

Rolezinhos: movimentos socioespaciais do cotidiano

Letícia Moreira Sant' Anna

Bacharela em Geografia na Universidade Estadual "Júlio de Mesquita Filho" (FCT/UNESP)
Bolsista da Coordenação de Aperfeiçoamento de pessoal de Nível Superior (Capes)
e-mail: leticia-anna@hotmail.com

Resumo

Desde 2013, as mídias tem noticiado o encontro de jovens da periferia em *shopping centers*, denominados *rolezinhos*, como uma prática que gera tumulto e confusão, negando-se o real significado desse movimento. Dessa forma, este trabalho tem como objetivo uma leitura dos *rolezinhos* enquanto movimento socioespacial, ressaltando a capacidade desses sujeitos na produção e transformação do espaço. Ao considerarmos que esse movimento denuncia as desigualdades socioespaciais vividas por esses sujeitos em suas práticas espaciais, bem como a busca pela visibilidade e reconhecimento enquanto membros da sociedade de consumo que se efetiva com o consumo *dos e nos shopping centers*, podemos afirmar que esse movimento socioespacial é um movimento do cotidiano, aonde se dão as conquistas - mas também os tensionamentos.

Palavras-chave: Movimentos socioespaciais, consumo, cotidiano, *rolezinhos*.

Rolezinhos: daily socio-spatial movements

Abstract

Since 2013, the media has reported the meeting of young people from the suburbs in shopping malls, called *rolezinhos*, as a messy and confused experience, denying the real purpose of this movement. After this have been said, this paper aims to understand the *rolezinhos* as a socio-spatial movement, highlighting the ability of these people in the space production and switch over. By considering that this movement denounces the socio-spatial dissemblances experienced by these people in their spatial practices, as well as the demand for visibility and acceptance as a consumer society member that is effective with the consumption of and in shopping malls, then it's possible to say that this socio-spatial movement is a daily movement, where the achievements can be found - but also the tensions.

Keywords: Socio-spatial movement; consumption; daily; *rolezinhos*.

Rolezinhos: movimientos sócio-espaciales de la vida cotidiana

Resumen

Desde 2013, los medios de comunicación ha informado de la reunión de los jóvenes de la periferia de los centros comerciales, llamados *rolezinhos*, como una práctica que genera desorden y confusión, rechazando el verdadero significado de este movimiento. Por lo tanto, este trabajo pretende una lectura de *rolezinhos* mientras que el movimiento socio-espacial, poniendo de relieve la capacidad de estos sujetos en la producción y transformación del espacio. Cuando consideramos que este movimiento denuncia las desigualdades socio-espaciales experimentadas por estos temas en sus prácticas espaciales y la búsqueda de la visibilidad y el reconocimiento como miembros de la sociedad de consumo que es eficaz con

211

los centros de consumo y comerciales, podemos decir que este movimiento sócio-espacial es un movimiento de la vida cotidiana, donde dan los logros - sino también las tensiones.

Palabras clave: Movimientos sócio-espaciales; consumo; la vida cotidiana; *rolezinhos*.

Introdução

O ano de 2013 foi marcado por uma série de manifestações de repercussão nacional e internacional, inicialmente, motivadas pelos protestos organizados pelo Movimento Passe Livre (MPL), em São Paulo, que reivindicavam a redução das passagens no transporte público. Entretanto, nesse contexto de intensas manifestações, um movimento passou de forma despercebida pela maioria da população. Despercebida no sentido real do movimento, porque a prática de "encontro entre jovens em *shopping centers* causando tumulto e bagunça" foi destaque nas mídias em todo o país. Deste modo, propomos nesse trabalho uma leitura desse movimento denominado *rolezinho* a partir da perspectiva teórica do conceito de movimentos socioespaciais, com o objetivo de qualificar o seu real significado diante da nossa sociedade atual, ressaltando a capacidade destes enquanto agentes produtores, consumidores e transformadores do espaço. Ainda que sem relação direta com o MPL ou outros movimentos socioterritoriais, como o Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra (MST), a compreensão dos *rolezinhos* enquanto movimento socioespacial se faz importante ao considerarmos que estes são movimentos coletivos que estabelecem relações através das diferentes estratégias de luta, resistência e a própria existência, tensionando e questionando os agentes hegemônicos. Para isso, apresentamos, além da metodologia, um tópico com a discussão sobre o conceito de movimentos socioespaciais e sua importância no processo de (re)produção do espaço, atrelado, principalmente as relações entre espaço, ação e relações sociais, circundadas pela ideia central de que o espaço está em processo constante de transformação.

No tópico seguinte, apresentamos a contextualização do surgimento desse movimento considerando a conjuntura política, econômica e social do Brasil, desde os anos 2000, pautado somente nas características aparentes do movimento, como foi feito pela mídia. Por fim, desvendando-o e analisando-o enquanto movimento socioespacial, sendo a principal pauta a denúncia das desigualdades socioespaciais vividas por esses sujeitos nos *shopping centers* e a busca pelo reconhecimento destes enquanto membros da sociedade de consumo e assim a democratização desses espaços. Diante disso, afirmamos que os *rolezinhos* são movimentos socioespaciais do cotidiano, pois é nessa dimensão em que se

dão as ações de luta e resistência, bem como é onde as desigualdades socioespaciais são produzidas e materializadas.

Metodologia

Para o desenvolvimento do objetivo proposto, o arcabouço teórico é composto pela discussão teórica dos conceitos de movimentos socioespaciais (Fernandes, 2005; Sobreiro Filho, 2015; 2016), produção do espaço (Carlos, 1999; Löw, 2013; Massey, 2004; Santos, 2012) e temas correlatos à temática do consumo (Bourdieu, 2007; Lindón, 20006; Santos, 2012b; Sarlo, 2014). No que tange ao movimento dos *rolezinhos*, realizamos o levantamento e análise de reportagens que consubstanciaram a contextualização do movimento e o panorama deste apresentado pela mídia e como alternativa metodológica de aproximação a esses sujeitos, analisamos entrevistas cedidas a documentários e reportagens vinculadas a programas de televisão, nesses casos: o documentário “Saibam quem são os jovens dos rolezinhos” organizado pela TV Folha; a matéria “Rolezinhos do Funk” apresentada no programa Profissão Repórter, em 2014; o documentário “Rolezinho: Made in Periferia” e o documentário “Hiato” dirigido por Vladimir Seixas.

Os tópicos sobre a contextualização do movimento e as suas principais características foram intitulados, respectivamente: “E no face expandiu e todo mundo quis colar, explanou pro Iguatemi e lá pro Shopping JK” e “Alô noticiários, vocês vão ter que me engolir, isso é direito do povo de poder se divertir” que são trechos do *funk* “Rolezinho” composto pelo Mc Chaverinho e foram utilizados como forma de “dar voz” a esses sujeitos e valorizar a identidade cultural do movimento. Outros trechos foram utilizados ao longo do artigo para ressaltar a importância da ação coletiva, a identidade do movimento e assim estes enquanto agentes de produção, consumo e transformação do espaço.

Um caminho à transformação socioespacial: os movimentos enquanto agentes de produção, consumo e transformação do espaço

Os conceitos de movimento socioespacial e movimento socioterritorial são desdobramentos de uma leitura, na qual o espaço é o ponto de partida para a análise geográfica (SOBREIRO FILHO, 2015). Nessa acepção, valoriza-se o espaço social “[...] contido no espaço geográfico, criado originalmente pela natureza e transformado

continuamente pelas relações sociais, que produzem diversos outros tipos de espaços materiais e imateriais [...]" (FERNANDES, 2005, p. 274).

Segundo Fernandes (2005), devido à sua multidimensionalidade, o espaço apresenta qualidades que são causa e consequência dessa característica, sendo elas: a composicionalidade, a completitude e a completividade. O primeiro refere-se ao fato de que este só compreende e pode ser compreendido considerando todas as dimensões que o compõem em sua totalidade. Assim, essa simultaneidade, em movimento constante, manifesta as propriedades dialéticas do espaço "em ser produto e produção, movimento e fixidez, processo e resultado, lugar de onde se parte e aonde se chega". Ou seja, o espaço é uma completitude a partir da sua "qualidade de ser um todo, mesmo sendo parte". (FERNANDES, 2005, p. 274).

Ao considerar o espaço social como uma dimensão do espaço geográfico, temos a qualidade da completividade. Assim, há uma relação de complemento entre o espaço social, o espaço geográfico e todos os outros tipos de espaços. E é essa relação que garante o caráter de composicionalidade, na qual as dimensões são, igualmente, espaços completos e completivos. (FERNANDES, 2005). Sobre composicionalidade e totalidade, Sobreiro Filho (2015), destaca a contribuição de Santos (2012) na construção teórica do conceito de espaço definindo-o como sendo "[...] formado por um conjunto indissociável, solidário e também contraditório de sistemas de objetos e sistemas de ações, não considerados isoladamente, mas como o quadro único no qual a história se dá." (SANTOS, 2012, p. 63).

Pode-se dizer que esta concepção de espaço de Santos (2008) contempla de maneira clara as ações dos movimentos na produção e transformação do espaço de modo que, sobretudo como geógrafos, não podemos dissociar sujeito-espaço. Além disso, as contradições, as conexões e os conflitos também são elementos integrantes da totalidade, assim como temporalidade. (SOBREIRO FILHO, 2015, p. 5).

Nesse sentido, outra contribuição teórica acerca do conceito de espaço é de Massey (2004), ao defini-lo enquanto um produto de inter-relações, com a possibilidade de existência da multiplicidade e nunca finalizado.

1. O espaço é um **produto de inter-relações**. Ele é constituído através de interações, desde a imensidão do global até o intimamente pequeno.
2. O espaço é a esfera da possibilidade da **existência da multiplicidade**; é a esfera na qual distintas trajetórias coexistem; é a esfera da possibilidade da existência de mais de uma voz.
3. Finalmente, e precisamente *porque* o espaço é o produto de relações-entre, relações que são práticas materiais necessariamente embutidas *que precisam ser efetivadas*, ele **está sempre num processo de *devoir*, está sempre sendo feito - nunca está finalizado, nunca se encontra fechado**. (MASSEY, 2004, p. 8, grifo nosso).

Essa acepção de espaço é importante, pois denota que as relações não foram esgotadas, dessa maneira, não se apresenta uma simultaneidade completa e sim em constante processo de construção. As qualidades e acepções sobre espaço apresentadas ressaltam a importância da ação na produção e transformação do espaço, sendo que essas ações podem partir de diversos agentes produtores do espaço, Carlos (2011) destaca a sociedade, o Estado, o capital e os sujeitos sociais enquanto tais.

Focalizando a sociedade como sujeito da ação consciente, o Estado como aquele da dominação política, o capital em suas estratégias objetivando sua reprodução continuada (e aqui nos referimos às frações do capital, que são o industrial, o comercial e o financeiro e suas articulações com os demais setores da economia, tais como o mercado imobiliário), e, por fim, os sujeitos sociais que, em suas necessidades/desejos vinculados à realização da vida humana, têm o espaço como condição, meio e produto de sua ação. (CARLOS, 2011, p. 70).

Segundo Löw (2013, p. 29), sobre a ação, enquanto constitutiva do espaço, "os seres humanos não agem nem de modo individualmente singular nem de maneira amplamente idêntica", então, "os espaços podem tornar-se relevantes de diferentes maneiras, para cada grupo social". Essas ações são dotadas de intencionalidades que são influenciadas pelas concepções ideológicas, políticas e condição socioeconômica dos sujeitos e, por isso, se diferem.

Nessa perspectiva, os movimentos "[...] são produtores, construtores e transformadores diretos e indiretos do espaço material e imaterial." (SOBREIRO FILHO, 2015, p. 4). Diretos, devido ao perfil dos membros que o compõe, cujas ações desdobram-se nos diversos espaços; indiretos, através das disputas políticas que agem sobre a ordem e as relações socioespaciais, em suas diversas escalas. E também concomitantemente, direto e indireto, em casos de resistência e (re)existências, por exemplo.

A produção direta tem sua base na própria composicionalidade dos movimentos socioespaciais, ou seja, nos perfis que os compreendem (trabalhadores, camponeses, indígenas, etc.) e objetivam suas ações nos espaços e, conseqüentemente, em seus territórios, paisagens, lugares ou alhures. Do outro lado, a produção indireta se dá por meio das disputas políticas que permeiam e ditam os contratos e políticas que regem ou alteram a ordem e as relações socioespaciais em distintas escalas. Ademais, ambas podem se complementar tal como nas resistências e (re)existências. (SOBREIRO FILHO, 2016, p. 104).

Dessa forma, os movimentos socioespaciais enquanto agentes de produção, consumo e transformação do espaço são requisitos e condicionantes das condições socioespaciais. Assim, a formação, existência e as ações dos movimentos estão, diretamente relacionadas com o espaço e as relações socioespaciais. Por isso, sua relação

intrínseca e conflitante com os agentes hegemônicos e demais que regulam a produção do espaço e alimentam a luta de classes é essencial no processo de transformação socioespacial para além do modo capitalista de produção. (SOBREIRO FILHO, 2016).

Então todos os movimentos são socioespaciais, até mesmo os socioterritoriais. O que os difere é que os movimentos socioterritoriais "tem o território não só como trunfo, mas este é essencial para sua existência" (FERNANDES, 2005, p. 280). Sendo o território um espaço geográfico específico que a partir de determinadas relações sociais é mantido por uma forma de poder.

São as relações sociais que transformam o espaço em território e vice e versa, sendo o espaço um *a priori*. O espaço é perene e o território é intermitente. Da mesma forma que o espaço e o território são fundamentais para a realização das relações sociais, estas produzem continuamente espaços e territórios de formas contraditórias, solidárias e conflitivas. Esses vínculos são indissociáveis. (FERNANDES, 2005, p. 277).

Esse processo de produção do espaço se dá a partir da relação entre sujeitos, as relações sociais estabelecidas e a ação resultante. Nesse processo a relação estabelecida é de interdependência, ou seja, as relações sociais determinam a ação resultante ao mesmo tempo em que a ação determina se essas relações sociais serão modificadas ou mantidas. Ou seja, as relações sociais, ao se materializarem, não só produzem e transformam espaços, como também são produzidas e transformadas por estes.

Ao tratar da produção do espaço, Sobreiro Filho (2016) analisa os sentidos da palavra produção em Marx e em Lefebvre, destacando o par dialético produção-consumo. O autor ressalta que Marx não considerou em suas análises, o espaço enquanto objeto direto de análise e também as várias compreensões sobre consumo apresentadas. Entretanto, essas ressalvas não anulam a contribuição deste para a definição de produção do espaço. Adequando, assim, algumas considerações sobre esse par dialético:

[...] 1) a produção do espaço é imediatamente consumo do espaço assim como o consumo do espaço é imediatamente produção do espaço; 2) o espaço, como produto, só se efetiva no seu consumo e vice-versa; 3) a produção do espaço cria também tanto consumidores quanto formas de consumo do espaço e processos que produzem e expressam também a desigualdade socioespacial; 4) a produção do espaço produz determinado tipo de espaço para determinado tipo de consumidor; 5) a relação entre agentes produtores de espaço e consumidores é de significativa interdependência assim como produção-consumo; etc. (SOBREIRO FILHO, 2016, p. 28).

A análise desse par dialético coloca em discussão a condição do espaço enquanto mercadoria, essencial para compreendermos "[...] as contradições que configuram o

estranhamento socioespacial [...]" (SOBREIRO FILHO, 2016, p. 29). Sendo assim, concordamos que há uma tendência na qual o valor de troca dos espaços sobressai ao valor de uso, subordinando a apropriação e os modos de uso deste ao mercado. Porém, ao mesmo tempo em que há essa subordinação no processo de reprodução espacial, também há a articulação do plano de reprodução da vida, com isso o espaço se reproduz enquanto lugar, sendo esse processo incluso na racionalidade homogeneizante e também como uma possibilidade de fuga dessa racionalidade, apontando as singularidades desses espaços. (CARLOS, 1999). E é nessa articulação que se expressam as desigualdades socioespaciais e se dá a importância dos movimentos enquanto caminho de transformação socioespacial tensionando essas relações e processos. Sob essa ótica, analisaremos os *rolezinhos* enquanto movimento socioespacial, primeiramente, com a sua contextualização e as características aparentes abordadas pela mídia.

“E no face expandiu e todo mundo quis colar, explanou pro Iguatemi e lá pro Shopping JK” – um aparente encontro entre jovens

Em 2013, os *shopping centers* foram destaque na mídia com a ocorrência de *rolezinhos* em diversas cidades do país. Segundo Costa e Barbosa (2016, s.p.):

Rolés e rolezinhos são expressões que passaram a definir encontros marcados por jovens para invenção de territorialidades de celebração. Atribuídos geralmente aos jovens de favelas e periferias urbanas, notadamente aos vinculados às estéticas do *funk*, os rolés ganham a dimensão de insurgências diante da proibição e criminalização de bailes e festas por eles protagonizados. Os rolés e rolezinhos passam então a se constituir como marcações de corporeidades estéticas que, embora de duração efêmera, tornam-se emblemáticas porque definem as presenças que enfrentam invisibilidades e interdições impostas.

A prática do encontro entre jovens em *shopping centers* não é novidade, mas o que chamou a atenção foi à presença em grande número destes a partir da criação de eventos em redes sociais. O primeiro encontro¹ de grande repercussão ocorreu no dia 08 de dezembro de 2013 no Shopping Metrô Itaquera, zona leste de São Paulo. Com a presença aproximada de seis mil jovens, o tumulto² ocasionado fez com que algumas lojas fechassem e o *shopping center* encerrasse o expediente mais cedo. Na semana seguinte ocorreu o

¹Conheça a história dos 'rolezinhos' em São Paulo. Disponível em: < <http://g1.globo.com/sao-paulo/noticia/2014/01/conheca-historia-dos-rolezinhos-em-sao-paulo.html>>. Acesso em: 02 dez. 2016.

²As reportagens vinculavam esses encontros à uma imagem de tumulto e bagunça, devido a presença de grande número de jovens ao som de músicas do *funk*. Na verdade, esse comportamento é uma forma de visibilidade para esses jovens, contrariando as "normas de conduta" esperada nesses espaços.

segundo encontro com cerca de 2,5 mil jovens no Shopping Internacional de Guarulhos. Os encontros continuaram e em todos os episódios, as administrações dos empreendimentos acionaram a polícia militar e com a frequente ocorrência, alguns entraram com ações judiciais para impedir. Esses encontros não foram restritos a São Paulo, ocorreram também em Curitiba-PR, Dourados-MS, Franca-SP, São José do Rio Preto-SP, Ribeirão Preto-SP e outras cidades.

Para compreendermos o contexto em que se deram esses encontros, precisamos retomar a conjuntura daquele momento. O ano de 2013 foi marcado por diversas manifestações de repercussão nacional e internacional, inicialmente motivadas pelos protestos organizados pelo Movimento Passe Livre³ (MPL), em São Paulo, que reivindicavam a redução das passagens nos transportes públicos. Tanto esses protestos quanto os *rolezinhos* apresentam três características em comum: a articulação e organização por redes sociais, os protagonistas são jovens e denunciam as desigualdades vividas no cotidiano desses sujeitos.

Tanto os protestos de junho como os *rolezinhos* usaram a mídia social para se organizar e ignoraram completamente as formas instituídas de representação e organização política. Ambos foram protagonizados por jovens e têm suas raízes no seu cotidiano, em uma cidade estruturada para segregar e reproduzir desigualdades. Tanto uns como outros aumentaram sua amplitude e visibilidade no momento em que foram reprimidos pela polícia. Ambos contestam autoridades constituídas e modos de regulação e separação preexistentes. (CALDEIRA, 2014, p.19).

Entretanto, o fato que nos ajudou a compreender a ocorrência desses *rolezinhos* é anterior a 2013. Desde o início do Governo Lula, o Brasil passou por um processo de crescimento pautado em políticas de inclusão social e acesso ao crédito, tendo o consumo como destaque na inclusão social. "Segundo dados oficiais, de 1999 a 2009, 31 milhões de pessoas deixaram a chamada "classe D" e entraram para a classe média⁴ do Brasil. Entre 2003 e 2009, cresceu 24 milhões de pessoas". (PINHEIRO-MACHADO e SCALCO, 2014, s. p.).

Por serem empreendimentos privados de acesso livre, esses estabelecimentos entraram com ações judiciais que autorizaram, em alguns casos, a proibição da entrada de adolescentes desacompanhados, o que serviu para selecionar o público desses

³O Movimento Passe Livre (MPL) é um movimento social autônomo, apartidário, horizontal e independente, que luta por um *transporte público de verdade*, gratuito para o conjunto da população e fora da iniciativa privada. Fonte: Em sete pontos, o Movimento Passe Livre explica quem é, o que pretende e como está organizado. Disponível em: <<http://tarifazero.org/mpl/>>. Acesso em: 07 dez. 2016.

⁴Essa informação denota a importância econômica dessas políticas de inclusão social e de acesso ao crédito, entretanto discordamos da ideia de ascensão social, considerando o consumo como principal argumento. Na verdade, essa "suposta classe C na verdade representa uma reconfiguração de parte significativa da classe trabalhadora" (SOUZA, 2013, p. 33).

empreendimentos estigmatizando esses jovens. Mesmo com essas repressões, os *rolezinhos* continuaram e, dentre as várias cidades que tiveram esses encontros, Ribeirão Preto é um exemplo de como esse movimento sofreu repressões, mas resistiu. Nessa cidade⁵, o primeiro *rolezinho*⁶ ocorreu dia 08 de janeiro de 2014 e também foi destaque na imprensa da região. O movimento permaneceu realizando encontros em *shopping centers*, todavia, dia 20 de março de 2015⁷, a Vara da Infância e da Juventude da Comarca de Ribeirão Preto encaminhou a Portaria N° 01/15 para o Ministério Público proibindo o acesso e a permanência de jovens menores de 15 anos nas dependências dos Ribeirão Shopping e do Santa Úrsula, nos dias de sexta-feira, sábado e domingo, sem o acompanhamento de seus pais ou responsáveis legais, sob justificativa de que estes estariam promovendo desordens e tumulto, criando situação de risco e insegurança para eles mesmos. Ao se verificar que não ocorreram mais tumultos, no dia 16 de março de 2015, foi encaminhada a portaria N°02/15, na qual o acesso se restringia aos menores de 13 anos. A proibição foi anulada em junho, porque o Superior Tribunal de Justiça (STJ) concluiu que tal medida ia contra os direitos das crianças e adolescentes.

Após a anulação da proibição o movimento retomou a prática de encontros nesses espaços e, principalmente, aos sábados sempre é esperado um público maior de jovens no Ribeirão Shopping e nas quartas-feiras no Santa Úrsula Shopping. A última notícia⁸ vinculada sobre esse movimento foi de um encontro que ocorreu no dia 02 de novembro de 2016, com a presença de aproximada de 200 jovens, no qual a polícia militar foi acionada para dispersá-los. Cabe ressaltar que nesse dia o maior fluxo não se justifica somente pela presença dos jovens, mas também por ser feriado.

Assim sendo, a mídia noticiou esses eventos como um encontro entre jovens da favela e/ou da periferia urbana, com características de vestimentas que remetem à cultura do *funk*, que causam tumulto e bagunça nos *shopping centers*. Mas e para além das características aparentes, qual foi o objetivo desses encontros? O que causou tamanho estranhamento, o coletivo de jovens ou a origem deles? Afinal, o que há por trás do movimento denominado *rolezinho*?

⁵Município localizado a, aproximadamente, 350 km de São Paulo, há quatro *shopping centers*: o Ribeirão Shopping, Novo Shopping, Santa Úrsula Shopping e Shopping Iguatemi.

⁶Jovens marcam 'rolezinho' para este sábado em Ribeirão. Disponível em: <<https://www.acidadeon.com/ribeiraopreto/cotidiano/policia/NOT,2,2,916532,Jovens+marcam+rolezinho+para+es+te+sabado+em+Ribeirao.aspx>>. Acesso em: 28 nov. 2016.

⁷Veto a 'rolezinhos' em shoppings de SP fracassa na Justiça. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/cotidiano/2015/09/1686893-veto-a-rolezinhos-em-shoppings-de-sp-fracassa-na-justica.shtml>>. Acesso em: 28 nov. 2016.

⁸Consumidores Falhos: exclusão social num shopping de Ribeirão Preto: Disponível em: <<http://justificando.com/2016/11/11/consumidores-falhos-exclusao-social-num-shopping-de-ribeirao-preto/>>. Acesso em: 28 nov. 2016.

“Alô noticiários, vocês vão ter que me engolir, isso é direito do povo de poder se divertir” – desvendando os *rolezinhos*

Inicialmente destacamos que, apesar dos *rolezinhos* terem sido noticiados a partir de 2013, esses encontros ocorrem desde 2007, onde os *famosinhos* – jovens que possuem perfis nas redes sociais com milhares de seguidores – marcavam encontros de fãs nos *shopping centers* para conhecer os seus seguidores. Dessa forma, um dos equívocos da mídia foi noticiar esses encontros com foco na presença desses jovens, negando o elemento que realmente merece destaque que é o poder de mobilização destes. Considerando que esse equívoco foi intencional e o posicionamento adotado pela administração dos *shopping centers* a mensagem passada foi de que esses jovens não são bem-vindos nesses espaços. Mas quem são esses jovens? O que os diferem dos demais consumidores desses espaços?

Para superar a visão reducionista dos *rolezinhos* enquanto um simples encontro de jovens se faz necessário ir além do aparente que aponta para estes como “vilões” e buscar compreender o seu real significado. Assim, independente da cidade⁹ em que ocorreram e/ou ainda ocorrem os *rolezinhos*, quatro características são comuns: os encontros foram marcados via redes sociais, protagonizados por jovens, ocorreram nos finais de semana e em *shopping centers*. Há ainda um elemento mais amplo que conecta essas características, o consumo, em duas perspectivas: primeiro pela influência cultural do *funk* ostentação, nos tipos de roupas e marcas consumidas por esses jovens e, segundo, porque a materialização desses encontros se deu em *shopping centers*.

Esses jovens apresentam sua identidade cultural vinculada ao *funk* ostentação, no qual a apologia ao consumo é também uma forma de mostrar que se melhorou de vida (melhora de vida relacionada ao aumento do potencial de consumo) e a marca serve para celebrar isso. Com um estilo *chavoso*, além do *funk* outra característica marcante é o uso de óculos, bonés, relógios, camisetas e tênis de marcas ou imitações com cores chamativas e fluorescentes com o objetivo de chamar a atenção. (ROLEZINHO, 2014). Sendo assim, o consumo apresenta um valor simbólico de sucesso e uma condição para a felicidade.

O consumo abundante, é-lhes dito e mostrado, é a marca do sucesso e a estrada que conduz diretamente ao aplauso público e à fama. Eles também aprendem que possuir e consumir determinados objetos, e adotar certos estilos de vida, é a condição necessária para a felicidade, talvez até para a dignidade humana. (BAUMAN, 1998, p. 55-56).

⁹O número de jovens presentes nesses encontros altera segundo o porte da cidade onde ocorreu o encontro, mas não anula a importância desse movimento.

Nesse sentido, Baudrillard (2010), afirma que a lógica social do consumo apresenta dois aspectos fundamentais: como um sistema de linguagem e enquanto elemento de diferenciação social. Para esses jovens, andar na moda é uma referência do que você é e exerce a função de interação “se todo mundo tem, você tem que ter para interagir com os outros”. (ROLEZINHO, 2014).

1. Como *processo de significação e de comunicação*, baseado num código em que as práticas de consumo vêm inserir-se e assumir o respectivo sentido. O consumo revela-se aqui como sistema de permuta e equivalente de uma linguagem, sendo abordado neste nível pela análise estrutural.

2. Como *processo de classificação e de diferenciação social*, em que os objectos/signos se ordenam, não só como diferenças significativas no interior de um código, mas como valores estatutários no seio de uma hierarquia. Nesta acepção, o consumo pode ser objecto de análise estratégica que determina o seu peso específico na distribuição dos valores estatutários (com a implicação de outros significantes sociais: saber, poder, cultura, etc.). (BAUDRILLARD, 2010, p. 66).

À vista disso, o consumo enquanto referência simbólica é uma forma de se distinguir e/ou de se assemelhar a um grupo específico, assim, ao mesmo tempo em que esses jovens se assemelham a esse grupo, acabam por se distinguir de outros que apresentam o perfil mais comum desses espaços. Em um documentário feito pelo TV Folha, Renato Meirelles, Presidente do Instituto de Pesquisa Data Popular, afirmou que esses jovens representam a “nova classe média brasileira”, filhos de pessoas que no passado não tinham condições de consumir e que hoje tem. Se também apresentam potencial de consumo, o Mc Chaverinho questiona: “Por que o filho do *playboy* pode ir e eu não? Por que o pai dele pode pagar? Mas eu também posso pagar.” (ROLEZINHO, 2014). Portanto, apesar das diferenças culturais, os jovens que compõem os *rolezinhos* também são consumidores em potencial. Ainda que suas letras façam apologia ao consumo, que não pode ser interpretado como sinônimo de violência, também representa uma perspectiva de futuro para esses jovens, com diz o Mc Chaverinho “mas tem que ter união, respeito em todas quebradas que o *funk* virou cultura e exemplo pras molecada”. E a forma como foi o *funk* foi apresentado pela mídia durante esses episódios, criminalizando-os, só reforça o seu posicionamento discriminatório.

Sobre os encontros, o Mc Chaverinho, explica que o confronto que ocorreu no Shopping Metro Itaquera, em 2013, foi porque o *shopping* não suportou o número de jovens e os seguranças acharam que era um arrastão e os trataram com agressividade ocasionando o confronto. (ROLEZINHO, 2014). Assim, não é a intenção, tampouco a estratégia de ação do movimento qualquer forma de vandalismo ou violência, porém os casos de roubos registrados estão ligados ao movimento de massa, no qual há pessoas mal intencionadas, mas que não representam o movimento, e que pode ocorrer também em

festas e *shows*, não sendo uma característica exclusiva dos *rolezinhos*. Deste modo, a intenção do movimento era o encontro dos *famosinhos* com os fãs, porém, devido ao poder de mobilização destes, atingiu proporções maiores e não esperadas, “Foi convocado só os fãs, os amigos e as paquera pra fazer um *rolezinho* no *Shopping* Itaquera. E no face expandiu e todo mundo quis colar, explanou pro Iguatemi e lá pro *Shopping* JK”. (Mc Chaverinho, “Rolezinho”, 2013). Além disso, representa a prática de ir ao *shopping* como uma opção de lazer que combina o encontro com os amigos, com a paquera e ainda uma forma de lazer mais barata que as baladas.

Alô Jovem que está solteiro e não quer ficar sozinho.
Vem pro Rolezinho, vem pro Rolezinho.
Se não quer ir pra balada gastar todo o dinheirinho.
Vem pro Rolezinho, vem pro Rolezinho.
E na paz sem destruir os moleques estão comigo.
Vem pro Rolezinho, vem pro Rolezinho. (Mc Chaverinho, “Rolezinho”, 2013).

Por conseguinte, a materialização desses encontros em *shopping centers* não foi uma escolha aleatória, “Numa sociedade tornada competitiva pelos valores que erigiu como dogmas, o consumo é o verdadeiro ópio, cujos templos modernos são os *shopping center* e os supermercados, aliás construídos à feição das catedrais”. (SANTOS, 2012b, p. 48). Com isso, a localidade expressa e é expressão dos conflitos (SOBREIRO FILHO, 2016), dotados de intencionalidades, nesse caso, representando uma relação de negação a esses jovens, mas que também influencia na sua identidade que tem o consumo como elemento simbólico.

Sendo esse espaço também um dos principais símbolos do consumo, nele se forma uma justaposição de ações, identidades e representações que complexificam as relações socioespaciais, uma vez que, apresenta-se enquanto um elemento do processo de homogeneização. Esse processo refere-se à globalização que “expressa um novo ciclo de expansão do capitalismo, como modo de produção e processo civilizatório de alcance mundial”. (IANNI, 1996, p. 11). No entanto, em sua essência, é o universo das “diversidades, desigualdades, tensões e antagonismos”¹⁰. Dessa forma, os *shopping centers* criam uma inclusão imaginária, no qual todos podem ter acesso visual às mercadorias expostas, porém a exclusão é consolidada pelos diferentes níveis de consumo. Nesse caso, temos a combinação entre o consumo *do* espaço e o consumo *no* espaço no processo de (re)produção do espaço que expressa a desigualdade socioespacial.

A estética do *shopping* iguala não do ponto de vista dos preços, mas do ponto de vista estético de sua disposição cenográfica. É um paraíso do

¹⁰Ibid., p. 27.

contato direto com a mercadoria. Por isso, o *shopping* é imaginariamente inclusivo, embora os diversos níveis de consumo sejam excludentes. Pelo ângulo da inclusão imaginária, o *shopping* cria o espaço da comunidade de consumidores cujos recursos são desiguais, mas que podem ter acesso visual às mercadorias em exposição de um modo que as velhas ruas comerciais socialmente estratificadas não permitem. As mercadorias do *shopping* fingem não estar estratificadas, embora seja óbvio que se agrupam segundo variações de situação social. (SARLO, 2014, p. 9-10).

Nessa combinação, quando os jovens só “querem dar um rolê no *shopping* dos *playboy* da zona sul com a galera da zona leste e ser bem recebido” (ROLEZINHO, 2014), evidenciam e tensionam essas desigualdades socioespaciais produzidas e reproduzidas nos espaços de consumo. Diante disso, questiona-se: o jovem da periferia que é briguento ou o *shopping*? Por que na periferia não tem briga e no *shopping* tem? (ROLEZINHO, 2014).

As diferentes classes e frações de classes estão envolvidas numa luta propriamente simbólica para imporem a definição do mundo social mais conforme aos seus interesses, e imporem o campo das tomadas de posições ideológicas reproduzindo em forma transfigurada o campo das posições sociais. Elas podem conduzir esta luta quer diretamente, nos conflitos simbólicos da vida quotidiana, que por procuração, por meio da luta travada pelos especialistas da produção simbólicas (produtores a tempo inteiro) e na qual está em jogo o monopólio da violência simbólica legítima (cf. Weber), quer dizer, de poder de impor – e mesmo de inculcar – instrumentos de conhecimento e de expressão (taxinomias) arbitrários – embora ignorados como tais – da realidade social. (BOURDIEU, 2007, p. 11-12).

Portanto, podemos afirmar que a realização desses encontros em *shopping centers* é simbólica pelo que representa enquanto espaço que “os nega” e como possibilidade parcial do “direito à cidade”. Assim, no momento em que os jovens se reúnem nesses espaços denunciando essas desigualdades socioespaciais, em busca da democratização desses espaços de consumo, temos um movimento socioespacial que se reafirma em cada prática de resistência e permanência.

Ainda que consigamos identificar as principais pautas desse movimento, é inegável que há questões mais amplas como pano de fundo, além da questão de classes, temos questões étnico-raciais também. Nesse sentido, Antonio Pinto, Secretário de Igualdade Racial de São Paulo, ressalta que, no caso de São Paulo, mesmo que não haja um *apartheid* institucionalizado, você entra em um *shopping* de alto padrão e não vê negros, indígenas ou moradores da periferia. Sendo esses jovens também consumidores, os *shoppings* ainda não aprenderam a tratá-los como tal, apesar da distância cultural, não há nenhuma intenção de aproximação. (ROLEZINHO, 2014). Dentro desse pano de fundo, mesmo que sem vinculação direta ao movimento dos *rolezinhos*, mas que representa as diversas faces das desigualdades socioespaciais (re)produzidas por esses espaços de

consumo, cabe enfatizar uma manifestação que ocorreu em agosto de 2000, nem um *shopping* da zona sul do Ribeiro de Janeiro.

Segundo o líder do MTU (Movimento dos Trabalhadores Urbanos), Eric Vermelho, o objetivo dessa manifestação foi tornar a miséria visível, “Queríamos mostrar à burguesia que existe miséria no Estado, que existem famílias que não têm onde morar, nem o que dar aos filhos no Natal. Num shopping da zona sul tornaríamos nosso movimento visível para as autoridades. Temos esse direito”. Quando os manifestantes chegaram ao local, foram recebidos por policiais e as lojas começaram a fechar as portas, por isso, uma das ações foi impedir o fechamento e também ocuparam a praça de alimentação e serviram pão com mortadela aos manifestantes. Elizabeth da Silva, uma das manifestantes, relatou que além de olharem com cara feia, impediram até o uso dos banheiros, até mesmo para as crianças e questiona: “Cadê o país livre? O direito de ir e vir? Direitos Humanos só serve para quem tem direito e a gente não tem nada.” (HIATO, 2008).

Nesse caso, a manifestação também foi criminalizada, Claudionor Magalhães que participou da manifestação, inclusive menciona que tinha mais policial no *shopping* do que no morro, “pensaram que éramos vândalos e quebraríamos tudo, mas se deram mal, fomos lá só pra conhecer o *shopping*.” É muito emblemático o ato de ir “conhecer o *shopping*”, uma vez que, é uma prática tão comum do cotidiano. Dessa forma, Ivana Bentes, professora de Comunicação, ressalta que quando se trata de pessoas de outro grupo social nesse espaço, há uma reação de pânico e a resposta é seguida de ações de repressão. A presença desses manifestantes atravessa uma parede invisível que é delimitada por regras invisíveis, e funciona como uma força desestabilizadora, “onde está escrito que devemos ir com determinada roupa em determinado *shopping*?” (HIATO, 2008).

Essa manifestação denunciou, segundo Silvio Tindler, as desigualdades e as perversidades do globalitarismo, confrontando o mundo do consumo com o mundo dos despossuídos. Além de ressaltar as contraditórias faces do processo de desigualdade socioespacial, no qual há discriminação também dos pobres que trabalham no *shopping* - e sentem-se pertencentes a esse lugar - com os manifestantes, como Claudionor Magalhães relatou: “O patrão mandou fechar a loja e não olhar com nojo, recriminando a gente. As vendedoras assalariadas, ganham por comissão, pobres, pagam aluguel, andam de ônibus. Quem mora nos condomínios próximos não trabalha lá. Sendo recriminado não só pelos ricos, mas pelos pobres que também trabalham no *shopping*”. (HIATO, 2008).

Nessa lógica, o movimento dos *rolezinhos* também denuncia as desigualdades socioespaciais, porém inseridos no mundo do consumo, mas não reconhecidos enquanto membros da sociedade de consumo. Por isso, o *rolezinho* enquanto movimento socioespacial produz, consome e transforma o espaço diretamente, no momento em que a

sua composicionalidade se faz presente no espaço que “os nega” e indiretamente pelo objetivo político e ações de resistência perante as relações socioespaciais impostas. De tal modo que enquanto as ações da mídia e das administradoras dos *shopping centers* dizem que esses jovens não são bem vindos a esses espaços, as ações de resistência do movimento respondem: “Alô noticiários, vocês vão ter que me engolir, isso é direito do povo de poder se divertir” (Mc Chaverinho, “Rolezinho”, 2013).

Diante do ocorrido, em 2014, foi criada a Associação Rolezinho A Voz do Brasil, que tem como objetivo valorizar a cultura de juventude e a ocupação e o uso dos espaços públicos com segurança e respeito. Em parceria com a prefeitura de São Paulo, a Associação organizou eventos que valorizam a cultura de juventude em espaços públicos, como o Parque Ibirapuera e na comunidade. Esses eventos não foram noticiados pela mídia na mesma proporção dos encontros realizados nos *shopping centers*. Porém, ainda há a expectativa de retomar os encontros nesses espaços, estabelecendo parcerias com as administradoras, “um dia vamos conseguir ser bem recebido no *shopping*”. (ROLEZINHO, 2014).

Ao realizar os eventos em espaços públicos, o movimento extrapola o espaço de ação inicial. Se antes afirmavam aos demais consumidores dos *shopping centers* que eles também são membros da sociedade de consumo, ao utilizarem os espaços públicos também como espaços de ação, afirmam à cidade que também existem e além do reconhecimento nos espaços de consumo, buscam o reconhecimento na cidade, enquanto um “direito à cidade” mesmo que parcial. Parcial, porque o “direito à cidade” é a forma superior dos direitos que para conquistá-lo, perpassa por outras esferas, como o direito ao habitar e à liberdade, por exemplo. Fato esse que ressalta a importância dos demais movimentos como caminho para a transformação socioespacial e obtenção do direito à cidade em sua plenitude.

O direito à cidade se manifesta como forma superior dos direitos: direito à liberdade, à individualização na socialização, ao habitat e ao habitar. O direito à *obra* (à atividade participante) e o direito à *apropriação* (bem distinto do direito à propriedade) estão implicados no direito à cidade. (LEFEBVRE, 2013, p. 134).

Assim, no momento em que os jovens que compõem os *rolezinhos* se reúnem nesses espaços, tensionando as desigualdades socioespaciais no espaço mais simbólico da sociedade de consumo, ganham visibilidade devido à ação coletiva e tornam-se um movimento socioespacial enquanto agente que produz, consome e transforma o espaço que se reafirma como tal a cada ação de resistência e permanência diante das ações de

opressão tanto da mídia como das administrações dos *shopping centers*, lojistas e consumidores.

As possibilidades de transformação socioespaciais desse movimento se dão pelas práticas espaciais de cada sujeito que o compõe, sendo toda prática espacial uma prática social que materializa pelo deslocamento dos sujeitos pela cidade e que definirá a relação dos sujeitos com os lugares, é a partir dela que o sujeito se apropria do espaço. Ao tratarmos das práticas espaciais, a escala de análise é a do cotidiano. Sobre o cotidiano, Lindón (2006) propõe que este não seja considerado como fim, mas como algo que se realiza a partir da relação entre espaço e sociedade. Deste modo, não podemos reduzir o cotidiano a um simples receptáculo, é nele em que os sujeitos estão em constante processo de ressignificação que reflete em transformações socioespaciais.

A complexidade do cotidiano está na sua totalidade – considera os momentos da realização do trabalho, da vida privada, do lazer, do deslocamento e outros – e pela combinação entre a dimensão subjetiva, os espaços de vida, e a dimensão objetiva, representado pelos espaços do capital, “la vida cotidiana está enajenada y los espacios de vida sobre todo son los espacios del capital o los que el capital controla” (LINDÓN, 2006, p. 376), assim, as diferentes temporalidades cotidianas denotam o processo de reprodução do capital ao qual o cotidiano está subordinado. Dessa forma, as práticas socioespaciais que se realizam no cotidiano estão ligadas a uma ordem mais ampla e fortemente burocratizada. Mas a importância de considerarmos esse processo é que os sujeitos estão inseridos nessa lógica de formas desiguais, entretanto há uma ilusão de homogeneidade e essas diferenças são sentidas somente no cotidiano de cada um.

A vida cotidiana, nessa perspectiva, se definiria como uma totalidade apreendida nos momentos da realização do trabalho, da vida privada, do lazer, dos deslocamentos - todos a partir de espaços-tempos diferenciados e lugares onde a reprodução se realizaria. No plano da prática social, deparamo-nos com a instauração do *cotidiano*, enquanto construção da sociedade que se organiza segundo uma ordem fortemente burocratizada, preenchido por repressões e coações que tornam a vida a um só tempo atomizada e superorganizada, posto que campo da autorregulação voluntária e planificada. (CARLOS, 2011, p. 84).

Há ainda a intencionalidade em cada prática, resultante de ações propositivas e receptivas que atuam no processo de produção e transformação do espaço. A intencionalidade da relação que criou determinado espaço reduz a representação deste à sua unidimensionalidade, assim quando ocorrem relações distintas das iniciais há um tensionamento, reflexo das diferentes leituras socioespaciais dos sujeitos e foi o que ocorreu com os *rolezinhos*.

Essa determinação é uma *ação propositiva* que interage com uma *ação receptiva* e a representação do espaço como fração ou fragmento se

realiza. Assim, a *intencionalidade determina a representação do espaço*. Constitui-se, portanto, numa forma de *poder*, que mantém a representação materializada e ou imaterializada do espaço, determinada pela intencionalidade e sustentada pela receptividade. (FERNANDES, 2005, p. 275).

Assim sendo, o cotidiano apresenta dupla importância, a primeira enquanto dimensão das ações de luta e resistência, tanto nas ações coletivas como individuais e a segunda por também ser a dimensão em que se expressa às desigualdades socioespaciais. Nesse aspecto, uma característica fundamental desse movimento é que ao mesmo tempo em que exigem o reconhecimento e a visibilidade nesses espaços de consumo e, conseqüente, conquista parcial ao “direito à cidade”, esses jovens mantem e valorizam o *funk* ostentação como identidade cultural. Dessa forma, lutam pelo consumo do espaço e, sem necessariamente, consumir os mesmos produtos que os demais consumidores, com isso há o enfrentamento também cultural em busca da democratização dos espaços de consumo. Sendo assim, resistem e negam-se à homogeneização cultural tão característica dos *shopping centers* e esse fato mostra-se enquanto caminho para a transformação socioespacial. À vista disso, a ação coletiva enquanto unidade política é um recurso essencial para o movimento, porém o ato de estar nesses espaços, mesmo que individualmente, e mantendo suas características culturais – não é por que o jovem usa boné ou escuta *funk* que é mal intencionado - também é um objetivo político e uma ação de luta e resistência. Assim, podemos afirmar que esse é um movimento socioespacial do cotidiano.

Considerações Finais

Para compreendermos os *rolezinhos* enquanto movimento socioespacial do cotidiano perpassamos nossa análise pela conjuntura política, econômica e social do país. Desde os anos 2000, o Brasil tem passado por um período de intenso crescimento pautado em políticas de inclusão social e acesso ao crédito, tendo o consumo como elemento de inclusão. Em 2013, ocorreu uma série de manifestações de repercussão nacional e internacional, inicialmente, motivados pelos protestos organizados pelo MPL, em São Paulo, que reivindicavam a redução das passagens nos transportes públicos. Tanto esses protestos quanto os *rolezinhos* apresentam três características em comum: a articulação e organização por redes sociais, os protagonistas são jovens e denunciam as desigualdades vividas no cotidiano desses sujeitos.

Partindo do pressuposto de que os movimentos socioespaciais são agentes que produzem, consomem e transformam o espaço a partir das ações de luta, resistência e permanência, valorizando o espaço social, no qual é criado originalmente pela natureza e transformado continuamente pelas relações sociais e considerando: a) o poder de mobilização dos *famosinhos* nas redes sociais que se conformaram na ação coletiva dos *rolezinhos*; b) o *funk* ostentação como identidade cultural desses jovens; c) a materialização desses encontros no *shopping center*, principal representação do consumo atual, é simbólico porque é o espaço que “os nega”, denunciando as desigualdades socioespaciais desse espaço, mas que também influencia na construção da sua identidade; d) esse encontro evidencia e tensiona as desigualdades socioespaciais (re)produzidas por esses espaços; e) a valorização do consumo do espaço; f) há questões mais amplas como a luta de classes e questões étnico-raciais; g) as ações de luta e resistência desse movimento se dão pela presença da sua composicionalidade nesses espaços, ampliando a sua visibilidade e pelo objetivo político de questionar as relações socioespaciais impostas; h) o local de ação do movimento amplia-se do *shopping center* para espaços públicos, assim, esses jovens não exigem somente o reconhecimento do seu pertencimento na sociedade de consumo, mas também na cidade; i) apesar da ausência de uma articulação direta e de uma estrutura organizacional responsável por todos os *rolezinhos*, os primeiros encontros noticiados em São Paulo despertaram jovens de outras cidades a realizar *rolezinhos*. Podemos afirmar que os *rolezinhos* são um movimento socioespacial.

Em suma, os *rolezinhos* contestam a lógica de exclusão que é promovida pelos *shopping centers* que além de social é também cultural e combatem as relações socioespaciais impostas, a partir de ações coletivas de luta e resistência nesses espaços. Assim, as conquistas desse movimento não estão atreladas a reivindicar um território, mas democratizar os espaços de consumo, através da reivindicação do reconhecimento e da visibilidade destes enquanto membros da sociedade de consumo, ao mesmo tempo em que mantem sua identidade cultural atrelada ao *funk* ostentação. Nesse sentido, ao valorizar o consumo do espaço, mostram-se como caminho para a transformação socioespacial valorizando o valor de uso acima do valor de troca. Esse movimento é do cotidiano, pois é nessa dimensão que se dão as conquistas, mas também os tensionamentos e são as ações do cotidiano que evidenciam as desigualdades socioespaciais da sociedade atual e esse movimento simboliza uma denúncia ao processo que está ocorrendo.

Referências

- BAUDRILLARD, J. **A Sociedade de Consumo**. 2ª edição. Lisboa: Edições 70. 2010.
- BAUMAN, Z. **O mal-estar da pós-modernidade**. Tradução Mauro Gama e Cláudia Martinelli Gama. Rio de Janeiro: Zahar, 1998.
- BOURDIEU, P. **O Poder Simbólico**. Tradução Fernando Tomaz. 11ª Ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2007.
- CALDEIRA, T. **Qual a novidade dos rolezinhos?** Espaço público, desigualdade e mudança em São Paulo. *CEBRAP*. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/nec/n98/02.pdf>>. Acesso em: 28 nov. 2016.
- CARLOS, A. F. A. “Novas” contradições do espaço. In DAMIANI, A. L.; CARLOS, A. F. A.; SEABRA, O. C. de L. **O espaço no fim de século**: a nova raridade. São Paulo: Contexto, 1999, p. 62-74.
- _____. **A condição espacial**. São Paulo: Contexto, 2011.
- COSTA, E.; BARBOSA, J. L. Rolezinho: territórios e territorialidades em ciberculturas. **Revista do Programa Avançado de Cultura Contemporânea**, Rio de Janeiro, v. 1, ano XI, 2016. Disponível em: <<http://revistazcultural.pacc.ufrj.br/rolezinho-territorios-e-territorialidades-em-ciberculturas/>>. Acesso em: 28 nov. 2016.
- FERNANDES, B. M. Movimentos socioterritoriais e movimentos socioespaciais. **Observatório Social de América Latina**. V. 16, 2005, p. 273-284.
- HIATO. Direção de Vladimir Seixas. Rio de Janeiro: GumeFilmes. 2008. (20 min.). Online. Disponível em:<<https://www.youtube.com/watch?v=UHJmUPeDYdg>>. Acesso em: 02 mar. 2017.
- IANNI, O. **A era do globalismo**. 4ª edição. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1996.
- LEFEBVRE, H. **O direito à cidade**. 5ª edição. 4ª reimpressão. São Paulo: Centauro Editora. 2013.
- LINDÓN, A. Geografías de la vida cotidiana. In: HIERNAUX, D; LINDÓN, A (Orgs.). **Tratado de Geografía Humana**. Barcelona: Anthropos – UAM –I. 2006. p. 356 – 400.
- LÖW, M. O spatialturn: para uma Sociologia do espaço. **Tempo Social**, São Paulo, v. 25, n. 22, p. 17-34, Nov. 2013.
- MASSEY, D. Filosofia e política da espacialidade: algumas considerações. **GEOgraphia**, Rio de Janeiro, ano 6, n.12, p.7-23, 2004.
- PINHEIRO-MACHADO, R.; SCALCO, L. M. Rolezinhos: marcas, consumo e segregação no Brasil. **Revista de Estudos Culturais**. São Paulo, v.1, n. 1, 2014. Disponível em: <<http://www.revistas.usp.br/revistaec/article/view/98372/97108>>. Acesso em: 28 nov. 2016.
- ROLEZINHO Made in Periferia**. Produção de Beatriz de Souza Pusso; Claudia Stefanie Müller; Larisa Alves da Silva; Mariana Helena Ruy Ignácio; Nathalia Vanderley Lopes.

Coordenação da Profa. Dra. Ivete Cardoso Roldão. São Paulo: Laboratório de Imagem e Som do CLC (PUC-Campinas). 2014. (28'53"). Online. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=YkYWahmFqyU>>. Acesso em: 02 mar. 2017.

ROLEZINHOS do Funk. Direção de Caco Barcellos. São Paulo: Profissão Repórter. 2014. (28'51"). Online. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=m-ra8K0Hadc>>. Acesso em: 02 mar. 2017.

SAIBAM quem são os jovens dos rolezinhos. Reportagem de Giba Bergamim Jr.; Giuliana Vallone; Márcio Neves. São Paulo: TV Folha. 2014. (8'50"). Online. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=JMp-h54fweU>>. Acesso em: 02 mar. 2017.

SANTOS, M. **A Natureza do Espaço**: Técnica e Tempo, Razão e Emoção. 4ª edição. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2012.

_____. **O Espaço do Cidadão**. 7ª edição. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2012b.

SARLO, B. **A cidade vista**: mercadorias e cultura urbana. Tradução Monica Stahel. São Paulo: Editora Wmf Martins Fontes. 2014.

SOBREIRO FILHO, J. **Contribuição à construção de uma teoria geográfica sobre movimentos socioespaciais e contentions politics**: produção do espaço, redes e lógica-racionalidade espaço-temporal no Brasil e Argentina. 440 f. Tese (Doutorado em Geografia) - Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho, Presidente Prudente, 2016.

_____. Movimentos socioespaciais, socioterritoriais, manifestações e as redes sociais: das manifestações internacionais ao Movimento Passe Livre-SP. **Geographos**. [En línea]. Alicante: Grupo Interdisciplinario de Estudios Críticos y de América Latina (GIECRYAL) de la Universidad de Alicante, vol. 6, nº 73, p. 1-29.

SOUZA, J. Em defesa da sociologia: o economicismo e a invisibilidade das classes sociais. **Revista Brasileira de Sociologia**. Sergipe, v. 1, n. 1, 2013. Disponível em: <<http://www.sbsociologia.com.br/revista/index.php/RBS/article/view/2777>>. Acesso em 28 nov. 2016.

Recebido para publicação em 15 de dezembro de 2016

Devolvido para a revisão em 15 de fevereiro de 2017

Aceito para a publicação em 15 de setembro de 2017.