



Sobre periferias, infâncias e o funk ostentação ¹

Aline da Silva Borges Rezende²

Escola Superior de Propaganda e Marketing - ESPM

Resumo

Este artigo tem por ensejo as reflexões e análises realizadas na dissertação de mestrado que investigou os usos e os modos de apropriação das narrativas midiáticas do funk ostentação entre um grupo de crianças, de 6 a 12 anos de idade, moradoras da maior favela sobre palafitas do Brasil em Santos, litoral de São Paulo. Interessamos, no recorte específico desta argumentação, refletir sobre as relações e tensões existentes entre infâncias, periferias e as narrativas audiovisuais do funk ostentação. À luz de uma das experiências de campo, problematizamos: como os imaginários do consumo de bens de luxo, os estilos de vida ancorados na distinção e na projeção social, e a própria concepção oblíqua do periférico, presente nos videoclipes da vertente da ostentação, são percebidas pelas crianças que vivem nas bordas da cidade? Valendo-se da perspectiva teórico-metodológica da investigação participativa com crianças (SOARES, 2006), localizamos os “entres” da relação paradoxal entre infâncias periféricas e o universo da ostentação.

Palavras-chave: Funk Ostentação; Consumo midiático; Crianças; Periferias.

Ponto de partida: o beco, as infâncias e a narrativa midiática do funk ostentação

*É bem assim que a gente tá. Com mansão a beira mar, na praia do Guarujá.
É, foi difícil, mas valeu, nessa história eu sou mais eu e hoje eu posso te contar,
dinheiro!* (MC Tchescko, É bem assim que a gente tá)

Os versos deste prólogo dizem respeito a uma das primeiras canções partilhadas por um grupo de crianças moradoras de uma comunidade periférica de Santos – SP, com a pesquisadora que aqui vos fala. Trata-se de uma das músicas que constituiu o fenômeno da periferia chamado funk ostentação, uma batida sonora que entoava o luxo, o sexo, o prazer e a força orgástica dos bens materiais, que começou timidamente nos bailes e fluxos das periferias de São Paulo em 2008, passando a eclodir nas plataformas de compartilhamento de vídeos online em 2011, consolidando, posteriormente, um circuito musical singular dentro do movimento funk brasileiro.

¹ Trabalho apresentado no Grupo de Trabalho 05 – COMUNICAÇÃO, CONSUMO E NOVOS FLUXOS POLÍTICOS: ativismos, cosmopolitismo, práticas contra-hegemônicas, do 7º Encontro de GTs de Pós-Graduação - Comunicon, realizado nos dias 10 e 11 de outubro de 2018.

² Mestre em Comunicação e Práticas de Consumo pelo PPGCOM ESPM-SP. Participa do Grupo de Estudos Juvenália. E-mail: alinesbrezende@yahoo.com.br.



As músicas do funk ostentação passaram a revestir a paisagem sonora de milhares de periferias do país, inclusive, os becos e ruelas da maior favela sobre palafitas do Brasil, o Dique da Vila Gilda, em Santos, litoral de São Paulo, onde as crianças que citamos no início de nosso diálogo habitam e constroem suas identidades, pertencimentos, redes de sociabilidade e, sobremaneira, as práticas de consumo das narrativas da ostentação. A partir das experiências de voluntariado empenhadas nesta localidade e com estas infâncias, surgiu, então, a pesquisa de mestrado que inspira esta reflexão, que investigou sobre os usos e os modos de apropriação das narrativas midiáticas do funk ostentação entre este grupo de crianças, de 6 a 12 anos de idade, que vivem em situações de vulnerabilidade social, especificamente no contexto periférico supracitado.

Esta pesquisa oferece insumos para delinear este artigo, que tem por objetivo refletir sobre as relações e tensões existentes entre infâncias, periferias e o funk ostentação. No bojo desta argumentação, problematizamos: como os imaginários do consumo de bens de luxo, os estilos de vida ancorados na distinção e na projeção social, e a própria concepção oblíqua do periférico, presente nos videoclipes da vertente da ostentação, são percebidas pelas crianças que vivem nas bordas da cidade? Para delinear este percurso reflexivo, partimos da localização dos contextos específicos de recepção do funk ostentação, a saber, periferias e infâncias, concebendo possíveis elos de conexão e interlocução entre tais dimensões existenciais à luz da perspectiva da *alteridade*. Em seguida, tecemos uma aproximação entre a periferia e a narrativa da ostentação que a tematiza, destacando os conflitos e confluências desta relação. Por fim, conjugamos a tríade existencial que subsidia esta reflexão à luz de um recorte das análises obtidas nas experiências de campo junto as crianças.

Sobre os *outros* que estão entre nós: periferias e infâncias no horizonte da alteridade

No trabalho empenhado na pesquisa de mestrado que enseja esta reflexão, infâncias e periferias coadunam para pensar sobre contextos específicos de recepção das narrativas midiáticas do funk ostentação. Por esta razão, torna-se elementar delinear um primeiro olhar entre estes dois referentes que constituem a tríade de reflexão deste artigo. Com efeito, estas duas dimensões existenciais registram em seus sentidos conceituais e nas variáveis sociais, políticas, econômicas e culturais que as atravessam, caminhos paralelos de compreensão e possíveis brechas de interlocução, cujo elo de sustentação se assenta sob o semblante da *alteridade*.



Conforme elucida a pesquisadora Neusa Maria Mendes de Gusmão (1999), a alteridade, enquanto chave de leitura antropológica que conjuga o eu e o outro em relação, tornou-se um dos desafios mais contundente na contemporaneidade, posto que este *outro* visto como diferente, distante e passível de negação ou ainda de extinção pela imposição da força, vem se tornando cada vez mais próximo e familiar, haja vista a abertura de espaços que possibilitam a sua projeção, visibilidade e expressão própria. Nessa esteira, “[...] renascem os processos de afirmação das singularidades e, com eles, já não é tão simples afirmar a superioridade de uns sobre os outros, como também não é simples pensá-las em termos de igualdade” (GUSMÃO, 1999, p. 45). Um dos aspectos concernentes à esta dificuldade atrela-se ao fato de que vivemos à risca de uma lógica de competição, inerente aos regimes do capitalismo tardo-globalizado (HARVEY, 2009) que forja, diariamente, novas escalas de desigualdades, ilustradas na forma da pobreza, das sujeições sociais, das opressões normativas, das hierarquias discursivas no campo midiático, entre outros.

É sob este plano complexo da alteridade que periferias e infâncias revelam-se, no contexto desta argumentação, como *os outros que estão entre nós*. Ambas se articulam no bojo das assimetrias sociais, decorrentes das ordens político-econômicas da atualidade, que operam formas de exclusão e marginalidade, mas que também ensejam jogos de negociação. Corroborando à proposta do encontro epistêmico entre estas duas existências, cabe-nos trazer ao diálogo, ainda que de modo breve e sumarizado³, algumas incursões teóricas que possibilitam entrever tais aproximações concatenadas pelas lentes da alteridade.

No tocante à noção de periferia, um de seus principais desdobramentos semânticos refere-se à ideia de produção, desenvolvimento e apropriação dos espaços que estão em oposição ao centro e a tudo que lhe constitui (CALDEIRA, 2000; ROLNIK, 2010). Trata-se, pois, de uma compreensão dualista que se vincula diretamente à historicidade dos processos de urbanização brasileira⁴, realizados sem o devido planejamento e que, por corolário, à periferia coube, por muito tempo, o descaso, a precarização de serviços públicos ou a falta deles. Por esta razão, agregou-se à periferia os sentidos de marginalidade e exclusão, referendados em estudos acadêmicos, no senso comum e no domínio

³ Dado os limites desta argumentação, não nos deteremos, em profundidade, na exploração conceitual de periferias e infâncias.

⁴ Alguns autores possuem reflexões que se debruçam sobre tais questões, a exemplo de CALDEIRA, 1997; ROLNIK, 2010; TORRES; MARQUES et al., 2003)



midiático – cujas produções reiteravam certos estigmas ou, ainda, não davam aberturas para que este *outro* falasse em suas próprias condições.

Tais leituras vêm sendo paulatinamente tensionadas, uma vez que são pautadas estritamente pelo viés espacial que unifica e submete este *outro-periferia* a uma ideia homogeneizante, negligenciando outros aspectos que atravessam as realidades da exclusão, da segregação e a ideia mesma da alteridade. No que tange a este sentido, Patrícia Birman (2013) endossa que as transformações sociais e as novas configurações dos espaços já não refletem como antes a dicotomia centro-periferia. Ao despojar-se desta dualidade, a periferia passa a ser compreendida, cada vez mais, como espaços plurais e heterogêneos, implicando pensá-la para além do seu recorte territorial, mas à vista de suas práticas culturais, marcadas por vivências e modos de expressões singulares que formam o que a autora denomina como uma “cultura da periferia”.

Não obstante, os sentidos da infância também foram (e, por vezes, ainda são) atravessados por paradigmas que a coloca em um lugar de subalternidade e marginalidade, seja no campo acadêmico, nas construções midiáticas e na própria organização da sociedade. Como explica o teórico William Corsaro (2011), parte relevante do pensamento sociológico que permeou os estudos sobre infância nas ciências humanas e sociais negligenciou, por muito tempo, a agência infantil, atribuindo-lhe uma posição passiva, marginal e totalmente subordinada às visões e relatos dos adultos. Nessa direção, a criança é concebida como um ser incompleto, em constante devir, ou simplesmente como o infante – aquele que não tem voz; incapaz de expressar-se em suas próprias condições (CORSARO, 2011; SARMENTO, 2008). Dada a sua mudez, ocasionada pela ordem hierárquica do discurso, a criança não seria considerada como um agente atuante na construção social, e para tanto, era preciso “treiná-la”, em um processo contínuo de internalização de condutas e normas, tendo em vista a ordem e o bem-estar da sociedade⁵.

Em essência, esta noção figura uma posição austera sobre a infância e seus sujeitos, reiterando a invisibilidade deste *outro-criança* no discurso e nas estruturas sociais – e tal circunstância ganha relevo quando este *outro-criança* é concebido em contextos de exclusão e vulnerabilidade, a exemplo das crianças que protagonizam a pesquisa que inspira nosso diálogo –. A real necessidade de tensionar estas compreensões e complexificá-las têm sido um dos principais eixos de mobilização de ativistas,

⁵ Segundo Corsaro (2011) e Sarmiento (2008), tais acepções são originárias das teorias tradicionais de socialização, trabalhadas por Émile Durkheim (1972), Talcott Parsons e Robert F. Bales (1955).



pesquisadores e estudiosos das ciências sociais, em especial, do campo da *sociologia da infância*. Sob esta outra mirada epistemológica, a infância é concebida como estrutura social e plural, atravessada por uma categoria geracional e constituída, histórica e socialmente. A criança, por sua vez, é vista como ator social contemporâneo, co-constridor da infância e de suas culturas, como também da sociedade como um todo (CORSARO, 2011; SARMENTO, 2008).

Da observância deste breve percurso teórico, inferimos que, sob o plano da alteridade, periferias e infâncias permitem entrever significações que explodem as lógicas dualistas-deterministas, constituindo-se, pois, como categorias plurais, atravessadas por processos e mudanças espaço-temporais, condições de marginalidade e exclusão. Neste contexto, ambas esboçam formas de agenciamentos e negociações, empenhando-se para alcançar espaços de expressão, representatividade e outros modos de existência, não mais restritos à pensamentos universais, simplistas e homogeneizantes.

Esta acepção está sinergicamente vinculada às experiências vividas em campo com as crianças do Dique da Vila Gilda, que serão compartilhadas no tópico subsequente a esta argumentação. Antes disso, cabe-nos tecer uma outra trama de sentidos entre o contexto periférico e a narrativa que a tematiza – o funk ostentação.

Periferias e funk ostentação: relações friccionais entre a *quebrada* e o circuito da opulência

No bojo da relação entre infâncias e periferias apresentada na investigação supracitada, coexiste uma potente narrativa midiática e do entretenimento: o funk. Este gênero musical, que nasce e se consolida como um manifesto cultural híbrido da negritude nacional e estrangeira, tem fortes ligações com os espaços ditos periféricos, pois são neles onde se inscrevem as suas primeiras criações e práticas musicais no Brasil, em bailes do subúrbio carioca, como também são as vivências nestes espaços que tematizam suas rimas, retratando e escancarando as desigualdades, opressões e estigmas aos quais as periferias urbanas são submetidas, além das formas de agenciamento, resistências e insurgências dos atores sociais periféricos (VIANNA, 1988; HERSCHMANN, 2005). Trata-se, então, de um circuito originado nas periferias, que transborda em epicentros midiáticos localizados nas comunidades e que, gradativamente, ampliou-se para os meios de comunicação massivos, graças a criatividade narrativa revelada neste gênero, que se desdobra em diversas vertentes musicais (SÁ, 2008; HERSCHMANN, 2005).



Para os estudiosos que se debruçaram sobre este movimento cultural brasileiro, a exemplo do supracitado Herschmann (2005), Vianna (1988), além de Facina (2009), o funk se consolidou como uma forma de expressão do periférico que partilha, com suas gírias e modos próprios de interlocução, as suas experimentações urbanas, os reflexos da subalternidade, e, principalmente, as lutas diárias por visibilidade, projeção e reconhecimento social. Assim, o funk pode ser compreendido como uma maneira de valorização e auto-representação das periferias e do periférico, que também quer falar sobre si e participar das dinâmicas midiáticas e do entretenimento, posto que estes configuram importantes terrenos de luta pela liberdade de expressão, de disputa e resolução de conflitos políticos (REZENDE, 2017).

Ao se posicionar em suas próprias condições, estes atores sociais criam um outro movimento de representação das periferias, despojando-se de certos tipos de enquadramentos que reiteram estereótipos de violência, pobreza e marginalidade, ou, ainda, que acentuam um sentido de exotismo sobre as práticas sociais e culturais das periferias. Como bem argumentam Enne e Gomes (2013, p. 47), nos processos de construção e de representações midiáticas, não basta apenas “falar sobre” periferias. Neste percurso, “[...] a autoridade de quem fala se torna questão fundamental”, sobretudo quando se considera que na luta discursiva enrijecida historicamente, as periferias foram, constantemente, negligenciadas ou silenciadas.

Sob estas mesmas matrizes culturais é que o funk ostentação enseja sua existência, configurando-se como a paisagem sonora dos becos onde transitam e habitam as crianças da pesquisa refletida nesta argumentação. Entretanto, as produções audiovisuais deste gênero do funk brasileiro esboçam uma outra estratégia discursiva sobre a periferia e o periférico, que destoa do convencional, à medida que tais produções não necessariamente se pautam por mensagens de contestação, de reprodução das mazelas sociais, ou restritas ao prisma defensivo de resistência.

De acordo com Pereira (2015), um dos primeiros teóricos que se debruçou sobre o universo do funk ostentação, nesta vertente musical os atores sociais periféricos, figurados na imagem do MC, se lançam como protagonistas da cena do consumo de bens de luxo, exibindo cenários ostensivos e mansões com piscinas, carros e motos importados, joias e acessórios de ouro, roupas e bebidas de marca, além de mulheres curvilíneas que também são consideradas como outro objeto de ostentação. Tais produções são veiculadas pela internet, em plataformas de compartilhamento de vídeos online, como o Youtube.



Neste contexto, observa-se uma composição conflitiva e quase *friccional*: temos a paisagem periférica conjugada em estéticas ostensivas, juntamente com os seus sujeitos, que portam os signos de consumo voltados, historicamente, às elites sociais. Temos, então, uma relação complexa e paradoxal, na qual a periferia extrapola seus limites territoriais e simbólicos, mas contando com a retórica distintiva que sempre lhe puniu e subjogou. Nesta gramática cultural ambivalente, torna-se imprescindível tensionar tais questões para que seja possível sucumbir visões moralistas e deterministas sobre este circuito musical.

A princípio, convém problematizar a ideia mesma do consumo, que se revela como eixo norteador deste gênero musical. De fato, as práticas de consumo celebradas nas narrativas midiáticas desta vertente do funk remontam aos estilos de vida direcionados às classes mais abastadas, ancorados na distinção e projeção social. A esse respeito, um dos precursores do funk ostentação, o MC Boy do Charmes⁶, elucida que as produções da ostentação reivindicam pelo “direito da periferia consumir roupas e acessórios “exclusivos””, ou seja, de grifes. Na perspectiva do artista, tal demonstração de consumo acarretaria em uma suposta “igualdade” de direitos e, concomitantemente, uma minimização das desigualdades sobre a qual os sujeitos periféricos experimentam, ao passo que a carreira musical se revelaria como uma rota alternativa em meio ao tráfico de drogas e a violência, comumente vivenciada desde a mais tenra idade nas periferias dos grandes centros urbanos.

À vista do posicionamento do MC, é possível localizar algumas pistas para a compreensão das práticas de consumo reverberadas neste gênero musical. Partindo de uma perspectiva *baudrillardiana*, a reivindicação pelo “direito de consumir” bens tradicionalmente direcionados à uma classe social se aproximaria do que o autor postula como “lógicas igualitárias do bem-estar” (BAUDRILLARD, 2005, p. 47), na qual se preconiza que a felicidade é um direito de cada indivíduo, sendo, portanto, um princípio de igualdade. Ao aplicarmos esta visão às sociedades de consumo, percebe-se que a garantia de felicidade, e por consequência, do bem-estar, estaria ligada à aquisição e intensificação do volume de bens. Logo, consumir se torna condição *sine qua non* para assegurar um “direito”, um princípio de “igualdade”, ou seja, a felicidade. Nesse sentido, a ideia de consumo como direito forjaria, na perspectiva de Baudrillard, uma democracia que mascara as contradições do capitalismo e as desigualdades sociais.

⁶ Informações obtidas por meio do documentário Funk O\$tentação (2012), produzido por Konrad Dantas⁶, idealizador da produtora Kondzilla. Disponível em: < <https://www.youtube.com/watch?v=8M3CRYQJmFM> >. Acesso em: 18/01/2017.



Por um outro lado, este consumo também pode ser entendido como estratégia e lugar por excelência dos atores sociais periféricos para ganhar notoriedade e dignidade social, noção que encontra ressonâncias nas reflexões seminais de Canclini (2008), sobretudo quando o autor explica que as práticas de consumo estão diretamente relacionadas ao exercício da cidadania. Endossando esta discussão, cabe-nos sublinhar que a origem do funk ostentação ocorreu em um período de intensas transformações no que tange aos aspectos sociais, políticos e econômicos do Brasil, entre os anos de 2009 e meados de 2014, que possibilitaram a mobilidade ascensional de praticamente todos os estratos sociais do país⁷. Com isso, as periferias passaram a se posicionar em um outro patamar – de ascensão e conquistas de novos espaços, públicos e privados – sendo este, portanto, outro aporte no qual o funk ostentação delineou suas narrativas e estéticas.

Ainda no tocante aos aspectos relacionados a este assunto, é oportuno sublinhar que o consumo de bens de luxo retratados nas cenas dos videoclipes e entoados nos versos e rimas da batida de funk não se esgota em uma mera reprodução dos valores e estilos de vida das elites sociais. Nos estudos empenhados por Pereira (2015) e nas discussões tecidas na pesquisa ora refletida neste artigo (REZENDE, 2017), observou-se que nas audiovisualidades do funk ostentação, os MCs se apropriam dos signos ora restritos às classes mais abastadas, mas atribuem outros sentidos a esse universo a partir de suas experiências cotidianas nas periferias. Trata-se de um jogo intermitente de negociação entre dominantes e dominados.

Em face disso, entendemos que este atravessamento entre fronteiras simbólicas constrói uma narrativa *bastarda*⁸ (RINCÓN, 2015), repleta de contaminações e impureza. Aludindo à formação tradicional da família, na *bastardia* operada no funk ostentação, temos a certeza da sua matriz cultural local – as periferias –, mas a dubiedade e incerteza de que tal narrativa é filha de muitos pais – as referências culturais do povo, do subalterno, do excluído, do artístico, do *mainstream*, das elites sociais,

⁷ Cabe-nos sublinhar que na atual conjuntura brasileira, muitos mecanismos sociais conquistados nos últimos anos vêm sofrendo retrocessos e estão comprometidos, sobretudo por conta dos escândalos de corrupção e instabilidade política instaurada pelo *impeachment* da ex-presidente Dilma Rousseff.

⁸ O conceito de *bastardia* foi desenvolvido pelo teórico colombiano Omar Rincón e propõe um olhar sobre o popular contemporâneo e suas manifestações culturais a partir de suas ambivalências, impurezas, que ensejam outras lógicas de politização que se valem das narrativas midiáticas e do entretenimento. A fundamentação desta categoria conceitual advém das referências de Jesús Martín-Barbero (2004; 2013), de Néstor García-Canclini (2003) e de Homi Bhabha (1998). Essa tríade constituiria uma singular herança, que consiste em: [...] abandonar o pensamento dualista (moderno - pré-moderno), essencialista (a autenticidade do outro), multicultural (todos os diferentes juntos, mas não misturados) e do perverso massivo-midiático (imperialismo), para assumir os espaços intermediários e de mescla, sendo o mais potente e ambíguo da interculturalidade e o mais problemático do massivo-popular. (RINCÓN, 2015, p. 28, *tradução nossa*)



entre outros. A luz desta lente analítica, compreendemos que tal ambivalência não destituiu, necessariamente, o caráter potencialmente político deste circuito musical. Aliás, este aspecto acaba por se tornar uma tática do periférico para se projetar e ocupar os contextos midiáticos, uma forma de alcançar e exercer uma *cidadania comunicativa*. (RINCÓN, 2015).

Rincón explica que a cidadania comunicativa nos sugere conceber a ação política por outras lógicas que fogem dos enquadramentos institucionalizados ou partidários, mas que se fundamenta nas formas de entretenimento – forjando uma maneira *pop-lítica* de existir. Nas palavras do autor, a cidadania comunicativa “[...] se baseia na crença que a comunicação ganha sentido enquanto é tática para se ver e se reconhecer, para exercer o direito à própria imagem e ao entretenimento em seus códigos próprios” (RINCÓN, 2015, p. 40, tradução nossa). Nessa esteira, o sujeito popular se converte em um *cidadão celebrity*, implicado em ações de agenciamentos *pop-líticos*. Na prática, este *cidadão* intenta se despojar de representações e agendas midiáticas que falam pelo popular; ele quer se exhibir em suas próprias condições para aumentar a autoestima e o bem-estar, social e simbólico, de suas comunidades de referência.

Ou seja: se antes as periferias eram invisíveis aos olhos midiáticos e seus sujeitos eram silenciados em decorrência da origem marginal, logo passaram a incomodar pela *força orgástica* dos bens materiais e do brilho reluzente de seus cordões de ouro. Dessa forma, a ambivalência que enseja sua narrativa e a movimentação intersticial dos MCs, que se movimentam entre as estéticas das elites e os desejos de expressões próprios, constituem, em essência, uma iniciativa que clama por visibilidade e reconhecimento. Tais aspectos são refletidos nas percepções infantis sobre as narrativas *bastardas* do funk ostentação, que integram suas vivências nos becos da comunidade de palafitas onde habitam.

Sobre periferias, infâncias e a narrativa midiática do funk ostentação

Esta é a etapa da nossa argumentação que conjugamos as três existências que medeiam nossa reflexão, compreendendo suas relações e tensões à luz de uma das abordagens metodológicas realizadas em campo junto a um grupo de crianças moradoras de uma comunidade periférica de Santos - SP. Na ocasião, unimo-nos a estes atores sociais infantis para analisarmos, juntos, quatro narrativas audiovisuais do funk ostentação⁹, escolhidas pelas próprias crianças, tomando por base os videoclipes

⁹ Foram elas: Cinco Mentas, dos MCs Davi e Pedrinho; É o fluxo, do MC Nego Blue; Século 21, dos MCs Davi e MC Hariel; Dinheiro, do MC Lon.



que faziam parte de seus contextos e universos infantis. Esta ação contou com a participação de 12 crianças, com idades entre 6 e 11 anos, e fundamentou-se na perspectiva teórico-metodológica da investigação participativa com crianças¹⁰ (SOARES, 2006, p. 29), seguindo um roteiro de perguntas semiestruturadas sobre os videoclipes. Dado os limites desta argumentação, traremos duas das quatro análises realizadas pelo grupo.

Uma delas foi o videoclipe da canção *Cinco Mentess*¹¹, interpretada por MC Davi, em parceria com o MC Pedrinho. Esta narrativa audiovisual, produzida pela pioneira da estética do funk ostentação, a produtora Kondzilla, mostra o cotidiano de cinco meninos em situações de trabalho infantil, em contextos periféricos. Os MCs emergem na vida dessas crianças realizando uma espécie de resgate da dignidade desses meninos, levando-os a experimentar um outro universo – do consumo de bens de luxo e da ostentação – presenteando os garotos com roupas novas e de marcas, além de promover passeios de carro pela cidade, que findam, então, na experiência de voar de jatinho particular com os MCs. No videoclipe, as produções midiáticas de funk também são apresentadas como uma possibilidade de evasão em meio às dificuldades cotidianas dessas infâncias, bem como uma forma de socialização entre seus pares. Tais sentidos aparecem nos planos de imagens que reproduzem as crianças em uma praça pública da cidade, onde, juntas, assistem e comentam os vídeos de funk em um celular.

Ao longo da exibição do videoclipe, nossas crianças investigadoras apontavam como positivas as atitudes dos MCs em proporcionar momentos de diversão e alegria aos meninos do vídeo, além de destacar a carreira e outros sucessos musicais dos MCs que protagonizam esta narrativa audiovisual, em especial a do Pedrinho, que para alguns integrantes do grupo era tido como seu MC favorito. Ao fim do vídeo, as crianças repercutiram o videoclipe e destacaram as partes que mais haviam lhe chamado a atenção:

Menino LC: No início os meninos era [sic] tudo menino de rua...

Menino LN: Mas agora virou MC!

Menina TH: Só que não né?! (Reprende uma das meninas do grupo)

Menino LC: Tia, o clipe começa com os moleque [sic] vendendo é... água... é... sorvete, essas coisa [sic].

Menino LN: É... pra conseguir um dinheirinho aí...

Menino LC: Daí os MCs chamam eles...

Menino AL: Chama pra andar de avião...

¹⁰ Em linhas gerais, esta perspectiva privilegia a presença da criança como parceira em todo o processo de pesquisa, inclusive, no trabalho interpretativo. Desse modo, a criança se torna co-construtora do conhecimento acerca de seus próprios universos.

¹¹ Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=a4gwAb3WJrY>>.



*Eu: E qual foi a reação das crianças quando viram o jatinho/avião?
(As crianças reproduzem as expressões faciais dos meninos do vídeo).
Menino LN: Ficaram impressionados assim, oh, tia... (faz uma cara de surpresa)
Eu: E vocês ficariam impressionados também se os MCs chegassem com este mesmo convite?
Menina TH: Oxi, malandro, é claro...
Menino LC: Caraca tia, zica¹²... e o surf?! (aludindo à letra da música que diz: “Prepara as malas para o Hawai”)
Menino LN: Caralho, quem não ia!!
Menina GR: Mas daí ele ia ter que dar uma roupa pá nós [sic]... pá nós [sic] se arrumar pá nós [sic] ir com ele, né.*

A partir da fala da Menina GR, o grupo começa a discutir sobre as cenas em que os MCs dão roupas para as crianças. Nesta parte, dois meninos cogitam quais seriam os nomes das marcas dos presentes que os garotos do videoclipe ganharam, destacando a possibilidade de a camisa ser da *Oakley*, o boné da *Konzilla* e o tênis da *Nike*. Para o grupo, esses elementos são fundamentais para distinguir a “fase pobre” e a “fase rica” das crianças:

*Menino YR: Eles [os meninos] viraram ricos depois dos presentes...
Menino LC: [...] porque eles ficam só trabalhando, tão sujos, malvestido... aí eles são pobres.*

A concepção classista partilhada pelo grupo advém, sobremaneira, a partir dos bens de consumo e das atividades laborais dos garotos, aspectos que determinam o que é ser “o pobre” e “o rico”. Localizamos aí uma interlocução das falas das crianças com as reflexões de Bourdieu (2007) sobre classes sociais, principalmente quando o autor argumenta que, para além das relações de produção, é por meio de marcas de distinção – e aí inclui-se, significativamente, as práticas de consumo – que os indivíduos constituem para si mesmos e para os outros a sua posição nas estruturas sociais:

Vale dizer, as diferenças propriamente econômicas são duplicadas pelas distinções simbólicas na maneira de usufruir estes bens, ou melhor, através do consumo, e mais, através do consumo simbólico (ou ostentatório) que transmuta os bens em signos, *as diferenças de fato em distinções significantes*, ou, para falar como os linguistas, em “valores”, privilegiando a *maneira*, a forma da ação ou do objeto em detrimento de sua função. Em consequência, os traços distintivos mais prestigiosos são aqueles que simbolizam mais claramente a posição diferencial dos agentes na estrutura social – por exemplo, a roupa, a linguagem ou a pronúncia [...]. (BOURDIEU, 2007, p. 16)

Assim, para o grupo infantil, a roupa e os acessórios de marca, aliado à experiência de voar de avião, registram uma suposta transição dos garotos periféricos na hierarquia social. E de fato, esta apreensão perceptiva partilhada pelas crianças é enfatizada em várias cenas do videoclipe. Ao mostrar os meninos em suas atividades laborais, quase sempre eles estão com vestes simples, ou até sem camisa,

¹² Gíria que se aproxima da ideia de “legal”.



e suas feições são de cansaço e desânimo. Em um dado momento, o cotidiano dos garotos é transmutado para o universo do consumo e da diversão, caracterizados nesta narrativa por meio da mudança de seus vestuários e da viagem de jatinho, um signo elementar nas produções audiovisuais da vertente da ostentação, que alude à distinção e projeção social. Nessa direção,

O consumo é um discurso capaz de criar múltiplas mensagens a partir de um código, permitindo, como operador de um sistema de classificação, aproximar e diferenciar grupos de pessoas através das coisas e vice-versa. (BARROS; ROCHA, 2008, p.189)

À vista disso, compreende-se que, na visão das crianças, as distinções de classes sociais são atravessadas, consubstancialmente, pelos usos e apropriações de certos bens de consumo, que contribuem para a construção de aparências e de *status* social.

Não obstante a esta constatação, vimos na análise do videoclipe *Dinheiro*, de MC Lon¹³, a ressonância de tais aspectos presentes, novamente, na leitura das crianças sobre a produção audiovisual do funk ostentação. O vídeo, produzido pela produtora GR6, apresenta, entre rimas e planos imagéticos, que “*homem gosta de mulher e mulher gosta é de dinheiro*”. Nas imagens inaugurais do videoclipe, assistimos MC Lon com seus amigos – os MCs Hariel e Kelvin –, em um posto de gasolina com seus “possantes”, contemplados pela companhia de jovens mulheres. Neste momento, ocorre um atrito entre os amigos do MC com os jovens do carro ao lado, que flertam com suas acompanhantes, findando em uma breve discussão com palavrões e gestos obscenos que espantam seus “concorrentes”.

Logo em seguida, MC Lon e seus amigos seguem para um apartamento que, em sua entrada, aporta uma mesa cheia de cédulas de dinheiro e bebidas alcóolicas, dando início a uma festa regada a whisky, vodca e RedBull. Alguns planos de imagens focalizam, em câmera lenta, os gestos das garotas esfregando os dedos em sinal de dinheiro, aludindo ao suposto interesse delas pelos bens materiais do artista. Estas cenas são cortadas por imagens do MC Lon em frente a um carro de luxo e em um quarto acompanhado por mulheres, que são “alisadas” com o dinheiro ostentado pelo artista.

Na análise deste vídeo, o grupo infantil destaca a exaltação e abundância de dinheiro, performado pelos MCs e suas acompanhantes. Ademais, as crianças percebem e repercutem sobre a presença de marcas, que incita o grupo infantil a elencar uma lista de suposições de carros que estariam no videoclipe, dentre elas “*Lamborghini, Camaro, Limousine, Ferrari...*”, ainda que nenhuma delas tenha visto tais objetos de ostentação em suas vivências nos bicos:

¹³ Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=ccKT01whN3A>>.



Eu: Realmente, além de carro, o clipe fala e mostra toda hora o dinheiro... E o que o MC faz com tanto dinheiro?

Menino LC: Ele joga [imitando o MC no videoclipe], ele ostenta...

Menina EL: Compra casa, compra carro...

Menina TH: Compra casa, compra mulher, compra tudo, tia!

Eu: E se a gente tivesse esse dinheiro todo, igual ao MC Lon. O que vocês gostariam de fazer com tudo isso?

Menino LC: Uma mansão!

Menina TH: Ia comprar tudo, tia.

Menino LN: Uma ilha só pra mim!

Menino AL: Doce... muito doce!

Menino LN: Isso! Uma mansão de doce!

Ao destacar o uso do dinheiro pelo MC Lon, as crianças também relembram e reproduzem os gestos do artista “alisando” e jogando cédulas nas mulheres, como observado no videoclipe. Diante disso, parte dos meninos e das meninas do grupo discutem sobre a postura das mulheres no vídeo, que seriam, nas palavras delas, “todas interesseiras”.

As percepções infantis em torno da abundância de bens e do dinheiro, vislumbrado nos planos de imagem protagonizados por MC Lon, nos remetem às reflexões de Baudrillard (2005), sobretudo quando o autor advoga que a lógica da proliferação de objetos, bens e serviços, suscita o falseamento da realidade e da satisfação das necessidades humanas, mascarando, por extensão, a perversidade das dinâmicas capitalistas e as desigualdades sociais. Neste trânsito intermitente de circulação, compra e apropriação de bens de consumo, consolida-se o imperativo do bem-estar no qual

[...] o homem-ser consumidor considera-se *obrigado a gozar* e como *empresa de prazer e de satisfação*, como determinado-a-ser-feliz, amoroso, adulator/adulado, sedutor/seduzido, participante, eufórico e dinâmico. [...] trata-se da “fun-morality” em que reina o imperativo de se divertir e de explorar a fundo todas as possibilidades de se fazer vibrar, gozar ou gratificar. (BAUDRILLARD, 2005, p. 80-81)

No caso do funk ostentação, a opulência enseja, por vezes, uma vertigem da realidade – tanto aos MCs quanto às crianças que consomem esta narrativa. Trata-se, pois, de um modo de alcançar o imperativo do bem-estar e de preconizar uma suposta possibilidade “de democratizar” o consumo (de luxo). Nas interpretações das crianças sobre o videoclipe, o dinheiro é a via de transmutação do periférico em privilégios: para estar em outra classe social, para demonstrar poder, “*para comprar casa, mulher, tudo!*”. Assim, o mito da abundância atravessa, consubstancialmente, as percepções infantis sobre este circuito musical.

Em meio a tudo isso, convém sublinhar que a ludicidade do mundo infantil não se dá por esgotada. Observa-se que as crianças apreendem, reproduzem e ressignificam, a sua forma, condições



e imaginações, os aspectos que lhes tocam no universo da ostentação. Não querem comprar carros, mas uma “mansão de doces!”.

Considerações finais

Com base nas reflexões tecidas nesta argumentação, compreendemos que estes *outros-infâncias* e *outros-periferias* encontram nas audiovisualidades do funk ostentação uma possibilidade de transpor seus limites territoriais e simbólicos, transitando no universo dos *outros* que se revelam diferentes e desiguais às suas condições de existência. A ambivalência que inaugura e singulariza este gênero musical permite aos seus protagonistas uma possibilidade de projeção e visibilidade do periférico, por outras lógicas que não são restritas às condições de subalternidade.

À luz da experiência de campo, percebe-se que para as crianças, as estéticas da ostentação, que geram e veiculam os imaginários do consumo de bens de luxo, estão diretamente vinculadas à projeção e distinção social, distanciando-se da ideia de garantias de direitos e inclusão social na qual os MCs da ostentação advogam em suas falas. De certo modo, observa-se que, por vezes, o estímulo ao consumo de bens e serviços – sobretudo de luxo – propulsiona a reiteração das lógicas de fragmentação, competitividade e desigualdades do capitalismo vigente, uma vez que esta iniciativa se configura, com ênfase, nos princípios da individualidade e da exclusividade em detrimento de um plano coletivo de equidade social. A exibição do dinheiro e sua centralidade nos jogos da ostentação não passam despercebidas pelas crianças, que entendem que, nesta dimensão representacional, o dinheiro é a via de acesso para o universo do consumo - e do luxo, instituindo, ainda, relações de sociabilidade igualmente monetarizadas. As crianças, portanto, entendem o lugar de proeminência do consumo como “estruturador de valores e práticas que regulam relações sociais, definem mapas culturais e constroem identidades” (ROCHA; BARROS, 2008, p. 187). Se, por um lado, esta narrativa midiática enseja outros mundos possíveis e imaginários às periferias e às crianças do Dique da Vila Gilda, por outro, fica-nos outra tensão: até que ponto tais imaginários não se encontram colonizados?

Referências

- BARROS, Carla; ROCHA, Everardo. Entre mundos distintos: notas sobre comunicação e consumo em um grupo social. In: BACCEGA, Maria Aparecida (Org.). **Comunicação e Culturas do Consumo**. São Paulo: Atlas, 2008.
- BAUDRILLARD, Jean. **A sociedade de consumo**. Lisboa: Edições 70, 2005.
- BOURDIEU, Pierre. **A economia das trocas simbólicas**. São Paulo: Perspectiva, 2007.



- CALDEIRA, Teresa Pires do Rio. **Cidade de muros: crime, segregação e cidadania em São Paulo**. São Paulo, Editora 34/Edusp, 2000.
- CALDEIRA, Teresa Pires do Rio. Enclaves Fortificados: a nova segregação urbana. **Revista Novos Estudos**, São Paulo: Centro Brasileiro de Análise e Planejamento (Cebap), n. 47, mar. 1997, p. 155-176. Disponível em: <http://novosestudos.org.br/v1/files/uploads/contents/81/20080626_enclaves_fortificados.pdf>. Acesso em: 20/04/2017.
- CANCLINI, Néstor García. **Consumidores e cidadãos: conflitos multiculturais da globalização**. 7 ed. Rio de Janeiro: UFRJ, 2008.
- CORSARO, William A. **Sociologia na infância**. Porto Alegre: Artmed, 2011.
- ENNE, Ana Lúcia; GOMES, Mariana. “É tudo nosso”: disputas culturais em torno da construção da legitimidade discursiva como capital social e espacial das periferias do Rio de Janeiro. In: DANTAS, Aline; MELLO, Marisa S.; PASSOS, Pâmella (Orgs.). **Política Cultural com as periferias: práticas e indagações de uma problemática contemporânea**. Rio de Janeiro: IFRJ, 2013, p. 47 – 60.
- FUNK OSTENTAÇÃO. **Documentário**. 2012. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=8M3CRYQJmfm>>. Acesso em: 18/01/2017.
- GUSMÃO, Neusa Maria Mendes de. Linguagem, cultura e alteridade: imagens do outro. **Cadernos de Pesquisa**, São Paulo: n. 107, p. 41-78, jul. 1999. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/cp/n107/n107a02.pdf>>. Acesso em: 14/04/2018.
- HARVEY, David. **Condição pós-moderna: uma pesquisa sobre as origens da mudança cultural**. São Paulo: Loyola, 2009.
- HERSCHMANN, Micael. **O funk e o hip-hop invadem a cena**. 2 ed. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2005.
- REZENDE, Aline da Silva Borges. **Entre o olhar da pobreza e o som da ostentação: o consumo das narrativas midiáticas do funk ostentação por crianças em contextos de vulnerabilidade social**. Dissertação de Mestrado. Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Práticas de Consumo, Escola Superior de Propaganda e Marketing – ESPM. São Paulo, 2017. Disponível em: <<http://tede2.espm.br/handle/tede/260>>. Acesso em: 20/02/2018.
- RINCÓN, Omar. Lo popular en la comunicación: culturas bastardas + ciudadanías celebrities. In: AMADO, Adriana e RINCÓN, Omar. **La comunicación en mutación**. Bogotá: Fundación Friedrich Ebert (FES), 2015.
- ROLNIK, Raquel. Espaços em transformação. **Entrevista concedida a Mariana Sgarioni e Rafael Tonon**. São Paulo: Revista Continuum, v. 26, 2010, p. 34-35.
- TORRES; Haroldo da Gama; MARQUES, Eduardo; FERREIRA, Maria Paula; BITAR, Sandra. Pobreza e espaço: padrões de segregação em São Paulo. **Estudos Avançados**, São Paulo: Instituto de Estudos Avançados da Universidade de São Paulo, n. 47, v. 17, jan./abr. 2003, p. 97-128. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/ea/v17n47/a06v1747.pdf>>. Acesso em: 20/12/2017.
- VIANNA, Hermano. **O mundo funk carioca**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1988.
- FACINA, Adriana. “Não me bate doutor”: Funk e criminalização da pobreza. In: V Encontro de Estudos Multidisciplinares em Cultura – ENECULT, Bahia, *Anais...* Salvador: Faculdade de Comunicação da Universidade Federal da Bahia, mai. 2009. Disponível em: <<http://www.cult.ufba.br/enecult2009/19190.pdf>>. Acesso em: 01/05/2016.
- SÁ, Simone Pereira de. Som de preto, de proibidão e tchutchucas: o Rio de Janeiro nas pistas do funk carioca. In: PRYTHON, Angela; CUNHA, Paulo (Orgs.). **Ecoss Urbanos: a cidade e suas articulações midiáticas**. Porto Alegre: Editora Sulina, 2008.