

ADULTIZAÇÃO DA INFÂNCIA: CORPO, BELEZA E CONSUMO NA CULTURA MÍDIÁTICA CONTEMPORÂNEA

Ana Cleuma Gomes da Silva ¹
Neide Maria Pereira da Silva ²
Anielly Sousa Araújo ³

RESUMO

Tem se verificado cada vez mais, a influência da mídia nas práticas sociais, sendo privilegiado o público infantil. Diante do conceito de infância dentro de uma construção histórica, o presente trabalho buscou apresentar e contribuir, através de análise da imagem corporal de crianças na sociedade contemporânea midiática, os fatores que influenciam no fenômeno de adultização e suas implicações para a infância tendo como objetivo analisar acerca da relação entre a mídia e o processo de adultização na infância nos tempos atuais. O presente trabalho traz uma introdução sobre a construção histórica e concepção de infância na cultura midiática, as esferas de influência na adultização infantil e uma análise de como a mídia colaborou de modo significativo para o desenvolvimento e crescimento do processo de adultização através da forte cultura midiática na sociedade contemporânea. Com base nesse entendimento tem-se observado que o meio midiático, tais como propagandas, anúncios publicitários, desenhos, redes sociais e programas televisivos exercem influências significativas no comportamento das crianças e no contexto social fascinando o público-alvo apresentando e produzido de maneira implícita padrões de comportamentos sociais que materializam o discurso da adultização, fortalecendo para uma reflexão da influência da mídia como um dos principais estimulantes sobre a concepção da infância na contemporaneidade e suas implicações para o desenvolvimento infantil.

Palavras-chave: Adultização infantil. Infância e Mídia. Beleza. Corpo.

1 INTRODUÇÃO

Ao longo da história a infância foi uma questão muito discutida e passou por um grande processo de transformação e reconhecimento, no entanto é notório que em pleno século XXI, continua frequente a inserção da criança no universo adulto.

Neste artigo reflito sobre a produção da imagem corporal de crianças, nos campos midiáticos tais programações televisivas, redes sociais e propagandas. Estamos vivendo numa cultura em que ser belo ou bela passa a ser resultado de produção e investimento humano. Entende-se que é na infância que as experiências cognitivas sensoriais e motoras estão no seu ponto mais elevado, o cérebro nessa fase é dotado de capacidade de estruturar grande parte de suas conexões e integrar informações transformando em aprendizagem.

A mídia adotou o papel de viabilizar a comunicação humana por meios tecnológicos tornando-se um símbolo de modernidade e evolução de conhecimento, estando dessa forma cada dia mais inserido no cotidiano das pessoas, atuando uma grande influência na sociedade transmitindo comportamentos, moda e atitudes.

¹ Graduado do Curso de História da Universidade Estadual - UEPB, ana-cleuma-@hotmail.com;

² Graduado pelo Curso de Pedagogia da Faculdade Três Marias, neidemmaria2020@gmail.com

³ Graduando do Curso de Pedagogia da Universidade Estadual - UEPB, Anielly.amaro@hotmail.com;

Contudo é possível perceber que esse tema é de extrema importância, pois tornou-se uma das principais preocupações da nova era tecnológica, onde as mesmas não tem maturidade de discernir as informações e conteúdo de adultos e crianças, que em grande parte não tem teor educativo. Dentre as problemáticas, envolvendo a mídia especificadamente televisiva no contexto infantil, a adultização, embelezamento e erotização da infância apresentam-se como temática de relevância social com impacto tanto no desenvolvimento infantil quanto nas relações sociais.

Este trabalho trata da imagem corporal infantil na contemporaneidade que se encontra cada vez mais acelerado em caminho ao universo adulto e vem indagar a questão sobre as influências do poder das mídias televisivas sobre sentidos da infância? Quais os fatores que influenciam no processo de adultização e quais as implicações para infância com enfoque especial as participantes de programações televisionadas e concursos de beleza?

Assim o presente artigo se propõe a uma leitura conceitual sobre a sociedade contemporânea midiática com enfoque especial nos programas televisionados e concursos de beleza infantil, bem como os diferentes discursos e práticas em torno da criança e busca discutir as relações entre a mídia e o processo de adultização da infância e as práticas de consumo assentados em valores de beleza, cada vez mais padronizados. Pois apesar de todos os progressos sociais, a criança tornou-se alvo dos recursos midiáticos, e ainda é tida como um adulto mirim.

Dessa forma é importante uma reflexão acerca do fenômeno de adultização infantil que se encontra presente em nossa sociedade. Abordando a situação das crianças que cada vez mais cedo estão expostas ao universo adulto e os meios de comunicação com suas ofertas de consumo de produtos, ideias que incentivam a reprodução e adultização da infância.

2 CONSTRUÇÃO HISTÓRICA: CONCEPCÇÃO DE INFÂNCIA NA CULTURA MIDIÁTICA

A infância é um período importante para o desenvolvimento humano, pois nele são adquiridas as primeiras concepções psicológicas e moral que iram seguir com a criança para o resto de sua vida. A antecipação da infância é esquecer a essência da criança e buscar por um amadurecimento precoce de forma acelerada, expondo desde cedo as exigências e preocupações que não fazem parte do período da infância.

É primordial que no período da infância a criança tenha tempo para brincar, pois constrói sua autonomia, desenvolve uma boa convivência com seus amigos e familiares conseguem se comunicar de forma expressiva, além de estimular a imaginação e ter um amadurecimento saudável.

Esse trabalho trata-se de uma pesquisa teórica bibliográfica de cunho qualitativo, acerca dos aspectos relacionados às influências midiáticas contemporâneas no processo de adultização na infância e seus impactos no desenvolvimento infantil.

Ao longo do tempo a infância foi se modificando e mesmo diante dessas transformações nem sempre foi tratada e vista como uma fase marcante sendo considerada uma etapa sem importância que poderia ser substituída.

De acordo com Ariés as crianças eram consideradas adultas em miniaturas e deveriam fazer parte da convivência dos mesmos não havia distinção entre hábitos, deste modo as crianças participavam de toda a vida social dos adultos e dessa forma passaram a interpretar os adultos e através da convivência os pais já contavam com ajuda em seus afazeres que auxiliavam no sustento da família, serviços domésticos onde o aprendizado era acelerado e se dava através de trabalho diário.

Por volta do século XXVI e XXVII o conceito de infância começou a mudar, surgindo o sentimento de família, ou seja, o cuidado e interesse com a criança de forma que ela passa a aparecer e ser percebida nos retratos de família.

Sendo neste primeiro momento, as crianças vistas como instrumentos de distração para os pais, um passatempo. Segundo Ariés esse sentimento inicial da infância se dá o nome de paparicação, estando presente nas camadas nobres e mais populares, onde vem caracterizado pelo interesse psicológico tratando a preocupação com a educação e a formação moral das crianças. Ocorre neste século a valorização da infância a ideia de que a criança passa a ser tratada com atenção e carinho podendo ser livre em seus aspectos e servir de distração para os adultos dessa forma então os adultos passam a se preocupar com a educação carreira e futuro de suas crianças que assim ganham cada vez mais espaço.

A Infância é fase de preparação para a vida adulta, assim buscamos compreender como as crianças apropriam-se de discursos sobre o corpo e a beleza disponibilizados, sobretudo pelos mais diversos suportes midiáticos como programas televisivos, anúncios publicitários, produtos da moda, brinquedos, transformando-os em valores e práticas que se traduzem em modo de vê-se, perceber o outro e como se relaciona. Nas sociedades contemporâneas, globalizadas, onde a mídia exerce um grande poder, o corpo não pode mais deixar de ser notado. São muitas as formas pelas quais ele, o corpo, é exposto, desde as especulações às intervenções que se operam sobre ele. A mídia, passou também a mediar a indústria de beleza, através da exposição de seus produtos, levando seus leitores e expectadores a estarem à par das novidades e descobertas feitas, ditando e apelando para as pessoas serem seduzidas por esta prática cultural do culto ao corpo. Assim, percebe-se que estes discursos são produtores de sentido nos mais variados aspectos do cotidiano, considerando que ela tem grande influência obtida através de suas características de fazer-saber, fazer-pensar e fazer-sentir. Desta feita, a mídia pode ser considerada uma instância poderosa na sociedade (GHILARD-LUCENA, 2012).

Nesta perspectiva, é possível perceber nitidamente o quanto a nossa sociedade valoriza, não do ponto de vista ideológico, mas do ponto de vista concreto, a realização de seus desejos ao empenhar-se na busca incessante e obsessiva da aparência ideal, que por sua vez está estampada na televisão, nos outdoors e nas revistas semanais. Dessa forma, é de grande relevância a compreensão de tal fenômeno tão complexo, e que cada vez mais vem obtendo centralidade diante da instauração da modernidade, que dita de maneira direta e indireta, através dos discursos que padronizam os gêneros, que é necessário manter-se belo, não importando o preço a ser pago.

2.1 ESFERAS DE INFLUÊNCIA NA ADULTIZAÇÃO INFANTIL

Transformações significativas ocorreram a partir do século XXVIII, com relação ao conceito de infância e educação, em combinação com acesso infantil a informações do mundo adulto, os meios de comunicação disponibilizam conteúdos que cotidianamente está mudando o comportamento das crianças de forma acelerada em direção do universo adulto. Atualmente as crianças convivem muito com os adultos participam da correria do dia a dia tendo acesso a mídia e ao consumo exageradamente, algumas vezes ouvindo diversas preocupações, conflitos sendo estimuladas a desempenhar muitas atividades e serem competitivas para destacarem-se no futuro. Diante desses estímulos as crianças cada vez mais tendem a agir como adultos internalizando comportamentos, atitudes, hábitos, formas de lazer, cuidados e responsabilidades reproduzindo em suas brincadeiras e em sua relação com seus colegas os comportamentos dos pais.

Atualmente vivemos em um mundo cercado de informações cada vez mais avançado, marcado pela tecnologia, e o consumismo cada vez despertar o interesse do público

infantil através dos meios de comunicação e a mídia caracterizando-se como um forte poder de influência social por seus meios de transmissão.

É sabido que as representações midiáticas são uma grande influência na sociedade, sendo assim os meios de comunicação estimulantes do consumo e da adultização infantil através de propagandas, comerciais, desenhos e programas televisivos que interferem no modo de ser e viver destas crianças. Hoje os pais investem cada vez mais comprando produtos para os filhos, as crianças tem vontade de ter algo, que elas visualizam e querem cada vez mais ficar parecida com os adultos, interpretando suas atitudes e hábitos. E a mídia e mediadora na adultização infantil mostrando roupas no estilo adulto, artefatos de maquiagem, produtos de beleza e muitas vezes, os pais projetam nos filhos o que não puderam ter sem perceber que estão fazendo um espelho deles através de seus filhos encobrendo suas carências pessoais. Pois, algumas escolhas agora no presente podem trazer futuramente situações de arrependimento, quando estas crianças tornarem-se adultas. “Por isso, temos de aprender, nesses tempos pós-modernos, a aceitar que a verdade é plural, que ela é definida pelo local, pelo particular, pelo limitado, temporário, provisório.” (LOURO, 2010, p 51).

O conteúdo apresentado pela televisão não faz distinção de adultos ou crianças, e é comum desde cedo as crianças já terem acesso as telas de TV pelo fato dele ser um meio de comunicação atrativa, no entanto as crianças ficam expostas a informações impróprias a sua faixa etária.

Com o avanço da mídia nota-se a participação de crianças em programas televisivos, propagandas, concursos de beleza, e nas redes sociais, os pais são atraídos pelos prêmios que na maioria das vezes é em dinheiro e pela oportunidade de verem seus filhos ficarem famosos.

3 ADULTIZAÇÃO DA INFÂNCIA

A motivação da ideia da divulgação para que a criança seja valorizada e vista pela sociedade, é dessa maneira um ato consumidor e reprodutor de padrões sociais que é rentável e favorável para o mercado, daí a importância de estimular a introdução da criança em algumas dimensões do mundo adulto.

Indiscutivelmente a mídia colaborou de modo significativo para a propagação destes discursos que circundam a sociedade, transformando-a. Corroborando com esta ideia Ghilard-Lucena (2012) afirma:

A mídia atua na construção do imaginário coletivo ao produzir imagens simbólicas e intermediar a relação entre os leitores e a realidade. Nas sociedades ocidentais atuais, os indivíduos, por meio da leitura dos textos midiáticos a que estão expostos o tempo todo, vão tecendo os fios da construção de sua identidade, incorporando sentidos e representações presentes no cotidiano (GHILARD-LUCENA, 2012, p. 89).

A mídia também se mostra corresponsável no adultização precoce de crianças ao expor a imagem da infância espelhada no comportamento adulto, influenciando a erotização dos corpos infantis e a sexualidade precoce, comprometendo a formação identitária das crianças e o processo de desenvolvimento saudável transformando-as em miniaturas de adultos.

Segundo Mary Del Priore “Nas revistas femininas, multiplicaram-se anúncios de produtos de incentivo ao narcisismo, antes esmagado pelo pudor.” (PRIORE, 2011, p 108). É comum nas propagandas direcionada as crianças, em sua maioria intensificar e supervalorizar as características atribuídas aos adultos, renunciando a naturalidade e a essência da infância. A definição de beleza tem mudado com o passar do tempo. Não sendo algo homogêneo, têm

características próprias do seu tempo. Em *História da Beleza*, Georges Vigarello (ANO) mostra as transformações nos perfis de beleza, as variações das formas, contornos, e posturas do corpo em cada época, os diferentes métodos que foram empregados em nome da beleza. É um livro que contextualiza a história da busca da beleza para o corpo desde o renascimento até a contemporaneidade.

As propagandas direcionadas ao público infantil são estímulos adultizados de maneira excessiva gerados por uma ação de marketing fortalecendo a cultura do consumismo, enfatizando o uso de acessórios, cuidado com o corpo, aparência, comportamentos, responsabilidades e ações típicas do mundo adulto.

Para bons resultados desses estímulos ao mesmo tempo em que reforça a superioridade do mundo adulto, a mídia funciona também através de elementos do imaginário infantil para convencer as crianças a consumirem determinado produto. Através de um forte e persuasivo mercado consumidor que foi constituído por crianças que aprenderam o prazer de ter o produto que aparece na TV sendo consumido por outras crianças.

No Brasil teve início a partir dos anos 80 e 90, a geração de crianças que recebe o estímulo de ingressar na TV através de contratação para apresentação de programas infantis, as figuras 1 e 2 ilustram imagens do programa balão mágico na rede Globo, que apresentava desenhos, histórias, brincadeiras e canções, teria como apresentadores mirins Simony, Tob, Mike, Jairzinho. A foto demonstra como o infantil ganhou espaços cada vez maiores e vem se tornando presente nas programações da TV brasileira e como a criança se inseriu na cultura midiática contemporânea.

Figura 1: Apresentadores mirins do programa “A Turma do Balão Mágico”
(Da esquerda para a direita: QUEM SÃO CADA UM DELES? COLOCAR OS NOMES)



Fonte: Foto Reprodução/ Google Imagens.

Figura 2: Chamada para televisão do programa infantil Balão Mágico



Fonte: Foto Reprodução/ Google Imagens.

Sobre adultização infantil no contexto de programas televisivos e concursos de beleza analisei um episódio do programa Silvio Santos que foi exibido em 22 de setembro de 2019, transmitido pelo canal SBT que tem um alcance de altos índices de audiência.

No Programa exibido no dia 22/09/2019 o quadro referente ao concurso de miss infantil apresentava seis candidatas que tinha 7 e 8 anos de idade e diferentes estilos de vida. O concurso era dividido em três etapas, as candidatas ao serem apresentadas no programa começavam desfilando pelo palco vestidas de fantasias, como a mulher-maravilha, *cowgirl* e entrevistadas sobre os personagens, o que gostariam de ser quando crescer e o que as levou a participar do concurso, em seguida voltaram ao palco vestidas de trajes de banho, como maiôs e na próxima na etapa com vestidos de gala. A votação era feita pela plateia por meio de um sistema eletrônico e através de jurados que davam notas e faziam comentários a respeito do desenvolvimento das candidatas no decorrer do desfile.

Figura 3: Candidata participando do desfile



Fonte: Foto Reprodução/Google Imagens.

Figura 4: Concurso Miss Infantil



Fonte: Foto Reprodução/Google Imagens.

As figuras 3, 4, 5, 6, 7 e 8 ilustram imagens do mundo real e mostram exemplos de comportamentos adultizados. Diversos exemplos poderiam ser trazidos no contexto midiático, visando apresentar práticas sociais que materializam o discurso de adultização/erotização infantil, como é o caso da cantora de funk MC Melody de apenas 13 anos, que trabalha desde os dois anos de idade, tem várias atividades no seu cotidiano. Ela faz shows, grava vídeos, estuda e possui cerca de 9 milhões de seguidores no Instagram. Em busca de um estereótipo de beleza, Melody passou por mudanças estéticas e tem inspiração na cantora de funk Anitta.

Figura 5: MC Melody



Fonte: Globo.com, 2015.

Figura 6: MC Melody e Anitta



Fonte: Midiamax.com

Figura 7: Anitta e MC Melody



Foto Reprodução/ Google Imagens.

Infelizmente cenas como essas são comuns, o site miss Brasil infantil dedicado a promoção dos concursos de beleza infantil no país é um exemplo desse conceito de adultização e erotização precoce, pois reforça a ideia de glamour e da superioridade de pertencer ao mundo das modelos, utilizam da imagem da princesa personagem. A realidade é que em concursos como miss Brasil infantil trazem exemplos que tem levantado questões e dividido opiniões e a mídia televisiva aproveitando-se da popularidade dos concursos, torna-se grande responsável por aumentar ainda mais a fama e o espaço deste tipo de concurso. E os pais cada vez inscrevem seus filhos nesse tipo de concurso para conquistarem fama, reconhecimento e acabam projetando em seus filhos o que sonharam para eles e isso fica muito claro no caso de Eloá Marques quando sua mãe tem um histórico de participação de concursos e esse discurso faz com que o incentivo seja ainda maior, estimulando a responsabilidade e a disciplina da menina. O padrão de beleza determinado na sociedade moderna através da mídia televisiva e das redes sociais é gerador de diversas discursões e influencia constantemente as crianças com seus valores, quando desde a descoberta do sexo já é traçado a maneira de como deve se comportar, e seu futuro profissional.

Figura 8: Eloá Marques antes e depois da transformação para o concurso



Fonte: Facebook.com/EloáMarques (Disponível em: Colocar o link do perfil dela. Acesso em data de acesso).

Infelizmente cenas como essas são comuns, o site Miss Brasil Infantil, que se dedica a promoção dos concursos de beleza infantil no país, é um exemplo desse conceito de adultização e erotização precoce, pois reforça a ideia de glamour e da superioridade de pertencer ao mundo das modelos, utilizam da imagem da princesa personagem. A realidade é que em concursos de Miss Brasil Infantil trazem exemplos que tem levantado questões e dividido opiniões e a mídia televisiva aproveitando-se da popularidade dos concursos, torna-se grande responsável por aumentar ainda mais a fama e o espaço deste tipo de concurso. E os pais cada vez inscrevem seus filhos nesse tipo de concurso para conquistarem fama, reconhecimento e acabam projetando em seus filhos o que sonharam para eles e isso fica muito claro no caso de Eloá Marques quando sua mãe tem um histórico de participação de concursos e esse discurso faz com que o incentivo seja ainda maior, estimulando a responsabilidade e a disciplina da menina. O padrão de beleza determinado na sociedade moderna através da mídia televisiva e das redes sociais é gerador de diversas discussões e influência constantemente as crianças com seus valores, quando desde a descoberta do sexo já é traçado a maneira de como deve se comportar, e seu futuro profissional.

Figura 9: Eloá Marques Miss Brasil Mirim 2020 e sua mãe Beth Marques Miss Mato Grosso do Sul 1996



Fonte: Midiamax.com

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O objetivo geral deste trabalho foi analisar acerca da relação entre a mídia e o processo de adultização da infância e quais as suas implicações para o desenvolvimento infantil. Com os estudos realizados nota-se que grandes mudanças ocorreram na sociedade ao longo do tempo, entende-se que a criança somente no final do século XVI e durante o XVII passou a ser tratada com atenção e carinho recebendo um sentimento único de família, deixando de ser aquela criança que antes era ignorado e tratada em mesma escala adulta. No entanto as crianças estão sendo adultizadas cada vez mais cedo se igualando novamente a fase adulta, dessa maneira foi possível observar que a adultização precoce tem como principal mola propulsora a mídia, a qual vem dominando diferentes gerações, onde o comportamento e o universo adulto são exaltados frequentemente diante do público infantil.

Através de minha pesquisa pude concluir ainda, que o declínio da adultização e erotização infantil são preocupantes, pois a infância é uma etapa importante para o desenvolvimento humano, e que futuramente pode acarretar problemas tendo em vista ser essencial para a formação de uma pessoa saudável. A mídia se constitui como um dos principais estimulantes nesse processo, esse tipo de indução a comportamentos típicos de adultos hoje em dia, chega as crianças por acesso fácil aos conteúdos inadequados por meio de comunicação sem que tenha um supervisionamento adequado dos conteúdos, consequentemente as crianças se sentem inseridas nesse meio passando adotar as mesmas atitudes e hábitos dos adultos.

Esses estímulos adultizados presente na vida das crianças pode ser internalizado e assim se manifestam através da ação, tornando-se mais explícito no contexto do mundo da moda, mas especificamente através de concursos de beleza infantil, e atrelada a criança e a sua participação as pedagogias culturais assumem grande responsabilidade na produção de sua subjetividade e exerce um poder sobre ela ao produzir saberes sobre seu corpo.

É necessário ter um cuidado maior com a mídia, uma vez que ela constitui-se como uma das principais responsáveis em estimular as crianças que são vistas como público-alvo, instigando o consumismo exacerbado através de propagandas que moldam a opinião e estimula o processo de adultização.

A antecipação de responsabilidades das muitas crianças traz o impacto de terem agendas lotadas, não tem tempo para brincar passa o dia todo ensaiando para concurso sem descanso, os pais alucinados estressante, cobrando para que seus filhos tenham um bom

rendimento escolar, privando-os muitas vezes do sono, em uma rotina diária com carga de trabalho e seguindo dispostos a tudo para seus filhos ganharem os concursos. Os fatores expostos influenciam diariamente na vida da criança e interferem comprometendo o seu desenvolvimento trazendo consequências, pois não tem mais tempo para brincar, perdem o estímulo da sua criatividade, não interagem com outras crianças o que afeta seu desenvolvimento social, são expostas a preocupação excessiva com beleza corpo e outras atitudes e hábitos que não fazem parte de sua faixa etária. Essas consequências, na maioria das vezes só se tornam perceptíveis na fase adulta, pois em decorrência da vivência no mundo adulto temos crianças que crescem preocupadas e agitadas desenvolvendo quadros que vão desde os distúrbios alimentares e psicológicos, ansiedade, depressão, baixa autoestima dentre outras patologias.

Portanto, ressalto a importância de ficar atentos ao comportamento das crianças enfatizando que a criança não é um adulto em miniatura. É preciso colocar em prática, repensar as atitudes e comportamentos, garantindo que seja respeitada e valorizada a infância, não permitindo que essa etapa seja perdida pela criança ou transformada em outra fase da vida, e assim proporcionar o seu desenvolvimento integral humano de forma saudável, no tempo certo e com tudo o que lhe é pertinente, favorecendo a proteção a fim de ter seu mundo infantil preservado.

5 REFERÊNCIAS

ABNT – Associação Brasileira de Normas Técnicas. **NBR 6023: Informação e documentação. Trabalhos Acadêmicos – Apresentação.** Rio e Janeiro: ABNT, 2018.

ARIÉS, Philippe. **História social da criança e da família.** 2. ed. Trad. Dora Faksman. Rio de Janeiro: Guanabara Koogan, 1981.

BAUMAN, Zygmunt. **Amor líquido: sobre a fragilidade dos laços humanos.** Rio de Janeiro: Zahar, 2004.

CERTAU, Michel de. **A escrita da história.** 2 ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2000.

DEL PRIORE, Mary. **Corpo a corpo com a Mulher.** Pequena história das transformações do corpo feminino no Brasil. São Paulo: SENAC, 2000.

_____. **Histórias íntimas: sexualidade e erotismo na história do Brasil.** - São Paulo: Editora Planeta do Brasil, 2011.

FOUCAULT, Michel. **Vigiar e Punir.** 7 ed. Rio de Janeiro: Vozes, 1987.

GARCIA, Wilton. **Corpo, mídia e representação: estudos contemporâneos.** São Paulo: Thomsom, 2005.

LUCENA-GHILARDI, Maria Inês. **Gênero e Representações Sociais na Mídia: O Corpo Masculino.** Vitória da Conquista, v. 1, n. 1, p. 88-97, 2012.

LOURO, Guacira Lopes; NECKEL, Jane Felipe; GOELLNER, Silvana Vilodre. (Orgs.) **Corpo gênero e sexualidade: um debate contemporâneo na educação.** 6. ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2010.

LAKATOS, Eva Maria. **Metodologia científica**. 6. ed. 4. reimpr. São Paulo: Atlas, 2011. 314 p.

Midiamax.com. **Mãe e filha misses participam do miss Brasil e conquistam títulos juntas**. Disponível em: <https://www.midiamax.com.br/midiamais/comportamento/2018/mae-e-filha-misses-participam-do-miss-brasil-e-conquistam-titulos-juntas>. Acesso: Nov. 2020.

Veja SP. **Programa Silvio Santos**. Disponível em: <https://vejasp.abril.com.br/blog/pop/silvio-santos-criancas-maio-polemica-revolta/>. Acesso: Out. 2020.

Meia hora. **É pouco perto do que eu quero chegar**. Disponível em: <https://www.meiahora.com.br/celebridades-e-tv/2020/05/5911574--e-pouco-perto-do-que-eu-querer-chegar---dispara-mc-melody-ao-ser-comparada-com-anitta.html#foto=1>. Acesso: Nov. 2020.

Facebook. Marques Eloá. Disponível em: <https://www.facebook.com/Elo%C3%A1-Marques-231035830977140/>. Acesso: out. 2020.

Globo.com. **MC Melody, de 8 anos, causa polêmica**. Disponível em: <http://extra.globo.com/noticias/brasil/mc-melody-de-8-anos-causa-polemica-pai-defende-so-porque-ela-canta-funk-15737518.html>. Acesso: out. 2020.