

## **FUNK OSTENTAÇÃO: Produto de moda inspirado na cultura da tribo**

### **Resumo**

A pesquisa contida neste artigo tem por objetivo o desenvolvimento de um produto de moda para a ocasião “casual-chic”, para atender ao grupo social funk ostentação. Proveniente da periferia, este grupo se expressa através da música, na qual o consumo, a vida de luxo regada a dinheiro, carros importados e mulheres, é parte essencial para contemplar suas características.

Esse grupo pode ser reconhecido através de sua ambição por ostentar produtos de luxo e marcas famosas, como carros, roupas e acessórios. Eles são facilmente reconhecidos pela música que contém a mesma batida do funk original.

Palavras-chave: periferia, consumo, luxo, funk ostentação.

### **1- Introdução**

Com o crescimento urbano das cidades e o respectivo aumento populacional, a necessidade de jovens unirem-se a outros jovens, identificados por hábitos, maneira de vestir, comportamentos e pensamentos deram origem às tribos urbanas. Dentre elas podemos destacar o funk, que tem como característica principal o ritmo musical – pancadão – e possui também como outra característica, um vocabulário considerado muitas vezes pela sociedade como obsceno.

O funk ostentação, criado na cidade de São Paulo em 2008, aproveitou a batida do funk carioca misturado ao rap americano, que já há algum tempo trazia em seus clipes signos da riqueza como joias, carros e mulheres em abundância, encarando a desigualdade social não a partir da contestação, mas querendo mostrar que o status da pessoa é maior quanto maior o seu poder financeiro.

Em suas músicas, seus autores procuram citar a palavra “ostentação”, falando de uma vida de luxo e mostrando em seus vídeos tudo que o dinheiro pode comprar procurando trazer também uma maior visibilidade à vida que acontece na periferia da cidade, no caso São Paulo e em seus clipes aparecem sempre muitas pessoas se divertindo, representando o chamado “bonde<sup>1</sup>”, mostrando através do artista, a suposta riqueza que possui sua imagem da popularidade.

---

<sup>1</sup> Grupo de pessoas da tribo.

Sempre cercado por mulheres em trajes de banho e/ou com pouca roupa, os Mc's<sup>2</sup> dançando junto a objetos caros e de luxo, mostram além do consumismo exagerado, demonstrado pelos objetos ostentados, o machismo enraizado na nossa cultura em que o homem por ter dinheiro e prestígio consegue a maior quantidade de mulheres. No trecho “Dinheiro traz dinheiro, e dinheiro chama mulher”, da música Megane de Mc Boy do Charme aborda esta característica. (figura 1)



Figura 1 : Representação ilustrativa do trecho da música citado acima.

(Fonte: <http://www.diariodocentrodomundo.com.br/os-playboys-e-as-patricinhas-do-funk-ostentacao/>)

Como toda tribo, a identidade dos seus membros apresenta um padrão, um papel a representar na qual o consumo é parte essencial, uma alternativa para superar a diferença social que a população da periferia sempre sofreu.

O grupo denominado funk ostentação, por ser característica de uma classe social menos favorecida, chamou a atenção para este trabalho, de forma a exteriorizar a riqueza cultural existente na tribo de forma geral e em ênfase na música, no costume e na sua roupa característica.

O objetivo geral deste trabalho consiste em desenvolver um produto de moda que contemple características fortes e essenciais para identificação da tribo, como a ostentação e a sensualidade existentes nas roupas das mulheres, tomando como inspiração não só a cultura do funk ostentação, mas como também sua raiz que teve origem do rap americano.

O objetivo específico deste trabalho é proporcionar um produto que não seja caricato com relação à tribo, de forma que abranja todas as pessoas e suas identidades individuais, deixando impressas nele, as características de forma notória.

---

<sup>2</sup> Sigla para mestre de cerimônia.

A proposta lançada neste trabalho foi primordial para a inovação do produto final, que seria uma roupa que se adaptasse a dois ambientes distintos.

## **2 - Referencial teórico**

Tribos urbanas são grupos que se unem a partir de afinidades e interesses em comum, compartilhando elementos culturais e estilos de vida que envolve moda, música, lazer, ações, atitudes e gírias. Estas tribos podem ser identificadas e ter diferenças gritantes através do local que habitam e a época em que se encontram.

A partir de um contexto histórico-social, na década de 1960, com os novos meios de comunicação em massa, nasceram as primeiras subculturas e/ou contraculturas, como forma de isolamento ou participação social na tentativa de reclamar uma mudança de comportamento, modelo e estilo de vida.

No plano de uma análise sociológica, as tribos são consideradas o desenvolvimento de microgrupos como uma resposta à massificação consciente e ao desejo de redescobrir seu espaço na sociedade contemporânea.

Um movimento social ou um movimento de contracultura nasce sempre como uma ideia de liberação de forma a descontextualizar o sistema existente. Para a pesquisa, demos ênfase à tribo social “funk ostentação”. Oriundo da mistura híbrida de alguns gêneros musicais norte americanos, o grupo foi transformado numa expressão musical popular como uma cultura de resistência.

Segundo Maffesoli (1998), as tribos urbanas se constroem nas diversas redes, com grupos de afinidades e de interesse, laços de vizinhança que se estruturam em nossas megalópoles. Seja ela qual for o que está em jogo é a potência contra o poder, que seria a resistência direta à tribo, mesmo que esta não possa avançar senão mascarada para não ser esmagada por ela.

Enquanto no Rio de Janeiro o funk carioca emergiu da percepção e representação da simbologia urbana, a favelização e a violência, São Paulo viu o hip hop crescer nas periferias. Apesar de vivenciarem a dura realidade da pobreza, desigualdade social e preconceito, cada uma dessas regiões evoluiu através da música sob estéticas e temas diferentes.

Os Mc's, em depoimento fornecido à revista *Época* em 2012, declararam que o “funk ostentação” é inspirado nos “rappers” americanos e sua representação em clipes junto a carros de luxo, bebidas caras e joias de ouro (correntes e relógios), fazendo referência ao kit do Mc e do público que segue esta manifestação:

“Além de carros de luxo, chamados pelos Mc's de naves, é importante ostentar o kit, expressão que define os acessórios do vestuário: tênis, bermuda. Camisa, anéis e colares, óculos escuros e boné. Roupas da Oakley e tênis da Nike ou Adidas estão entre os mais citados”. (DE PINO, 2012).

Como o próprio título já diz, embora o paulistano tenha absorvido o termo ostentação, ambos, cariocas e paulistas, citam esta palavra em suas músicas. Sucesso é ostentar. (Figura 2)



Figura 2 : Screenshot do clipe de Mc Guimê, onde ele quer expressar seu poder econômico e mostrar realza perante as outras pessoas.

(Fonte : <https://flippedmarketing104.wordpress.com/2014/05/10/funk-ostentacao-como-market-comercial/>)

## 2.1 - Brega Ostentação

Apesar deste trabalho focar o funk ostentação, importante citar que a capacidade de miscigenação cultural do Brasil é tão branda e ao mesmo tempo tão rica, que faz com que a cultura de um local determinado faça com que nasça outra inspirada na mesma base ou ideia. É o caso do “brega ostentação”.

Enfatizando a cidade do Recife, fica conhecido o brega ostentação onde ele possui a mesma ideia central do funk ostentação, permanecendo o brega que tem seu ritmo de base tradicional ou alterado. Nas músicas vemos os elos em comum, como a exposição gratuita e erótica da mulher, com seu termo de mulher-objeto.

“Começou com a Jovem Guarda tocando rock no subúrbio do Rio de Janeiro. No início dos anos 70, quando o Roberto Carlos virou um cantor adulto e começou a tocar com orquestra no Canecão, o brega começou a viajar pelo Brasil. Primeiro foi parar em Goiás, com Amado Batista. Depois, foi para Pernambuco, que deu no Reginaldo Rossi, vários outros nomes importantes da música elétrica pernambucana. Depois foi para Belém do Pará, onde se encontrou com os ritmos caribenhos e deu na banda Calypso, e agora essa história continua lá em Pernambuco, meio escondida do resto do Brasil. O novo sucesso dessa dupla já é o funk ostentação de São Paulo, que faz muito sucesso em Pernambuco. É o tema de ganhar dinheiro, a periferia falando: “nós estamos podendo e queremos tudo o que disseram que é bom na vida”. (VIANNA, 2013)

### **3 - Metodologia**

Para este trabalho fizemos uma pesquisa investigativa a fim de nos familiarizarmos com a tribo funk ostentação e levantar informações sobre o assunto, através de fontes como livros, artigos, sites e vídeo clipes. Foram elaborados 06 (seis) croquis para o segmento casual-chic, e dentre eles 01(um) foi escolhido para confecção (croquis em anexo).

A escolha da tribo funk ostentação foi feita após pesquisas levantadas pela cadeira de Moda, Cultura e Sociedade, onde foi direcionado o estudo da tribo por questões de indústria cultural, cuja base é o consumo, pois através dele forma-se a identidade de acordo com o produto consumido. Nas letras das músicas do funk ostentação é sempre exaltado o luxo, tendendo a mostrar uma vida dispendiosa, com o uso de objetos caros, tudo para demonstrar emoções e experiências de prazer único ao consumidor, como um reflexo da sociedade moderna e seus valores individualistas.

Através da pesquisa constatamos também como essa tribo tem influência sobre outras tribos que tem a mesma origem e mesmo princípio, porém se transformam em função da cultura e de regiões diferentes.

A preparação de uma conversa com o ex-cantor de brega ostentação Nelsinho, foi feita através de objetivos discutidos em sala para uma abordagem de conversa em forma de entrevista na cadeira de Educação e Trabalho.

O objetivo inicial do trabalho, inovação do produto de moda, o vestido, tornou-se viável através da cadeira de Projeto de Modelagem. A roupa a ser executada (modelo de nº 6), servirá para dois ambientes distintos, através de elementos removíveis ou de transformação, mostrando de forma expressiva as características da tribo.

Compilar o projeto da modelagem plana e transportá-lo para o programa Audaces no computador foi executado pela cadeira de Modelagem Computadorizada.

Criação e Pesquisa teve papel fundamental na pesquisa teórica da tribo, sendo de forma mais extensa a pesquisa secundária, através de matérias, internet e clipes musicais, desenvolvendo o brainstorm<sup>3</sup> da tribo e discernindo o briefing<sup>4</sup>.

Por fim, Tecnologia da Confecção II, por se tratar da parte prática, costura, teve o papel de reunir todas as pesquisas e criações transformando o projeto em um único produto de moda, o vestido.

#### **4 - Resultados**

##### 4.1 - Conceito da coleção

Esta coleção tem por finalidade, atingir jovens mulheres de 18 a 27 anos, pertencentes ou não a tribo funk ostentação, onde lhes é oferecido um vestido que como opção de vestimenta. Fica visível a busca pela exteriorização da ostentação na roupa, onde foi aplicado nos detalhes de forma que pudessem ser destacados.

##### 4.2 - Cartela de cores

A cartela de cores se baseou nas cores que são comuns não só na vestimenta como nos itens “ostentação”.



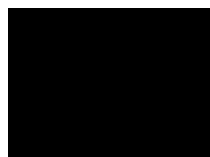
Areia



Dourado



Bordô



Preto



Prata

---

<sup>3</sup> Brainstorm: tempestade de ideias

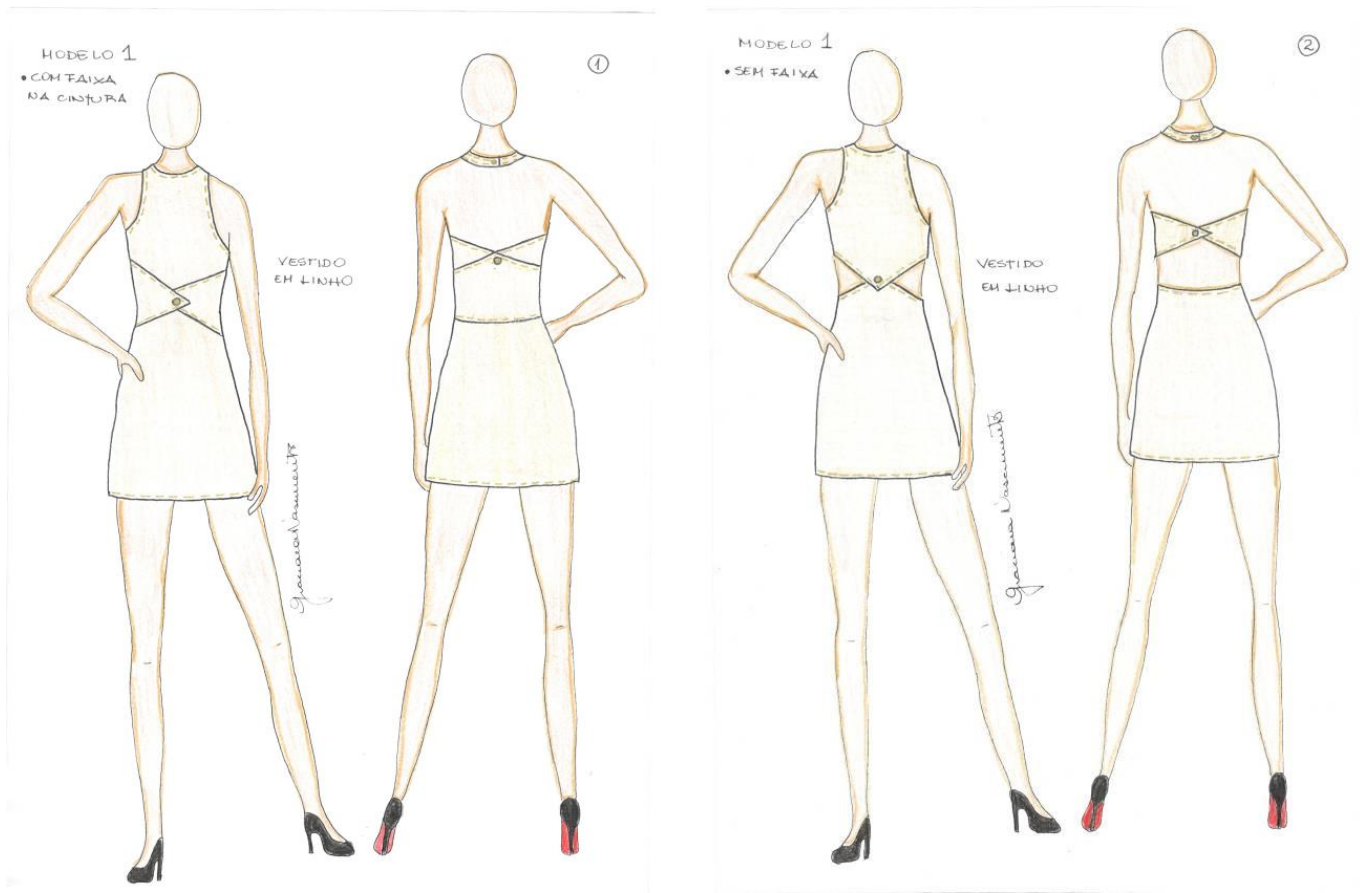
<sup>4</sup> Briefing: Coleta de dados e informações relevantes para o desenvolvimento de um projeto.

4.3 - Painel Imagético

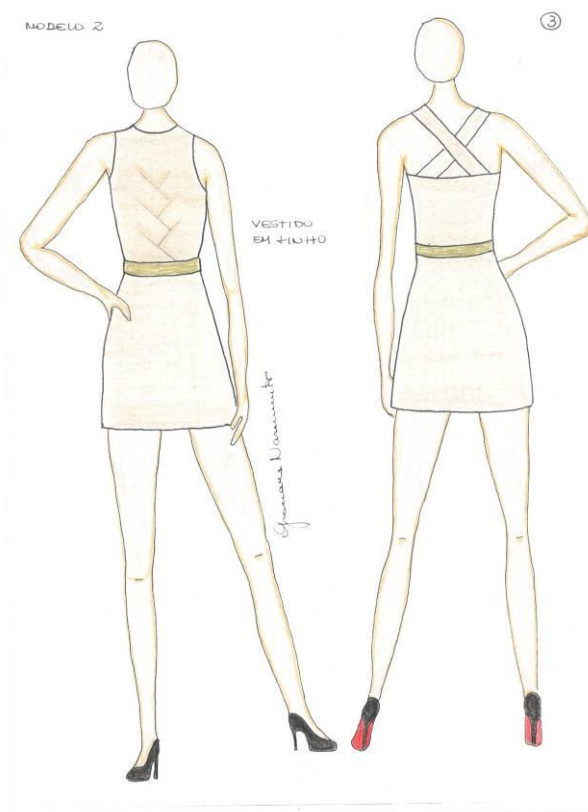


4.4 Croquis

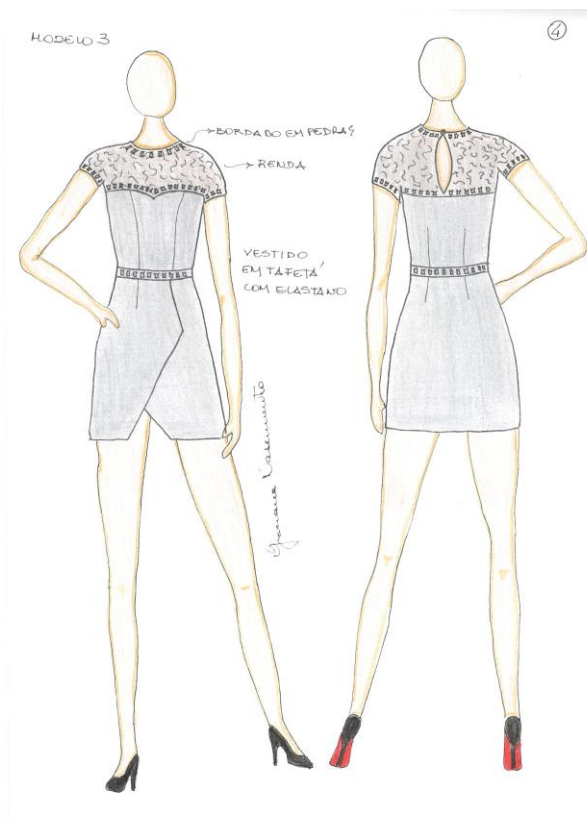
Modelo 1



## Modelo 2



## Modelo 3





## Modelo 4



## Modelo 5



Modelo 6



### 5 - Considerações finais

É importante afirmar que o funk ostentação é um movimento sócio cultural recente, que vem de uma evolução mista de culturas brasileira e americana como descrito no referencial teórico deste artigo e por isto pode ser considerada como tribo urbana, já que se encaixa nos requisitos de constituição definidos por Michael Maffesoli.

A escolha desta tribo para realização deste trabalho visa, acima de tudo compartilhar o conhecimento de um movimento tão brasileiro em termos musicais chegando ao foco deste estudo de vestuário, mostrado em forma de produto de moda, o vestido “casual-chic”, objeto final do projeto.

Através de pesquisas diretas e indiretas, foi possível tomar conhecimento real sobre a tribo que, apesar de sua evolução histórica ainda é marginalizada, vítima de preconceito. Visualizar a tribo em forma de detalhes, através de um produto de moda, possibilitou que pudéssemos mostrar o que a tribo é além do que se vê.

## 6 - Referências

Rafael de Pino, O funk da ostentação em São Paulo. Disponível em <http://revistaepoca.globo.com/cultura/noticia/2012/09/o-funk-da-ostentacao-em-sao-paulo.html>> acessado em 18 de abril de 2015.

Michel Maffesoli, O tempo das tribos: O declínio do individualismo nas sociedades de massa, 1998.

Hermano Vianna, Novo brega 'progressivo' de Pernambuco explora a ostentação. Disponível em: <<http://g1.globo.com/globo-news/noticia/2013/11/novo-brega-progressivo-de-pernambuco-explora-ostentacao.html>> acessado em 25 de maio de 2015.