

Comprar é vencer?

Capítulo	11 — Funk carioca: do mundo pros morros, dos morros pro mundo
Ano sugerido	2ª série do Ensino Médio
Disciplina	História
Em parceria com	Sociologia
Tempo sugerido	2 aulas de 50 minutos

Professor(a): _____ Turma: _____ Data: ____ / ____ / ____

TEMA GERAL

O funk ostentação paulista dos anos 2010 e a ascensão de consumo de uma faixa da população, cantada como conquista.

Problema norteador: *Comprar é uma forma de conquistar direitos?*

HABILIDADES

- **EM13CHS303** Debater e avaliar o papel da indústria cultural e das culturas de massa no estímulo ao consumismo, seus impactos econômicos e socioambientais, com vistas a uma percepção crítica das necessidades criadas pelo consumo.
- **EM13CHS402** Analisar e comparar indicadores de emprego, trabalho e renda em diferentes espaços, escalas e tempos, associando-os a processos de estratificação e desigualdade socioeconômica.

No ENEM: Matriz de Referência do ENEM. Ciências Humanas e suas Tecnologias: H18 — Analisar diferentes processos de produção ou circulação de riquezas e suas implicações sócio-espaciais; H25 — Identificar estratégias que promovam formas de inclusão social.

OBJETIVOS

- Analisar e relacionar a canção e os demais documentos da aula como fontes históricas, para responder à pergunta norteadora: Comprar é uma forma de conquistar direitos?
- Compreender crescimento econômico, crédito e mobilidade social no Brasil do início dos anos 2010.
- Compreender consumo como forma de reconhecimento social.
- Compreender ascensão individual e direito coletivo: duas gramáticas de conquista.
- Avaliar o percurso da aula no produto final: uma reportagem de duas páginas sobre consumo e ascensão social no bairro dos alunos, com três entrevistas curtas, dois dados oficiais e uma conclusão que responda à pergunta norteadora.

Há duas maneiras opostas de cantar a favela dentro do mesmo gênero: uma que pede o direito de viver ali em paz e outra que trata o enriquecimento como saída individual. Ouvir as duas obriga o aluno a formular o que ele mesmo entende por ascensão.



O contexto é histórico e datado: expansão de crédito, aumento de renda e entrada de milhões de pessoas no mercado de consumo no início dos anos 2010, com tudo o que isso teve de real e de frágil.

É a terceira vez que a coleção encontra a mesma equação — o carro nos anos 1960, a camionete no sertanejo, a marca no funk — e agora o aluno já tem repertório para comparar as três.

E permite criticar sem desprezar: quem nunca teve nada canta o que comprou, e rir disso de fora é exatamente o gesto que a coleção vem desmontando desde o capítulo do brega.

CONTEÚDOS ENVOLVIDOS

- Crescimento econômico, crédito e mobilidade social no Brasil do início dos anos 2010.
- Consumo como forma de reconhecimento social.
- Ascensão individual e direito coletivo: duas gramáticas de conquista.
- Publicidade, marca e ostentação como linguagem.
- A crise que veio depois e o que ela fez com aquela promessa.

DESENVOLVIMENTO

1. Duas canções, sem data (10 min · escuta)

Para cada uma: o que essa pessoa quer, e de quem ela está cobrando?

2. As duas respostas lado a lado (20 min · debate)

A diferença aparece sozinha: uma cobra do Estado, a outra não cobra de ninguém.

3. Os dados econômicos (10 min · leitura)

Entram com as datas e explicam de onde veio a segunda.

4. As marcas citadas (15 min · pesquisa)

Quanto custava cada objeto, e quanto era o salário mínimo naquele ano.

5. Depois de 2015 (10 min · exposição)

O que aconteceu com aquela promessa de ascensão.

6. Os dois casos anteriores (20 min · debate)

O carro dos anos 1960 e a camionete do sertanejo, comparados com este.

7. Debate final (20 min · debate)

Com a regra de não ridicularizar nenhuma das duas canções.

MATERIAIS

Rap da felicidade Cidinho e Doca · 1995

O pedido de andar tranquilamente na favela onde se nasceu — uma cobrança dirigida ao Estado.

Plaquê de 100 MC Guimê · 2012 · 2012

O enriquecimento como saída individual, com as marcas nomeadas uma a uma.

- link: Dados de renda, crédito e consumo entre 2004 e 2014, e depois de 2015
- link: Peças publicitárias das marcas citadas nas canções



BIBLIOGRAFIA

BRUZADELLI, Victor Creti; SOUSA, Rainer Gonçalves. História da Música Popular Brasileira para Vestibulares e ENEM. 2. ed. Goiânia: Kelps, 2026.

AVALIAÇÃO E PRODUÇÃO DOS ALUNOS

Uma reportagem de duas páginas sobre consumo e ascensão social no bairro dos alunos, com três entrevistas curtas, dois dados oficiais e uma conclusão que responda à pergunta norteadora.

- Uso da canção como fonte, e não como ilustração: a afirmação histórica se apoia no que se ouve.
- Correção e datação do contexto histórico mobilizado.
- Clareza do argumento e distinção entre o que a fonte prova e o que apenas sugere.

