

“Eu vim para ficar”: uma análise sobre o Funk da Ostentação¹

Caroline Garcia CAFEO²
Carolina Serapião SILVA³
Marina da Silva BOAVENTURA⁴
Marina Goulart DORIGO⁵
Verônica Sales PEREIRA⁶

Universidade Estadual Júlio de Mesquita Filho- UNESP, Bauru, SP.

RESUMO

O funk ostentação, com sua origem paulista, é uma nova vertente do funk carioca, e se destaca por suas letras, que pregam o luxo e o prazer com a conquista de bens materiais e com o destaque financeiro. O presente artigo busca identificar as características e as peculiaridades do funk ostentação, como produto cultural e de consumo de uma determinada classe social, situando sua produção em um bem definido espaço e tempo. Por fim, se procura aqui, entender o sucesso do ritmo, baseado no público para quem ele se destina, além de projetá-lo na manifestação urbana do rolezinho.

Palavras-chave: Funk ostentação, consumo, rolezinho, manifestação urbana, cultura.

INTRODUÇÃO

O presente artigo aborda o recente movimento musical e social, denominado como Funk Ostentação, que é protagonizado principalmente por jovens das periferias de São Paulo - local onde o ritmo surgiu e ganhou repercussão nacional. A partir da revisão teórica, apresenta-se um breve histórico sobre o Funk como produção cultural e posteriormente como um produto de consumo das classes emergentes.

¹ Trabalho apresentado ao Intercom Junior - Divisão Temática Comunicação, Espaço e Cidadania – XII Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do XXXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Graduada em Comunicação Social – Relações Públicas pela Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação da (UNESP) Campus Bauru – SP. Email: carolinecafeo@gmail.com

³ Graduada em Comunicação Social – Relações Públicas pela Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação da (UNESP) Campus Bauru – SP. Email: carolinaserapiao@gmail.com

⁴ Graduada em Comunicação Social – Relações Públicas pela Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação da (UNESP) Campus Bauru – SP. Email: marinaboaventura1@gmail.com

⁵ Graduada em Comunicação Social – Relações Públicas pela Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação da (UNESP) Campus Bauru – SP. Email: marina.gdorigo@gmail.com

⁶ Orientador do trabalho. Doutora no Curso de Relações Públicas na Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação da (UNESP) Campus Bauru – SP. Email: versales@faac.unesp.br

A metodologia utilizada no estudo é a pesquisa bibliográfica sobre o tema, que buscou analisar e identificar as características próprias desse movimento e sua relação direta com o consumo e a apropriação dos espaços da cidade.

O Funk Ostentação visa apresentar através das músicas os desejos de aquisição desses jovens que encaram o consumo, como forma de ascensão social e também de se sentirem reintegrados na dinâmica social, bem como no espaço urbano.

As letras revelam o desejo da classe trabalhadora em ter uma vida como sempre foi pregada pela grande mídia brasileira, onde o consumo foi concebido durante muito tempo como fator de distinção social. A exaltação do luxo é a forma que foi encontrada para que os moradores periféricos e das favelas, produzissem culturalmente suas opiniões acerca do seu lugar na sociedade, seus anseios e desejos de consumo (LESSA, 2014).

Segundo Lessa (2014) o estilo musical ganhou repercussão nas grandes mídias - principalmente com a internet que facilita a rápida transmissão dos conteúdos produzidos por essa camada da sociedade. E também com a repercussão da morte do conhecido (nos limites periféricos) Mc Daleste, além de ter sido reforçado após a onda dos rolezinhos nos shoppings paulistanos, que ocupou durante muito tempo um grande espaço na mídia.

A HISTÓRIA DO FUNK

O Funk foi criado a partir das produções culturais da população negra no fim da década de 1960, nos Estados Unidos. Vale destacar que esse ritmo musical teve influências de estilos já conhecidos como *jazz* e *soul*, e alcançou seu auge nas apresentações do cantor norte-americano James Brown.

Segundo Gonçalves et al (2013) o Brasil foi influenciado pela cultura norte-americana em diversos aspectos, um deles são os ritmos musicais. Na década de 1970, cantores como Tim Maia e Tony Tornado ajudaram a propagar no país, a *soul music* e o movimento *Black Power*. Vale ressaltar que esse movimento foi criado pelos negros norte-americanos nas décadas de 1960 e 1970, e tem como objetivo a disseminação do orgulho racial.

A partir dessas influências, o surgimento do funk no Brasil ocorre no Rio de Janeiro, no final dos anos 1980, com os bailes dançantes organizados nos bairros mais pobres e periféricos das principais capitais do país, primeiramente na cidade do Rio de Janeiro e posteriormente em São Paulo. A categoria de funk nacional conhecida como

“funk carioca”, teve a influência do *Miami Bass*, gênero musical famoso no Estado da Flórida, nos Estados Unidos.

Assim como o rap, hip hop e o grafite, o funk possui uma característica central que é a crítica social. “Os artistas envolvidos nesses gêneros culturais situam-se nas periferias urbanas e expõem suas precariedades, a violência cotidiana, a constante repressão policial, o racismo do dia a dia” (CALDEIRA, 2014, p.14).

Na década de 1980, o país vivia um momento turbulento na economia, visto que a inflação elevada, os juros altíssimos, o desemprego e um poder de consumo relativamente baixo, acabavam por aprofundar as desigualdades sociais e o aumento da violência urbana e criminalização da pobreza eram eminentes (LESSA, 2014).

Segundo Lessa (2014) as letras de funk, até a primeira metade dos anos 1990, falavam das desigualdades sociais, racismo, violência e criminalização da pobreza, fato este que é confirmado por Caldeira (2012, p. 33):

[...] aumentaram os crimes violentos. E a violência gerou uma proliferação de narrativas — uma “fala do crime”—, articulando preconceitos, justificando a intolerância e dando origem a um novo modo de produção do espaço urbano. A cidade tornou-se cada vez mais segregada à medida que seus habitantes erguiam enclaves fortificados para viver, trabalhar, consumir e se divertir.

O “funk paulista” surgiu em 1990, com a criação das discotecas na região do litoral do estado de São Paulo, conhecida como Baixada Santista. Os estabelecimentos apresentavam shows e buscavam reproduzir o estilo carioca, uma vez que os proprietários e empresários do segmento tinham como objetivo propagar o estilo musical, para obter sucesso semelhante que acontecia no Rio de Janeiro.

Como influências do funk paulista apresentam-se o *rap* e o *hip-hop*, sendo possível identificar o envolvimento e participação de artistas desses segmentos na criação do estilo musical da periferia de São Paulo. Embora o funk paulista tenha nascido no litoral da Baixada Santista, houve uma rápida difusão para a capital, se destacando a Zona Leste (uma das regiões com índices econômicos mais baixos de São Paulo).

A receptividade do funk por essa região contribuiu para sua propagação e difusão pelos outros bairros da cidade. Então, o “funk paulista”, que em sua criação foi influenciado pela musicalidade e estilo do “funk carioca”, e de outras manifestações urbanas como o *rap* e *hip-hop*, começou a passar por transformações significantes.

Observa-se que, com a difusão durante os anos e com a influência do *rap* americano - representado pelos *gangsters* - que adotava cada vez mais uma estética de ostentação e riqueza, com as mudanças no estilo de vida dos moradores das periferias paulistas, se destacou um novo estilo de funk criado em São Paulo: o “funk ostentação”.

O FUNK OSTENTAÇÃO

Como abordado anteriormente, o funk ostentação tem origem e predominância no Estado de São Paulo, trata-se de uma manifestação urbana recente, e tem como principal tema a ostentação e o luxo, se diferenciando do “funk carioca” que possui sua temática voltada a crítica social, a sensualidade e a paquera. (SANTOS; PAIVA, 2013).

Segundo Caldeira (2014), na década de 1940 até 1990, nas periferias paulistanas, os projetos de consumo eram coletivos, sendo importantes para a comunidade que ali vivia, como o sonho da casa própria e a aquisição de móveis e eletrodomésticos. Olhando para os dias atuais, podemos enxergar que houve uma mudança significativa no projeto de consumo das classes trabalhadoras, voltando-se para os desejos do indivíduo, e não mais para o coletivo observado anteriormente.

Quanto aos jovens, Caldeira nos diz que (2014, p. 17):

O mais importante para eles é consumir uma longa lista de itens que vão de roupas, celulares e equipamentos eletrônicos a motocicletas e carros. Eles querem circular pela cidade com estilo, na moda. Seus projetos de consumo são individuais. Esses desejos ganham uma expressão icônica no funk ostentação e sua glorificação de carros, joias, óculos escuros, roupas, bebidas e mulheres.

Assim o funk ostentação tem como objetivo exaltar marcas e produtos de consumo de luxo, nas letras das músicas que destacam produtos como o carro Camaro, motocicleta Hornet, Cordão de Ouro, Hornet, Armani e Juliet, perfumes internacionais, etc. Portanto é possível identificar que os músicos e parte do público do funk ostentação buscam expressar suas identidades e um estilo de vida, no contexto da ascensão econômica da “classe C” brasileira. Ou seja, para os consumidores desse estilo musical, a música não é apenas entretenimento, porém um produto cultural que representa um estilo de vida.

Para Giddens, o estilo de vida pode ser entendido como:

Um termo muito aplicável em culturas tradicionais porque implica em uma escolha dentro de uma pluralidade de opções possíveis, e é

“adotado” mais do que “outorgado”. Os estilos de vida são práticas rotinizadas, as rotinas incorporadas em hábitos de vestir, comer, modos de agir e lugares preferidos de encontrar os outros; mas as rotinas seguidas estão reflexivamente abertas à mudança à luz da natureza móvel da auto identidade. (...) E todas essas escolhas (assim como as maiores e mais importantes) são decisões não só sobre como agir, mas também sobre quem ser. (GIDDENS, 2002, p. 80)

Assim, a partir das decisões cotidianas e das escolhas de consumo de determinada pessoa, desde a escolha da vestimenta, da alimentação e das práticas de lazer, contribuem para que haja uma expressão dessas representações culturais e de consumo. Sendo assim, o estilo de vida refere-se a auto identidade.

As letras do funk ostentação podem ser classificadas como controversa, segundo o antropólogo Pereira (2014), porque ao mesmo tempo em que exaltam o consumo, afirmam-se orgulhosas de pertencerem a periferia/favela. Desta forma, o ritmo musical, produz imaginações sobre como seria pertencer a outra classe social, ou até mesmo possuir melhores condições financeiras, algo que pode ser confirmado por Barreiros (2014):

No funk ostentação são expostos não somente os artigos consumidos pelos filhos da nova classe C, mas também seus sonhos de consumo. Os “troféus” de quem triunfa no capitalismo são cantados, como os automóveis Camaro, Ferrari e outros que dificilmente poderão ser consumidos, mas que permanecem no imaginário de quem com esforço e dedicação quer chegar mais alto na pirâmide social.

Isto pode ser confirmado pela informação de Pereira (2014), que destaca que os videocliques, trazem na maioria das vezes, automóveis emprestados ou alugados, e o mesmo acontece com as mansões, iates e aviões que aparecem nos vídeos cliques como objetos de consumo e adoração.

O crescimento das mídias sociais foi determinante para dar visibilidade aos vídeos cliques, contribuindo para a ascensão do funk ostentação, pois as plataformas digitais foram ferramentas essenciais para utilizadas para a popularização do estilo, principalmente o *YouTube* (mídia de compartilhamentos e visualizações de vídeos). Os videocliques desse estilo são conhecidos pela alta qualidade nas produções e edições, com mulheres, produtos de luxo contribuindo para sua popularização.

Além disso, outro fator que contribui para o alto número de compartilhamentos e visualizações é a identificação de um determinado público - classe C ascendente, ou a chamada Nova Classe C - pelo estilo, ou seja, tantos os músicos como os consumidores

têm em comum o sonho de consumo, o desejo de possuir os produtos apresentados e mencionados pelo funk ostentação. Os clipes apresentam a concretização dos sonhos dessa classe e também uma idealização do estilo e da vida que essa parcela deseja viver (Figura 1).

Os astros em palavras

Sem discos, os MCs se tornaram conhecidos com clipes luxuosos no YouTube



▷▷ **MC Danado**
 Top do momento
 10 milhões de views

“Vida é ter um Hyundai e uma Hornet/10 mil pra gastar, Rolex e Juliet/Melhores kits, vários investimentos/Ai, como é bom ser o top do momento”



▷▷ **MC Guimê**
 Tá patrão
 17 milhões de views

“Ta-pa-ta-pa tá patrão, ta-pa-ta-pa tá patrão/Tênis Nike Shox, bermuda da Oakley, camisa da Oakley, olha a situação. C*** moleque, vai segurando”

Figura 1.

Fonte: Disponível em: <<http://mundoconectado.net/noticias/o-que-e-o-funk-ostentacao/>>.
 Acesso em: 10 mar. 2016.

Vale destacar que a ascensão do Funk ostentação também está relacionada com o crescimento econômico do Brasil na última década; que permitiu que a classe trabalhadora (Classe C), tivesse acesso a inúmeros bens e serviços de consumo, que permeavam os sonhos dessa classe social, que apesar de ter sido denominada de “nova classe média”, mas demonstraram valores distintos dos já nascidos na classe média (CARTA CAPITAL, 2015).

Entre os diversos cantores funk ostentação, um dos mais conhecidos é o Mc Guimê, jovem de Osasco -, São Paulo, que ganhou visibilidade com a música “Tá Patrão”, lançada em 2013, que atualmente no Canal do Cantor no Youtube, possui 30.940.048 visualizações [13 jul. 2016]. Mc Guimê conta com diversos hits de sucesso como “Plaquês de 100”, que apresenta o MC contando montes de notas de dinheiro; “Na Pista Eu Arraso”, destacando produtos de consumo como carros, champanhe, mansão no Guarujá, festas, entre outros; e o hit “Eu vim para ficar” que reforça como dinheiro proporciona felicidade, e como o Mc hoje pode se dar ao luxo de realizar todos os seus sonhos de consumo. Nos hits destacados

são possíveis identificar que o funk é uma forma de manifestar os efeitos da fetichização das mercadorias associada ao aumento do poder de consumo da classe trabalhadora.

Em reportagem do Site Uol com o MC Guimê, sobre o funk da ostentação ele diz:

A internet é a principal ligação, porque anos atrás, como eu posso dizer pra você, era mais difícil um moleque da periferia, de uma classe C, querer um celular de luxo, querer alguma coisa de luxo. Hoje não, hoje você tá na internet. Talvez ele não tenha, mas a foto do amiguinho dele tá com aquele celular. Hoje você vai numa escola, qual criança não quer um iPhone? Então, tipo assim, a música está junto com a atualidade. A parada é que a galera vai querendo, e vai querendo ouvir aquilo que ela tá querendo (UOL, 2015)

É possível verificar, através dessa entrevista, que o Funk da Ostentação é o reflexo de um momento atual vivido por um grupo social, que através do consumo busca conquistar seu lugar e papel na sociedade. A Revista Veja em Janeiro de 2014, apresentou em sua capa uma foto do MC Guimê, com a chamada para uma reportagem de 16 páginas com o título “Só você não me Conhece”, destacando que ele é da periferia, mas que tinha um vídeo clipe visto 42 milhões de vezes na internet (Figura 2).



Figura 2.

Disponível em<: <https://acervo.veja.abril.com.br/index.html#/edition/32113?page=1§ion=1>>.

Acesso em: 20 set. 2015.

A reportagem destacou a força de consumo da classe emergente e ressaltou que funk é um estilo musical e de vida que representa a identidade e as aspirações dos jovens da periferia. Ressaltou ainda que o gênero musical conquistou também parte da população da classe média, no entanto é um apontado como um hino de representação, identidade e cidadania dos jovens das classes C, D e E.(VEJA, 2015)

Fato este que pode ser também constatado na letra de MC Gui, de apenas 16 anos: “Sonhar, nunca desistir / Ter fé, pois fácil não é nem vai ser / Tentar até se esgotar suas forças / Se hoje eu tenho quero dividir, ostentar pra esperança levar e o mundo sorrir”.

A letra data do ano de 2015 e o verbo ostentar vem carregado de conotação social, se posicionando além da exibição de produtos luxuosos. Ostentar refere-se a exibição do luxo como forma de estimular o sonho nos moradores da favela/periferias, ou seja, o Mc Gui se coloca como exemplo de superação da pobreza.

O FUNK OSTENTAÇÃO E O “ROLEZINHO”

O aumento do poder de compra do cidadão que mora na periferia trouxe para essa classe autonomia e legitimidade, tornando possível seu acesso a lugares que antes não se sentia apto a frequentar, como os shoppings.

Há vinte anos, esses shoppings não existiam. Agora, estão por toda parte e talvez sejam a melhor prova da expansão do consumo de massas que ocorreu nas últimas duas décadas. Muitas de suas lojas são as mesmas que se encontram em shoppings em áreas mais ricas da cidade. Seus frequentadores são moradores das periferias, famílias, crianças, adultos e, é claro, jovens, para os quais os shoppings são um espaço fundamental de lazer (CALDEIRA, 2014, p. 17).

A geração dos “rolezeiros” difere de seus antecessores - os autoconstrutores - pela ocupação urbana do espaço social, sendo refletida no próprio rolezinho. De acordo com Caldeira (2014) a segregação que existia entre o centro e a periferia, garantia diferenças nos espaços de lazer, consumo e moradia.

A circulação urbana acontecia, para os periféricos, somente da casa para o trabalho, dentro dos transportes coletivos, enquanto as classes médias e altas se locomoviam em seus carros. Com o poder de consumo maior e o desejo dos jovens de se apropriarem do espaço urbano, houve a criação de áreas de indistinção social, e atualmente não consegue-se mais

distinguir um jovem como pobre ou classe média somente ao observar seus objetos de consumo. Caldeira (2014, p. 18) sobre este respeito, pontua:

A expansão do consumo desestabiliza um dos modos mais arraigados de construir hierarquias sociais: o julgamento fácil pelas aparências. O consumo cria certa homogeneidade que mina possibilidades de distinção.

Os jovens, para Pereira (2014), têm os mesmos motivos para se reunirem como muitas gerações tiveram: namorar, fazer novos amigos, encontrar conhecidos, etc. O que entendemos, além disso, é o fato de que esses jovens ascendentes - com poder de consumo aquecido - quiseram “mostrar para o que vieram”, legitimando seu espaço dentro do contexto urbano, onde até então, não poderiam frequentar devido aos estigmas sociais, que há pouco tempo atrás distinguiam os pobres pelos elevadores - elevadores de serviço ou social. (CALDEIRA, 2014).

Nesse sentido, o rolezinho também garantiu maior divulgação ao funk ostentação, por refletir um momento de ascensão, de poder de consumo, bem como os sonhos dessa nova geração - em alguns vídeos os rolezeiros apareciam escutando as letras que exaltam o consumo.

Os rolezinhos chegaram a unir aproximadamente 6 mil jovens, através da criação de eventos pelo Facebook - ou seja, aqui confirma a mídia social como fomentadora desta manifestação - em um dos primeiros rolezinhos marcados, que ocorreu no Shopping Itaquera (Figura 3), o ato não foi bem recebido. A polícia entrevistou e a cobertura jornalística tradicional destacou, “Jovens fazem arrastão em shopping de São Paulo” (PEREIRA, 2014). Porém, nenhuma ocorrência de furto ou roubo foi registrada.



Figura 3.

Disponível em: < <http://veja.abril.com.br/brasil/rolezinhos-eu-nao-queiro-ir-no-seu-shopping/> >.

Acesso em 22 set. 2015.

As notícias e reportagem veiculadas demonstraram que os rolezinhos a princípio, foram vistos como atos de manifestação, enquanto que para os participantes era somente um momento de lazer, de passear com os amigos, comer, curtir e namorar.

As rearticulações produzidas (rolezinho), fizeram com que os jovens da periferia tivessem sua circulação e produção cultural notadas, já que por muitas décadas permaneceram invisíveis. Para Caldeira os “rolezinhos” foram uma forma de apropriação urbana dessa nova classe emergente:

Ao forçarem sua presença em espaços onde não eram esperados, [...] ao se exibirem, ao invés de se esconderem, eles se apropriam do espaço urbano e perturbam a ordem: embaralham sistemas de distinção, estabelecem novas visibilidades e, é claro, geram reações e repressões. Ameaçam e desconcertam. (CALDEIRA, 2014, p.15)

De fato, os rolezinhos, nos implicam questionar sobre os limites do espaço urbano, bem como as diferentes utilizações que as classes sociais fazem dele, implicando em considerarmos sua democratização - visto que a apropriação urbana feita pelos jovens da periferia causou uma onda de preconceitos e furor das demais classes sociais.

Nas cidades em que os enclaves fortificados produzem segregação espacial tornam-se explícitas as desigualdades sociais. Nessas cidades, as interações cotidianas entre habitantes de diferentes grupos sociais diminuem substantivamente e os encontros públicos ocorrem principalmente em espaços protegidos e entre grupos relativamente homogêneos. O próprio tipo de espaço vai contribuindo para que os encontros públicos sejam marcados por seletividade e separação. (CALDEIRA, 1997, p.174)

Entretanto, para que o espaço público seja democratizado, é necessário que haja tolerância e aceitação das indistinções. O caminho é desafiar os limites que regulam a circulação e apropriação urbana, negando-os e enfrentando-os, de modo a construir um caminho para o fortalecimento da democracia e diminuição da desigualdade (CALDEIRA, 2014).

Nesse o funk ostentação e os rolezinhos, possuem uma ligação, pois representam as aspirações das classes periféricas, que buscam ocupar seus espaços, seja nas mídias sociais e ou nos centros urbanos, principalmente em grande centros comerciais como os shopping, uma vez que tanto esse estilo musical e espaços representam o incentivo ao consumo e ao luxo.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O funk é um estilo musical que se desenvolveu no Brasil com interferência norte-americana, ganhando uma vertente paulista sob influência do *gangster* estadunidense, o Funk Ostentação. Entretanto, esse segmento musical adquiriu características próprias no Brasil por representar e se relacionar com uma realidade característica dos grandes centros urbanos onde se desenvolveu; em especial a periferia paulista.

Conforme aponta Caldeira (1997), a partir da década de 1990, devido ao aumento da violência e do medo, aumentou consideravelmente o número de ambientes fortificados, rodeados por aparelhos de vigilância e seguranças particulares. Esse modelo de espaço acaba tornando a cidade cada vez mais fragmentada e segregada, visto que, separa de maneira extrema os pobres dos ricos. As ruas públicas passam a servir para a circulação das elites em seus automóveis e dos pobres em transporte público de má qualidade.

Essa realidade ainda está presente nos dias atuais, porém, a mudança na economia do país em meados dos anos 2000, principalmente devido a implementação de políticas públicas com cunho social desenvolvidas pelo Governo do Partido dos Trabalhadores, que ampliaram o poder de compra da classe C afim de expandir o mercado interno; valorizaram o salário mínimo; estimularam a criação de financiamentos acessíveis e de cooperativas de crédito, além de reduzirem relativamente os juros altos que existiam na década anterior, fizeram com que a classe trabalhadora tivesse acesso à bens de consumo antes apenas almejados e vistos como um sonho distante.

Neste sentido, observa-se uma aproximação entre as classes, mesmo que superficialmente, uma vez que eles dividem o mesmo espaço, porém ainda há preconceito racial e social, como dentro de shoppings center e de locais que as diversas classes interagem.

A apropriação do espaço urbano pelas elites está ligada a seus enclaves fortificados, que reforçam a ideia de manter a sua vida privada longe da esfera pública e principalmente, garantir a sua segurança. Já para os pobres a apropriação urbana se dá a partir de movimentos que reforçam a presença desses grupos menos favorecidos na sociedade, como o rolezinho, a pixação e o grafite.

Atualmente é possível identificar que os espaços considerados exclusivos para o consumo dos mais ricos - e que garantiam uma separação entre a elite e as classes baixas - está se tornando cada vez mais um local de lazer da população de baixa renda, e os

movimentos como “rolezinho” acabam por invadir esse espaço, antes privilegiado, como forma de afirmação perante a sociedade.

Todos possuem o direito de usufruir do espaço público e, com a ascensão social e o aumento no poder de compra das classes baixas, sendo uma realidade, até mesmo os antigos espaços segregadores e exclusivos das elites tendem a ter suas identidades modificadas.

REFERÊNCIAS

BARREIROS, Renato. **Ode à ostentação**. Carta na Escola, ed. 84, 2014. Disponível em: <<http://www.cartanaescola.com.br/single/show/299>> Acesso em 20 set. 2015

CALDEIRA, Teresa Pires do Rio. **Qual a novidade dos rolezinhos? Espaço público, desigualdade e mudança em São Paulo**. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0101-33002014000100002&script=sci_arttext>. Acesso 12 set. 2015

CALDEIRA, Teresa Pires do Rio. **Inscrição e Circulação. Novas visibilidades e configurações do espaço público em São Paulo**. In. Novos Estudos Cebrap, 2012.

_____. **Enclaves Fortificados: a nova segregação urbana**. Novos Estudos, CEBRAP, n. 47, 1997, p.155-176.

CARTA CAPITAL. A nova Classe Média existe? Disponível em: <<http://www.cartacapital.com.br/politica/a-nova-classe-media-existe-7142.html>>. Acesso em: 05 out. 2015.

GONÇALVES et al. **Funk ostentação: uma análise semiótica dos videoclipes “Plaque de 100” e “Como é bom ser vida loka”**. Disponível em <<http://portalintercom.org.br/anais/nordeste2013/resumos/R37-0833-1.pdf>>. Acesso em: 18 set. 2015

GIDDENS, Anthony. **Modernidade e identidade**. Rio de Janeiro: Zahar, 2002

LESSA, Juliana. **O funk ostentação, a “nova classe média” e a luta de classes no Brasil**. Disponível em: <<https://capitalismoemdesencanto.wordpress.com/2014/02/20/o-funk-ostentacao-a-nova-classe-media-e-a-luta-de-classes-no-brasil/>> Acesso em: 20 set. 2015

PEREIRA, Alexandre Barbosa; **A Juventude e o Rolezinho**. Carta na Escola, ed.84, 2014. Disponível em: <<http://www.cartanaescola.com.br/single/show/312>> Acesso em: 20 set. 2015.

REVISTA VEJA. A Marselhesa do Subúrbio. Disponível em: Disponível em<:
<https://acervo.veja.abril.com.br/index.html#/edition/32113?page=1§ion=1>>. Acesso
em: 20 set. 2015.

SANTOS, Bárbara Marina Almeida dos; PAIVA, Shemilla Rossana de Oliveira.
Ostentação fora do normal. Quem tem motor faz amor, quem não tem passa mal:
Uma análise sobre o Funk da Ostentação. Disponível em
<<http://portalintercom.org.br/anais/nordeste2013/resumos/R37-0537-1.pdf>>. Acesso em:
18 set. 2015

UOL OFICIAL. Disponível em: <<http://virgula.uol.com.br/musica/pop/reis-do-funk-ostentacao-mc-guime-e-konzilla-creditam-sucesso-a-internet/#img=1&galleryId=161604>>. Acesso 20 set. 2015