



## Comunicação, Educação e Consumo: Uma Reflexão Teórica e Conceitual sobre a MC Melody<sup>1</sup>

Ana Julia Germiné Coimbra<sup>2</sup>

Graduanda da ESPM-SP

### Resumo

Este artigo visa explorar questões que permeiam a infância, o consumo e a construção de identidade, a partir do caso da cantora de funk de nove anos, MC Melody, personalidade que repercutiu na mídia no ano de 2015, por cantar funk ostentação e apresentar traços de sexualização precoce durante seu trajeto midiático, na visão de algumas instâncias de nossa sociedade. Para isso, ancorados majoritariamente em uma pesquisa bibliográfica, articulamos autores como Baccega, Ariès, Alcântara e Guedes e Postman.

**Palavras-chave:** Comunicação e práticas de consumo; identidade; infância; Mc Melody;

Este artigo reflete a parte inicial de nossa monografia em desenvolvimento para o curso de graduação em Comunicação Social, com ênfase em Publicidade e Propaganda, pela ESPM. Portanto, nosso objetivo com este *paper* é apresentar a nossa reflexão teórica conceitual acerca dos eixos infância, identidade e consumo; apresentando algumas publicações no Instagram (rede social digital de compartilhamento de fotos) do nosso objeto de pesquisa, a funkeira MC Melody. Esse contexto antecede a análise do objeto e trazê-lo à discussão em um evento como o Comunicon representa uma oportunidade de adensar perspectivas que podem contribuir para o avanço de nossos trabalhos.

<sup>1</sup>Trabalho apresentado no Grupo de Trabalho 8 - Comunicação, educação e consumo, do 2º Encontro de GTs de Graduação - Comunicon, realizado dia 14 de outubro de 2016.

<sup>2</sup>Estudante do sétimo semestre do curso de graduação em Publicidade e Propaganda, da ESPM-SP. Artigo preparado sob a orientação da Profa. Rosilene Marcelino. E-mail: [anajuliagcoimbra@hotmail.com](mailto:anajuliagcoimbra@hotmail.com)



Julgamos oportuno apresentar a MC Melody, de quem depreendemos os questionamentos que levaram a optar pelo trabalho monográfico e pelo preparo deste artigo. A funkeira mirim Gabriela de Abreu, que atende pelo nome artístico MC Melody, é uma menina de 9 anos que, em Abril de 2015, foi alvo de um inquérito aberto pelo Ministério Público de São Paulo, por sexualização precoce, forte conteúdo erótico e apelos sexuais em suas performances. O Ministério afirma que os pais de Melody são suspeitos de violarem o direito, o respeito e a dignidade da menina, por permitirem que ela cante músicas obscenas, com alto teor sexual e fazendo poses sensuais<sup>3</sup>.

O caso de Melody repercutiu mundialmente, ganhando matérias em jornais do Reino Unido, Japão e Estados Unidos<sup>4</sup>, algo que pode ser justificado pelas imagens publicadas em sua página oficial do Facebook, criada por seu pai, Thiago de Abreu, que apresentam a menina em roupas e poses consideradas por esses veículos como adultizadas. Concomitantemente, a primeira música de sucesso da cantora foi lançada contendo os seguintes versos: “Pra todas as recalcadas aí vai minha resposta: se é bonito ou se é feio, mas é *foda* ser gostosa”. Após o lançamento da música, intitulada *Fale de Mim*, a popularidade da menina aumentou principalmente na internet, sendo que, somente na rede social *Facebook*, possui 1.588.088<sup>5</sup> seguidores, por exemplo.

Nas imagens abaixo, foi feito um compilado das fotos que o pai de Melody postava na página da filha no *Facebook*, para ilustrar uma entrevista<sup>6</sup> com a psicóloga Laís Fontenelle, do Instituto Alana, organização sem fins lucrativos que, ao seu modo, defende os direitos das crianças. Essa entrevista foi publicada durante o mês de maio de 2015 e se propunha a falar sobre como a sociedade de consumo erotiza crianças e as transforma em mini-adultos.

---

<sup>3</sup>Disponível em:

<[http://www.bbc.com/portuguese/noticias/2015/04/150424\\_salasocial\\_inquerito\\_mcmelody\\_rs](http://www.bbc.com/portuguese/noticias/2015/04/150424_salasocial_inquerito_mcmelody_rs)>

<sup>4</sup>Disponível em: <<http://www.dailymail.co.uk/news/article-3155812/The-disturbing-rise-sexualised-hip-hop-funkeiros-young-eight-followed-millions-Brazil.html>>

<sup>5</sup> Verificação feita em 11/05/2016

<sup>6</sup>Disponível em: <<http://www.brasilemfoco.com.br/arquivos/como-a-sociedade-de-consumo-erotiza-e-faz-das-criancas-mini-adultos>>



**Figura 1** - Fotos publicadas na página oficial do Facebook de Melody (2015)  
Fonte: <http://www.plox.com.br/sites/default/files/images/2015Abril/mc-melody.jpg>

Feita esta apresentação, agora nos voltamos para o objetivo deste artigo que é refletir de modo teórico conceitual a infância, a identidade e o consumo. Inicialmente, trazemos Postman (2002) por preocupar-se em discutir o desaparecimento da infância, que pode ser percebido pela ausência da presença infantil em sua mais pura essência na mídia. Consideramos importante ressaltar que as crianças estão sim presentes em programas televisivos, no mundo cinematográfico e nas redes sociais digitais, mas sempre retratados como miniaturas dos adultos, da mesma forma que ocorria nas pinturas dos séculos XIII e XIV (ARIÈS, 1981).

Esta transição da criança entre ser uma miniatura do adulto para um indivíduo com necessidades específicas e carente de cuidados especiais, pôde ser percebida por Ariès (1981) por meio da análise de obras de arte ao longo da história. Foi somente no século XVII que essas diferenças passaram a ser não só discutidas, como também tornaram-se explícitas nas obras de arte – instrumento importante, capaz de refletir um contexto histórico-social. Neste período, começaram a surgir retratos de crianças sozinhas, algo incomum no passado. Os retratos familiares organizavam-se de modo que a criança ficasse no centro da tela, com a família ao redor, item de importância



para que Ariès (1981) classificasse o período como aquele em que desenvolvimento da descoberta da infância foi solidificado.

As crianças televisionadas não são mais retratadas de maneira autêntica, sem a concepção da infância classificada por Momo (2007) como "moderna", o que leva à sensação de que "estamos passando agora por uma reorientação muito acelerada em nossas artes populares no que se refere à imagem das crianças. Estamos em via de exorcizar uma imagem bicentenária do jovem como criança e trocá-la pela imagética do jovem como adulto" (POSTMAN, 2002, p. 137), algo que podemos perceber na publicação feita por Melody em sua página no *Instagram*, em fevereiro de 2016, no qual aparece vestida como uma mini mulher adulta, como podemos ver abaixo:



**Figura 2** - Print da publicação feito em 11/05/2016.

Disponível em: <<https://www.instagram.com/p/BCFbwLzpqnE/>>

O post recebeu 2.774 curtidas até o dia 11/05/2016 e mais de 400 comentários, mas somente 7 aparecem nesta capturação de tela. Dentre os 7 comentários, 4 eram sobre a fragilidade da infância da menina, como o da usuária *majlari*, que diz: "um dia você vai se arrepender de não ter aproveitado de não ter sido uma criança!". Podemos perceber, que mesmo sendo pertencente ao quadrante de idade que a



classifica como uma criança, além de uma estrutura física que comprova o fato, Melody não é considerada um indivíduo alusivo à infância, justamente por sua aparência física e atitudes desvalidarem o discurso que permeia o conceito social do universo infantil (Ariès, 1981).

Justamente pela infância ser uma construção cultural, social e histórica, constantemente sujeita a mudanças, Alcântara e Guedes (2014) citam Momo (2007) na reflexão sobre este fato:

[A infância está]<sup>7</sup> inscrita em uma matriz de inteligibilidade que vê a contemporaneidade marcada por condições peculiares, imbricadas e implicadas naquilo que se tem sido amplamente conhecido como cultura pós-moderna; considera-se que grandes transformações têm alterado a forma de estarmos no mundo. Supõe-se que as condições culturais produzem infâncias distintas da infância moderna - ingênua, dócil, dependente dos adultos (2007, MOMO, p. 6)

Podemos depreender que os indicadores simbólicos da infância são proporcionais à infância e, portanto, estão sendo cada vez mais afetados pelo desaparecimento desta (POSTMAN, 2002). As roupas, os hábitos alimentares, os jogos infantis e as modalidades esportivas são alguns dos indicadores que cada vez mais escancaram a fusão entre o espaço adulto e o infantil. As crianças deixam de ter liberdade para serem espontâneas e estão inseridas em contextos formais que exigem um comportamento padrão. Brincar por brincar não é mais permitido, pois é preciso um propósito (ALCÂNTARA, GUEDES, 2014).

Diante dos ensinamentos apresentados por Alcântara e Guedes (2014), podemos refletir que são em questões como estas em que acontece a reflexão de que a televisão permite que enxerguemos a realidade social vivida por determinada sociedade. Da mesma forma podemos classificar as artes populares, que sempre são um reflexo desta mesma sociedade retratada pela mídia televisiva. O que ocorre, então, é que atualmente só temos contato com a versão idealizada da criança, pois é este o modelo que consideramos pertinente (POSTMAN, 2002). O mesmo ocorre com a versão tradicional do adulto, justamente pela idolatria ao estilo de vida que glorifica

<sup>7</sup> Trecho acrescentado para melhor compreensão de leitores deste artigo.





o "adulto infantilizado". Postman (2002) exemplifica a situação descrita acima fazendo uma analogia entre os programas de auditório e as salas de aula, "em que os competidores infantis são convenientemente recompensados pela obediência e precocidade" (POSTMAN, 2011, p. 141), pois "nossos valores e estilos da criança e os dos adultos tendem a se fundir." (POSTMAN, 2011, p. 142)

Na publicação abaixo, feita em março de 2016, Melody posta uma foto com a legenda "Já me vejo no futuro", apresentando uma comparação entre ela versus sua versão idealizada de *self*<sup>8</sup>, uma adolescente de 15 anos. Mais uma vez, um de seus seguidores comenta: "Sinto muito que você não possa se ver no presente e aproveitar a sua infância. Espero que a vida coloque alguém no seu caminho e te mostre que você ainda é uma criança."



**Figura 3** - Print da publicação feito em 11/05/2016.

Disponível em: <<https://www.instagram.com/p/BDjWRdDpqqC/>>

Todas as questões debatidas acima são consequências de uma sociedade que deixou de enfatizar as diferenças entre adultos e crianças, vivendo em "um estado da cultura com implicações contundentes da mídia e do consumo, que tem se

<sup>8</sup>O que Bauman chama de "eu idealizado" em seu livro *Aprendendo a Pensar com a Sociologia* (2001).



configurado de forma diferente da modernidade e produzido sujeitos distintos dos sujeitos modernos" (ALCÂNTARA; GUEDES apud MOMO, 2007, p. 7), o que acaba impactando principalmente na educação infantil. A escolarização aparenta ser apenas um dos passos para entrar no mercado, por questões que são inerentes à cultura americana, além de carregar um modelo pré-estabelecido nos séculos XVIII e XIX (GIDDENS, 2002).

Os modelos pré-estabelecidos pela mídia que são apresentados às crianças por meio de jogos, filmes, revistas e pela TV, disponibilizam um leque de novas possibilidades de ser. As crianças também são impactadas pelos novos meios de consumo, "que apontam sempre uma melhor forma de ser criança, tornando desejável a materialização dos produtos ilustrados e narrados por esses meios. (ALCÂNTARA; GUEDES, 2014, p. 42). Da mesma forma que a sociedade de consumo foi descrita por Bauman (2008) como vendável, as crianças também fazem parte deste sistema. Elas não só consomem como também são consumidas, o que requer constante modificação de seus corpos e subjetividades para serem consideradas parte da chamada sociedade de consumo.

O universo do consumo nos é apresentado como uma rede de significados capaz de complementar a história que construímos sobre quem somos, algo que é reforçado pelos nossos gostos. "Declarar o gosto é afirmação de identidade e estratégia de visibilidade, tomando parte de nossos rituais de encontro societal, de identificação e demarcação de diferença, nos quais por vezes se manifestam verdadeiros maníacos por declarar o gosto" (ROCHA apud LANDOWSKY, 2008, p. 124).

Achamos pertinente concluir os pensamentos acerca dos eixos aqui refletidos, reforçando o que Alcântara e Guedes (2014) escreveram sobre o fato de que a globalização trouxe mudanças no conceito de infância construído na modernidade, em que a criança passa a fazer parte da sociedade de consumo, devido ao intenso crescimento deste. Apesar das oscilações que o modelo vive,



A infância não deixa de ser o lugar e o espaço da criança. Este lugar está desenhado na sociedade globalizada, construído ao longo da história, em parte pela relação estabelecida desse mundo com o adulto, doutra de uma cultura infantil com identidade própria, construída a partir das interpretações e simbolizações do real produzidas pelas próprias crianças (ALCÂNTARA; GUEDES, 2014, p.113)

Percebemos nas ponderações aqui trazidas que, na contemporaneidade, ao falarmos de infância, que é constitutiva e constituinte de uma certa esfera de nosso conceito de campo cultural, precisamos observar todo um conjunto de relações sociais resultantes de variados atores, instituições e empresas (tanto públicas como privadas), que, em seus processos, engendram, produzem e fazem circular determinados bens simbólicos (BACCEGA, 2011).

Nas narrativas midiáticas – textuais e imagéticas – precisamos nos esforçar na direção de fazer uma leitura crítica dos sentidos oferecidos em variados veículos e plataformas (pensando na pluralidade do ecossistema comunicativo da atualidade). No bojo dessa cultura midiática, expressão cunhada por Kellner (2001), observamos um mundo apresentado de forma metonímica, em que determinadas partes podem nos ser apresentadas como um todo (BACCEGA, 2011).

Estamos diante de um mundo, como afirma Baccega (2011) editado, resultante de ininterruptas mediações. A essa opacidade, como pesquisadores, precisamos trilhar caminhos de investigação capazes de ajudar a criar condições plenas de interpretação e criticidade. Entendemos que os receptores são considerados, há muito, no Campo da Comunicação, como sujeitos ativos no processo comunicacional. A nossa preocupação ao estudarmos um caso como o da MC Melody reside em, para além das fronteiras acadêmicas, levar este debate para uma visão cada vez mais crítica da realidade apresentada na cultura midiática, para que os sujeitos signifiquem e ressignifiquem os sentidos oferecidos com maior plenitude e capacidade de problematização.

Não enxergamos com os exemplos aqui trazidos um fim da chamada infância, mas novos sentidos sendo colocados em circulação, provenientes de variadas





instâncias sociais, que, como sabido, sempre estão em luta para significar valores nos sujeitos.

Essa nova infância demonstra um mundo cujos contornos dos indivíduos diluem-se. De criança adultizada a adulto infantilizado depreendemos a certeza de que as fronteiras se ruíram. Não há mais estágios, pelo caso aqui apresentado, de um lado a outro, de uma suposta infância a uma suposta vida adulta. Existe um sujeito cambiante, cuja identidade assumida, em muitos momentos, pode parecer paradoxal, como nos aponta Hall (2005).

Melody, não é a Melody. Ela é a catalisadora de anseios de seus familiares, empresário, sociedade; ela é uma figura controversa na acepção do Alana, instituição, por nós, também considerada controversa. Melody carrega em si uma multidão – de gentes e de sentidos do que é ser criança – e reverbera para outras multidões ao postular-se nas diversas redes sociais, mesclando o seu ser criança a outros saberes do que é ser criança. São as chamadas mediações, de Martín-Barbero (2009).

Para finalizar, vimos nesse exemplo aqui trazido, os ensinamentos de Baccega (2011): Nessa realidade, apontada pela autora como mediada e mediatizada, assistimos, no caso Melody, o embate entre as agências socializadoras tradicionais, como a família, confrontando-se, com a mídia, também agência socializadora; como evidenciado nos anseios relatados em publicações-resposta de um público que a acompanha, apreensivos por sua adultização. Está justamente aí a dialogia pelo direito de significar apontado pela autora que gostaríamos de ratificar.

## Referências

Livros

ALCÂNTARA, Alessandra; GUEDES, Brenda. **Culturas infantis do consumo: práticas e experiências contemporâneas**. São Paulo, Pimenta Cultural, 2014.

ARIÈS, Philippe. **História Social da Criança e da Família**. Tradução de Dora Flaksman. 2ª edição. Rio de Janeiro, LTC, 1981.

HALL, Stuart. **A Identidade Cultural na Pós-modernidade**. 10ª ed. Rio de Janeiro: dp&a,



2005.

BACCEGA, Maria A. Comunicação/educação e a construção de nova variável histórica. In: CITELLI, Adílson O. e COSTA, Maria C. C. **Educomunicação: construindo uma nova área de conhecimento**. Ed. Paulinas: São Paulo, 2011

GIDDENS, Anthony. **Modernidade e identidade**. Tradução Plínio Dentzien. Jorge Zahar Editor, Rio de Janeiro, 2002.

POSTMAN, Neil. **O Desaparecimento da infância**. Rio de Janeiro, Graphia, 2002.

PRIORE, Mary. **História das Crianças no Brasil**. São Paulo, Contexto, 5ª edição, 2006.

#### *Sites*

MEDEIROS, Beatriz. **MC Melody, de 8 anos, causa polêmica e pai defende: "É só porque ela canta funk"**. Fonte. Disponível em <<http://extra.globo.com/noticias/brasil/mc-melody-de-8-anos-causa-polemica-pai-defende-so-porque-ela-canta-funk-15737518.html>>. Acesso em: 11 / 03 / 2016.

NUNOMURA, Eduardo. **O Funk Ostentação Virou Documentário**. Fonte. Disponível em <<http://farofafa.cartacapital.com.br/2012/11/13/o-funk-otentacao-virou-documentario/>>. Acesso em: 9 / 03 / 2016.

PROVENZANO, Fabrício. **Mc Melody, de 8 anos, fatura até R\$ 40 mil ao mês com carreira polêmica**. Fonte. Disponível em <<http://extra.globo.com/noticias/brasil/mc-melody-de-8-anos-fatura-ate-40-mil-ao-mes-com-carreira-polemica-15913882.html/>>. Acesso em: 4 / 03 / 2016.