



**Universidade de Brasília**

**UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA  
DEPARTAMENTO DE LINGUÍSTICA, PORTUGUÊS E LÍNGUAS CLÁSSICAS.  
CURSO: LETRAS PORTUGUÊS  
HABILITAÇÃO: BACHARELADO**

**O “rolezinho” como movimento periférico e sua influência na  
construção de estereótipos sociais.**

**HEITOR FIGUEIREDO**

**10/0103995**

**BRASÍLIA  
NOVEMBRO 2014**

**HEITOR FIGUEIREDO**

**O “rolezinho” como movimento periférico e sua influência na construção  
de estereótipos sociais.**

Monografia apresentada como requisito  
para a conclusão do curso de Letras  
Português com habilitação em  
Bacharelado, da Universidade de  
Brasília – UnB.

Orientadora: Francisca Cordélia

**BRASÍLIA  
NOVEMBRO 2014**

## AGRADECIMENTOS

Antes de tudo, agradeço a Deus, pois Ele é o Senhor de todo universo e rei da minha vida, sem Ele eu nada seria. Graças eu dou ao Teu nome, vou aclamá-lo com cânticos de louvor, Ele me socorre na minha angústia. O Senhor é grande, o único Deus, o Rei acima de todos os reis.

Agradeço também a minha família, primeiramente a minha mãe, por ter me mostrado que o conhecimento é a base de tudo, incentivando-me a aprender cada vez mais; agradeço-lhe por nunca ter me deixado desanimar, além de ter propiciado condições melhores para que eu pudesse alcançar minhas metas; e por ter me ensinado a sonhar, pois a sua imagem, muitas vezes, foi exemplo para os meus sonhos. Não posso esquecer-me da minha irmã Sonata, agradeço-lhe por ter auxiliado nesse caminho, divertindo-me e me ensinando a lidar melhor com essa fase de estudos.

Deixar de citar a minha namorada Ana Paula seria uma injustiça, pois foi com ela que eu passei a maior parte do meu tempo durante essa graduação. Quando eu estava desanimado ou triste, ela alegrou os meus dias, ajudou-me em muitas situações, além de ter me ensinado a ser mais calmo e compreensivo. Obrigado por ter sempre acreditado em meu potencial, até mesmo quando eu desacreditava.

Agradeço também aos meus amigos, todos foram essenciais durante nessa jornada, ajudando-me a superar os desafios de maneira mais alegre e feliz. De longe ou perto me apoiaram, torcendo pelo meu sucesso.

Por último, quero agradecer àqueles com quem tive a honra de aprender, aos meus queridos mestres. Agradeço por terem compartilhado seus ensinamentos comigo, sejam acadêmicos ou de vida. Essa jornada não seria possível sem eles.

## RESUMO

O presente trabalho tem por objetivo mostrar como estereótipos sociais são formados a partir do “rolezinho”, um fenômeno periférico que surgiu em meio a protestos sociais e que tem por base o Funk Ostentação. Tomando como referencial teórico os conceitos de ideologia, hegemonia, poder e discurso (FAIRCLOUGH, 2001). A partir daí, analisar as estruturas do fenômeno, as influências capitalistas que recaem sobre ele, e a forma como os participantes são ou procuram ser enxergados pela sociedade. Espero entender após esse trabalho como esses estereótipos dos jovens periféricos são formados.

**Palavras-chave:** estereótipos sociais, rolezinho, funk ostentação, sociedade.

## **ABSTRACT**

This paper aims to show how social stereotypes are formed from "rolezinho", a peripheral phenomenon that emerged in the midst of social protests and that is based on "Ostentatious" Funk. Using as reference the theoretical concepts of ideology, hegemony, power and discourse (FAIRCLOUGH, 2001). Thereafter, analyzing the structures of the phenomenon, capitalist influences that fell upon it, and how the participants are or seek to be seen by society. I expect that after this work I will understand how these stereotypes of youngsters from slums are conceived.

**Keywords:** Social stereotypes, rolezinho, ostentatious funk, society.

## SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO.....	7
2. ANÁLISE DO DISCURSO.....	8
2.1 Heterogeneidade do discurso.....	9
2.2. Métodos de análise.....	10
2.3. Categorias de análise.....	11
2.3.1 Análise Textual.....	12
2.3.2 Prática discursiva.....	13
2.3.3 Hegemonia e Ideologia no Discurso.....	13
2.4. Aspectos e fenômenos do discurso.....	14
3. CLASSIFICANDO A PESQUISA .....	15
4. ESTERÍOTIPOS FORMADOS A PARTIR DO ROLEZINHO.....	16
4.1 Funk Ostentação.....	17
4.2 Entrevistas.....	24
5. INFLUÊNCIAS.....	26
6. <b>CONSIDERAÇÕES FINAIS</b> .....	27
<b>Referências Bibliográficas</b> .....	29

## 1. INTRODUÇÃO

Depois dos diversos protestos sociais que ocorreram em meados de 2013, um novo fenômeno social começou a se desenhar no Brasil, os chamados “rolezinhos”. Este ganhou repercussão nacional após um encontro ocorrido com mais de 6.000 jovens no shopping metrô de Itaquera. Essas reuniões em centros de consumo, onde jovens se encontravam para ouvir funk, foram autodefinidas pelos participantes como um movimento da nova classe média.

E é nesse contexto em que um movimento transpassou a fronteira da periferia alcançando os grandes centros comerciais, um cenário em que o Brasil coleciona histórias de discriminação, tento entender como estereótipos sociais são construídos a partir de movimentos periféricos sob a óptica capitalista. Além disso, procuro evidenciaros aspectos camuflados nos discursos, no que dizem respeito às desigualdades sociais, sendo moldados por relações de poder e ideologias e os efeitos que estes exercem sobre as identidades sociais.

A partir daí, entender como manifestações periféricas podem se tornar convenientes no momento em que são enxergadas com um viés mercantil, sendo utilizadas para vender ideias e produtos. A inclusão pelo consumo disseminou que prestígio social se vincula a bens adquiridos, sendo impulsionada pelo próprio movimento que tem suas origens no funk ostentação, tendo aí a fetichização da mercadoria.

Como estudante de Letras Português e Direito, me senti instigado pelo tema, um assunto que esteve nos holofotes e despertou a minha curiosidade e de grande parte da população. Assunto esse que ganhou repercussão graças aos assuntos que engloba, como cultura, lazer, práticas políticas, racismo, exclusão social, relações de poder, consumismo e mídias sociais.

Procuro enxergar porque alguns grupos sociais se tornam invisíveis para o resto da população e quais são os meios utilizados por eles para ganhar maior visibilidade, mostrando aos demais que eles existem, como um “grito

doexcluídos”, e a partir do momento que são notados começam a incomodar os demais.Os “rolezinhos” são uma versão, amplificada pelas redes sociais, do que sempre aconteceu nas periferias da cidade.

Nessa atmosfera de um país injusto que não pode mais se calar, acaba afetando e dando uma nova dimensão ao fenômeno, o que inicialmente era apenas um “rolê” na cidade ganha novas dimensões, contaminados por debates políticos que acontecem nas áreas de classe média e classe média alta, sendo simplesmente estereotipadas.

O objetivo geral desta monografia é mostrar quais e como são construídos os estereótipos sociais do jovem periférico,a partir do funk ostentação. De que maneira esse jovem deixou de ser um agente social invisível à sociedade, até mesmo à elite, e tornou-se um agente evidenciado após as manifestações, como os “rolezinhos”. Para alcançar esse objetivo, o trabalho será dividido em três etapas específicas. A análise de músicas que trabalham com o funk ostentação, verificar os estereótipos que são construídos em cima desses jovens e se há alguma crítica social no movimento rolezinho e qual é a mensagem passada para a sociedade.

Espera-se dessa pesquisa entender como a identidade do jovem da periferia é transmitida através de movimentos periféricos como o “rolezinho” e oFunk Ostentação.

## **2. ANÁLISE DO DISCURSO**

A análise do discurso crítica (ADC) estuda as interações sociais a partir do discurso,refere-se a um conjunto de abordagens científicas interdisciplinares que considera a linguagem como prática social, caracterizando-se por enxergar de maneira própria e distintiva a relação dialética entre linguagem e sociedade.(RESENDE & RAMALHO, 2011).

A ADC visa oferecer suporte científicoà crítica de problemas sociais, relacionando-os ao conceito de poder como controle e justiça. A partir daí, tem-se como objeto de análise a linguagem, pois, por ela ser parte das práticas

sociais, o discurso torna-se central, visto que elas constituem um ponto de conexão entre as estruturas e seus mecanismos.

O discurso faz parte de um momento integrante das práticas sociais que relaciona a linguagem com demais momentos, como, fenômeno mental, relações sociais e o mundo material, articulando-os. Havendo uma heterogeneidade de abordagens que estabelece relações interdisciplinares com diferentes assuntos.

O termo “discurso” pode ter dois significados. Primeiro, como substantivo abstrato, representando um momento irreduzível da vida social. Segundo, como um substantivo concreto, significando um modo mais particular de apresentar parte do mundo.

## **2.1 Heterogeneidade do discurso**

Há esse caráter heterogêneo devido às abordagens estabelecidas entre as diferentes áreas interdisciplinares. O discurso utiliza de análises sistemáticas de textos como método de pesquisa, interessando à ADC análises relacionadas ao uso da linguagem e seus contextos, no que envolve o poder.

Isso tem duas implicações imediatas: as categorias linguísticas são utilizadas em ADC como ferramentas para a investigação de problemas sociais, e a unidade mínima de análise é o texto, entendido de modo amplo no que envolve suas condições de produção, distribuição e consumo, e seu funcionamento em práticas sociais situadas. (RESENDE& RAMALHO, 2011, p.20).

Deve haver uma relação entre a análise linguística e a crítica social, pois elas se alimentam e se justificam, e é através desse suporte científico oferecido pela análise do discurso crítica relacionado a questões sociais que se torna o alvo empírico com que o analista de discurso trabalha. Visto que a partir do texto são oferecidas dicas que contribuem para a compreensão das práticas sociais investigadas.

## **2.2.Métodos de análise**

Fairclough é um dos expoentes da Análise do discurso, em seu livro *Discurso e Mudança Social* (2001), discorre sobre a importância do uso da

análise linguística como método para estudar a mudança social, nos apresentando sua perspectiva teórica-metodológica sobre o desenvolvimento de uma abordagem que possa contribuir para essa análise de forma clara e objetiva, nas próprias palavras do autor "reunir a análise de discurso orientada linguística e o pensamento social e político relevante para o discurso e a linguagem" (FAIRCLOUGH, 2001, p. 89).

De acordo com Fairclough, a análise do discurso crítica não é meramente análise de textos, insere-se em um amplo quadro de transformações sociais, sendo importante fonte para as ciências sociais.

Inicialmente, o autor nos propõe uma revisão de métodos e resultados de diferentes abordagens da análise do discurso, descrevendo algumas delas, como contexto e elaboração para desenvolver a sua própria, discutindo desde o trabalho descritivo de linguistas como Sinclair e Coulthard (1975), em que estes elaboraram um sistema descritivo geral para a análise do discurso, focalizando na sala de aula. Cita as abordagens de análise de conversação, concentrando-se em um grupo de sociólogos que tem por tendência evitar a teoria geral e a discussão ou o uso de conceitos como classe, poder e ideologia, inserindo-se nessa área também os estudos de Labov e Fanshel (1977).

Passando também pela linguística crítica de Kress e Hodge (1979) e pelo trabalho crítico de Michel Pêcheux, que procura combinar uma teoria social do discurso com um método de análise textual, focando no discurso político. Até chegar à perspectiva de discurso desenvolvida por Michel Foucault, de caráter mais histórico, teoricamente orientado e centralizado na categoria do poder.

Fairclough (2001) reconhece a enorme influência e contribuição que Foucault tem para uma teoria social do discurso em áreas como relação entre discurso e poder, a construção discursiva de sujeitos sociais, do conhecimento e o funcionamento do discurso na mudança social. Porém ressalta as fragilidades quando se trata das discussões sobre poder: "As fraquezas relevantes no trabalho de Foucault tem a ver com as concepções de poder e resistência, e com questões de luta e mudança." (FAIRCLOUGH, 2001, p.82),

destaque que em Foucault há discussão detalhada das formas de luta, mas logo ressalta que “na totalidade de seu trabalho e nas análises principais, a impressão dominante é a das pessoas desamparadamente assujeitadas a sistemas imóveis de poder.” (FAIRCLOUGH, 2001, p.83). De acordo com a abordagem crítica do discurso, esse sujeito não é assujeitado pelas estruturas das quais participa, as estruturas dependem do estado das relações entre os que estão em luta, ela se dá entre o equilíbrio do sujeito e a estrutura.

Após apresentar essas diversas orientações teórico-metodológicas, Fairclough inicia sua abordagem em um cenário amplo de relações sociais, sugerindo uma análise tridimensional, articulando-as aos aspectos da análise textual, da análise dos processos de produção e interpretação dos textos, e da análise social dos eventos discursivos.

### **2.3. Categorias de análise**

Dentro da análise textual, o autor propõe que sejam consideradas quatro categorias: “vocabulário”, “gramática”, “coesão” e “estrutura textual”. Quanto à prática discursiva, Fairclough (2001) sugere o estudo dos processos de produções e, por último, a análise discurso como prática social a partir de categorias como “ideologia” e “hegemonia”, com o intuito de possibilitar a compreensão de fenômenos que são inidentificáveis no discurso.

#### **2.3.1 Análise Textual**

No que diz respeito ao vocabulário, é um dos pontos da análise que se refere a lexicalizações alternativas e sua significação tanto política quanto ideológica. “Os significados das palavras e a lexicalização de significados são questões que são variáveis socialmente e socialmente contestadas, e facetas de processos sociais e culturais mais amplos” (FAIRCLOUGH, 2001, p. 230). Ao se criar itens lexicais geram-se novas categorias culturalmente essenciais. Um aspecto importante é o das metáforas, que acompanham implicações políticas e ideológicas. As metáforas estão naturalizadas de tal forma nas culturas, que se torna difícil identificá-las ou, mesmo, escapar delas.

Já na gramática, as orações são resultados da combinação de significados, sejam eles ideacionais, interpessoais (identitários e relacionais) e textuais. No momento em que pessoas escolhem suas orações em termos de modelo e estrutura, elas selecionam, também, o significado e a construção de identidades sociais, de relações sociais, de crenças e conhecimentos. Pode-se tentar estabelecer que fatores sociais, culturais, ideológicos, políticos ou teóricos decidem como um processo é significado num tipo de discurso particular (ou mesmo em diferentes discursos) ou em um dado texto.

Por coesão, pode-se considerar como as orações são ligadas em frases e como essas são ligadas para formar unidades maiores nos textos. Pode-se utilizar vocabulário de um mesmo campo semântico, repetição de palavras, uso de sinônimos próximos. Os mecanismos são variados em termos de referência e substituição. Isso vai formar a arquitetura do texto. Os marcadores coesivos não podem ser vistos apenas como propriedades objetivas dos textos, mas “têm de ser interpretados pelos intérpretes de textos como parte do processo de construção de leituras coerentes do texto” (FAIRCLOUGH, 2001, p. 220).

A estrutura textual também diz respeito à arquitetura do texto, principalmente no que se refere a aspectos superiores do planejamento de diferentes tipos de texto. A forma como o texto se organiza pode expandir a percepção dos sistemas de crenças e conhecimentos e alargar, também, a percepção dos pressupostos sobre as relações sociais dos tipos de texto mais diversos.

### **2.3.2 Prática discursiva**

A segunda dimensão é a prática discursiva. O discurso é uma forma de prática social constituído socialmente e integrante da estrutura social. Deste modo, sua natureza, seus diferentes tipos de manifestação e a inserção de fatores sociais variam na prática discursiva, envolvendo o processo de produção, distribuição e consumo textual.

A prática discursiva é constitutiva tanto da maneira convencional como criativa: contribui para reproduzir a sociedade, mas também contribui para transformá-la “É importante que a relação entre discurso e estrutura social seja

considerada como dialética para evitar os erros de ênfase indevida; de um lado, na determinação social do discurso e, de outro na construção social do discurso.” (FAIRCLOUGH, 2001, p.92).

### **2.3.3 Hegemonia e Ideologia no Discurso**

Uma das preocupações da ADC como uma ciência crítica são os efeitos ideológicos dos sentidos dos textos sobre relações sociais, ações e interações, conhecimentos, crenças, atitudes, valores, identidades. De maneira que há uma luta travada através do discurso, com o intuito de instaurar e manter a hegemonia.

Para Fairclough (2001) um dos enfoques está na mudança discursiva em relação à mudança social e cultural, de que maneira elas ocorrem nos eventos discursivos, as suas origens e motivações imediatas. As mudanças deixam marcas no texto, em relação à dimensão textual do discurso, quando essa mudança é estabelecida, mas não é percebida, dão-se novas hegemonias no discurso.

Quando o abuso de poder é instaurado e mantido através de significados discursivos, está em jogo a ideologia. De acordo com a ADC a ideologia é por natureza hegemônica e inerentemente negativa. Os sentidos veiculados em textos são classificados como ideológicos apenas se servem à universalização de interesses particulares projetados para estabelecer e sustentar relações de dominação.

### **2.4. Aspectos e fenômenos do discurso**

No discurso, tem-se tanto um modo de ação como um de modo representação. O autor começa a abordar a sua concepção fazendo análise do termo “discurso” a partir da perspectiva da linguagem como forma de prática social, e não apenas como uma atividade puramente individual ou reflexo de situações variáveis, de modo que o discurso é uma ação, sendo moldado e restringido pela estrutura social no sentido amplo. Ressalta mais uma vez a importância de Foucault

O discurso contribui para a constituição de todas as dimensões da estrutura social que, direta ou, indiretamente, o moldam e o restringem: suas próprias normas e convenções, como também relações, identidades e instituições que lhe são subjacentes. O discurso é uma prática, não apenas de representação do mundo, mas de significação do mundo, constituindo e construindo o mundo em significado. (FAIRCLOUGH, 2001,p.91).

De acordo com Fairclough o discurso possui três efeitos construtivos que podem se distinguir. De acordo com ele o primeiro efeito é na construção de 'identidades sociais' e 'posições de sujeitos'. Segundo, o discurso contribui à construção de relações sociais entre as pessoas. E, terceiro, contribui para a construção de sistemas de conhecimento e crença. Tendo eles as funções da linguagem 'identitária', 'relacional' e 'ideacional' respectivamente, explicado cada função que elas desempenham,

A função identitária relaciona-se aos modos pelos quais as identidades sociais são estabelecidas no discurso. a função relacional a como as relações sociais entre os participantes do discurso são representadas e negociadas. a função ideacional aos modos pelos quais os textos significam o mundo e seus processos, entidades e relações. (FAIRCLOUGH, 2001, p.92).

De modo que esses efeitos e essas funções além de caracterizar a prática discursiva como constitutiva tradicional também a caracteriza como criativa, pois, além de contribuir para reproduzir a sociedade, contribui para transformá-la. Após ressaltar a importância da relação entre discurso e estrutura social, frisa que esta relação é dialética.

Na análise tridimensional do discurso nem sempre é nítida a distinção entre "descrição" e "interpretação". Para Fairclough (2001), o critério recomendável é considerar como "descrição" os casos em que mais se destaquem os aspectos formais do texto. Realçando-se mais os processos produtivos e interpretativos, há de ter-se em conta a análise da prática discursiva, embora se envolvam, também, os aspectos formais do texto.

Além das categorias apresentadas, o autor dá ênfase nas categorias da "intertextualidade" e da "interdiscursividade", ambas são mecanismos que possibilitam a mudança no discurso.

A obra nos apresenta uma introdução ampla sobre a análise crítica do discurso, chamando atenção para aspectos e fenômenos recorrentes que influem diretamente sobre os discursos e como eles podem ser analisados, ampliando conhecimentos sobre teorias linguísticas e sócias do discurso.

### **3. CLASSIFICANDO A PESQUISA**

Quanto à natureza, trata-se de uma pesquisa qualitativa, pois se ocupa com a interpretação dos fenômenos e da atribuição de significados, não se detendo a técnicas estatísticas, além de ter característica descritiva coletando seus dados em fonte direta. Os processos e suas dinâmicas, as variáveis e as relações são dados para a construção de sentidos e os principais condutores da sua abordagem.

No que diz respeito aos seus meios, é um estudo desenvolvido com base em levantamentos de materiais publicados em livros, revistas, jornais, redes eletrônicas etc.

Em seus fins, o estudo tem natureza explicativa, visto que objetiva identificar fatores que possam determinar fenômenos, esclarecendo-os, e justificar os fatores que neles interferem e explicar suas ocorrências.

Foram selecionados duas letras de músicas do funk ostentação: Plaquê de 100 e mulher no poder. A coleta dos dados foi feita a partir de entrevistas presenciais com jovens ouvintes do funk ostentação, extração de dados audiovisuais em clipes, e as análises nas letras selecionadas do funk ostentação.

A análise das músicas foi realizada observando categorias textuais presentes nas letras, analisando os níveis de vocabulário, gramática, coesão e estrutura textual.

### **4. ESTERÉOTIPOS FORMADOS A PARTIR DO ROLEZINHO**

Faz-se necessário, à análise de construções dos estereótipos sociais formados a partir do "rolezinho", considerar que influem tendências capitalistas

sobre este fenômeno. E é nesse cenário que as relações sociais entre poder e ideologia dialogam na prática.

No Brasil, existem 32 milhões de jovens trabalhadores vivendo em regiões periféricas (SERASA EXPERIAN, 2012). Dentre eles, 68% estudaram mais anos que seus pais e, ao se comparar os ganhos de pais e filhos das classes C e A, tem-se que a cada R\$ 100,00 que o pai da classe C ganha, o filho ganha R\$ 53,00. Já na classe A, a cada R\$ 100,00 ganhos pelo pai, o filho ganha R\$ 11,00. Tal cenário faz com que esses jovens ocupem um relevante papel no consumo da periferia, pois, além de terem estudado mais que seus pais, possuem acesso à internet e têm empregos mais especializados, buscando uma qualidade de vida melhor<sup>1</sup>.

E é em meio a esse contexto que surge o “rolezinho”, nascendo de dois sentimentos que se cruzam. O primeiro é fruto da inclusão pelo consumo provocado pela ascensão da nova classe média. O segundo é o de ressentimento, fruto da condição social dos moradores da periferia, visto que a eles não estão vinculados diretamente ao padrão de consumo, mas ao descaso dos governantes e, principalmente, pela discriminação das classes médias tradicionais. Nesse fenômeno há uma reivindicação clara de ocupar espaços urbanos privilegiados, um basta na invisibilidade. Trata-se de um evento vinculado à exacerbação da mercadoria, um culto ao consumo de ostentação.

O consumo tem papel importante na formação da identidade, pois além de criá-la, reforça-a, auxiliando o indivíduo a se localizar na sociedade, por causa disso as pessoas consomem produtos que definem a que grupos querem ou não pertencer, (Adorno & Horkheimer, 1985).

Dessa maneira, o indivíduo busca definir sua identidade conforme os grupos de que se considera <sup>1</sup>parte, de forma que o consumo e a exposição de objetos caracterizam o pertencimento a determinado grupo, muitos desses jovens consomem produtos que simbolizam a identidade que gostariam de ter. (BACHA; SANTOS; STREHLAU, 2009).

---

<sup>11</sup>Site [www.globo/g1.com.br](http://www.globo/g1.com.br), 2011).

A música tem papel fundamental nesse contexto, visto que é parte integrante da vida cotidiana dos jovens. O advento de novas tecnologias permitiu ao jovem contemporâneo que criasse sua própria música, facilitando dessa maneira o surgimento de novas manifestações culturais, não só através do consumo, mas também de produção de músicas.

Com o advento do “rolezinho” o funk ostentação ganhou grande repercussão na mídia e nas discussões sociais. Para compreender melhor como são formados os estereótipos a partir do movimento se faz necessário uma análise das letras do Funk Ostentação.

#### **4.1 Funk Ostentação**

O funk ostentação surgiu nesse contexto, em meio à ascensão de uma nova classe social em um cenário em que a música é parte integrante da vida dos jovens. O estilo musical surgiu na periferia paulistana, e reflete a importância do consumo para os jovens. Os artistas que cantam os funks são conhecidos como MCs (mestres da *cerimonia*), cantam suas aspirações de consumo, em letras que fazem referências às marcas e aos produtos de luxo (ABDALLA. Carla, 2014).

Com a ajuda das mídias sociais, o movimento se maximizou. É no Facebook e no YouTube que os funkeiros divulgam seu trabalho. E assim, quase momentaneamente, nascem as celebridades da web, que escolheram os shoppings como ponto de encontro para conhecer os seguidores, até então virtuais, dando origem aos “rolezinhos” (MARTIN. María; BEDINELLI, Talita, 2014).

Nesses eventos, os jovens se conhecem, paqueram, cantam músicas de seus MCs preferidos enquanto transitam pelos corredores do shopping. Pelo fato dos “rolezinhos” serem um encontro de fãs do Funk Ostentação em espaços públicos, atraíram centenas de jovens, o que ocasionou, em alguns deles, tumultos, confusões e pânico dos demais frequentadores dos shoppings. Esse fato fez com que os eventos atraíssem à grande mídia e desencadeassem discussões nas redes sociais, surgindo um interesse da

opinião pública pelo Funk Ostentação e por saber o que pretendiam aqueles jovens.

As letras dos Funks Ostentação pregam a sexualidade e a conquista, embora não falem de sexo explicitamente, e abordem sempre relações heterossexuais. Os homens assumem papel de protagonistas na maioria das letras, apesar de haver também MCs mulheres no Funk Ostentação, contudo são em menor número. Essas artistas cantam a necessidade de estar com um ou mais parceiros que possam lhes proporcionar a obtenção desses objetos de desejo. Dessa maneira, os homens são apresentados como ativos na conquista, enquanto as mulheres são retratadas como objetos a serviço da satisfação masculina.

Com a aparição dos “rolezinhos”, o Funk Ostentação se tornou durante um tempo o centro da mídia e das discussões nas redes sociais. Independente do juízo de valor da opinião pública em relação ao movimento, isso trouxe uma projeção maior para ele, com compartilhamento de vídeos dos MCs nas redes sociais e entrevistas com funkeiros e MCs na imprensa.

Para analisar o fenômeno do “rolezinho” o discurso deve ser analisado como parte irredutível da sociedade, prevendo a linguagem em relação dialética com a sociedade, segundo Fairclough (2001), conforme já apresentado anteriormente.

Procurando enxergar esses níveis textuais, será feita a análise de duas letras de músicas do Funk Ostentação.

**“Plaquê de 100”- MC Guimê**

*Contando os plaque de 100, dentro de um Citroën*

*Ai nós convida, porque sabe que elas vêm*

*De transporte nós tá bem, de Hornet ou 1100*

*Kawasaki, tem Bandit, RR tem também*

*Contando os plaquede 100, dentro de um Citroën*

*Ai nós convida, porque sabe que elas vêm*

*De transporte nós tá bem, de Hornet ou 1100  
Kawasaki, tem Bandit, RR tem também*

*A noite chegou, nós partiu pro Baile funk  
E como de costume toca a nave no rasante  
De Sonata, de Azzera, as mais gata sempre pira  
Com os brilho da joias no corpo de longe elas mira  
Da até piripaque do Chaves onde nós por perto passa  
Onde tem frevo tem nós, onde tem fogo há fumaça*

*É desse jeitinho que é, seleciona as mais top  
Tem 3 porta, 3 lugares pra 3 minas no Veloster  
Se quiser se envolver, chega junto, vamo além  
Nóis é os pika de verdade, hoje não tem pra ninguém*

*Contando os plaque de 100, dentro de um Citroën  
Ai nós convida, porque sabe que elas vêm  
De transporte nós tá bem, de Hornet ou 1100  
Kawasaki tem Bandit, RR tem também*

*Nóis mantém a humildade  
Mas faz sempre parar tudo  
E os zé povinho que olha, de longe diz "que absurdo"  
Invejoso se pergunta tão maluco o que que é isso  
Mas se pergunta pra nós, nós responder "churiço"*

*Só comentam e critica, fala mal da picadilha  
Não sabe que somos sonho de consumo da tua filha  
Então não se assuste não, quando a notícia vier à tona  
Ou se trombar ela na sua casa, em cima do meu colo, na sua poltrona*

*Contando os plaque de 100, dentro de um Citroën  
Ai nós convida, porque sabe que elas vêm  
De transporte nós tá bem, de Hornet ou 1100  
Kawasaki tem Bandit, RR tem também*

No videoclipe dessa letra mostra o Mc Guime e outros participantes do vídeo acenando ou jogando notas de dinheiro, o foco da câmera no dinheiro acontece em muitos momentos (Figura 1).

Figura 1- “Plaque de 100”



Fonte: <http://vejasp.abril.com.br/materia/mc-guime-funk-ostentacao-o-funkeiro-emergente>

Ao analisara estruturas lexicais (1) *“contando os plaque de 100, dentro de um Cintroên”*, tem-sealusãodireta ao poder financeiro como forma de diferenciação. O foco no dinheiro acontece em muitos momentos como item importante de diferenciação e status.

No trecho (2) *“E os zé povinho que olha, de longe diz “que absurdo””* pode-se observar também o uso de gírias, expressões do movimento, como(2) *“zé povinho”* e(2) *“nóis”*. Ocorre, portanto, o uso de sistema de signos que compõe uma linguagem própria e estrutural da cultura, do funk ostentação; em que a música é mais falada do que cantada.

A mulher na música é retratada como interesseira, está com o homem pelo o que ele possui, ela é descartável(3) *“Ai nóis convida, porque sabe que elas vêm”*, (4)*“É desse jeitinho que é, seleciona as mais top”*. As letras colaboram para a reificação da mulher.

Na música os automóveis são citados várias vezes (5)“*De Sonata, de Azzera, as mais gata sempre pira*”(Sonata e Azzera são marcas de carros luxuosos), uma forma doMC representar sua ascensão e sucesso (BELK, 1988), além de serem usados como atrativo sexual.

O desejo pelos itens e marcas de vestuário e automóveis são formas de diferenciação e acontece tanto nas periferias como na sociedade como um todo, porém a exibição de dinheiro é um caso peculiar. Fora do espaço periférico, grande parte dos pagamentos é realizada com cartões, seja de crédito ou débito, porém nos cliques percebe-se esse costume rotineiro que ocorre nas periferias, as pessoas andam com grande quantidade de dinheiro.

A segunda letra a ser analisada é de uma artista mulher, procurando desta forma enxergar como as porta-vozes femininas se posicionam nos funks ostentação.

***“Mulher no poder”- MC Pocahontas***

*Ostentação, palavra que eu gosto de ouvir*

*Se me quer do seu lado, tem que me fazer rir*

*Vem me buscar de Hornet, R1, RR*

*Me dá condição*

*Deixa eu totalmente louca, chapadona de Chandon*

*Gosto de gastar, isso não é novidade*

*Hoje eu já torrei mais de 10 mil com a minha vaidade*

*É salão de beleza, roupa de marca, sandália de grife no pé*

*Bolsa da Louis Vuitton, sonho de toda mulher*

*Tudo que eu faço tá virando comentário*

*Postaram no face que agora eu tô de Camaro*

*E quem tá comigo sabe aonde eu chego eu dou sacode*

*Sou a mc Pocahontas, tamo junto, a firma é forte*

*Bota o dedo pro alto, deixa os homens loucos*

*Esse é o bonde das minas que andam no ouro*

*Gosto de ostentar e essa é a minha vida  
Mulher do poder, é assim que eu sou conhecida*

*(É o poder)*

*Bota o dedo pro alto, deixa os homens loucos  
Esse é o bonde das minas que andam no ouro  
Gosto de ostentar e essa é a minha vida  
Mulher do poder, é assim que eu sou conhecida*

*Ostentação, palavra que eu gosto de ouvir  
Se me quer do seu lado, tem que me fazer rir  
Vem me buscar de Hornet, R1, RR  
Me dá condição  
Deixa eu totalmente louca, chapadona de Chandon*

*Gosto de gastar, isso não é novidade  
Hoje eu já torrei mais de 10 mil com a minha vaidade  
É salão de beleza, roupa de marca, sandália de grife no pé  
Bolsa da Louis Vuitton, sonho de toda mulher*

*Tudo que eu faço tá virando comentário  
Postaram no face que agora eu tô de Camaro  
E quem tá comigo sabe, aonde eu chego eu dou sacode  
Sou Mc pocahontas tamo junto a firma é forte*

*Bota o dedo pro alto, deixa os homens loucos  
Esse é o bonde das minas que andam no ouro  
Gosto de ostentar e essa é a minha vida  
Mulher do poder, é assim que eu sou conhecida*

*Bota o dedo pro alto, deixa os homens loucos  
Esse é o bonde das minas que andam no ouro  
Gosto de ostentar e essa é a minha vida  
Mulher do poder, é assim que eu sou conhecida*

*Bota o dedo pro alto, deixa os homens loucos  
Esse é o bonde das minas que andam no ouro.*

O culto ao consumo não é exclusivo do sexo masculino, as mulheres que cantam funk ostentação também pregam esse modo de pensar, consumindo de forma ostensiva, conforme é demonstrado no videoclipe dessa letra (Figura 2).

Figura 2- “Mulher no poder”



Fonte:<http://closetonline.com.br/tag/mc-pocahontas>

Não é muito comum ter mulheres como cantoras de funk ostentação, existem poucas, como a MC Pocahontas. Na letra da música supracitada, ela faz menção a marcas famosas, instigando, através da música, o culto ao consumo, o que se percebe no trecho “Gosto de gastar, isso não é novidade. (6) *“Hoje eu já torrei mais de 10 mil com a minha vaidade”* .

Porém as mulheres no funk normalmente assumem um papel de objeto provedor de sexo e prazer, sem voz. Cria-se um estereótipo das mulheres que são descritas nas músicas ou aparecem nos clipes. O padrão de beleza também estabelecido, quase todas as mulheres possuem cabelos compridos e corpo voluptuoso, ressaltados por roupas justas ou biquínis.

Mesmo quando a mulher assume papel primário em determinado funk, ela sente a necessidade de ter um parceiro para saciar seus desejos “Ostentação, palavra que eu gosto de ouvir, se me quer do seu lado, tem que me fazer rir”.

Entre as marcas citadas nos funks ostentação, a maioria é de automóveis, o que deixa claro a importância desses produtos no mundo do funk

ostentação. Outro vocabulário próprio dos funkeiros é chamar os carros de (7) “naves”. As motocicletas também ganham papel de destaque nas letras, o que se percebe no trecho(8) “*vem me buscar de Hornet, R1, RR*” (marcas de motos luxuosas).

Dessa forma, tornou-se evidente que automóveis e motocicletas de luxo, além de evidenciarem status e diferenciação, são utilizados pelo jovem como objeto de atração do sexo oposto.

## 4.2 Entrevistas

Após um embasamento teórico ser construído e feitas análises em algumas letras do funk ostentação, e em materiais disponibilizados pela mídia (televisão, revistas, internet, jornais, redes sociais), foram realizadas algumas entrevistas, com o objetivo de aprofundar e enxergar as influências do funk ostentação nos jovens, procurando entender mais o movimento. As entrevistas foram com jovens que moram em regiões periféricas de Brasília com base em perguntas preestabelecidas, que tinham itens como a idade dos jovens, festas frequentadas, roupas utilizadas, MC's que mais gostam e o que no sexo oposto lhes chamam a atenção.

No total, temos quatro entrevistas, sendo duas do sexo feminino e duas do masculino.

**Tabela: Dados dos entrevistados.**

Nome/idade	Ouve funk?	Reside em:	MC preferido:	Já foi a algum “rolezinho”?	Usa marcas citadas nos funks?
Mariana/19	Sim	Sobradinho	MC Lon	Não	Sim
Luiza/18	Sim	PSul	MC Guime	Sim	Sim
Mario/17	Sim	Ceilândia	MC Daleste	Sim	Sim
Benhur/24	Sim	Samambaia	MC Guime	Sim	Sim

Foi possível perceber que os jovens pertencem a grupos sociais distintos, devido ao modo de falar, renda, e lugares frequentados. Alguns deles possuem carros.

As jovens entrevistadas, apesar de divergirem em algumas questões levantadas, corroboram com o Discurso presente nos funks ostentação, valorizando as marcas utilizadas pelos garotos, dizendo que é uma forma de chamar a sua atenção. Além disso, dos quatro entrevistados, apenas um possui carro ou moto. Os demais ou não têm, ou dirigem periodicamente os dos pais.

Há uma forte influência das marcas citadas e utilizados pelos MC's no consumo desses jovens ouvintes do Funk Ostentação, no que diz respeito às marcas de vestuário e acessório isso se torna mais visível e notório.

Um dos entrevistados ao ser questionado sobre o culto do consumo nas letras dos funks, respondeu:

Envolve muito dinheiro, mulher, poder, muito luxo, os caras ostentam. Assim eu acho que é muito ilusionismo, sei lá. O mundo de hoje em dia não é assim, o cara tem que ralar pra cacete pra conseguir um trocado. Não sei, o funk ostentação é tipo um mundo onde todo mundo queria viver, tem dinheiro, luxo, mulher, carro importado, drogas, viagens eetc. (Luiza, 19 anos, atendente de padaria).

Das marcas mencionadas pelos entrevistados a unanimidade foi a Oakley, uma grife norte americana na qual os preços não são acessíveis no Brasil, porém todos tinham ao menos uma peça da marca.

Apesar de vestir, falar, e pensar as mesmas coisas, eles sabem que vivem em mundos diferentes. Quando questionados sobre o “rolezinho” e o seu significado, logo associaram ao funk ostentação.

Nos rolezinho a gente se encontramos para escutar funk, dançar, beber e namorar. É muita curtidão. Daí nós vê marcas que a gente gosta, para que um dia possa comprar. (Mario, 18 anos, estudante.).

## 5. INFLUÊNCIAS

O “rolezinho” foi um fenômeno que surgiu em meio a protestos sociais, e se discutiu sobre este fenômeno, pois ele esteve no centro dos holofotes por muito tempo. Para alguns,

O rolezinho é uma forma de trazer à tona o fato de que o Brasil é um país racista demonstra uma manifestação extremamente política e organizada. Hoje ao conversar com um jovem de 15 anos da periferia ele sabe de tudo que está acontecendo, apresenta as mesmas ideias que um jovem do centro da cidade. (Paulo Lins, escritor e autor de Cidade de Deus).

Uma das jovens ao ser indagada sobre a relevância do “rolezinho”, disse que o movimento tem uma importância social, e é onde os jovens procuram um lazer não proporcionado pelo Estado,

Muitas vezes somos julgados ou simplesmente deixado de lado simplesmente por morar longe do centro, não é porque eu gosto de ouvir funk que eu tenho que transar com vários caras. Aqui em Brasília não tem nada pra fazer, fui pros “rolezinhos” buscando diversão, eu faço parte da sociedade e quero usar o melhor que ela tem pra me dar. (Mariana Guerra, 19 anos, estudante de Biblioteconomia da Universidade de Brasília).

Muitos participantes dos rolezinhos não têm noção da dimensão que o fenômeno tomou, participam com o propósito de buscarem uma forma de lazer. Outros, porém, enxergam como uma oportunidade de serem notados, mas o simples fato de usar roupas de marca ou desejar as mesmas coisas que os jovens do centro não lhes garante os mesmos direitos, apesar disso consideram o rolezinho como uma oportunidade de ser notado.

## 6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Em síntese, este trabalho propôs entender como estereótipos sociais são construídos a partir do rolezinho, cenário que surgiu em meio às revoltas sociais, jovens periféricos com poder econômico decidiram se organizar para ouvir funk ostentação, sendo estigmatizados pela mídia e pela sociedade.

A partir daí foram analisados discursos presentes nesse contexto procurando enxergar a forma como os participantes do “rolezinho” se vestem, se comunicam e onde se encontram, e também as estruturas sociais que permeiam o fenômeno. Percebeu-se então que a ideologia que discrimina e desconhece os participantes do movimento como sujeitos de direitos e os substantiva como “marginais” se produz na sociedade e se retrata na imprensa por meio do estigma de marginalidade.

As músicas analisadas revelaram aspectos ideológicos da construção dos estereótipos. Ao fazer essa análise pude perceber que as práticas discursivas utilizadas pelos MC’s em seus discursos contribuíam para essa construção, de maneira que os sentidos veiculados às músicas servem à universalização de interesses particulares, como os das produtoras e dos patrocinadores, projetados para estabelecer e sustentar relações de dominação.

O discurso constrói representações da realidade, estabelece relações sociais, cria, reforça e (re)constitui identidades (FAIRCLOUGH, 2001), sendo assim, as letras dos funks ostentação contribuem para que seja construída uma imagem do público alvo, pelo fato dos discursos fazerem parte da complexa trama em que identidades são construídas.

Pude concluir que os “rolezinhos” são fenômenos sociais constituídos por grupos historicamente marginalizados. O movimento é visto pelos participantes como forma de ganhar visibilidade, pois se trata de jovens moradores dos subúrbios e periferias, porém detentores de poder de compra, em busca de lazer.

E é nesse contexto que o Funk Ostentação pregando um culto ao consumo ganha relevância, impulsionado o movimento do “rolezinho”, visto que os jovens assumem um papel de consumo como uma forma de reivindicação e aparição.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ABDALLA, Carla. **Rolezinho pelo funk ostentação: um retrato da identidade do jovem da periferia paulistana**. São Paulo: 2014. Dissertação apresentada à Escola de Administração de Empresas da Fundação Getúlio Vargas.

ADORNO, Theodor W; HORKHEIMER, Max. **Dialética do esclarecimento: fragmentos filosóficos**. Tradução Guido Antonio de Almeida. 2. ed. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1985.

AZEVEDO, Reinaldo. Rolezinho e mistificações baratas. Disponível em: <[http://www.observatoriodaimprensa.com.br/news/view/ed782\\_rolezinho\\_e\\_mistificacoes\\_baratas](http://www.observatoriodaimprensa.com.br/news/view/ed782_rolezinho_e_mistificacoes_baratas)> Acesso em: 10 de setembro de 2014.

BACHA, M. L., Santos, J. F. S., & Strehlau, V. I. (2009). **O self estendido na posse do celular. Anais eletrônicos do Seminários em Administração FEA-USP**, São Paulo, Brasil, 12. Acesso 01 jul. 2013, em <http://www.ead.fea.usp.br/semead/12semead/resultado/trabalhosPDF/667.pdf>> Acesso em: 10 de setembro de 2014.

Belk, R. W. (1988). **Possessions and the extended self**. *Journal of Consumer Research*. 15(2),139-168.

FAIRCLOUGH, Norman. **Discurso e mudança social**. Brasília: UnB, 2001.

MARTIN, María; BEDINELLI, Talita. **A rebelião dos excluídos**. Disponível em: <[http://www.observatoriodaimprensa.com.br/news/view/ed782\\_a\\_rebeliao\\_do\\_s\\_excluidos](http://www.observatoriodaimprensa.com.br/news/view/ed782_a_rebeliao_do_s_excluidos)> Acesso em: 05 de setembro de 2014.

RAMALHO & RESENDE, Viviane. **Análise de discurso (para a) crítica: o texto como material de pesquisa**. São Paulo: Pontes, 2011.

Vídeos:

**Entrevistas com MC Guime, MC Gui, MC Lon e família de MC**. Entrevista dada ao programa “A liga” da emissora Band. Disponível em: <[http://www.youtube.com/watch?v=vAsS5vcC\\_iY](http://www.youtube.com/watch?v=vAsS5vcC_iY)> Acesso em: 10 de outubro de 2014.

**Matéria “Rolezinhos do funk”.** Episódio apresentado no programa **“Profissão Repórter”** da rede **Globo**. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=m-ra8K0Hadc> Acesso em: 20 de outubro de 2014.

**Clipe “Plaque de 100”** – MC Guime. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=gyXkaO0DxB8>

**Clipe “Mulher no poder”** – MC Pocahontas. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=AGuf8ARymiU>