

CENTRO UNIVERSITÁRIO SAGRADO CORAÇÃO

**A INFLUÊNCIA DA INDÚSTRIA CULTURAL BRASILEIRA NA  
SEXUALIZAÇÃO INFANTIL E NOS PROCESSOS DE  
INFANTILIZAÇÃO DA MULHER ADULTA**

BAURU

2021

**CENTRO UNIVERSITÁRIO SAGRADO CORAÇÃO**

**A INFLUÊNCIA DA INDÚSTRIA CULTURAL BRASILEIRA NA  
SEXUALIZAÇÃO INFANTIL E NOS PROCESSOS DE  
INFANTILIZAÇÃO DA MULHER ADULTA**

Monografia de Iniciação Científica PIBIC  
- CNPq apresentada pela aluna Julia  
Costa da Silva à Coordenadoria Geral  
de Pesquisa e Extensão do Centro  
Universitário Sagrado Coração –  
UNISAGRADO - Bauru/SP.

Orientação: Prof.<sup>a</sup> Dra. Lourdes  
Madalena Gazarini Conde Feitosa.

BAURU

2021

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP) de acordo com  
ISBD

S586i

Silva, Julia Costa da

A influência da indústria cultural brasileira na sexualização infantil e nos processos de infantilização da mulher adulta / Julia Costa da Silva. -- 2021.

32f.: il.

Orientador: Prof.<sup>a</sup> Dra. Lourdes Madalena Gazarini Conde Feitosa

Monografia (Iniciação Científica em História - Licenciatura) - Centro Universitário Sagrado Coração - UNISAGRADO - Bauru - SP

1. Indústria Cultural. 2. Música. 3. Sexualização. 4. Infantilização. 5. Mulher. I. Feitosa, Lourdes Madalena Gazarini Conde. II. Título.

## **DEDICATÓRIA**

Dedico esta monografia ao meu pai (*in memoriam*), que sempre me apoiou e incentivou a continuar estudando independente das dificuldades e, principalmente, me inspirou mesmo não estando mais ao meu lado todos os dias. Se não fosse por ele, com certeza não teria conquistado metade do que alcancei.

## AGRADECIMENTOS

Ter acesso a educação de qualidade é um privilégio. Por isso, agradeço ao Unisagrado pela oportunidade de crescer pessoalmente e academicamente através do projeto de Iniciação Científica PIBIC. Agradeço também ao CNPq, pela bolsa concedida para que a pesquisa fosse desenvolvida.

Reservo este parágrafo para agradecer à minha orientadora, Prof<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup>. Lourdes Madalena Gazarini Conde Feitosa, que aceitou estar comigo no meu primeiro desafio no mundo da ciência. E para além das orientações acadêmicas, sempre com muito carinho e serenidade, me apoiou em questões extremamente pessoais que poderiam ter feito com que eu desistisse dessa pesquisa. Agradeço a oportunidade de aprender coisas que vão além do conteúdo acadêmico. Obrigada por fazer parte desse momento extremamente importante da minha vida! A senhora merece o mundo.

Ademais, agradeço aos meus familiares e amigos que em todos os momentos de crise estiveram presente – à distância e presencialmente - e me ajudaram a entrar nos eixos novamente. Em especial, à mulher mais forte e corajosa que eu conheço: minha mãe. Uma mulher de muita garra que “segurou as pontas” comigo nos momentos duros que atravessaram no desenvolvimento deste trabalho.

Por fim, agradeço ao meu pai (*in memoriam*). O homem mais importante da minha vida. Todo esse trabalho e todo o meu esforço foi por você, pai!

## RESUMO

Esta pesquisa teve por objetivo investigar como as mulheres e seus corpos foram objetificados pela indústria cultural, em específico no campo musical, e os interesses de tais projeções. Para o seu desenvolvimento, foi usado o método de abordagem qualitativa, através do procedimento de pesquisa documental e bibliográfica. Foram analisados como fontes midiáticas as composições musicais do grupo de axé “É o Tchan!”, dos anos de 1996 até 2005, bem como suas aparições em programas de auditório nacional. Buscou-se averiguar como a mídia selecionada incentivou a sexualização dos corpos femininos infantis e a infantilização de mulheres adultas, aspecto abordado com sutileza nas vestimentas e nos cenários de apresentação do grupo. Elementos como laços, cores vibrantes e enfeites infantis (babados nas roupas, *glitter*, estampas coloridas, tranças no cabelo e afins) foram recorrentes nos trajes das dançarinas durante a existência do grupo, e explorados com sucesso. Por fim, pudemos identificar o significativo papel da indústria cultural na idealização do corpo feminino como aquele infantilizado, jovem, magro e erotizado; na apresentação de roupas e produtos vendidos como garantia para o alcance desta beleza, e, mais, na indicação de um padrão das relações de gênero segundo um olhar masculino de sujeição feminina aos seus interesses e volúpias.

**Palavras – chave:** Indústria Cultural. Música. Sexualização. Infantilização. Mulher.

## **ABSTRACT**

This research aimed at investigating how women and their bodies were objectified by the cultural industry, specifically in the musical field, and the interests of such projections. For its development the method of qualitative approach was used, through the procedure of documental and bibliographic research. The musical compositions of the axé group “É o Tchan!” from 1996 to 2005 were analyzed as media sources, as well as their appearances in national audience programs. We sought to investigate how the selected media encouraged the sexualization of child female bodies and the infantilization of adult women, an aspect approached with subtlety in the group's clothing and presentation scenarios. Elements such as bows, vibrant colors and children's ornaments (frills on clothes, glitter, colorful patterns, hair braids and more) were recurrent in the dancers' costumes during the group's existence, and successfully explored. Finally, we were able to identify the significant role of the cultural industry in the idealization of the female body as childish, young, thin and eroticized; in the presentation of clothes and products sold as a guarantee for achieving this beauty, and, moreover, in the indication of a pattern of gender relations according to a male gaze of female subjection to their interests and voluptuousness.

**Keywords:** Cultural Industry. Music. Sexualization. Infantization. Woman.

## SUMÁRIO

<b>1. INTRODUÇÃO E REVISÃO DE LITERATURA .....</b>	<b>9</b>
<b>2. MATERIAIS E MÉTODOS.....</b>	<b>21</b>
3.1 SOBRE A CAPA DOS ÁLBUNS.....	21
3.2 SOBRE O DISCURSO DA CANÇÃO .....	26
<b>4. CONSIDERAÇÕES FINAIS .....</b>	<b>30</b>
<b>FONTES.....</b>	<b>32</b>
<b>REFERÊNCIAS.....</b>	<b>32</b>

## 1. INTRODUÇÃO E REVISÃO DE LITERATURA

Esta investigação consistiu em uma pesquisa a respeito dos processos de sexualização e infantilização da mulher pela influência da indústria cultural brasileira, em particular nas músicas e em programas de auditório, e os interesses por trás dessas projeções.

Através de uma profunda análise das composições musicais da banda “É o Tchan!”, dos anos de 1996 a 2005, juntamente com suas aparições em programas de auditório, indagou-se: qual o papel da mídia tradicional da época no processo de sexualização infantil? Qual a relação entre o estigma social de que mulheres amadurecem de forma precoce com a sexualização e a infantilização da mulher adulta? Quais tipos de corpos são idealizados e quais são os interesses da indústria cultural em propagar essas idealizações?

Uma possível porta para o início do debate do tema proposto nesta pesquisa foi como surgiu o termo Indústria Cultural. Theodor Adorno e Max Horkheimer são os responsáveis por cunharem essa expressão através dos excertos filosóficos publicados no ano de 1947, no livro *Dialética do Esclarecimento*. Essa definição surgiu para contrapor-se à ideia de “cultura de massa”; os autores preferiram, então, “[...] usar a expressão 'indústria cultural' para evitar a confusão com uma arte que surgisse espontaneamente no meio popular, que é algo bastante diferente” (FREITAS, 2008, p. 17).

A indústria cultural pode ser definida como o conjunto de meios de comunicação como o cinema, o rádio, a televisão, os jornais e revistas, que formam um poderoso sistema gerador de lucros. Por ser mais acessíveis às massas, exerce um tipo de manipulação e controle social, ou seja, ela não só edifica a mercantilização da cultural, como também é legitimada pela demanda desses produtos. Teixeira Coelho, no livreto *O que é Indústria Cultural* (1993, p. 4 e 5), afirma:

Não se poderia, de todo modo, falar em indústria cultural num período anterior ao da Revolução Industrial, no século XVIII. Mas embora esta Revolução seja uma condição básica para a existência daquela indústria e daquela cultura, ela não é ainda a condição suficiente. É necessário acrescentar a esse quadro a existência de uma economia de mercado, isto é, de uma economia baseada no consumo de bens; é necessário, enfim, a ocorrência de uma sociedade de consumo, só

verificada no século XIX em sua segunda metade —período em que se registra a ocorrência daquele mesmo teatro de revista, da opereta, do cartaz. [...] Para essa sociedade, o padrão maior de avaliação tende a ser a coisa, o bem, o produto; tudo é julgado como coisa, portanto tudo se transforma em coisa — inclusive o homem. [...] Esse é o quadro caracterizador da indústria cultural: revolução industrial, capitalismo liberal, economia de mercado, sociedade de consumo.

Debord (1998) considera que a sociedade passou por duas fases distintas: na primeira, para ser era preciso ter, e na segunda, da contemporaneidade, é a sociedade do espetáculo, em que é preciso ter para parecer, e isso nada mais é do que uma forma de dominação presente na economia capitalista. Contudo, a dominação pelo aspecto econômico já está consolidada e por isso tem-se agora a dominação pela imagem. Como afirma Ivone Maria dos Santos:

O consumo se faz necessário para a sobrevivência numa sociedade onde as pessoas precisam se manter limpas, vestidas, alimentadas, necessitam se locomover para estarem inseridas num contexto social. A partir do momento em que este consumo se torna uma prática associada ao exagero, ao supérfluo, a aquisição de produtos ou serviços sem necessidade e sem consciência, se trata do consumismo, que é um sistema baseado no consumo exagerado, e essa é uma prática que se vai adquirindo juntamente com o desenvolvimento do indivíduo como pessoa, pois ninguém nasce consumista. Vivemos numa sociedade capitalista que impõe uma cultura de que é preciso ter para ser, onde geralmente as pessoas são identificadas pelo que consomem e pelo que possuem. (2010, p.2).

Dado o conceito de indústria cultural, partimos para a discussão a respeito dos processos de sexualização e infantilização. Estas são as duas faces de uma mesma moeda, que levam as mulheres a um ciclo de contradição no que diz respeito à autonomia, liberdade, maturidade e empoderamento, como pontua Postman (1999, p. 17) em *O desaparecimento da infância*:

No momento em que escrevo, garotas de doze e treze anos estão entre as modelos mais bem pagas dos Estados Unidos. Nos anúncios de todos os meios de comunicação visual são apresentadas ao público como se fossem mulheres adultas espertas e sexualmente atraentes, completamente à vontade num ambiente de erotismo.

A mulher cresce ouvindo o quanto ela amadurece mais rápido que homens, o quanto é mais responsável nos relacionamentos e dedicada na escola, no trabalho... Enquanto ouve esse discurso em diversos espaços e momentos de sua vida, fortalece-se a noção de que ela é um ser sensível, que precisa de proteção o tempo todo. São estas duas maneiras de considerar a inocência e a inexperiência características *sexys* nas mulheres, mas não nos homens, situação que reforça relações de poder entre os homens e mulheres.

Ao mesmo tempo que se observa aspectos culturais que infantilizam as mulheres, verifica-se a sexualização das crianças. Esse processo é o que a psicóloga Jane Felipe de Souza chama de pedofilização (2006). Ao exibir a infância como algo que pode ser *sexy*, acaba naturalizando-se práticas como o abuso, a violência, a exploração sexual e o machismo. Dessa forma, podemos pensar a sexualização das meninas como um processo de acesso sexual ao corpo feminino infantil e adolescente.

As bruscas transformações – políticas, sociais, econômicas e culturais – que temos vivido nas últimas décadas, juntamente com o acesso infantil às tecnologias que a inserem no mundo adulto, têm atingido diretamente o período que chamamos de infância. No Brasil, o ECA (Estatuto da Criança e do Adolescente), no “Art. 2º, define como criança, para os efeitos desta lei, a pessoa até doze anos de idade incompletos, e adolescente aquela entre doze e dezoito anos de idade”. A Lei nº 12.965, de 2014, aponta para a necessidade do controle parental e da educação digital como uma forma de proteger as crianças e adolescentes frente às mudanças tecnológicas.

Os meios de comunicação, principalmente propagandas, filmes/séries e clipes musicais têm apresentado corpos infantis completamente erotizados. Em contrapartida, temos uma sociedade que encara mulheres como crianças, sempre dependentes dos homens. Silvana Vilodre Goellner (2010, p. 74) considera que “[...] educa-se o corpo na escola e fora dela: na religião, na mídia, na medicina, nas normas jurídicas, enfim, em todos os espaços de socialização com os quais nos deparamos, cotidianamente [...]”. Sendo assim, o reforço dos padrões de beleza e o vínculo excessivo do universo feminino aos meios de comunicação produzem uma visão estereotipada do papel social da mulher.

Em relação ao papel social da mulher, Amanda Daniele Silva (2015) aponta que não há indícios de uma sociedade que tenha se mantido de pé sem

influências femininas. No entanto, é difícil encontrar registros de participação histórica das mulheres nas sociedades porque por muito tempo foram excluídas. E ainda:

[...] podemos salientar é que, estando a mulher inserida no contexto de desenvolvimento de toda humanidade, ela foi atingida pelos processos históricos, políticos e econômicos, desenvolvendo, assim, diferentes papéis e alterando seu grau de importância perante o homem no decorrer dos tempos. (SILVA, 2015, p. 66)

Ambrosio e Costa, no artigo *As transformações da mulher na contemporaneidade*, destacam que mesmo após as mudanças que ocorreram na sociedade, na família e nas relações entre marido e mulher, o papel social que o feminino ocupa ainda é atravessado pelas amarras do tradicionalismo, no qual a mulher ainda é vista como cuidadora da família e responsável pela casa (2007). Concepção que é reforçada pelo autor Vagner Cruz:

[...] o papel social é um aspecto cultural da vida humana. Sua organização se estabelece à medida que a dinâmica social ocorre entre os indivíduos, fazendo com que aspectos organizados como tradicionais ganhem força e se torne uma regra, de força quase biológica, para a programação dos padrões comportamentais, como se fossemos programados para tal modelo de comportamento. (2003, p. 2)

A acentuada influência do discurso religioso cristão também estabeleceu definições a respeito dos papéis considerados pertinentes a homens e mulheres; a eles, o de comando e autoridade, e a elas, o de subordinação e obediência, uma vez serem estas físicas, moral e sexualmente inferiores, como enfatiza Glauce da Silva:

Era função da Igreja “castrar” a sexualidade feminina, usando como contraponto a ideia do homem superior, a qual cabia o exercício da autoridade. Todas as mulheres carregavam o peso do pecado original e, desta forma, deveriam ser vigiadas de perto e por toda a vida. [...] A mulher era concebida como um homem invertido e inferior, desta forma, entendida como um sujeito menos desenvolvido na escala da perfeição metafísica. (DA SILVA, *et al*, 2005, p.72)

Esse aspecto de subordinação reforçado pela igreja durante séculos permanece até hoje em nossa sociedade. Podemos enxergar essa forma de controle dentro das relações heteronormativas afetivas e sexuais, pois elas tendem a reproduzir esses mesmos padrões. A pornografia, na atualidade, reforça e estimula esses comportamentos e sobre ela. Naomi Wolf destaca que:

As fantasias apresentadas como mais compulsivamente atraentes para a atenção dos homens, e até das mulheres, eram as que encenavam ansiedades da guerra dos sexos, reproduzindo a desigualdade de poder questionada pelas recentes mudanças sociais: o domínio masculino e a submissão feminina. (2020, p. 201)

Além disso, para ela a pornografia é responsável pela mutilação dos corpos femininos, seja praticado pelos homens, ou até mesmo, pelas próprias mulheres:

A pornografia afirma que a beleza das mulheres é nossa sexualidade, quando a verdade é exatamente o oposto. O sadomasoquismo afirma que as mulheres gostam de ser forçadas e violentadas; e que o estupro e a violência sexual são modernos, elegantes e bonitos. [...] A nudez feminina passou a ser sobre-humana; aperfeiçoada ao ponto de causar estranheza grotescamente semelhante a uma escultura em plástico, e quase sempre profanada ou violada. (WOLF, 2020, p. 199 – 200,)

Ademais, “a pornografia é tão poderosa e se mistura de modo tão natural com a publicidade de produtos [...] que muitas mulheres descobrem que suas fantasias e a imagem de si mesmas também estão deturpadas.” (WOLF, 2020, p. 205). A autora discorre que os sinais estão ao nosso redor; quando um cirurgião faz uma incisão, se debruça sobre o peito de uma mulher para desfazer caroços provenientes de cirurgias de silicone. Para ela “ali está o cadáver ambulante. Ali está a mulher que vomita sangue.” (p. 208).

A indústria cultural reduz o sexo à “beleza”, e reduz a beleza a algo não humano, inalcançável. A cada dia fica mais difícil de nos encaixarmos nos padrões que são pensados minuciosamente pela indústria cultural, a fim de assegurarem que homens e mulheres não tenham a possibilidade de se unirem sob uma causa comum, contra a ordem social que se nutre dessa dicotomia homem X mulher (WOLF, 2020, p. 210). Neste mesmo livro, Naomi traz um estudo feito pela médica Marcia Germaine Hutchinson, no qual estima que 65% das mulheres não gostam de seu corpo, e que a não valorização de seu corpo

acaba por influenciar suas relações íntimas. Essa desvalorização é um reflexo do buraco negro que a pornografia causa no psicológico das mulheres.

Contudo, a pornografia não é o único inimigo das mulheres. As dietas e a compulsão pela magreza permeiam a psique das mulheres influenciadas pelas mídias:

A grande mudança na percepção do peso deve ser compreendida como um dos maiores acontecimentos históricos do século, uma solução direta para os perigos apresentados pelo movimento das mulheres e por sua liberdade econômica e reprodutiva. O hábito da dieta é o mais possante sedativo político na história feminina. [...] a preocupação com o peso leva a “um colapso virtual da autoestima e do sentido de eficiência. (WOLF, 2020, p. 273)

Diversas pesquisas evidenciam que os atributos infantis estão diretamente ligados ao quanto consideramos alguém gracioso ou jovem e ao quanto este indivíduo desperta em nós o interesse físico (YAMAMOTO *et al.* 2017). Assim, mulheres adultas – principalmente em filmes e músicas - se vestem com roupas “graciosas”, com estampas coloridas associadas à infância, usam saias de pregas e camisetas *baby look*. Usam delineador para dar a ilusão de olhos maiores como os infantis, usam base facial para esconder as marcas do envelhecimento e blush para corar seus rostos. Essas técnicas são aprendidas desde cedo. Em sua tese de doutorado *Relações dialógicas em revista infantil: processo de adultização de meninas*, Cristhiane Ferreguett analisou o site do Instituto Brasileiro de Gemas e Metais Preciosos – IBGM, no qual pode observar que:

[...] a Joalheria Dryzun, uma das maiores do país, lançou uma coleção com joias inspiradas na personagem infantil Hello Kitty e, segundo a diretora de criação da empresa, as peças estão sendo compradas pelas mães, para uso pessoal. Artigos inspirados na boneca Barbie também são licenciados para malas de adultos, e produtos eletroeletrônicos. A modelo Ana Hickmann desfilou com vestidos da coleção Barbie Vintage Doc Dog de roupas e acessórios exclusivos, inspirados na boneca Barbie, para mulheres. Adornadas com roupas, maquiagens, calçados e acessórios, meninas ficam parecendo miniadultas, enquanto mulheres maduras desfilam como se estivessem fantasiadas de meninas. (2014, p. 69)

Isso indica que a beleza feminina é associada à juventude, demonstrando vulnerabilidade. Mulheres adultas infantilizadas são mais bem aceitas as mulheres que exibem traços de uma beleza infantil.

No que diz respeito à sexualização infantil, algumas propagandas, estilos musicais e filmes estimulam, de forma precoce, a erotização das crianças, e Linn (2006, p.161) aponta que a televisão não mostra mais o sexo e a sexualidade por amor ou afeto, mas como um meio de adquirir poder. O corpo infantil é potencialmente erótico, ou seja, é através dele que a criança experimenta inúmeras sensações e prazeres (DE SOUZA, 2008). Percepção reforçada por Flores *et al*, no trabalho *Erotização e Infância: As duas faces da publicidade*:

[...] as empresas de propaganda se apropriam do espaço da televisão para vender seus produtos, mas também utilizam de outros suportes da mídia para a circulação da marca. Sabendo que o público infantil está totalmente interligado às novas tecnologias, as empresas utilizam-se delas para indicar esses novos modelos. [...] Abusando da sensualidade e da criação de um padrão de comportamento de que a criança, em especial a da segunda infância e da pré-adolescência, deva se vestir como uma mulher madura, a propaganda transforma costumes através da violência simbólica. (2011, p.10)

No que tange ao impacto dessa sexualização, podemos continuar seguindo a perspectiva de Flores *et al*, pois:

[...] há problemas quanto ao chamado à mudança comportamental de garotas com corpos ainda em transformação, mesclando inocência e malícia. A maquiagem sofisticada, as roupas, os acessórios e as atitudes que se adequariam ao público adulto influenciam no psicológico da criança, que encara tal imagem como “natural”. A longo prazo, esta atitude irá levá-la supor que pode portar-se como um adulto, o que pode ser perigoso se pensarmos que ela ainda não possui informações suficientes para lidar com este tipo de transformação. (2011, p.10)

As crianças não são mais o alvo para o consumo, mas são inseridas no mundo adulto e esse estímulo prematuro da sexualidade pode trazer problemas psicológicos a longo prazo para essas crianças, como a banalização da sexualidade – “pois o acúmulo de cenas sexuais em sua cabeça pode fazer com que aprendam a ver o sexo de maneira banal, como uma prática que se deve

fazer porque todos fazem” (SANTOS, 2010). Ainda sobre os problemas causados a longo prazo, Flores destaca que:

De acordo com a psicóloga Ana Olmos, em entrevista ao site do Instituto Alana, a erotização precoce – de uma criança de 12 anos, por exemplo –, pode trazer problemas, porque são informações de difícil compreensão para a criança. [...] As preocupações relacionadas à sexualidade podem obter diversas formas de influência, tanto imediata quanto a longo prazo, como: pornografia, prostituição, estupro, incesto, gravidez na adolescência, doenças sexualmente transmissíveis, pedofilia, antecipação da menstruação nas meninas, banalização do sexo. (FLORES *et al*, 2011, p. 10)

Analisar e compreender como as mulheres e seus corpos são objetificados pela indústria cultural, em específico no campo musical, e os interesses em tais projeções, foi o principal objetivo dessa pesquisa. Além disso, apontar como a sexualização dos corpos femininos na infância se relaciona com a infantilização dos corpos femininos adulto, e discutir possíveis interesses da indústria cultural em fomentar esse pensamento no período em investigação.

Estudar a construção desta sexualização, começando pela infância e depois na vida adulta, por meio de uma análise de algumas composições da banda de axé “É o Tchan!”, divulgadas entre os anos de 1996 a 2005, e nos programas do “Domingão do Faustão”, na mesma época.

Considerando que em dias atuais a indústria cultural e mercadológica encara crianças e adolescentes como consumidores em potencial, pode-se dizer que este público tem sido o mais visado para a manutenção da sociedade de consumo. Uma grande quantidade de apelos é direcionada diretamente às crianças, nem sempre para convencê-las a consumir, mas para transformá-las em promotoras deste consumo. (FAVORETO, 2003)

E qual seria a articulação entre crianças/adolescentes, indústria cultural e mercadológica e a pedofilia? De Souza nos ajuda a refletir sobre a questão:

[...] com o desenvolvimento acelerado de novas tecnologias e modalidades de comunicação, tem sido possível estabelecer novas experimentações do desejo afetivo-sexual nas suas mais distintas possibilidades. Com isso estamos criando ou reinventando “novas” estratégias de prazer, muitas vezes pautadas pela lógica do consumo, onde o sexo é acionado como espetáculo e performance, e a criança

colocada como possibilidade de experimentação do desejo sexual adulto.[...] Portanto, a visibilidade que crianças e adolescentes têm ganhado nas últimas décadas é fruto de profundas transformações sociais, políticas, culturais, afetando assim o conceito de infância, família, instituições educativas e, conseqüentemente a forma como elas vêm sendo educadas e assistidas nas suas necessidades. Tais mudanças se devem também à criação e ao desenvolvimento de novas tecnologias, dentre elas o computador e internet, gerando a disponibilização de novas práticas e interesses. No campo da sexualidade, surgiram novas modalidades de exercício do prazer e de experimentação do desejo através do mundo informatizado. Dentro desse espectro, a prática da pedofilia encontrou o seu lugar de exercício, divulgação e expansão. (DE SOUZA, 2006, p. 203, 206-207)

A autora, que é responsável por cunhar o termo “pedofilização”, nos alerta para a contradição que ocorre atual seio social. Enquanto legislações são criadas para assegurar a segurança e a integridade das crianças, através da mídia permitem práticas onde os corpos infantis e adolescentes são vistos de forma sedutora. Mas não se trata apenas de sexualizar as crianças muito cedo, trata-se também de infantilizar mulheres adultas como uma forma de lembrá-las qual é sua posição social prescrita em relação aos homens. Mesmo que o convívio social dependa do equilíbrio entre os gêneros masculino e feminino, a indústria cultural depende da não existência da comunicação entre estes grupos.

Por fim, o objetivo da pesquisa foi de contribuir com os estudos sobre a indústria cultural, abordando como ela apresenta o corpo feminino nos meios de comunicação, e estimular uma reflexão sobre como esses aspectos reforçam modelos estruturais que contribuem para o desequilíbrio de poder entre os gêneros na sociedade.

## 2. MATERIAIS E MÉTODOS

A pesquisa é um processo de investigação que busca ponderar sobre as relações existentes entre os aspectos que envolvem os fatos, fenômenos, situações ou coisas. Este trabalho foi desenvolvido seguindo a abordagem qualitativa, pois ela não se preocupa com representatividade numérica, mas, sim com o aprofundamento da compreensão de um grupo, de uma organização. (CÓRDOVA; SILVEIRA. 2009)

Para Deslauriers (1991), o objetivo dessa abordagem é o de produzir informações aprofundadas e ilustradas, seja ela grande ou pequena. O tipo de pesquisa qualitativa usada nesse trabalho foi a de análise de conteúdo. Baseado na bibliografia escolhida para o estudo do tema aqui proposto e uma investigação dos textos selecionados, a pesquisa foi dividida em três partes, a serem descritas a seguir.

A pré-análise, a exploração do material e a catalogação dos resultados. Isto posto, a primeira etapa da pesquisa, conforme descrito no projeto enviado, foi pautada na revisão bibliográfica do tema, buscando investigar o que já foi abordado sobre ele. Na segunda etapa, foi feito o fichamento de 23 novos textos divididos entre artigos, livros e teses. Por fim, a última etapa foi voltada à análise das fontes, à organização dos resultados obtidos em cada uma das fases descritas acima e à produção do relatório final.

A fonte documental escolhida para o desenvolvimento dessa pesquisa foi a música, pois de acordo com Manoel<sup>1</sup>:

Com base na produção historiográfica sobre o assunto, pode-se afirmar que a utilização da música/canção como fonte documental traz à tona novas perspectivas exploratórias ao revisitar e analisar determinados períodos e realidades. (2014, p. 2)

Além disso, para o autor:

A diversidade de gêneros e obras musicais é de uma vastidão imensurável em nosso território brasileiro, pois somos um país que produz e faz a recepção/apropriação da canção como bem cultural. Essa forte ligação que os indivíduos têm com a música realça as

---

<sup>1</sup> Professor e Mestre em História na linha de Identidades Culturais, Etnicidades e Migrações pela UNESP/Assis, atualmente atua como professor assistente substituto compondo o quadro docente do departamento de História da Universidade Federal de Juiz de Fora – MG.

possibilidades dos historiadores de explorar esses elementos culturais em seus trabalhos. (2014, p. 3)

Apesar da grande e diversificada produção musical brasileira, Diogo Silva Manoel realça que as canções ainda são pouco usadas como fontes pelos historiadores na produção do discurso histórico e a importância de analisá-las, uma vez que “As informações presentes nas canções ajudam a ilustrar os acontecimentos sociais, políticos, econômicos e eventos do cotidiano de determinado país”. (2014, p. 4). Deste modo, decidiu-se abraçar este desafio e desenvolver uma pesquisa com a música, arte tão presente na vida das pessoas desde os primeiros tempos da sociedade humana.

A respeito da banca baiana de pagode em estudo, foi formada na década de 80 com o nome Gera Samba, inspirado no programa de televisão chamado Geração 2000. Porém, foi nos anos 90, que já com o título de “É o Tchan!”, que a banda ganhou visibilidade nacional e alcançou o seu auge. Clebemilton Nascimento, em seu livro *Pagodes Baianos – entrelaçando sons, corpos e letras*, traz um pouco da história desta banda e o seu legado de inspiração deixado às bandas de pagode que surgiram depois:

Inicialmente, o Gera Samba era um grupo de samba altamente influenciado pelos batuques de origem africana do recôncavo baiano. Formado apenas por músicos, provinha de uma proposta despretensiosa e não tinha noção da dimensão espetacular e dos rumos que o grupo tomaria com a entrada dos dançarinos e, principalmente, conforme relata o entrevistado, membro do grupo, não tinha a intenção explícita de produzir músicas com coreografias. (2012, p.64)

Através de uma análise de algumas canções produzidas e interpretadas pela banda “É o Tchan!”, foi possível responder às questões que nortearam essa pesquisa. Inicialmente, o Gera Samba foi um grupo de samba com forte influência de ritmos africanos e não tinha o objetivo de produzir músicas com coreografias. Após sua projeção nacional com o lançamento de um LP na época, a banda precisou mudar o seu nome, pois já existia outro grupo denominado Gera Samba. O título “É o Tchan!” foi escolhido devido o lançamento e grande sucesso obtido com a música Segura o Tchan, que alavancou a trajetória dos integrantes no meio musical.

A fim de ilustrar como a indústria cultural impactou e continua impactando a vida das mulheres, foram estudados o total de seis músicas, de cinco álbuns diferentes. Os álbuns selecionados foram: Na cabeça e na cintura (1996); é o Tchan no Brasil (1997); É o Tchan Ao Vivo (2002) e Novo Milenium (2005). O álbum com a maior quantidade de músicas selecionadas foi o Novo Milenium (2005).

Além da análise do discurso, foram examinadas a composição musical num todo: o ritmo, os tons, a vocalização e os elementos audiovisuais, sendo estes as capas dos álbuns, a vestimenta dos integrantes e o cenário dos clipes lançados à época. Para dar maior embasamento à argumentação aqui proposta, também foram escrutinadas as entrevistas com os ex-integrantes da banda.

### 3. RESULTADOS E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

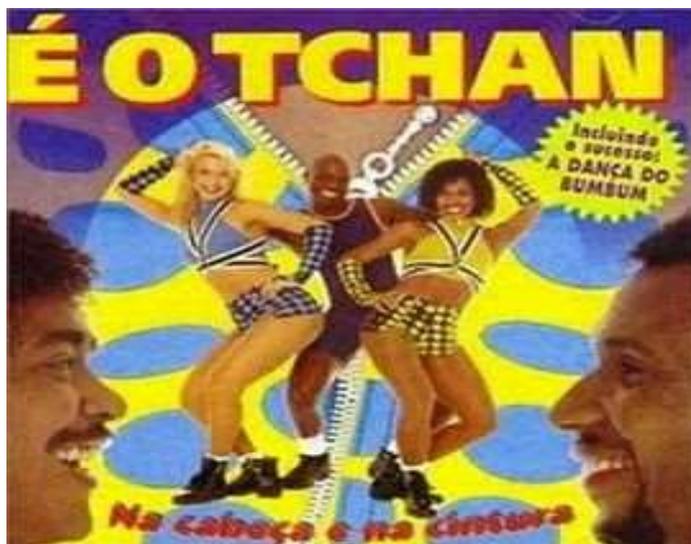
#### 3.1 SOBRE A CAPA DOS ÁLBUNS

O primeiro aspecto observado durante o estudo das fontes selecionadas foi o visual. Em todas as capas dos álbuns selecionados, o corpo feminino aparece em destaque. No primeiro álbum analisado (FIGURA 1) *É o Tchan!* Na cabeça e na cintura (1996) podemos ver que o fundo da imagem é o colo de um corpo feminino vestindo um top com as cores azul e amarelo e um zíper no meio, semiaberto. Ao centro, temos as duas dançarinas iniciais do grupo, Débora Brasil e Carla Perez – que ficou conhecida como “A loira do *É o Tchan!*”.

Importante ressaltar que durante as leituras e estudo das fontes, foi descoberto que Carla Perez possuía apenas 17 anos quando iniciou sua carreira junto ao grupo de pagode - o que confirma o aspecto citado na introdução relacionado à sexualização de meninas crianças e adolescentes. Carla Perez se tornou um ícone quando iniciou sua carreira na banda. A respeito disso, Clebemilton Nascimento destaca que:

A imagem de Carla Perez tornou-se um produto midiático tão forte que se transformou em uma marca poderosa passando a estar associada a diversos produtos como sandálias, produtos de depilação, produtos dietéticos, tamancos, botas, chicletes de bola, batata frita, salgadinhos, duchas, fogos, boneca, produtos de maquiagem, esmaltes, bambolês, revistas em quadrinhos, antena parabólica e, até mão mecânica. Grande parte desses produtos eram direcionados ao público infantil. (2012, p. 65)

FIGURA 1 – É O TCHAN NA CABEÇA E NA CINTURA (1996)



Fonte: Letras Música – Discografia 1996

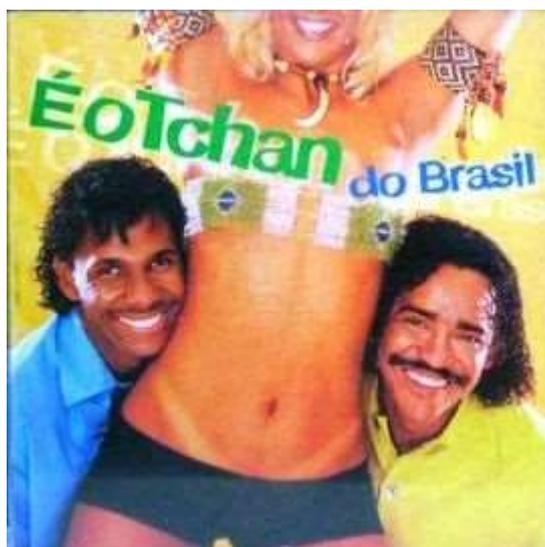
Podemos observar que a sexualização transforma o corpo feminino em um objeto, o qual é associado a produtos para vendas, levando esses corpos ao consumo. Voltando a atenção para a capa do álbum, as duas dançarinas estão usando shorts com cores chamativas, correspondente às cores da roupa que a mulher ao fundo veste. Os shorts são curtos e colados ao corpo. Ao meio da posição em que se encontram (mãos na cabeça e na cintura, fazendo alusão ao nome do álbum), está um dos integrantes da banda, também dançarino, Edson Gomes Cardoso Santos, que ficou conhecido como Jacaré. Na imagem, Jacaré aparece usando uma espécie de *collant* masculino. Nas laterais da imagem aparecem os rostos sorridentes dos vocalistas da banda, “Cumpadi” Washington e Beto Jamaica.

A capa do álbum *É o Tchan do Brasil* (FIGURA 2) possui o mesmo estilo de visual: cores vibrantes para chamar a atenção dos fãs da banda. Este possui o fundo amarelo. Ao centro, Carla Perez aparece com um mini shorts preto, mostrando as famosas “marquinhas” do bronze, e um top com a imagem da bandeira do Brasil. O nome do álbum aparece em verde e azul que, junto com o amarelo ao fundo, formam as cores da bandeira do Brasil. Um detalhe interessante são os adereços usados pela dançarina. Em seus braços podemos

observar braceletes com geometrias indígenas, enfeitados com penas coloridas. Em seu pescoço, um colar com um objeto imitando um dente animal.

É válido destacar que alguns adereços indígenas, geometrias e detalhes de objetos fazem parte de rituais, cargos dentro da tribo e idade, dentre outros aspectos. Não se pretende aprofundar essa questão nessa pesquisa, mas ressalta-se a importância e necessidade de representatividade indígena, principalmente nas artes. É preciso ter consciência e respeito pela história desses povos que muito sofreram e sofrem. Além disso, podemos apontar que as mulheres indígenas, no Brasil, foram as primeiras a sofrerem com a sexualização por parte dos homens e nem mesmo existia a indústria cultural como conhecemos hoje.

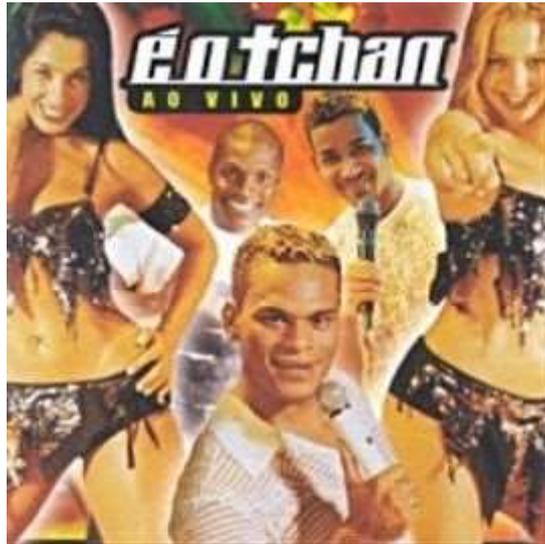
FIGURA 2 – É O TCHAN DO BRASIL (1997)



Fonte: Letras Música – discografia 1997

O terceiro álbum escolhido É o Tchan – Ao vivo (FIGURA 3). Nele, podemos observar novamente a exposição do corpo feminino. Dessa vez, Sheila Melo já faz parte da banda, conhecida como “a morena do É o Tchan!”. O corpo das duas dançarinas estão à mostra e vestidos apenas com um top de lantejoulas e um pequeníssimo short. Para o destaque às meninas da capa, os membros masculinos aparecem usando roupas “normais”, com cores neutras, sem chamar muita a atenção.

FIGURA 3 – É O TCHAN – AO VIVO (2002)



Fonte: Letras Música – discografia 2002

Por fim, temos o último álbum, Novo Milennium (FIGURA 4), lançado no ano de 2005. Nesta capa, os vocalistas e as dançarinas aparecem intercalados em uma fila. Os homens vestem roupas brancas e as mulheres, shorts curtos e tops, assim como em todos os demais álbuns.

FIGURA 4 – É O TCHAN NOVO MILENNIUM (2005)



Fonte: Letras Música – discografia 2005

Observado com atenção as representações femininas apresentadas nas capas dos álbuns selecionados, podemos destacar que:

Corpos femininos são vendidos em partes e não associados a outros atributos da mulher: músculos bem torneados e grandes ganham as mídias, enquanto seu poder intelectual pouco é abordado. Considerando esses aspectos, podemos citar o termo “bundalização” da mídia, cunhado por Lessa (2005), que afirma que a mídia, especialmente a publicidade, utiliza um padrão de corpo para a promoção de venda, oferecendo corpos femininos como pedaços de carne. (BELMIRO *et al*, 2015, p. 2)

O corpo feminino encontra-se em posição de destaque não só nas capas, mas também nos clipes de cada música. Além da vestimenta, as coreografias que compõem a música são irrigadas de movimentos sensuais, movimentos que foram e são reproduzidos por crianças até os dias de hoje, levando-nos às considerações de Weber e Maffezzoli sobre a *Mídia, Consumo e a Adultização de Crianças: Uma Reflexão Macrossocial*:

[...] observa-se uma difusão de fronteiras entre os mundos adulto e infantil (BUCKINGHAM, 2006; POSTMAN, 2012; PROUT, 2010). Essa nebulosidade entre fases faz com que estímulos adultos atinjam crianças das mais diferentes idades, gêneros e classes sociais. Esses estímulos muitas vezes contribuem para que crianças internalizem comportamentos, atitudes, hábitos, formas de lazer, cuidados, responsabilidades e ações típicas de uma vida adulta. Quando essa apropriação acontece, compreende-se o fenômeno da adultização, manifestado por meio da ação social. (2016, p. 1)

Ainda sobre o visual da banda, podemos observar nos clipes das músicas o cenário ao fundo da apresentação. A presença de brinquedos infantis e crianças durante as apresentações é observada na maioria dos clipes. Em uma apresentação da música *Malhação* no programa *Domingo Legal*, podemos ver ao fundo crianças dançando e pessoas fantasiadas de personagens infantis. Em todo o tempo são observados elementos infantis, e em alguns momentos até os integrantes da banda recorrendo a elementos infantis para chamar atenção deste público em específico.

### 3.2 SOBRE O DISCURSO DA CANÇÃO

Com músicas em torno de três minutos e letras que tratam, majoritariamente, do corpo feminino e do que ele tem a oferecer aos homens, a banda conquistou seu espaço no coração dos brasileiros por mais de uma década. Em festas, barzinhos, programas de tv etc. era corrente ouvir ao menos uma canção do *É o Tchan!*. Em ritmo alegre e dançante, a faixa *Malhação*, quarta música do álbum, canta:

Menina gostosinha vá se controlar  
Um dia sua barriguinha pode aumentar (0:26s)

Retomando as reflexões de Naomi Wolf em relação ao corpo feminino e às pressões estéticas, a preocupação com o peso leva a um colapso da autoestima e do sentido de eficiência (2020, p. 273). Esse trecho da música é um bom exemplo de como as mulheres são pressionadas a padronizar seus corpos e a controlar a alimentação para alcançar o corpo perfeito.

Nas letras de *Ralando o Tchan* (1997), *Pau que nasce torto e Rebola*, (2005) enfatiza-se:

O califa tá de olho no decote dela  
Tá de olho no biquinho do peitinho dela  
Tá de olho na marquinha da calcinha dela  
Tá de olho no balanço das cadeiras dela (*Ralando o Tchan* - 1:17s)

Tudo que é perfeito a gente pega pelo braço  
Joga ela no meio, mete em cima, mete embaixo (*Pau que nasce torto* 59s)

Eu quero ver (o seu gingado novo)  
Ai, você quebrando (me assanhando todo)  
Tá todo mundo querendo (lhe passar a mão)  
Tá todo mundo querendo (lhe passar a mão) (*Rebola* 1:15s)

Nesses versos, podemos constatar que as músicas sexualizam as mulheres e que durante a dança não é diferente. Explora-se os momentos de distração e lazer para reduzir mulheres a manequins, corpos feitos para observação, manuseio e prazer masculino. Essas letras reforçam e escancaram o machismo que é naturalizado no Brasil e reproduzido pela população; alimentam a cultura do machismo, a objetificação sexual feminina e podem estimular a prática do estupro.

A música Bambolê presente no álbum *É o Tchan! – Ao vivo*, é a que mais chamou a atenção. Não pelo ritmo ou pela letra, mas por que estimulou a reflexão: qual o objetivo de uma banda, cujas letras sempre são de duplo sentido, de nomear uma de suas músicas por Bambolê, um objeto de brincadeira infantil? Difícil de saber com precisão. A letra não traz elementos explícitos como nas duas anteriormente analisadas, no entanto, nas apresentações em programas de auditórios podemos observar alguns elementos interessantes de serem trazidos para a discussão do tema, que será feito abaixo. (FIGURA 5)

FIGURA 5 – BAMBOLE – É O TCHAN! AO VIVO



Reprodução de: Bambolê – É o Tchan | Youtube.

Como visto, todos os integrantes da banda estão segurando um bambolê nas mãos. Chamam a atenção as vestimentas de Scheila Melo e de Carla Perez. Ambas usam o mesmo figurino: short com babados ao lado (parecendo o modelo de calcinha infantil conhecida popularmente como “calcinha bunda rica”), top com um laço enorme na frente e outro laço na cabeça prendendo os cabelos. (FIGURA 6)

FIGURA 6 – É O TCHAN AO VIVO



Reprodução de: Bambolê – É o Tchan | Youtube

É nítida a relação da vestimenta e do bambolê com as fases infantis e da adolescência.

Ainda outros aspectos que merecem reflexão são o ritmo, a vocalização e as danças utilizadas pela banda. O primeiro aspecto que chama atenção quando ouvimos uma música pela primeira vez é o ritmo. Geralmente começamos a balançar os pés ou “batucar” com os dedos acompanhando o ritmo da música, principalmente quando ouvimos as músicas “chicletes”, que ficam em nossa mente o dia inteiro. Isso acontece devido a três particularidades da música: ao ritmo, a forma da melodia (com poucas notas e variações de escalas musicais) e os intervalos sonoros.

Ao escutar as músicas selecionadas para o desenvolvimento desta pesquisa, foi observado que a banda fez o uso dessa “jogada musical” em sua discografia. Com melodias repetitivas e palavras que rimam, os versos cantados pelo É o Tchan! e seus repetidos refrões sempre ficaram na mente das pessoas. É quase impossível encontrar um brasileiro que não saiba de cor pelo menos uma música do grupo, principalmente quem foi criança ali pelo fim da década de

90 e início dos anos 2000.

Em relação à vocalização, temos os dois vocalistas da banda que, enquanto cantam, se dirigem ao público, criando um ar de proximidade e entre este e os artistas. Com frases como “vamos lá, gente!”, “todo mundo dançando agora” faladas ao longo das apresentações e presente até mesmo nos discos, a banda passava a mensagem de que aquela música era para todos, sem distinção de idades. Porém, quando paramos para analisar as letras, pode-se enxergar, com muita facilidade, que as letras trazem um conteúdo adulto, mesmo tratando de brincadeiras infantis e tendo no grupo uma integrante adolescente.

Além dessa estrutura musical, observou-se a coreografia que acompanha cada canção selecionada. Com passos marcados em alusão ao que era cantado, as dançarinas colocavam em pé basicamente toda a plateia e os ouvintes onde quer que estivessem (em festas de família, aniversários, programas de TV, shows etc.), até mesmo crianças, mesmo sem compreender a ambiguidade das letras. Sempre com movimentos sensuais, as danças eram carregadas de erotismo. Giros, rebolados e requebradas até o chão eram os passos mais usados em qualquer que fosse a música da banda.

Na análise das músicas, coreografias, roupas e álbuns selecionados como fontes para esta pesquisa, pôde-se constatar como eles, de fato, replicam questões sociais. Que a indústria cultura da época sexualizou crianças e adolescentes femininas e mais, o quanto esta situação ainda se encontra normalizada. Isto, ao ponto de essas músicas serem cantadas por adultos para o público infantil sem serem questionadas. O discurso presente nas canções transmite mensagens machistas, os quais mulheres e homens, adultos e crianças repetem suas letras sem refletir o que elas verdadeiramente falam.

#### 4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A música, fonte escolhida para que esse estudo fosse desenvolvido, está presente na vida do homem há tanto tempo que por muitas vezes nos esquecemos que ela pode ser considerada um espelho social.

Na infância, as meninas estão sujeitas ao que aqui foi chamado de sexualização ou adultização, segundo as abordagens estudadas. E na vida adulta, a mulher se depara com a infantilização, sendo pressionada pela mídia, em casa, no trabalho; em alguns momentos essa pressão é estética, em outros, comportamental.

Nesta pesquisa, teve-se o propósito de identificar e analisar as representações femininas e os recursos usados como estratégias de consumo pela indústria cultural por meio do grupo É o tchan!, que pode ser considerado como um produto midiático, como discutido nesta investigação.

Sua discografia, vestimentas e coreografias expressam a objetificação da mulher, a ser consumida e manuseada, que foi referendada pela indústria de consumo e aceita por parte significativa da sociedade brasileira em fins do século passado. Além disso, a banda construiu uma identidade própria associada à sensualidade e malícia, utilizando-se de elementos infantis e ritmos alegres com a finalidade de atrair e envolver o seu público.

Foi possível observar que a banda teve forte objetivo de sexualizar as meninas, principalmente quando compreendemos como o corpo feminino é visto como algo público e que os seus movimentos são considerados como um convite aos homens. Aliás, a própria Carla Perez é um exemplo da sexualização infantil proveniente das músicas da banda aqui analisada.

Em relação a esta infantilização, foi a percepção mais difícil de ser observada neste trabalho, pois ela ocorre de maneira muito sutil. Diferente da sexualização, não foi algo cantado ou encenado, mas abordado, com sutileza, nas vestimentas e em cada cenário de apresentação do grupo. Elementos como laços, cores vibrantes e enfeites infantis (babados nas roupas, *glitter*, estampas coloridas, tranças no cabelo e afins) foram recorrentes nos trajes das dançarinas durante a existência do grupo, e explorados com sucesso.

Por fim, pudemos identificar o significativo papel da indústria cultural na idealização do corpo feminino como aquele infantilizado, jovem, magro e

erotizado; na apresentação de roupas e produtos vendidos como garantia para o alcance desta beleza, e, mais, na indicação de um padrão das relações de gênero segundo um olhar masculino de sujeição feminina aos seus interesses e volúpias.

## FONTES

### Fontes midiáticas

Discografia É o tchan! **Letras.mus**, Belo Horizonte, 2003. Disponível em: <<https://www.lettras.mus.br/e-o-tchan/discografia/>>. Acesso em: 18 Mar. 2020

#### **Na cabeça e na cintura (1996)**

Malhação

#### **É o tchan do brasil (1997)**

Ralando o Tchan

#### **É o tchan – ao vivo (2002)**

Bambole

#### **Novo millennium (2005)**

Pau que nasce torto

Rebola

Pega no bumbum

## REFERÊNCIAS

ADORNO, Theodor. **Indústria Cultural e Sociedade**. 5. ed. São Paulo: Paz e Terra, 2009. 70 p. Disponível em: [https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/4179826/mod\\_resource/content/1/IND%C3%A9ASTRIA%20CULTURAL%20E%20SOCIEDADE.pdf](https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/4179826/mod_resource/content/1/IND%C3%A9ASTRIA%20CULTURAL%20E%20SOCIEDADE.pdf). Acesso em: 17 mar. 2021.

BELMIRO, Dalila Maria Musa. **Empoderamento ou Objetificação: Um estudo da imagem feminina construída pelas campanhas publicitárias das marcas de cerveja Devassa e Itaipava**. XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Rio de Janeiro, 2015.

COELHO, Teixeira. **O que é Indústria Cultural**. 35. ed. [S. l.]: Brasiliense, 1993. 46 p. Coleção Primeiros Passos. Disponível em: <https://www.netmundi.org/home/wp-content/uploads/2017/04/Cole%C3%A7%C3%A3o-Primeiros-Passos-O-que-%C3%A9-Industria-Cultural.pdf>. Acesso em: 23 jun 2021.

COSTA, Irla Hnerique; ANDROSIO, Valéria de Oliveira. As transformações do papel da mulher na contemporaneidade. **Univale**, ano 16, p. 1-15, [2007?]. Disponível em: <http://www.pergamum.univale.br/pergamum/tcc/Astransformacoesdopapeldamu lhernacontemporaneidade.pdf>. Acesso em: 23 mar. 2021.

CRUZ, Vagner de Oliveira. Feminino: a construção histórica do papel social da mulher. **XXVII Simpósio Nacional de História**, ANPUH. Natal, 22 a 26 de julho, 2013. Disponível em: [http://www.snh2013.anpuh.org/resources/anais/27/1371176105\\_ARQUIVO\\_textorevisado.pdf](http://www.snh2013.anpuh.org/resources/anais/27/1371176105_ARQUIVO_textorevisado.pdf). Acesso em 12 abr. 2021.

DA SILVA, Glauce Cerqueira Corrêa A mulher e sua posição na sociedade: da antiguidade aos dias atuais. **Rev. SBPH** v.8 n.2, Rio de Janeiro dez. 2005. Disponível: [http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1516-08582005000200006](http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1516-08582005000200006). Acesso em nov. 2020.

DE SOUZA, Jane Felipe. Representações de Gênero, sexualidade e corpo na mídia. **Revista Tecnologia e Sociedade**, [s. l.], p. 251-263, 2016.

DEBORD, G.: **A Sociedade do Espetáculo**. Comentários sobre a sociedade do espetáculo. Rio de Janeiro: Contraponto, 1998.

DESLAURIERS, Jean-Pierre. **A pesquisa qualitativa: enfoques epistemológicos e metodológicos**. tradução de Ana Cristina Nasser. - Petrópolis, RJ: Vozes, 2008.

**Estatuto da Criança e do Adolescente**. Capítulo V - Presidência da república casa civil subchefia para assuntos jurídicos. Lei nº 12965, de 23 de abril de 2014. Art. 29. - Disposições finais. Brasil, 23 abr. 2014. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/ato2011-2014/2014/lei/12965.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/ato2011-2014/2014/lei/12965.htm). Acesso em: 26 mar. 2021.

FAVORETO, Patricya Aparo. **A criança como consumidor**. Orientador: Ricardo Marchetti. 2003. 60 f. Trabalho de conclusão de especialização (Especialista em Marketing) - Universidade Federal do Paraná, Curitiba, 2003. Disponível em: <https://acervodigital.ufpr.br/bitstream/handle/1884/54857/Patricya%20Aparo%20Favoreto.pdf?sequence=1&isAllowed=y>. Acesso em: 26 mar. 2021.

FELIPE, Jane. Afinal, quem é mesmo o pedófilo? **Cadernos PAGU**, p. 201-223, 2006.

FERREGUETT, Cristhiane. **Relações dialógicas em revista infantil: processo de adultização de meninas**. Porto Alegre, RS, 2014.

FLORES, Alice Lacerda Pio *et al.* Erotização e Infância: as Duas Faces da Publicidade. **Revista Anagrama**, [s. l.], ano 4, ed. 3, p. 1-13, 2011.

FREITAS, Verlaine. **Adorno e a arte contemporânea**. 2. ed. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2008.

GOELLNER, Silvana Vilodre. A educação dos corpos, dos gêneros e das sexualidades e o reconhecimento da diversidade. **Cadernos de formação RBCE**, [s. l.], p. 71-83. Disponível em: <http://revista.cbce.org.br/index.php/cadernos/article/view/984>. Acesso em: 25 mar. 2020.

LINN, Susan. **Crianças do consumo: a infância roubada**. São Paulo: Instituto Alana 2006.

MANOEL, Diogo Silva. Música para historiadores: [re] pensando a canção popular como documento e fonte histórica. **Anais do XIX Encontro Regional de História**. Juiz de Fora, jul. 2014. Disponível em: [http://www.encontro2014.mg.anpuh.org/resources/anais/34/1401504922\\_ARQ\\_UIVO\\_Artigo-prototipo-Anpuh\\_corrigido-DiogoUnesp.pdf](http://www.encontro2014.mg.anpuh.org/resources/anais/34/1401504922_ARQ_UIVO_Artigo-prototipo-Anpuh_corrigido-DiogoUnesp.pdf). Acesso em 26 out. 2020.

NASCIMENTO, Clebemilton. **Pagodes baianos entrelaçando sons, corpos e letras** - Salvador: EDUFBA, 2012. 200 p.

POSTMAN, Neil; **O desaparecimento da Infância**. Tradução de Suzana Menescal de Alencar e José Laurenio de Melo. – Rio de Janeiro: Graphia, 1999.

SANTOS, Ivone Maria dos. **A cultura do consumo e a erotização na infância**. Centro de Estudos Latino-Americanos sobre Cultura e Comunicação, USP, 2010.

SILVA, Amanda Daniele. Mãe/mulher atrás das grades: a realidade imposta pelo cárcere à família monoparental feminina. São Paulo: Cultura Acadêmica, 2015, pp. 51-100. (Coleção PROPG Digital- UNESP). ISBN 9788579837036. Disponível em: <http://hdl.handle.net/11449/138596>. Acesso em 18 nov. 2020.

SILVEIRA, Denise Tolfo; CÓRDOVA, Fernanda Peixoto. Unidade II: A pesquisa científica. In: GERHARDT, Tatiana Engel; SILVEIRA, Denise Tolfo (Orgs.). **Métodos de Pesquisa**. 1. ed. Porto Alegre: UFRGS, 2009. p. 31-42. Disponível em: <http://www.ufrgs.br/cursopqdr/downloadsSerie/derad005.pdf>. Acesso em: 22 mar. 2020.

SOUZA, Jane Felipe. Afinal, quem é mesmo pedófilo? Dossiê: repensando a infância. Campinas, **Cad. Pagu**, v. 26, Jun 2006.

WEBER, Tiziana Brenner B; MAFFEZZOLLI, Eliane Cristine Francisco. Mídia, Consumo e a Adultização de Crianças: Uma Reflexão Macrossocial. **XVII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul** – Curitiba – PR, 2016.

WOLF, Naomi. **O mito da beleza: como as imagens de beleza são usadas contras as mulheres**. – 15ª ed. Rio de Janeiro: Rosa dos tempos, 2020. 420p.

YAMAMOTO, Maria Emília et al. A perspectiva evolucionista no estudo da cooperação. In: VIEIRA, Mauro Luís e OLIVA Angela Donato (Orgs.) **Evolução, Cultura e Comportamento Humano**. Florianópolis: Edições do Bosque/CFH/UFSC, 2017. cap. 2, p. 101-158.