da sua linguagem, com gírias e narrativas, ele valida o seu acesso a locais que, antes, eram considerados separados do seu espaço. Com esta nova construção do *self* anteriormente fragilizado, a ressignificação das ações destes jovens são exploradas pelos pesquisadores, seja dando ênfase à identidade, ao consumo e/ou à sociabilidade com outros grupos.

Por fim, destaca-se o papel do funk ostentação na luta pela legitimação do discurso contrahegemônico, em uma sociedade dominada por um oligopólio midiático elitista, comprometido com seus interesses econômicos e políticos que em quase nada colaboram para a valorização do marginal enquanto cultura. Tendo em vista esta falta de abertura no espectro midiático, os MCs e produtores do movimento, através dos canais alternativos como *Facebook*, *Instagram* e, principalmente, *YouTube*, difundem a mensagem do funk ostentação a partir da necessidade de expressão massiva. Esta estratégia é vital para a validação e consolidação do movimento. Para Grinberg (1987), essas experiências surgem da própria práxis social, e se fazem necessárias para incorporar mensagens diferentes ou opostas às difundidas pelos meios dominantes. Wolton (2006), corroborando com esta visão, sugere que a facilidade comunicativa que as tecnologias da informação proporcionaram, legitimou certa capacidade de inteligência e de ação, configurando para muitos o sinal de uma emancipação e de uma igualdade social. É o que o movimento funk ostentação traduz: vozes cantando a possibilidade do pertencimento e a inclusão igualitária em outros espaços de relação, socialização e consumo.



Referências

ABDALLA, Carla Caires. **Rolezinho pelo funk ostentação: um retrato da identidade do jovem da periferia paulistana**. Dissertação de Mestrado, FGV-SP: São Paulo, 2014. Disponível em <<http://hdl.handle.net/10438/11566>>. Acessado em 30 de Março de 2015.

AMARAL, Márcio de Freitas do. **Culturas juvenis e experiência social: modos de ser jovem na periferia**. Dissertação de Mestrado, UFRGS: Porto Alegre, 2011. Disponível em: <<http://hdl.handle.net/10183/28825>>. Acessado em 18 de Junho de 2015.

ANTONACCI, Andréa; MARCELINO, Rosilene Moraes Alves. **Comunicação e Práticas de Consumo: Em Perspectiva, o Funk Ostentação**. COMUNICON: São Paulo, 2013. Disponível em:
<http://www.espm.br/download/Anais_Comunicon_2013/comunicon_2013/gts/gtsete/GT07_ANTONACCI_MARCELINO.pdf>. Acessado em 18 de Junho de 2015.

CONTER, Marcelo Bergamin. **Imagem-música em vídeos para a web**. Dissertação de Mestrado, UFRGS: Porto Alegre: 2012.

De Frente com Gabi – parte 3. Entrevistas com MC Guime e MC Gui. Disponível em: <http://www.youtube.com/watch?v=Uujbm0P2z_w>. Acessado em 17 de Junho de 2015.

De Frente com Gabi – parte 4. Entrevistas com MC Guime e MC Gui. Disponível em: <<http://www.youtube.com/watch?v=dNnX9y5UV18>>. Acessado em 17 de Junho de 2015.

ESCOSTEGUY, Ana Carolina D. **Cartografias dos estudos culturais – Uma versão latino-americana**. Ed. On-line- Belo Horizonte : Autêntica, 2010.

FRANÇA, Vera Veiga. **No Bonde da Ostentação: O que os “rolezinhos” estão dizendo sobre os valores e a sociabilidade da juventude brasileira?**. Revista ECO-Pós, v. 17, n. 3, 2014. Disponível em: <http://revistas.ufrj.br/index.php/eco_pos/article/view/1384>. Acessado em 31 de Março de 2015.

FREIRE, Libny Silva. **Nem luxo, nem lixo: um olhar sobre o funk ostentação**. In: POSCOM, IX, 2012. Disponível em: < <http://pucposcom-rj.com.br/wp-content/uploads/2012/12/4-Libny-Silva-Feire.pdf>>. Acessado em: 30 de Março de 2015.

GRINBERG, Máximo Simpson. **Comunicação Alternativa: dimensões, limites, possibilidades**. In: GRINBERG, M. S. A Comunicação alternativa na América Latina. Petrópolis: Editora Vozes, 1987.

JANOTTI JUNIOR, Jeder Silveira; SOARES, Thiago. **O videoclipe como extensão da canção: apontamentos para análise**. Galáxia, v. 8, n. 15, 2007. Disponível em: <<http://revistas.univerciencia.org/index.php/galaxia/article/viewArticle/5735>>. Acessado em 31 de Março de 2015.



LOPES, Maria Immacolata Vassallo de. **Pesquisa em comunicação**. São Paulo: Edições Loyola, 2010.

MENDONCA, Vanderlei Cristo. **Impactos do funk na vida dos funkeiros: reconhecimento na interação intragrupo; estigmatização e discriminação na relação extragrupo**. Dissertação de Mestrado. Universidade Federal do Espírito Santo: Vitória, 2012.

MONTEIRO, Vanessa Estevam Carlos. **Funk da ostentação: uma análise semiótica do videoclipe “Na pista eu arraso”, do Mc Guime**. EXPOCOM, 2014. Disponível em: <<http://www.portalintercom.org.br/anais/nordeste2014/resumos/R42-0416-1.pdf>>. Acessado em 1º de Abril de 2015.

PEREIRA, Alexandre Barbosa. **Funk ostentação em São Paulo: imaginação, consumo e novas tecnologias da informação e da comunicação**. Revista de Estudos Culturais-USP: São Paulo, 2014. Disponível em: < <http://www.each.usp.br/revistaec/?q=revista/1/funk-ostenta%C3%A7%C3%A3o-em-s%C3%A3o-paulo-imagina%C3%A7%C3%A3o-consumo-e-novas-tecnologias-da-informa%C3%A7%C3%A3o-e-da> >. Acessado em 31 de Março de 2015.

SALLES, Paula Martins. **Associativismo e militância: O reconhecimento do funk como movimento cultural**. Dissertação de Mestrado. PUCRJ: Rio de Janeiro, 2011.

SANTOS, Rafael Ribeiro. **Funk Ostentação, imagens do consumo**. Trabalho de conclusão da pós-graduação, ECA-USP, 2014. Disponível em: < http://200.144.182.130/celacc/sites/default/files/media/tcc/funk_ostentacao_artigo_imagens_d_o_consumo_versao_final_celacc_2.pdf>. Acessado em 30 de Março de 2015.

SOUZA, Jessé. **É um erro falar que existe nova classe média, diz sociólogo**. Entrevista concedida a Uirá Machado. Folha de São Paulo, 13 Fev. 2011.

SOUZA, Marcel Recio De. **O efeito de narração no videoclipe**. Dissertação de Mestrado, PUCSP: São Paulo, 2011.

STUMPF, Ida Regina C. Pesquisa bibliográfica. In: DUARTE, Jorge; Barros, Antonio (Orgs.) **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. São Paulo: Atlas, 2008, pp. 51-61.

TROTТА, Felipe da Costa. **A música que incomoda: o funk e o rolezinho**. COMPOS: Belém, 2014. Disponível em: <http://compos.org.br/encontro2014/anais/Docs/GT06_COMUNICACAO_E_SOCIABILIDADE/trotta2014_2180.pdf>. Acessado em 31 de Março de 2015.

WOLTON, Dominique. **É preciso salvar a comunicação**. São Paulo: Paulus, 2006.