

## MC Melody e MC Brinquedo: infância e gênero nas narrativas dos funkeiros mirins no YouTube

### Childhood and gender in the narratives of the young *funkeiros* on YouTube<sup>1</sup>

VANESSA ESTEVAM CARLOS MONTEIRO

vanessaestevamm@gmail.com

Laboratório de Pesquisa da Relação Infância Juventude e Mídia (LaGrim) - Universidade Federal do Ceará

LÍDIA SORAYA BARRETO MARÔPO

lidia.maropo@ese.ips.pt

Escola Superior de Educação do Instituto Politécnico de Setúbal e Centro Interdisciplinar de Ciências Sociais – Universidade Nova de Lisboa (CICS.NOVA)

INÊS VITORINO SAMPAIO

inesvict@gmail.com

Programa de Pós-Graduação em Comunicação do Instituto de Cultura e Arte da Universidade Federal do Ceará

---

<sup>1</sup>Este artigo foi escrito segundo a variante do português brasileiro com acordo ortográfico.

## Resumo

Este artigo discute as narrativas audiovisuais dos *funkeiros* mirins MC Melody e MC Brinquedo no YouTube com o objetivo de refletir sobre a imagem infantil que os dois *youtubers* mirins *funkeiros* projetam e quais as diferenças de gêneros que evidenciam. Descrevemos quatro conjuntos de elementos sobre uma amostra intencional de três vídeos de cada um dos artistas: dados gerais, elementos da estória, recursos da narrativa e características da edição. Para analisar de forma exploratória as interações da audiência, consideramos os dados de visualização, avaliação (gostei e não gostei) e os comentários (elogios e críticas). Levamos em conta as desigualdades de gêneros evidenciadas pelos discursos midiáticos e pela cultura digital, o contexto periférico em que o *funk* se desenvolve e a infância como construção social. Neste enquadramento, a expressão infantil na música e na dança evidencia-se tanto como potência disruptiva, como submetida à mimética da cultura patriarcal e aos limites da lógica empresarial. Sexo e dinheiro são temas centrais dos vídeos, que desafiam o ideal da infância como um período de inocência e dependência. O público critica a *performance* erotizada de MC Melody, mas poupa MC Brinquedo, que apresenta conteúdo sexual mais explícito, o que evidencia permissões e interditos condicionados por seus respectivos gêneros.

## Palavras-chave:

Funk; Infância; Gênero; YouTube; Crianças.

## Introdução

Expressão cultural fundamental nas favelas cariocas (Sneed, 2008; Herschmann, 2005), o *funk* tornou-se um dos maiores fenômenos de massa do Brasil (Facina, 2009), tendo um significado especial para milhares de jovens que o tomam como uma forma de expressão cultural e/ou vêm a exploração comercial do ritmo como uma possibi-

## Abstract

This article discusses the audiovisual narratives of the *funkeiros* mirins MC Melody and MC Brinquedo on YouTube with the purpose of reflecting on the childhood image the two young *youtubers* *funkeiros* design and what differences of genres they show. We describe four sets of elements on an intentional sample of three videos from each of the artists: general data, story elements, narrative features and editing features. To explore the interactions of the audience in an exploratory way, we consider the data for viewing, evaluation (likes and dislikes) and comments (praise and criticism). We take into account the gender inequalities evidenced by media discourses and digital culture, the peripheral context in which *funk* develops and childhood as a social construction. In this context, the children's expression in music and dance is evidenced both as a disruptive power and as subject to the mimetic of patriarchal culture and to the limits of business logic. Sex and money are central themes of the videos, which challenge the ideal of childhood as a period of innocence and dependence. The audience criticizes the eroticized performance of MC Melody, but it saves MC Brinquedo, which presents more explicit sexual content, showing different permissions and interdicts conditioned by their respective genders.

## Key concepts:

Funk; Childhood; Gender; YouTube; Children.

lidade de ascensão econômica.

Há dez anos o *funk* já movimentava 10 milhões de reais por mês<sup>2</sup>, somente no Rio de Janeiro (FGV, 2009), promovendo constantemente novos artistas, incluindo também crianças, num gênero musical

---

<sup>2</sup> Aproximadamente 2 milhões e 300 mil euros no câmbio de julho de 2019.

marcado por forte estigmatização devido a acusações de associação à criminalidade, à violência urbana e à dissolução moral (Facina, 2009). Enquadramentos que tendem a desqualificar a potência disruptiva do *funk*, como forma de expressão.

Neste contexto, o *funk* tem alimentado no Brasil disputas sobre as concepções circulantes acerca da experiência do que é ser criança (Tomaz, 2016). Compreendendo a infância não como um período natural da vida, mas como uma construção social que pode ser questionada e reconfigurada, os chamados *funkeiros* mirins desafiam os pressupostos da chamada infância moderna, caracterizada pela inocência, dependência e escolarização das crianças, que se tornam alvos de intensos cuidados e investimentos por parte da família nuclear (Áriès, 1981). Originários principalmente de meios sociais periféricos, utilizam o YouTube, a maior plataforma de compartilhamento de vídeos do mundo (Statista, 2017), para expressarem um tipo de música e de dança que não passa pelas autorizações formais das escolas e cursos preparatórios aos quais, em regra, não teriam acesso, assim como para conquistar fama e dinheiro.

Esta popularidade é envolta em controvérsias que incluem comentários agressivos nas redes sociais, repercussões midiáticas e interven-

ções do Ministério Público, devido a denúncias de que a atividade se constituiria numa exploração do trabalho infantil e de que as letras de cunho sexual não seriam aceitáveis durante a infância. Tais polémicas são fortemente marcadas por desigualdades de gênero, já que as denúncias de sexualidade precoce dirigem-se especificamente às meninas *funkeiras*, enquanto os meninos são caracterizados como ‘mitos’ num sentido positivo (Tomaz, 2016: 96).

Nesta perspectiva, este artigo se propõe a analisar de forma comparada a *performance* no YouTube de Gabriella Abreu Severino (MC Melody, 10 anos) e Vinicius Ricardo de Santos Moura (MC Brinquedo, 15 anos)<sup>3</sup>, dois dos mais populares *funkeiros* mirins do Brasil. De modo exploratório, analisamos também as interações do público com estes produtos audiovisuais, por meio dos dados de visualização e comentários dos vídeos selecionados. O objetivo central é refletir sobre as concepções de infância que estes vídeos promovem e sobre as diferenças de gênero que evidenciam nas suas narrativas e na forma como são vistos pela audiência.

---

<sup>3</sup> Idades referentes ao ano de 2017.

### **Infância, *funk*, gênero e YouTube**

A categoria da infância é uma construção social que vem se transformando ao longo do tempo, conforme mudanças econômicas e sociais (Buckingham, 2007). Nas sociedades modernas, prevalecem os discursos que fortalecem o ideal romântico da infância como um tempo de inocência e dependência separado da vida adulta (Ponte, 2007). No século XX, a mobilização em favor dos direitos das crianças começa a questionar este ideal e faz emergir uma nova concepção da infância. Nesta perspectiva contemporânea, as crianças são vistas como atores sociais, sujeitos de direitos, com capacidade para moldar as suas vidas cotidianas (Thorne in Zelizer, 1994) e produzirem cultura, como postulado pela sociologia da infância e pela Convenção sobre os Direitos da Criança (Corsaro e Eder, 1990; Sarmiento, 2002; Pasquier, 2008).

As transformações nas experiências diárias das crianças também contribuem para que haja mudanças na forma dominante de se ver a infância. O acesso das crianças às novas tecnologias e consequentemente a informações antes disponíveis somente para os adultos, por exemplo, contribui para que as fronteiras entre o mundo adulto e o

infantil se tornem mais difusas (Meyrowitz, 1985; Buckingham, 2007).

Buckingham (2007) salienta três características do novo cenário midiático que contribuem para este processo: proliferação (multiplicação dos dispositivos comunicacionais por meio do aumento do número de mídias e do modo de distribuição), acesso (ampliação no acesso e na forma de se relacionar com as tecnologias que possibilitam aos jovens desempenhar um papel muito mais ativo como produtores culturais) e convergência (fluxo de conteúdos através de múltiplas plataformas de mídia, cooperação entre inúmeros mercados midiáticos e comportamento migratório dos públicos, que vão a qualquer parte em busca das experiências de entretenimento que desejam). Os consumidores tornam-se também produtores de conteúdo, fazendo parte da chamada cultura participativa (Jenkins, 2009), que é, por sua vez, observada e valorizada pelo mercado de acordo com os seus propósitos.

No YouTube, a participação de crianças e adolescentes, como produtores de conteúdo ou audiência, é bastante expressiva. O Brasil é o segundo país em consumo do YouTube (Statista, 2017), com grande destaque para a adesão dos mais novos. Entre os 100 canais de maior

audiência na plataforma no país, 48 abordam conteúdos direcionados ou consumidos por crianças (0 a 12 anos) (Corrêa, 2016).

Para Félix (2016), o YouTube aproveitou o distanciamento da televisão em relação à juventude em um contexto no qual a interatividade vem ganhando força, instituindo novas opções comunicativas e formas de participação. Assim como no YouTube, no mundo do *funk* há uma grande aproximação entre criação e fruição, pois muitos frequentadores dos bailes e consumidores da indústria *funkeira* são também criadores (Facina, 2009). A autora assinala a facilidade de muitos jovens de periferia para cantar e compor *funks*, “uma junção de tradições musicais afrodescendentes brasileiras e estadunidenses” (Facina, 2009: 02). Os jovens descobriram que os recursos eletrônicos disponíveis podem ser utilizados criativamente para elaborar músicas simples, rudimentares, diretas, mas capazes de cativar milhares de fãs (Herschmann, 1998).

O *funk* começou a ser executado com mais frequência em rádios brasileiras nos anos 2000, com destaque para letras de cunho sexual – incluindo termos considerados de baixo calão em referência às mulheres: “cachorra”, “piranha”, “vadia”, “potranca”, “popozuda” e “tchutchuca”. Este novo estilo ficou popularmente conhecido como

*funk* proibidão. É nesse período que o gênero ganha representantes do sexo feminino, como Tati Quebra Barraco e Deize Tigrona (Sá e Cunha, 2014), que promovem o chamado *funk* sensual e acendem o debate sobre oportunidades de emancipação sexual por um lado (Lyra, 2007) e acusações de degradação moral de outro.

Nos últimos anos emerge o chamado *funk* ostentação, inspirado no *rap* e *hip hop* norte americanos e caracterizado pela exaltação do consumo de objetos de valor e grifes da moda, como um reflexo do estilo de vida do sujeito que superou (ou deseja superar) a pobreza da periferia ao exibir o seu novo *status* e poder econômico (Pereira, 2015).

É neste contexto que surgem os *funkeiros* mirins, crianças cujas expectativas de futuro são fortemente condicionadas - a exemplo de outras vivências infantis contemporâneas - pela classe social, raça e gênero (Wells, 2015).

Crianças das classes populares encontrariam no *funk* uma maneira rápida de ascensão social (Juarez Dayrell, 2005). Neste sentido, os MC<sup>4</sup> têm sua imagem associada a bens de consumos como tênis,

---

<sup>4</sup> O *Cambridge Dictionary* define de forma lacônica MC como “mestre de cerimônias”. Disponível em <https://dictionary.cambridge.org/pt/dicionario/ingles/mc>. No

bonés, telefones celulares, anéis, cordões e relógios dourados. Além destes objetos conectados com o chamado *funk* ostentação, a música de algumas destas crianças também é marcada por letras de cunho sexual, o que tem gerado inúmeras controvérsias públicas que envolvem, de forma destacada, MC Melody.

Ao analisar os comentários à reportagem “Sexualização de MC Melody reacende discussão sobre funkeiros mirins”, veiculada pelo perfil do programa Domingo Espetacular<sup>5</sup> (Rede Record) no YouTube, no dia 28 de abril de 2015, Tomaz (2016: 94) identificou “uma disputa para definir o que é a infância, ou ainda, que práticas seriam adequadas e cabíveis para essa fase da vida”. Para a autora, estes discursos revelam continuidades e rupturas com o que conhecemos

---

entanto, encontramos uma definição mais adaptada ao contexto do *funk* no *Urban Dictionary*: mestre de cerimônias ou controlador de microfones; um rapper que seja o anfitrião de um evento. Disponível em

<https://www.urbandictionary.com/define.php?term=MC>. O termo é amplamente utilizado no Brasil em referência aos cantores de *funk*.

<sup>5</sup> O programa é um dos líderes de audiência aos domingos na televisão brasileira. Em seu *site*, a Rede Record afirma que é “voltado para a informação e o entretenimento de toda a família” e define-o como “uma revista eletrônica com conteúdo relevante sobre os mais distintos segmentos, com notícias sobre o Brasil e o mundo”. Disponível em <https://recordtv.r7.com/domingo-espetacular/saiba-mais-sobre-o-programa-domingo-espetacular-13092018>

por infância moderna e podem ser classificados em três categorias: infância imaginada (a prática de Melody de cantar e dançar *funk* desvirtuaria o ideal da infância moderna civilizada), infância vigente (negocia os ideais da infância moderna com o contexto da *funkeira* mirim, neste sentido o seu trabalho é visto como uma oportunidade de mobilidade social, embora deva ser adaptado à sua condição de criança) e infância emergente (narrativas que reconhecem Melody não só como uma criança a ser protegida, mas como um sujeito de vontades que, assim como os adultos, precisa ser e existir no mundo).

Uma petição no *site* Avaaz (2015) reuniu mais de 25 mil assinaturas solicitando intervenção e investigação de tutela da menina. O Ministério Público (MP) solicitou que o pai e empresário de Melody assinasse um termo de ajustamento de conduta que prevê, entre outras medidas, a retirada de expressões pornográficas de suas músicas e a garantia de que a cantora usaria roupas consideradas adequadas à sua idade. Além disso, o MP proibiu Pedro Tempester, o MC Pedrinho, 13 anos, de cantar letras obscenas e de realizar *shows* noturnos. Músicas de outros *funkeiros* mirins, incluindo MC Brinquedo, também têm sido alvo de investigações (O Globo, 2016 e Senra, 2015b).

No entanto, a grande visibilidade das polémicas em torno de MC Melody gerou controvérsias em relação às diferenças de tratamento conforme o gênero dos *funkeiros* mirins. Segundo fontes referidas pela BBC Brasil (Senra, 2015b), que afirma que Melody chegou a ser o assunto mais procurado por brasileiros no Google em abril de 2015, as críticas de que é alvo seriam motivadas pela sua condição feminina. A cantora, segundo a notícia, não usa palavrões, referências a drogas ou sexo explícito, no entanto, crianças *funkeiras* do sexo masculino que cantam letras com alusões sexuais evidentes não são alvo da mesma desaprovação pública.

Diversos autores denunciam a promoção das desigualdades de gênero na infância por parte da cultura midiática contemporânea. Projansky (2014) afirma que a mídia oscila entre a adoração e o desdém pelas meninas, que são alvo de forte espetacularização e de uma versão estreita do que é desejável e aceitável. Para Louro (2008), a mídia, em suas diversas configurações, é mais uma instância de difusão de normatividade de gênero que induz as meninas a determinados modos de ser e de viver. Banet-Wieser (2011) identifica novos espaços para a expressão feminina infantil na cultura digital, mas ressalta que esta constrange a roteiros pré-estabelecidos de feminilidade,

beleza e sensualidade. Em uma sociedade patriarcal como a brasileira (Del Priori, 2014), as questões de gênero sobressaem como objeto de disputas políticas centrais no país, repercutindo em acontecimentos recentes como o *impeachment* da presidente Dilma Rousseff, o assassinato da vereadora Marielle Franco e a resistência expressa no movimento “Ele Não”<sup>6</sup>. A problematização dos discursos com enfoque de gênero torna-se, portanto, um imperativo.

Tendo em atenção estas marcas de gênero, o contexto social em que o *funk* se desenvolve e levando em consideração a infância enquanto construção social, apresentamos a seguir o desenho metodológico do estudo.

### **Escolhas metodológicas**

Realizámos uma análise comparada entre uma seleção de três vídeos de Gabriela Abreu (MC Melody, 10 anos) e de Vinícius Ricardo dos Santos Moura (MC Brinquedo, 15 anos). Os seis vídeos, analisados no seu ambiente de origem, o *site YouTube*, foram escolhidos segun-

---

<sup>6</sup> O Movimento #EleNão teve enorme repercussão na sociedade brasileira em 2018. Articulando-se com outros segmentos sociais como o LGBTQ+, defendia a igualdade de gênero, a diversidade e a democracia, em contraposição às posições defendidas pelo, então, candidato Jair Bolsonaro. Neste contexto, segundo o jornal El País (em português), foram organizados os maiores protestos liderados por mulheres no Brasil. Disponível em <https://bit.ly/2RfruRZ>

do os critérios abaixo.

1. O primeiro vídeo postado: “MC MELODY MENINO DE LUXO” (07.03.2014) e “Kl produtora medley mc kevinho; mc changa, mc 2k, mc tekinho, mc brinquedo, mc nego bam, mc kayak, mc manu” (19.02.2014).

2. O vídeo que obteve maior repercussão midiática (segundo o Google notícias): “BANG - ANITTA VERSÃO MELODY (PÂNICO CLIPE OFICIAL)” (25.10.2015), no qual a cantora mirim faz uma versão dublada da popular música da *funkeira* Anitta, e “MC 7belo e MC Brinquedo Sabe que dia é hoje Semana Maluca” (18.11.2014), que foi notícia porque a cantora islandesa Bjork *tocou* trechos da música enquanto atuava como DJ numa festa em Nova Iorque (O Globo, 2015).

3. Videoclipe representativo da produção recente de cada um dos *funkeiros* mirins: “FALE DE MIM - MELODY (PÂNICO CLIPE OFICIAL)” (25.10.2015) e “MC Brinquedo - Roça Roça 2 (Kond-Zilla)” (11.05.2016).

Realizamos um sistema de tabulação no qual são descritos quatro conjuntos de elementos dos vídeos, conforme adaptação da proposta original de Menegon (2013). 1. Dados gerais: identificação (MC

Melody ou MC Brinquedo), título do vídeo conforme é apresentado no YouTube, data de publicação do vídeo no YouTube, data em que fizemos o *download*, canal que postou o vídeo e duração do mesmo; 2. Elementos da estória: personagens e as ações que desenvolvem, tema da estória, trama principal, letra da música, objectos que compõem o vídeo e as suas funções dentro da narrativa e lugares onde foi gravado o vídeo; 3. Recursos da narrativa: movimento de câmara (primeiro plano, plano intermédio, plano de fundo), progressão temporal (eventos contínuos ou fragmentados narrados segundo a alternância ou a repetição das cenas), sintaxe narrativa (resumo do que é exposto no vídeo) e caracterização da personagem principal (descrição de como os personagens se apresentam para a câmara, incluindo vestuário, cabelo e maquiagem); 4. Características da edição: efeitos especiais (apresenta imagens manipuláveis por meio de programas gráficos) e composição das cenas principais (elementos que são sobrepostos às imagens como legendas e os sons incidentais).

De forma exploratória, analisamos também a audiência desses vídeos. Consideramos os dados de visualização, avaliação (gostei e não gostei) e os comentários (registramos elogios e críticas) para refletir sobre as tendências mais relevantes.

Essas informações ajudaram a reunir elementos para responder às seguintes questões: a) Que tipo de imagem infantil os dois *youtubers* mirins *funkeiros* fortalecem? b) Que fatores contribuem para o tipo de imagem que projetam? c) Quais as diferenças de gêneros implicadas no processo de construção das imagens dos dois *funkeiros* no YouTube? d) Como a audiência interage com os vídeos expressando aprovação ou desaprovação às *performances* dos *youtubers*?

Nossa proposta é analisar comparativamente as narrativas dos vídeos selecionados, levando em consideração de forma prioritária a imagem infantil que os dois *youtubers* mirins *funkeiros* constroem e as diferenças de gênero que evidenciam.

### **MC Melody e MC Brinquedo: infância e gênero no YouTube**

Os primeiros vídeos de MC Brinquedo e MC Melody postados na plataforma YouTube são produções extremamente amadoras. As gravações apresentam deficiências de som e iluminação, são feitas de forma contínua, sem corte, montagem ou efeitos especiais e em cenários caseiros – Melody aparenta estar no seu próprio quarto e Brinquedo em uma sala da produtora.

Os dois vídeos corroboram a proposta inicial do YouTube de eliminar barreiras técnicas e possibilitar que usuários compartilhem suas

produções audiovisuais. Ajudam também a compreendermos como os dois MC surgiram no mundo artístico: sem investimentos ou estrutura profissional.

Figura 1 - Primeiros vídeos de MC Melody e MC Brinquedo



Fonte: YouTube

MC Brinquedo, na época com 12 anos, aparece acompanhado de outros *funkeiros* adolescentes ou jovens adultos do sexo masculino e, ao final, também de uma jovem *funkeira*. De forma improvisada, entoam letra com teor sexual, por vezes, explícito: “ahhh, eu vou gozar”. A composição utiliza palavras que remetem ao universo infantil, mas que fazem referências à prática de sexo: “vamos ver se essa boneca é profissional/ Vai coçar o meu brinquedo e o bonde da Vila Natal”. Em outro trecho, há referências ao sexo oral: “quando tu for [*sic*] mamar, não pode morder!”.

No seu primeiro vídeo disponível no YouTube, MC Melody, na épo-

ca com 6 anos, canta sozinha “Menino de Luxo”, música de seu pai e também produtor, MC Belinho. Acompanhada de um violão, que toca de forma extremamente rudimentar, Melody está sentada numa cama com uma colcha cor-de-rosa com motivos infantis. A letra faz referências ao estilo luxuoso de vida da personagem do título, que inclui carros e bebidas importados e camarotes exclusivos em festas para chamar atenção por onde passa e conquistar popularidade entre as mulheres: “quando nós chega [sic] elas piram, cresce os olhos, ficam louca/ Querem conhecer meu mundo, me cobiçam feito louca”.

Nestes primeiros vídeos, ambos já se apresentam de forma desinibida perante a câmera. MC Brinquedo se diferenciava dos demais MC por sua postura expansiva, dançando de maneira mais desembaraçada e sensualizada. Sem produção de roupa, cabelo ou maquiagem, MC Melody transmite espontaneidade na maneira como se move e como olha diretamente para a câmera.

Os vídeos dos dois MC com maior repercussão midiática apresentam um maior investimento de produção. Ambos foram gravados em estúdio, em fundo branco e, embora não façam uso de objetos em cena, apresentam um trabalho elaborado de edição. A câmera está

posicionada de modo fixo, com foco nas ações dos personagens principais. Nos dois vídeos, as imagens aparecem de forma fragmentada, ou seja, são montadas a partir da alternância das cenas.

Figura 2 – MC Melody e MC Brinquedo interpretando *Bang* e *Sabe que dia é hoje*



Fonte: YouTube

MC Melody dubla a música “Bang”, da cantora Anitta, imitando a sua atuação acompanhada por duas dançarinas adultas. O vídeo foi produzido pela equipe do programa “Pânico na Band”<sup>7</sup>, usando os

<sup>7</sup> Programa humorístico de grande audiência, exibido entre 2012 e 2017 na emissora Band, acusado frequentemente de fazer um humor de mau gosto, com recurso a estereótipos e sensacionalismo.

mesmos recursos do videoclipe original, que mistura cenas reais e animação. À semelhança de Anitta, a menina utiliza salto alto, roupa preta com decote e maquiagem bem marcada, dançando de modo provocante, sensual e desafiador. A música narra a estória da personagem que utiliza apelos sensuais para conquistar: “vem na maldade, com vontade/Chega, encosta em mim/Hoje eu quero e você sabe que eu gosto assim... E, pra te dominar, virar tua cabeça/Eu vou continuar te provocando/E, pra escandalizar/Dar a volta por cima/Não vou parar, até te ver pirando”. A letra inclui a onomatopeia “uh, uh, uh, uh, uh”, que é utilizada para dar ritmo, mas também pode ser interpretada como uma alusão a gemidos durante o ato sexual.

Por sua vez, MC Brinquedo canta e dança ao lado de MC 7 Belo e de outros MC da KL Produtora como personagens secundários. Sem camisa e exibindo o cabelo pintado de azul e rosa, MC Brinquedo apresenta uma coreografia que parece espontânea, não ensaiada, misturando movimentos sensuais e caricatos. Com uso de expressões de baixo calão, a letra inclui referências explícitas ao sexo: “hoje você quer foder?/é o brinquedo!/objeto delas! Sabe que dia é hoje?/é dia de tacar piru em você!/sabe que dia é hoje?/é dia de tacar piru em você!/quando tu for sentar, pode gemer/quando tu for mamar, não

pode morder!”.

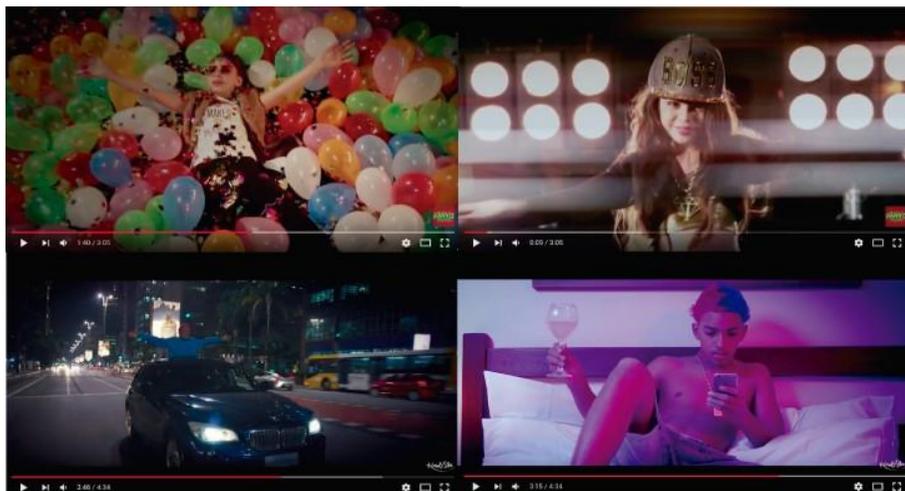
Figura 3 - Elementos infantis no videoclipe “Fale de mim” – MC Melody



Fonte: YouTube

O vídeo da produção recente de MC Melody apresenta a música ‘Fale de mim’ que é uma espécie de desabafo para quem a critica: “fale bem ou fale mal/Mas fale de mim/Eu não tenho culpa se você não é feliz/Eu entendo as recalcada [sic]/Que me ofendeu [sic]/Se eu fosse elas também queria ser eu”. A letra celebra a sua fama e sucesso, enquanto Melody se apresenta rodeada de elementos infantis (urso de pelúcia, bolhas de sabão, borboletas, balões e balanço) e objetos que representam ostentação e *glamour* (cordões de ouro, boné escrito “BOSS”, casaco de pele, óculos escuros). Este vídeo também foi produzido pelo Programa Pânico, da emissora Band, onde Melody se apresentou várias vezes, e é resultado de um trabalho profissional de produção audiovisual.

Figura 4 - Elementos de ostentação compondo os videoclipes



Fonte: YouTube

O vídeo da produção recente de MC Brinquedo no YouTube apresenta um enredo em formato tradicional, com apresentação, desenvolvimento, clímax e desfecho. MC Brinquedo interpreta um personagem que trabalha duro no campo, enquanto é esnobado pela mulher que deseja. Depois que encontra uma pepita de ouro, vai para a cidade, começa a ostentar o dinheiro e reencontra a mulher. Os dois dormem juntos, mas ele acorda cedo e deixa uma enxada no seu lugar na cama. A letra da música enaltece a riqueza e critica a postura

interesseira da personagem feminina. “Olha a novinha que não me queria/E hoje ela quer, quer, quer/ Que eu vim da roça/Mas venci na vida/E não tô a pé, né, né, né/Interesseira colou do meu lado/Pra ver qual que é, é, é”. O vídeo é gravado em vários cenários, com produção, fotografia e edição profissionais.

Além das narrativas analisadas acima, o contexto de recepção no qual os vídeos estão inseridos apontam diferenças na forma como a audiência constrói sentidos sobre as atuações de MC Melody e MC Brinquedo.

O primeiro vídeo de Melody é também o que tem menos visualizações: 16.873. Por outro lado, apesar da produção também amadora, o primeiro vídeo de MC Brinquedo conseguiu chegar a um público bastante mais vasto, com 200.395 visualizações, talvez por identificar no título o nome de vários MC, o que promove mais resultados nas ferramentas de busca.

No entanto, salientamos nestes primeiros vídeos a discrepância entre as avaliações “gostei” e “não gostei” dos dois MC. Apesar do número de avaliações ser pouco representativo diante do número de visualizações, é importante notar que MC Melody tem três vezes mais “não gostei” (635) do que “gostei” (210). Vale ressaltar, ainda, o

tom fortemente depreciativo de boa parte dos comentários, incluindo xingamentos como “puta”, “retardada” e “analfabeta”. O vídeo de MC Brinquedo, por outro lado, tem quase 25 vezes mais “gostei” (1220) do que “não gostei” (50). Nos comentários, também são muitas as observações negativas sobre a qualidade da música e sobre a atuação dos *funkeiros*, mas somente uma personagem recebe quantidade significativa de críticas diretas: MC Manu, a única menina que se apresenta no vídeo.

Apesar da visibilidade midiática da música “Sabe que dia é hoje?”, o vídeo “MC 7belo e MC Brinquedo Sabe que dia é hoje Semana Maluca” tem uma repercussão modesta no YouTube, com 55.561 visualizações, especialmente se compararmos com BANG - ANITTA VERSÃO MELODY (PÂNICO CLIPE OFICIAL), que ultrapassou 9 milhões de visualizações. Produzido e veiculado pelo canal do YouTube do programa Pânico, da TV Bandeirantes, esta paródia de Melody à música de Anitta suscitou um número inferior de “gostei” (69.737) em relação ao número de “não gostei” (75.985). As dezenas de comentários são na quase totalidade negativos, incluindo inúmeros exemplos de linguagem agressiva: “parece uma lacraia”; “coitada dessa idade já tem problemas mentais”.

As críticas referem frequentemente uma má atuação de Melody, mas alegam principalmente que a idade da menina não seria adequada para dançar de maneira sensual e usar roupas consideradas adultas. Por outro lado, os comentários no vídeo de MC Brinquedo são em grande parte positivos, não há qualquer referência à desadequação da idade deste ou dos outros MCs para cantarem músicas de conteúdo explicitamente sexual.

Os vídeos mais populares dos dois *funkeiros* mirins são também os que têm a produção mais cuidada. “MC Brinquedo - Roça Roça 2 (KondZilla)” atingiu 122 milhões de visualizações, com um número de “gosto” (851.206) mais de dez vezes superior ao de “não gosto” (81.889). Os comentários são frequentemente irônicos e irreverentes, mas raramente criticam diretamente a *performance* de MC Brinquedo.

Com uma repercussão bem mais modesta, “FALE DE MIM - MELODY (PÂNICO CLIPE OFICIAL)” tem mais de 15 milhões de visualizações e é o único - dos três vídeos de Melody aqui analisados - no qual o número de “gosto” (213.894) ultrapassa (duas vezes) o número de “não gosto” (107.455). Nos comentários, há um maior equilíbrio entre apreciações positivas e negativas. A idade de Melo-

dy, avaliada como inadequada em relação ao conteúdo das suas músicas e à sua performance pública, é novamente o foco principal das críticas.

### **Reflexões finais**

Os vídeos analisados abordam duas temáticas centrais: sexo e/ou dinheiro, refletindo respectivamente os subgêneros do *funk* conhecidos popularmente como “proibidão” e “ostentação”. Encontramos exemplos de exaltação ao consumo de objetos de valor e ao elevado estatuto social associado a estes. As letras cantadas por MC Brinquedo nos três vídeos fazem também inúmeras referências diretas ao ato sexual, com termos considerados de baixo calão. Em “Bang”, MC Melody também faz alusão, ainda que bem menos explícita, a conteúdos de natureza sexual.

Neste sentido, os vídeos aqui estudados desafiam dois pressupostos fundamentais da visão moderna de infância: a inocência e a dependência. A proibição do acesso de crianças a conteúdos que fazem referência ao sexo, uma fronteira bem delimitada entre o universo infantil e o adulto, é claramente transgredida nas narrativas audiovisuais.

A infância como um período de dependência econômica, no qual se

assegura às crianças um tempo de estudos e preparação para a vida adulta, é também desconsiderada nos vídeos. Especialmente em “Roça Roça” (MC Brinquedo) e “FALE DE MIM” (MC Melody), os dois cantores se apresentam como personagens ricos que ostentam o dinheiro e os bens de consumo como um símbolo de estatuto social. A própria atuação dos dois *funkeiros* infringe a lógica da dependência infantil, já que consiste num trabalho economicamente remunerado. Um conjunto de outros elementos reforça essa transgressão entre o mundo adulto e o infantil nos vídeos dos dois MCs: as danças sensuais, o vestuário adultizado e a celebração da fama.

Num país de desigualdades sociais extremas como o Brasil, crianças como MC Brinquedo e MC Melody, que nasceram em bairros periféricos, têm em geral pouco acesso a recursos materiais e à formação artística. Neste contexto, o *funk* se configura como um meio para se tentar ascender econômica e socialmente e como uma possibilidade de afirmação de uma infância que cria seu próprio caminho sem esperar autorizações.

As narrativas dos vídeos aqui estudados contam um pouco deste percurso. Os primeiros vídeos caseiros e amadores não se diferenciam de milhões de outras produções exibidas no YouTube. No entan-

to, o vídeo representativo da produção mais recente dos *funkeiros* revela a profissionalização destes artistas mirins. “MC Brinquedo - Roça Roça 2 (KondZilla)” foi produzido pela Kondzilla Filmes - que se apresenta como “a maior produtora de conteúdo audiovisual de música eletrônica de periferia do Brasil” -, e exibido no seu canal no YouTube, que conta com mais de 14 milhões de inscritos. “FALE DE MIM - MELODY (PÂNICO CLIPE OFICIAL)” foi produzido pelo Pânico na Band (emissora de televisão aberta) e veiculado pelo canal do referido programa no YouTube, com mais de 4 milhões de seguidores. Esta profissionalização e aliança com as corporações midiáticas ou com grandes produtores da indústria musical explica em grande parte as milhões de visualizações destes vídeos.

A questão trazida aqui não se detém, contudo, ao sistema mercadológico que integra esses MCs (com o consentimento e incentivo dos seus pais) em sua lógica, mas como projeta as percepções contidas nesses vídeos para milhões de outras crianças. Nos marcos de uma sociedade patriarcal, meninas e meninos são convocados a tornarem-se rapidamente homens e mulheres. Os papéis de gênero celebrados nos vídeos são inequívocos. Ele é o macho alfa e ela a fêmea fatal. O domínio dele advém do falo (expresso na promessa de que vai “tacar

piru em você”), e do carro, associados à riqueza e ao poder. O domínio dela advém do corpo, da condição de ser “novinha”. Ele venceu na vida. Ela é interesseira.

Nesse jogo, não há espaço para outra relação que aquelas movidas por relações de poder e disputa. Celebra-se tudo o que não está ao alcance real dos jovens da periferia, como ser o “Boss” (sic!) que eles não são e que a maioria nunca será. A agência infantil e as formas de expressão cultural da infância, nesse contexto, são atravessadas pelo mimetismo em relação à cultura de consumo de matiz patriarcal. A potência criativa e disruptiva do *funk* nas manifestações aqui analisadas está subsumida à lógica mercantil que a ordena. Este pode não ser o caso de outras produções, o que pode ser uma pista interessante a ser explorada em outros estudos.

Refletir acerca das interações do público com estas narrativas audiovisuais ajuda a avançar na compreensão das diferenças de gênero implicadas nesse processo. A aprovação aos vídeos do *funkeiro* mirim é massiva, o número de “não gosto” é residual, chegando no máximo a perto de 10% em comparação ao número de “gosto”. Melody, por outro lado, tem nos dois primeiros vídeos mais “não gosto” do que “gosto”. Apenas no vídeo “FALE DE MIM - MELODY

(PÂNICO CLIPE OFICIAL)” o número de “gosto” ultrapassa (em duas vezes) o de “não gosto”.

As razões da desaprovação dos vídeos de Melody pelo público prendem-se a críticas sobre a sexualização precoce que, frequentemente, resvalam para um discurso de ódio dirigido à cantora. Isso explica porque somente o último vídeo teve maior aprovação, já que este apresenta um cenário mais infantil, com objetos considerados apropriados para crianças.

Neste sentido, podemos identificar que diferenças de gênero marcam fortemente o debate social sobre a sexualização precoce nos comentários analisados. Apesar de falar de forma explícita e com expressões consideradas de baixo calão sobre sexo, não encontramos qualquer crítica sobre a erotização das letras ou da performance de MC Brinquedo. Mesmo no *funk proibidão*, que assume um discurso transgressor, meninos e meninas estão sujeitos a permissões e interditos condicionados por seus respectivos gêneros.

MC Brinquedo e MC Melody são dois exemplos de como a indústria do *funk* se tornou fortemente atrativa para milhares de jovens sem recursos e suas famílias que buscam ascensão social. São também exemplos de como, apesar de partilharem uma cultura digital relati-

vamente comum, as crianças vivem infâncias muito diferenciadas e fortemente condicionadas pelos ambientes sociais e econômicos onde estão inseridas (Ponte e Doretto, 2015). Neste cenário complexo, o gênero, como demonstrado aqui, também é uma categoria central para compreendermos os desafios que se põem às crianças de classes populares.

### Referências Bibliográficas

- Avaaz (2015). Conselho Tutelar: Intervenção e Investigação de tutela de Mc Melody. Disponível em: [https://secure.avaaz.org/po/petition/Conselho\\_Tutelar\\_Intervencao\\_e\\_investigacao\\_de\\_tutela\\_de\\_Mc\\_Melody/?pv=4](https://secure.avaaz.org/po/petition/Conselho_Tutelar_Intervencao_e_investigacao_de_tutela_de_Mc_Melody/?pv=4). Acesso em 10/06/2018.
- Banet-Weiser, S. (2011). Branding the post-feminist self: girls’ video production and Youtube. In M. Kearney (ed.), *Mediated girlhoods: new explorations of girls’ media culture*. Nova Iorque: Peter Lang.
- Buckingham, D. (2007). *Crescer na era das mídias eletrônicas*. São Paulo, Loyola, 301p.
- Correa, L. (2016). *Geração YouTube: um mapeamento sobre o consumo e a produção infantil de vídeos para crianças de zero a 12 anos no Brasil, de 2015 a 2016*. São Paulo: ESPM Media Lab. Disponível em: <http://pesquisasmedialab.espm.br/criancas-e-tecnologia/>. Acesso em: 15/06/2018.
- Corsaro, W. e eder, D. (1990). Children’s peer cultures. *Annual Review of Sociology*, Bloomington, 16: 197-220.
- Dayarell, J. (2005). *A música entra em cena: o rap e o funk na socialização da juventude*. Belo Horizonte, Editora UFMG, 303 p.

- Del Priori (2014). *Histórias e Conversas de Mulher*. São Paulo: Planeta.
- Facina, A. (2009). “Não me bate doutor”: *funk* e criminalização da pobreza. In *Anais do V Enecult – Encontro de Estudos Multidisciplinares em Cultura*, Bahia, 2009.
- Félix, C. (2016). Youtubers: entre la estrategia profesional y la calidad de los contenidos. *Revista Zócalo*. Cidade do México, 25 maio. Disponível em: <https://www.revistazocalo.com.mx/archivo/45-zocalo/10273-youtubers-entre-la-estrategia-profesional-y-la-calidad-de-los-contenidos.html> . Acesso em: 05/01/2018.
- Fundação Getúlio Vargas (FGV). 2009. Configurações do Mercado do *Funk* no Rio de Janeiro. Disponível em: <https://cpdoc.fgv.br/sites/default/files/fgvopiniao/Configura%C3%A7%C3%B5es%20do%20mercado%20do%20funk%20no%20Rio%20de%20Janeiro%20-%20FGV%20Opini%C3%A3o.pdf>. Acesso em: 05/01/2018.
- Herschmann, M. (1998). *Funk* – um circuito “marginal/alternativo” de produção e consumo cultural. *Lugar Comum*, 5(6): 59-80.
- Herschmann, M. (2005). *O funk e o hip-hop invadem a cena*. Rio de Janeiro, Editora UFRJ, 300 p.
- Jenkins, H. (2009). *Cultura da convergência*. São Paulo, Aleph, 432 p.
- Lyra, K. (2006). Eu não sou cachorra não! Não? Voz e silêncio na construção da identidade feminina no rap e no *funk* no Rio de Janeiro. In: E. Rocha; M. I. Almeida e F. Eugenio (Org.). *Comunicação, consumo e espaço urbano: novas sensibilidades nas culturas jovens*. Rio de Janeiro: Ed. PUC-Rio; Mauad, p. 175–195.
- Globo.com. (2015). Björk ataca de DJ e toca música de MC Brinquedo em balada de NY. Disponível em: <http://g1.globo.com/musica/noticia/2015/05/bjork-ataca-de-dj-e-toca-musica-de-mc-brinquedo-em-balada-de-ny.html> . Acesso em: 10/06/2018.
- Globo online, O. (2016). Justiça paulista proíbe shows do *funkeiro* mirim ‘MC Pedrinho’ em todo o país. Rio de Janeiro, 26 jun. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/sociedade/justica-paulista-proibe-shows-de-funkeiro-mirim-mc-pedrinho-em-todo-pais-16267606> . Acesso em 10/06/2018.
- Louro, G. L (2008). Gênero e sexualidade: pedagogias contemporâneas. *Pro-Posições*, 19(2),17-23.
- Menegon, E. (2013). *Imagens e narrativas midiáticas: análise dos vídeos do YouTube*. 2013. Marília, SP. Dissertação de mestrado. Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho, 152p.
- Meyerowitz, J. (1985). *No sense of place*. New York, Oxford University Press, 432 p.
- Pasquier, D. (2008). From Parental Control to Peer Culture. Cultural Transmission and Conformism. In: K. DROTNER e S. LIVINGSTONE (Org.). *The International Handbook of Children, Media and Culture*. Londres, Sage, p. 448-468.
- Pereira, M. (2015). *Funk* de Menor: Identidade, consumo e engajamento dos MCs Mirins do *Funk* Ostentação no Facebook. In: Congresso Internacional Comunicação e Consumo, COMUNICON 2015. São Paulo, 2015: *Anais...*
- Ponte, C. (2007). Mapping news on children in the mainstream press. *European Societies*, 9(5): 735-754.
- Ponte, C. e Doretto, J. (2015). Brasil e Portugal: infâncias contemporâneas e suas culturas digitais. *Contemporânea – Revista de Comunicação e Cultura*, 13(1): 159-176.
- Projansky, S. (2014). *Spectacular girls: media fascination and celebrity culture*. Nova York: New York University Press

- Sá, S. e Cunha, S. (2014). Controvérsias do *funk* no YouTube: o caso do Passinho do Volante. *Revista ECO-Pós*, 17(3): 1-14.
- Sarmiento, M. J. (2002). Imaginário e Culturas da Infância. Centro de Documentação e Informação sobre a Criança, Universidade do Minho. Disponível em: [http://cedic.iec.uminho.pt/Textos\\_de\\_Trabalho/textos/ImaCultInfancia.pdf](http://cedic.iec.uminho.pt/Textos_de_Trabalho/textos/ImaCultInfancia.pdf) . Acesso em: 08/06/2016.
- Senra, R. (2015a). E eles? Caso MC Melody ofusca 'erotização de meninos' no *funk*. BBC Brasil, Londres, 27 abr. Disponível em: [https://www.bbc.com/portuguese/noticias/2015/04/150427\\_salasocial\\_sexualizacao\\_meninos\\_rs](https://www.bbc.com/portuguese/noticias/2015/04/150427_salasocial_sexualizacao_meninos_rs) . Acesso em 10/06/2018.
- Senra, R. (2015b). Ministério Público abre inquérito sobre 'sexualização' de MC Melody. 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). Acesso em 10/06/2018.
- Sneed, P. (2008). Favela Utopias: The Bailes *Funk* in Rio's Crisis of Social Exclusion and Violence. *Latin American Research Review*, 43(2): 57-79.
- Statista. (2017). YouTube - Statistics & Facts. Disponível em: <https://www.statista.com/topics/2019/youtube/> . Acesso em: 01/03/2018.
- Tomaz, R. (2016). “Criança pode cantar e dançar *funk*?” – as repercussões dos vídeos de MC Melody e as disputas no campo da infância. *Estudos Semióticos*, 2(2): 90-97.
- Wells, K. (2015). *Childhood in a Global Perspective*. Cambridge, Polity Press, 210p.
- Zelizer, V. (1994). *Pricing the priceless child – the changing social value of children*. Nova Iorque, Princeton University Press, 278p.

### Nota curricular

Vanessa Estevam Carlos Monteiro é graduada em Publicidade e Propaganda pela Universidade Federal do Ceará (UFC), pós-graduada em Marketing Digital e Gestão de Redes Sociais pela Universidade de Fortaleza (Unifor). Integrante do Laboratório de Pesquisa da Relação Infância, Juventude e Mídia (LaGrim) da UFC. Trabalhou como analista de marketing em várias empresas e atualmente atua como especialista em marketing imobiliário.

Lidia Marôpo é professora adjunta no Instituto Politécnico de Setúbal (Portugal) e investigadora integrada no Centro Interdisciplinar de Ciências Sociais (CICS.NOVA), onde desenvolveu pós-doutoramento financiado pela Fundação para a Ciência e a Tecnologia de Portugal (FCT). Doutorada em Ciências da Comunicação pela Universidade Nova de Lisboa. É autora dos livros *A Construção da Agenda Mediática da Infância* (Livros Horizontes, 2008) e *Jornalismo e Direitos da Criança - Conflitos e Oportunidades em Portugal e no Brasil* (Editora Minerva, Coimbra, 2013), de mais de 30 artigos em revistas científicas indexadas e/ou com revisão por pares e de capítulos em editoras nacionais e internacionais de prestígio, como a Routledge e Palgrave Macmillan.

Inês Vitorino Sampaio é doutora em Ciências Sociais pela Universidade Estadual de Campinas (1999), com participação em Programa de Doutorado Sanduíche na Westfälische Wilhelms Universität Münster, Alemanha. Em 2008, realizou estágio Pós-doutoral na Université du Québec à Montréal, UQÀM, Canadá. Foi Vice-presidente e secretária geral da Associação Nacional de Pós-Graduação em Comunicação – Compós (2014-2015 e 2011-2013). É docente do Programa de Pós-Graduação em Comunicação do Instituto de Cultura e Arte da Universidade Federal do Ceará, atuando como vice-coordenadora do Laboratório de Pesquisa da Relação Infância, Juventude e Mídia (LabGRIM). Dentre as obras de sua autoria e/ou em co-autoria destacam-se *Publicidade e Televisão* (Annablume, 2004) e *Qualidade na Programação Infantil na TV Brasil* (Ed. Insular, 2012).