

ESCOLA DE COMUNICAÇÃO, ARTES E DESIGN  
PUBLICIDADE E PROPAGANDA

BRUNA DE SOUZA FLORES

**MULHER NA MÍDIA:**  
UMA ANÁLISE SOBRE A REPRESENTAÇÃO DO CORPO FEMININO NOS VIDEOCLIPES  
DA LUÍSA SONZA

Porto Alegre  
2023

GRADUAÇÃO



Pontifícia Universidade Católica  
do Rio Grande do Sul

BRUNA DE SOUZA FLORES

**MULHER NA MÍDIA:**  
UMA ANÁLISE SOBRE A REPRESENTAÇÃO DO CORPO FEMININO NOS  
VIDEOCLIPES DA LUÍSA SONZA

Trabalho de conclusão de curso apresentado como requisito para a obtenção do grau de Bacharelado em Publicidade e Propaganda pela Escola de Comunicação, Artes e Design - Famecos da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul.

Orientador: Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Paula Regina Puhl

PORTO ALEGRE

2023

BRUNA DE SOUZA FLORES

**MULHER NA MÍDIA:**  
UMA ANÁLISE SOBRE A REPRESENTAÇÃO DO CORPO FEMININO NOS  
VIDEOCLIPES DA LUÍSA SONZA

Trabalho de conclusão de curso apresentado como requisito para a obtenção do grau de Bacharelado em Publicidade e Propaganda pela Escola de Comunicação, Artes e Design - Famecos da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul.

Aprovada em \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_.

BANCA EXAMINADORA:

---

Orientadora: Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Paula Regina Puhl

---

Prof. Dr.<sup>a</sup> Helena Maria Antonine Stigger

---

Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Maria Henriqueta Creidy Satt

Porto Alegre  
2023

## **AGRADECIMENTOS**

Gostaria de expressar minha profunda gratidão a diversas pessoas que foram fundamentais nessa jornada. Primeiramente, minha família, que sempre incentivou meus estudos, minha curiosidade, me incentivando a ser a minha melhor versão, moldando a pessoa que sou hoje.

Em segundo lugar, quero estender meu agradecimento à minha amiga Bruna Góes. Se não fosse pelo esforço incansável dela em esclarecer todas as minhas dúvidas no setor do PROUNI, mesmo quando eu já havia desistido, eu não estaria aqui hoje.

Aos meus amigos, expresso minha gratidão pela paciência que tiveram comigo ao longo deste semestre. Obrigada por me acolherem nos momentos de desespero, por me ouvirem falar e reclamar sobre o TCC, por entenderem quando dei pouca atenção e por acreditarem em mim mais do que eu mesma. Também quero agradecer aos amigos e colegas de curso por todos os trabalhos em grupo, pelo apoio contínuo, pela amizade construída, pelos momentos de carinho e até mesmo pelas brigas nos trabalhos em grupo. Tudo isso foi desafiador e motivador, contribuindo para o meu crescimento pessoal e profissional. É um privilégio fazer parte de uma das melhores turmas!

Expresso minha gratidão aos colegas de trabalho por seu apoio, incentivo e compreensão quando precisei dedicar tempo ao desenvolvimento do TCC. Agradeço também aos excelentes professores com quem tive trocas riquíssimas, tornando a experiência e o aprendizado ainda melhores.

Por último, mas com certeza não menos importante, quero agradecer à minha orientadora, Paula Puhl. Sua orientação foi crucial, proporcionando apoio, tranquilidade, afeto e paciência ao longo deste semestre. Cada orientação me deixava otimista e empolgada, e eu não poderia desejar uma orientadora melhor. Não sei o que seria de mim e deste trabalho sem sua orientação.

## RESUMO

Esta monografia tem como tema discutir os padrões de beleza e a representação do corpo feminino em videoclipes musicais. Para esse estudo, foi escolhida a artista brasileira Luísa Sonza, uma figura proeminente na música contemporânea. O problema de pesquisa centra-se em analisar a forma como é representado o corpo feminino nos videoclipes e nas letras de Luísa Sonza, abrangendo diferentes fases da sua carreira, desde 2019 até 2023. O objetivo principal é compreender a relação entre as representações culturais do corpo feminino e as dinâmicas de empoderamento na sociedade contemporânea. Os objetivos específicos deste trabalho incluem apresentar e refletir sobre o mito da beleza; o papel do corpo em relação ao empoderamento feminino; as representações do corpo em diferentes mídias (impressa, audiovisual, música); apresentar as discussões sobre o corpo feminino nas redes sociais e analisar as letras e videoclipes da cantora escolhida, identificando como o corpo feminino é retratado em suas produções. Para a realização deste trabalho, que é de natureza exploratória e qualitativa, foi feita uma pesquisa bibliográfica na parte teórica, baseado nos estudos de autores como Wolf (2020), Lipovetsky (2000), Castro (2007), Moreno (2013), Sant'Anna (2013), entre outros. E uma pesquisa documental para obter informações pessoais e da carreira da cantora Luísa Sonza. A partir da Análise de conteúdo (Fonseca Junior, 2011) foram analisados os videoclipes mais visualizados dos 3 álbuns da cantora a fim de trazer um recorte de diferentes momentos da carreira da artista, são eles: Pandora (2019), com o clipe Garupa (80.313.042 visualizações), Doce 22 (2022), com o clipe Modo Turbo (223.492.315 visualizações) e por último Escândalo Íntimo (2023), com o clipe Campo de Morango (17.113.013 visualizações), esses dados foram coletados até a data 10/10/2023. O resultado obtido foi a percepção de como a representação feminina nos videoclipes ainda é bastante sexualizada e objetificada, contando não só com a exposição do corpo como também um comportamento mais erotizado e como apesar de bastante criticada, essa exposição e erotização do corpo feminino é mais normalizada quando é comercializada para benefício masculino, da indústria fonográfica e da mídia.

**PALAVRAS-CHAVE:** Representação feminina; mídia; objetificação; videoclipe; Luísa Sonza.

## **ABSTRACT**

This monograph focuses on the discussion of beauty standards and the representation of the female body in music videos. For this study, Brazilian artist Luísa Sonza, a prominent figure in contemporary music, was chosen. The research problem centers on analyzing how the female body is represented in Luísa Sonza's music videos and lyrics, covering different phases of her career from 2019 to 2023. The main objective is to understand the relationship between cultural representations of the female body and empowerment dynamics in contemporary society. Specific objectives include presenting and reflecting on the beauty myth; the role of the body in relation to female empowerment; representations of the body in different media (print, audiovisual, music); discussing female body topics on social media; and analyzing the lyrics and music videos of the chosen singer, identifying how the female body is portrayed in her productions. To conduct this exploratory and qualitative research, a bibliographic review was carried out, drawing on the studies of authors such as Wolf (2020), Lipovetsky (2000), Castro (2007), Moreno (2013), Sant'Anna (2013), among others. Documentary research was also conducted to gather personal information and details about Luísa Sonza's career. Content analysis (Fonseca Junior, 2011) was employed to analyze the most viewed music videos from the singer's three albums, providing insights into different moments of her career: Pandora (2019) with the video "Garupa" (80,313,042 views), Doce 22 (2022) with the video "Modo Turbo" (223,492,315 views), and Escândalo Íntimo (2023) with the video "Campo de Morango" (17,113,013 views) – data collected up to October 10, 2023. The results revealed a perception of how the representation of women in music videos remains highly sexualized and objectified. This includes not only the exposure of the body but also more erotized behavior. Despite facing criticism, the exposure and eroticization of the female body are normalized, particularly when commercially benefiting men, the music industry, and the media.

**KEYWORDS:** Female representation; media; objectification; music video; Luísa Sonza.

## LISTA DE QUADROS

Tabela 1 - Números referentes as mídias sociais da cantora .....	45
Tabela 2 - Aplicação da Análise de Conteúdo .....	53
Tabela 3 - Categorização .....	54

## LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Marcha das vadias.....	21
Figura 2 - Capa da revista Capricho de 1980 e 2015.....	32
Figura 3 - Anúncio da marca Dior (2015).....	36
Figura 4 - Anúncio da marca Dolce & Gabbana (2012).....	37
Figura 5 – Tweet recente a respeito do corpo da Luísa Sonza .....	46
Figura 6 – Tweet antigo a respeito do corpo da Luísa Sonza.....	47
Figura 7 – Dados Google Trends referente à Luísa Sonza .....	48
Figura 8 - Dados Google Trends referente à Luísa Sonza.....	48
Figura 9 – Capa do álbum Pandora .....	51
Figura 10 – Capa do álbum Doce 22 .....	52
Figura 11 – Capa do álbum Escândalo Íntimo .....	53
Figura 12 – Mosaico videoclipe Garupa.....	56
Figura 13 - Frame do videoclipe Garupa.....	57
Figura 14 - Comparativo do primeiro e último frame .....	57
Figura 15 – Mosaico videoclipe Modo Turbo .....	59
Figura 16 – Frames videoclipe Modo Turbo .....	60
Figura 17 – Frames videoclipe Modo Turbo .....	60
Figura 18 – Frame videoclipe Modo Turbo .....	61
Figura 19 – Mosaico videoclipe Campo de Morango .....	63
Figura 20 – Frame do videoclipe Campo de Morango.....	64
Figura 21 - Frame do videoclipe Campo de Morango .....	64
Figura 22 – Frame do videoclipe Campo de Morango.....	65
Figura 23 – Frame do videoclipe Campo de Morango.....	65

## SUMARIO

<b>1 INTRODUÇÃO</b> .....	9
<b>2 O CORPO FEMININO</b> .....	12
<b>2.1 Corpo e o mito da beleza</b> .....	12
<b>2.2 O corpo como empoderamento feminino</b> .....	18
<b>3 MÍDIA</b> .....	26
<b>3.1 O corpo e suas representações na mídia</b> .....	26
3.1.1 <i>O corpo na imprensa feminina brasileira</i> .....	30
3.1.2 <i>Representações do corpo feminino nas mídias audiovisuais</i> .....	33
3.1.3 <i>O corpo feminino em discussão nas redes sociais</i> .....	38
<b>3.2 A mulher na música brasileira</b> .....	40
<b>4 ANÁLISE</b> .....	45
<b>4.1 This is Luísa Sonza</b> .....	45
<b>4.2 Procedimentos metodológicos</b> .....	48
4.3.1 <i>Videoclipe Garupa</i> .....	54
4.3.2 <i>Videoclipe Modo Turbo</i> .....	58
4.3.3 <i>Videoclipe Campo de morango</i> .....	61
<b>4.4 Inferência</b> .....	65
<b>5 CONSIDERAÇÕES FINAIS</b> .....	68
<b>REFERÊNCIAS</b> .....	71
<b>ANEXO A – LETRA DA MÚSICA GARUPA</b> .....	77
<b>ANEXO B – FICHA TÉCNICA DO VIDEOCLÍPE GARUPA</b> .....	79
<b>ANEXO C – LETRA DA MÚSICA MODO TURBO</b> .....	83
<b>ANEXO D – FICHA TÉCNICA DO VIDEOCLÍPE MODO TURBO</b> .....	86
<b>ANEXO E – LETRA DA MÚSICA CAMPO DE MORANGO</b> .....	91
<b>ANEXO F – FICHA TÉCNICA DO VIDEOCLÍPE CAMPO DE MORANGO</b> .....	93

## 1 INTRODUÇÃO

A mídia desempenha um papel de grande importância na formação de padrões de beleza e comportamento em nossa sociedade, relacionado, principalmente às mulheres. A prática recorrente de objetificação na comunicação reflete-se na redução constante da mulher a uma mercadoria e objeto de desejo. Apesar dos progressos conquistados pelo movimento feminista ao longo do tempo, essas representações persistem e continuam a fomentar debates, frequentemente instigados pela própria mídia. Essa repetição constante de narrativas que reduzem as mulheres a estereótipos exerce um impacto significativo tanto nas mulheres quanto na sociedade em geral, perpetuando desigualdades de gênero em diversos aspectos de nossa cultura.

Esse trabalho tem como tema a discussão sobre os padrões de beleza e da representação do corpo feminino na mídia. Tendo como objetivo principal a compreensão dessa representação feminina na mídia por meio da análise de videoclipes. O problema de pesquisa centra-se em analisar a forma como é representado o corpo feminino nos videoclipes e nas letras de Luísa Sonza, abrangendo diferentes fases da sua carreira, desde 2019 até 2023. Para isso serão examinados os videoclipes mais assistidos de cada um dos três álbuns lançados pela cantora até o momento da elaboração deste trabalho. Os álbuns e videoclipes em questão são: Pandora (2019), com o clipe Garupa (80.313.042 visualizações), Doce 22 (2022), com o clipe Modo Turbo (223.492.315 visualizações) e por último Escândalo Íntimo (2023), com o clipe Campo de Morango (17.113.013 visualizações), esses dados foram coletados até a data 10/10/2023. A análise desses materiais será conduzida através da Análise de Conteúdo, de acordo com Fonseca Junior (2011).

A escolha pela cantora Luísa Sonza se dá devido à significativa visibilidade que a artista conquistou ao longo dos anos, mas também pela diversidade musical que ela apresenta em sua carreira. Luísa Sonza transita por diferentes estilos e gêneros, enriquecendo a análise, pois permite uma compreensão mais abrangente ao proporcionar uma ampla gama de expressões artísticas. Mesmo que sua obra tenha uma tendência geral para o *funk* pop, a mistura de estilos evidencia a versatilidade da artista. Além disso, a escolha de Luísa Sonza também é significativa devido à intensa pressão e *hate* (ódio, hostilização) que ela enfrentou e ainda enfrenta na internet, refletida em ataques direcionados à sua vida pessoal, corpo e aparência física. Com seu talento musical e sua moralidade frequentemente questionados, especialmente após seu relacionamento com o humorista Whindersson Nunes, entre os anos de 2016 e 2020, a trajetória da cantora

ilustra de maneira concreta as complexidades do tratamento e representação das mulheres na sociedade contemporânea.

Foram traçados alguns objetivos, sendo o principal a compreensão da relação entre essas representações culturais do corpo feminino e as dinâmicas de empoderamento na sociedade contemporânea. Além disso, este trabalho se propõe a atingir objetivos específicos como: apresentar e refletir sobre o mito da beleza; discutir o papel do corpo em relação ao empoderamento feminino; destacar as representações do corpo em diferentes mídias (impressa, audiovisual, música); apresentar as discussões sobre o corpo feminino nas redes sociais e, por fim, analisar as letras e videoclipes da cantora escolhida, identificando como o corpo feminino é retratado em suas produções em diferentes fases de sua carreira.

Este trabalho é dividido em cinco capítulos, começando com a introdução. O segundo capítulo explora a evolução do papel da mulher na sociedade, abordando as diversas formas de opressão que também foram evoluindo à medida que a mulher adquiria autonomia, destacando como as mulheres passaram a empoderar-se e assumir o controle sobre suas vidas, utilizando autores como Wolf (2020), Lipovetsky (2000) e Castro (2007).

O terceiro capítulo irá abordar a representação feminina na mídia ao longo do tempo, examinando a contribuição da mídia para a criação e propagação de estereótipos e ideais de beleza. Serão considerados nessa abordagem diversos meios de comunicação, como imprensa feminina, audiovisual, mídias sociais e música, tendo como autores principais, além dos já mencionados, Moreno (2021), De Luca (2013), Sant'anna (2013) e Gerbase (2008).

No quarto capítulo, será apresentado os procedimentos metodológicos utilizados para a construção deste trabalho assim como uma breve descrição a respeito da Luísa Sonza, como forma de contextualizar a respeito do perfil da artista. Será realizada uma Análise de Conteúdo (Fonseca Junior, 2011) dos videoclipes mencionados anteriormente, através de duas categorias. A primeira aborda a representação feminina e o conteúdo das letras, explorando a forma como as mulheres são retratadas nas letras. A segunda categoria trata da representação do corpo na imagem, no qual iremos examinar a representação física do corpo da cantora nos videoclipes. Nessa fase da pesquisa é que ocorre o cruzamento entre a revisão teórica e as observações dos videoclipes de Luísa, a fim de tentarmos compreender melhor a forma como o corpo feminino foi representado em diferentes momentos da sua carreira.

O quinto e último capítulo consiste nas considerações finais, abordando a conclusão do trabalho, os aprendizados adquiridos e a contribuição deste TCC para a comunicação relacionada à representação feminina e de gênero.

## 2 O CORPO FEMININO

Para começar este trabalho, é fundamental compreender a relação da sociedade com o corpo feminino, que historicamente tem sido um campo de conflito e um símbolo de resistência. Neste capítulo, exploramos essa complexa dinâmica na qual as mulheres enfrentam não apenas as pressões e expectativas sociais, mas também tentam assumir o controle de seus próprios corpos. Analisamos a evolução do papel da mulher na sociedade ao longo do tempo, examinando as transformações que ocorreram e seu impacto na sociedade e nos indivíduos. Para isso, teremos teóricos como Naomi Wolf (2020), cujo livro "O Mito da Beleza: Como as Imagens de Beleza São Usadas contra as Mulheres" analisa como os padrões de beleza oprimem e manipulam as mulheres ao direcioná-las a um ideal inatingível. Além disso, Gilles Lipovetsky (2000), em "A Terceira Mulher", aprofunda essa discussão explorando como as mulheres foram encarregadas da condição de "belo sexo", examinando como essa construção ocorreu e as transformações que teve ao longo do tempo. Ana Lúcia Castro (2007), por sua vez, estabelece conexões entre esses padrões e as concepções de beleza relacionadas ao corpo feminino através do livro "Culto ao corpo e sociedade: Mídia, estilos de vida e cultura de consumo".

### 2.1 Corpo e o mito da beleza

Apesar dos avanços relacionados à igualdade de gênero e empoderamento feminino, com temas sobre o feminismo adquirindo maior visibilidade e sendo mais debatido - conforme mostram os dados do *Google Trends* que mostram o aumento de interesse de mais de 120% entre 2012 e 2022<sup>1</sup> - é importante notar que o aumento da consciência e entendimento do tema não faz com que as mulheres se sintam mais livres de fato. Segundo Wolf (2020), o mito da beleza emergiu como uma resposta à transformação dos papéis femininos durante a Revolução Industrial. Ele surgiu para ocupar o espaço de controle que a domesticidade tradicionalmente detinha sobre as mulheres. Mesmo nos tempos atuais, quando as mulheres possuem uma maior autonomia e uma ampla gama de escolhas, essa ideologia persiste, fazendo com que muitas delas se sintam aprisionadas por ideais inatingíveis e expectativas sociais opressivas.

As mulheres prósperas, instruídas e liberadas do Primeiro Mundo, que têm acesso a liberdades inatingíveis para qualquer outra mulher até agora, não se sentem tão livres quanto querem ser. [...]. Muitas sentem vergonha de admitir que essas preocupações triviais – relacionadas à aparência física, ao corpo, ao rosto, ao cabelo, às roupas - têm tanta importância (Wolf, 2020, p.25).

---

<sup>1</sup> Disponível em: <https://epocanegocios.globo.com/tecnologia/noticia/2023/03/busca-no-google-por-feminismo-mais-que-dobrou-na-ultima-decada-veja-os-termos-mais-procurados.ghtml>. Acesso em: 12 jun. 2023

De acordo com a autora, a ideologia de beleza representa uma forma de controle que surgiu em resposta ao desafio que os movimentos feministas representaram para as estruturas tradicionais de poder. Essa ideologia é vista como uma tentativa de reafirmar a influência sobre as mulheres que se tornaram, nas palavras da autora, “incontroláveis” devido ao avanço do feminismo. Portanto, esses ideais desempenham um papel significativo como mecanismo de controle social, até os dias de hoje, preenchendo o vácuo deixado pela maternidade e pela já mencionada domesticidade feminina, que já não conseguem mais exercer o mesmo grau de controle sobre as mulheres

Beleza: essa é a palavra de ordem da sociedade mundial atualmente. Tudo gira em torno do que é, está, ou irá se tornar bonito. Escravas da balança, dos manequins cada vez menores, dos cabelos cada vez mais lisos e mentes cada vez mais limitadas, as mulheres são vítimas em potencial desse mal, que ainda está longe de acabar (Machado RC, Noronha IL, 2011, Caderno Discente do Instituto de Ciências Jurídicas – Ano 1, n. 1, p. 01).

De acordo com Wolf (2020), essa ideologia inicialmente parece restringir as mulheres à sua aparência física, mas vai além disso, pois os padrões de beleza estão relacionados também ao comportamento que a sociedade daquele período específico considera ideal para uma mulher. Portanto, além de não possuírem justificativa legítima, esses padrões de beleza também deixam as mulheres suscetíveis à busca por aprovação externa, uma vez que é a sociedade quem dita o que é considerado belo e desejável em uma mulher.

Reforçando essa perspectiva, Denise Bernuzzi de Sant'Anna (2013) ressalta as expectativas e os padrões de comportamento ideais que prevaleceram nas décadas de 1930 a 1950. Durante esse período, as mulheres eram encorajadas a manter uma aparência magra e elegante, frequentemente encontrando orientações disseminadas pela mídia que enfatizavam a importância de afinar a cintura e aprimorar a postura, por exemplo. As mulheres enfrentavam restrições nas demonstrações de afeto e eram desencorajadas de tomar a iniciativa, de modo a evitar questionamentos sobre sua moralidade. Durante esse período, a noção de beleza estava ligada a um comportamento formal e rígido. As mulheres eram valorizadas por suas habilidades domésticas, como costura, bordado e outras tarefas relacionadas à manutenção do lar.

A autora ainda afirma que as mulheres eram pressionadas a aderir a esses padrões rigorosos de comportamento, aparência e moralidade e que isso servia para reforçar a autoridade masculina sobre elas, restringindo sua participação na esfera pública e controlando sua expressão social.

Ainda segundo Sant'anna (2013), nessa época, mais do que atualmente, as mulheres eram frequentemente consideradas inferiores aos homens, sendo atribuída a elas a suposta

tendência de agir de maneira mais emocional em vez de racional. Essa visão levava à crença de que as mulheres tinham dificuldade em lidar de forma responsável com suas necessidades e desejos sexuais. Como resultado, jovens mulheres eram frequentemente aconselhadas a seguir uma vida pautada na fidelidade amorosa e na moderação sexual. Isso significava que eram desencorajadas a buscar o prazer sexual antes do casamento e a agir com cautela em suas relações amorosas. Essa orientação refletia a ideia de que as mulheres precisavam ser protegidas dos perigos associados ao sexo, e que sua pureza e virtude eram aspectos altamente valorizados pela sociedade como parte integrante de sua beleza.

Castro (2007), acrescenta um importante insight à discussão. Ela explora como a mídia e os especialistas em saúde desempenham um papel crucial na promoção da crença de que as imperfeições e defeitos corporais são de responsabilidade individual, atribuídos a negligência e falta de autocuidado. Eles frequentemente apresentam um discurso meritocrático, sugerindo que qualquer pessoa pode alcançar os padrões de beleza contemporâneos através da disciplina e dedicação pessoal. Esse discurso cria um cenário onde aqueles que não conseguem atingir esses padrões são frequentemente excluídos e julgados culpados pela percepção de que não têm controle ou vontade suficiente para fazê-lo. Dessa forma, Castro (2007) destaca como a sociedade contemporânea impõe pressões implacáveis sobre os indivíduos em relação à sua aparência, ao mesmo tempo em que responsabiliza excessivamente as pessoas por sua suposta “falta de controle” sobre suas próprias imagens corporais.

Lipovetsky (2000) ressalta ser visível que a beleza feminina e a masculina não possuem o mesmo valor, ficando explícito em diferentes meios e áreas de que a mulher tem a “condição privilegiada” da beleza, sendo identificada como o “belo sexo”, mas nem sempre foi assim, segundo o autor, analisando a pré-história e os povos selvagens, percebe-se que por um longo período as representações femininas tinham ênfase nas partes do corpo referentes a perpetuação da espécie, como representações vulvárias, ancas, abdômen e peito, sendo mais um culto a fecundidade de fato, do que à estética, “[...] o atributo sublinhado não é a beleza feminina, mas a fecundidade, o poder superior de vida e de morte. A deusa não é celebrada por sua beleza, mas por ser senhora dos animais e das forças incontroladas, poder divino da vida e de morte.” (Lipovetsky, 2000, pg. 104).

Essa construção da mulher como o "belo sexo" é menos evidente em culturas antigas consideradas mais “selvagens”. Contudo, é possível observar uma mudança de perspectiva também em contextos contemporâneos e sociedades tribais. Como destacado por Lipovetsky (2000), exemplos dessa inversão podem ser encontrados nas tribos *Tchambuli* da Oceania e nos *Wodaabe* da Nigéria, conforme apontado por Wolf (2020). Os autores apontam que nessas

sociedades a virilidade e a estética corporal masculina ganham proeminência, superando a ênfase tradicional na beleza feminina e nos conceitos de feminilidade. Essa mudança de paradigma demonstra que as ideias sobre gênero, beleza e valor corporal estão em constante evolução, variando de acordo com o contexto cultural e histórico. Isso evidencia como as normas de gênero e beleza não são fixas, mas sim moldadas pelas crenças e valores de cada sociedade ao longo do tempo.

De acordo com Lipovetsky (2000), a idolatria do “belo sexo” tornou-se proeminente a partir da nítida divisão social, especialmente entre as classes ricas e as classes pobres, incluindo a distinção entre as classes nobres e as classes trabalhadoras. As mulheres das classes mais privilegiadas da sociedade não tinham a necessidade de trabalhar, o que lhes proporcionava mais tempo livre. Com esse tempo disponível, passam a se dedicar a práticas relacionadas ao embelezamento, buscando se ocupar e agradar seus maridos. Essa tendência levou à valorização da beleza apenas em mulheres que não estavam envolvidas em trabalho produtivo, reforçando a ideia de que a beleza era incompatível com o trabalho feminino. Essa associação contribuiu para acentuar ainda mais as desigualdades sociais da época.

A “beleza correta” passa a se tornar tanto uma vantagem quanto um empecilho, capaz de influenciar o ganho ou a perda de oportunidades. O excesso ou falta dela poderia comprometer inclusive a seriedade e percepção de competência da mulher como profissional, como destaca Wolf (2020, p.94) “É permitido às mulheres uma mente ou um corpo, mas não os dois ao mesmo tempo”. Com isso, a beleza se torna para a mulher, até os dias de hoje, uma exigência a cumprir, mas também uma culpa a carregar quando essa beleza desvanece, ou mesmo quando essa beleza atrai demais a atenção dos homens com quem convive. Porém, a autora também aponta que, para os empregadores era altamente vantajoso ter funcionárias que fossem deliberadamente atraentes e jovens, agradáveis aos olhos, como uma forma de atrair mais clientes e consumidores para os seus negócios.

Quando a beleza se torna o atributo de maior valor feminino, a incansável busca por atingir este ideal passa não só a ocupar os pensamentos das mulheres, mas, segundo Wolf, (2020) também se torna um pré-requisito para alcançar o sucesso:

A qualidade chamada “beleza” existe de forma objetiva e universal. As mulheres devem querer encarná-la, e os homens devem querer possuir mulheres que a encarnem. [...] Quanto mais perto do poder as mulheres chegam, maiores são as exigências de sacrifícios e preocupações com o físico. A beleza passa a ser a condição para que a mulher dê o próximo passo (p. 29-51).

A preocupação com a beleza costumava se concentrar predominantemente no rosto, enfeitado através do uso de produtos de maquiagens e penteados elaborados. No entanto, ao longo do tempo, a busca pela preservação de um corpo belo e jovem assume o protagonismo superando a estética exclusivamente decorativa e na sofisticação da aparência. Nesse contexto, os dois principais pilares do padrão de beleza feminina emergiram: a magreza e a prevenção do envelhecimento, conforme destacado por Lipovetsky, (2000), e que são perpetuados até os dias atuais.

Conforme apontado pelo autor, o corpo assume o principal instrumento de expressão da beleza feminina, resultando na imposição de novos ideais, como o culto à magreza e a beleza juvenil. Isso se refletiu na predominância de conteúdos direcionados ao público feminino, abordando temas como regimes, exercícios físicos e produtos para aperfeiçoamento corporal, tanto para manter a magreza quanto para retardar o processo de envelhecimento. Esses aspectos transformaram a magreza e o rejuvenescimento em um mercado de massa e o objeto de desejo de muitas mulheres, independentemente de sua faixa etária ou do peso corporal.

E, segundo Sant'Anna (2013), à medida que as cidades brasileiras cresciam e as mulheres ingressavam no mercado de trabalho, ocorriam transformações significativas nos padrões de beleza. Os conselhos de beleza deixaram de se limitar exclusivamente à aparência, e passaram a contemplar também o comportamento feminino. Essas orientações enfatizavam a importância de educar o corpo para se adequar à vida social, incluindo aspectos como a postura ao andar, sentar, dançar, descer escadas e até mesmo a forma de se comunicar. Isso demonstra que as mulheres estavam sujeitas a orientações e pressões para se conformarem aos padrões e as expectativas sociais daquela época. A autora alega que entre 1945 e 1955 os cuidados com o corpo e o poder de atração estavam intrinsecamente ligados com o conceito de amor, que eram reforçados pela cultura da época. Era considerada de responsabilidade das mulheres conquistar e garantir o amor e a estabilidade como parte de uma busca pela realização pessoal. E embora o rosto ainda fosse a principal representação da beleza nas propagandas, o corpo como um todo começava a ganhar relevância no cinema e nas fotonovelas, sugerindo que a preocupação com o cuidado do corpo estava se tornando uma prioridade crescente nesse período.

Sant'Anna (2013) destaca que o ideal de beleza para o corpo feminino nos anos 1950 era frequentemente representado como o "corpo violão". Esse corpo ideal consistia em uma cintura fina, quadris largos, seios atraentes e pernas bem definidas, sendo amplamente considerado um padrão de beleza cativante tanto para o contexto do casamento quanto para a atração sexual masculina. É importante observar que, naquela época, a mulher ideal para o

casamento nem sempre coincidia com aquela vista como a mais desejável sexualmente pelos homens.

Castro (2007) contribui afirmando que, ao longo do século, essa preocupação com a beleza do corpo vai sendo cada vez mais valorizada, fazendo com que as pessoas busquem diferentes formas de manter esse padrão ideal como a prática de exercícios e uso de academias, apesar de muitos não admitirem que o fazem por motivos estéticos utilizando como justificativa principal a saúde e o bem-estar. A autora afirma que apenas aquelas pessoas que praticam a musculação assumem abertamente que a motivação é a preocupação com a beleza de seus corpos através do ganho e definição dos músculos.

A Era da Cirurgia assumiu o lugar da institucionalização da “doença mental” feminina, que por sua vez tinha substituído a institucionalização da histeria no século XIX, tendo cada fase da coação médica sempre descoberto novas formas de determinar que o que fosse feminino seria doente. [...] A “mentira vital” que equipara a feminilidade com a doença beneficiou os médicos em cada uma das três fases da história médica, proporcionando-lhes pacientes “doentes” e lucrativas onde quer que pudessem encontrar mulheres de classe média (Wolf, 2020, p. 320).

Wolf (2020) afirma então que as partes do corpo da mulher passam a não ser só sobre as funções que deveriam exercer, mas sim sobre como deveriam se parecer, e se essa aparência for errada, passam a acreditar que o corpo está deformado, não serve para o seu propósito, está doente. A Era da Cirurgia faz com que mesmo mulheres saudáveis e plenamente capazes acabem se sentindo menos satisfeitas com seus corpos do que pessoas com deficiências (PCDs). As mulheres estão adoecendo, mental e fisicamente, e são estimuladas pela sociedade a priorizarem a beleza exterior à saúde a longo prazo, até porque o envelhecimento feminino não é algo incentivado e apreciado. “A hipocrisia do uso ‘saúde’ como uma fachada para a Era da Cirurgia é que a verdadeira mensagem do mito tem como objetivo que a mulher viva com fome, morra jovem e seja um cadáver bonito” (Wolf, 2020, p. 333).

Castro (2007) alega que cuidar da aparência do corpo pode de fato trazer benefícios, não apenas para a saúde, mas também para outros aspectos da vida, como a aceitação social, que vem com maior facilidade quando o indivíduo se encaixa nesses padrões, o que acaba reforçando os ideais de beleza através de recompensas. Esses ideais agem como regras não expressas, já que ainda parece difícil assumir e verbalizar a preocupação com a aparência, levando as pessoas usarem como justificativa principal a preocupação com a saúde.

Há, ainda, uma segunda ambiguidade presente na questão em tela: o culto ao corpo remete à possibilidade de construção de um estilo de vida, afirmação de

identidade e, ao mesmo tempo, à submissão à coerção social, gerando sentimento de culpa no caso de falha ou omissão (Castro, 2007, p. 78).

Algumas pessoas poderiam argumentar que as mulheres tirariam deliberadamente proveito desses padrões e ideais de beleza para alcançarem seus objetivos, gerando insatisfação e desaprovação por parte de outras, como se o fato de uma mulher brilhante utilizar seus atributos físicos para chegar mais próximo de seus objetivos fosse um completo desserviço para o gênero, mas será que estariam tão erradas assim ao utilizar quaisquer vantagens disponíveis para alcançar o que os homens conseguem com mais facilidade e despreocupação? Conforme observado por Wolf (2020) a indústria da beleza é uma das poucas áreas em que as mulheres podem ganhar mais do que os homens. As mulheres não precisariam agir assim se tivessem escolha, se a sua competência fosse valorizada tanto quanto a aparência física, se a igualdade de oportunidades fosse uma realidade.

Neste subcapítulo, examinamos a evolução dos padrões de beleza ao longo do tempo, refletindo os ideais que cada época valorizava nas mulheres. Esses padrões não se limitaram apenas aos atributos físicos, mas também abrangeram comportamentos, ditando como as mulheres devem ser e como devem se parecer. À medida que as mulheres conquistaram mais direitos e oportunidades, esses ideais se tornaram mais opressivos, buscando reduzi-las a quão próximas ou distantes estavam desse padrão como uma forma de controlá-las. Isso resultou em um ciclo de insatisfação com seus corpos, culpa por não alcançar esses ideais e, muitas vezes, a responsabilização pelos comportamentos masculinos, tornando-as dependente da validação externa, especialmente a masculina.

Apesar dos avanços alcançados pelo feminismo ao longo dos anos, os padrões de beleza continuam a criar divisões entre homens e mulheres, já que os comportamentos e os corpos masculinos são muito menos criticados e questionados do que os femininos, perpetuando a mensagem de que, independentemente do que façam, as mulheres nunca serão consideradas suficientes.

No próximo capítulo abordaremos o empoderamento da mulher através de seu corpo, sua expressão por meio dele e uso na luta pelos direitos femininos. Investigaremos o início desse movimento e os impactos por ele gerados.

## **2.2 O corpo como empoderamento feminino**

O culto ao corpo, segundo Castro (2007) se tornou um modismo, sendo mais socialmente aceito, garantindo um sentimento de pertencimento à grupos que compartilham desses mesmos costumes de cuidado com o corpo. Pode ser visto como uma forma de comunicar a sua identidade, levando as pessoas a investirem tempo e recursos na sua aparência

física como parte do processo de se definir como indivíduos, sendo considerado um meio termo entre a moda e a própria individualidade das pessoas. No entanto, quando essa identidade é baseada em seguir um padrão ideal, acaba apenas uniformizando as pessoas. Na nossa sociedade atual as pessoas são cada vez mais bombardeadas com uma grande quantidade de informações e influências, profundas ou passageiras, tornando cada vez mais desafiador encontrar elementos estáveis que possam ajudá-las na construção da sua identidade. Isso faz com que muitas pessoas utilizem a preocupação com a aparência como uma forma de se autoafirmar.

Wolf (2020) complementa afirmando que, para o mito da beleza, a identidade de uma mulher está ligada à beleza que ela produz, forçando-a assim a assumir o ideal de outra pessoa, fazendo com que deixe de abraçar suas peculiaridades e suas “imperfeições” que a tornam única e contam sua história. “À medida que vai vivendo, ela reage, fala, revela emoções e vai criando o próprio rosto. As rugas mapeiam seu pensamento e se irradiam dos cantos de seus olhos após décadas de riso, reunindo-se como um leque que se fecha quando ela sorri” (Wolf, 2020, p. 334).

A autora ainda afirma que com a popularização de métodos anticoncepcionais e a crescente legalização do aborto em países como os EUA, nos anos 60, as mulheres passaram a adquirir maior liberdade sexual, trazendo também uma nova liberdade à exposição do próprio corpo e uso da sua sexualidade. Quanto à sexualidade, Jeffrey Weeks (2001) argumenta que embora o corpo biológico seja por onde ela se manifesta, a sexualidade vai além do corpo, sendo influenciada por fatores sociais, culturais e ideológicos. Ou seja, a forma como concebemos e vivenciamos nossa sexualidade é moldada não apenas pelo que nossos corpos podem fazer, mas também por como nossa sociedade e cultura interpretam e valorizam a sexualidade.

A sexualidade humana diz respeito aos usos do corpo e, em particular – mas não exclusivamente – dos órgãos genitais, a fim de obter prazer físico e mental (...) A sexualidade contemporânea se caracteriza, nas sociedades ocidentais, por sua possibilidade da prática independente (autônoma) da reprodução e pela legitimação do seu exercício fora da constituição do casamento (Lhomond, 2009, p.231).

Conforme Maria Joana Pedro (2013), com a pílula entrando no mercado como um método seguro de contracepção, as pessoas passaram a desassociar o sexo e a sexualidade da procriação, fazendo com que o prazer feminino e a satisfação sexual nas relações se tornassem mais relevantes, já que até então somente o prazer masculino era levado em consideração no sexo, enquanto para as mulheres era apenas um dever a se cumprir. Com esse contraceptivo as

mulheres passaram a reivindicar pelo maior controle do seu próprio corpo, podendo assumir um pouco mais o protagonismo de suas vidas, fazendo com que seus desejos sexuais e pessoais fossem levados em consideração, já que agora poderiam escolher se e quando gostariam de ter filhos, e com isso abriam-se novas possibilidades de futuro considerando seu estilo de vida, carreira profissional e questões financeiras.

Conforme Lipovetsky (2000), o avanço do trabalho feminino está ligado à conquista pela liberdade sexual das mulheres. Pois à medida que a liberdade sexual deixou de ser vista como imoral, a atividade profissional das mulheres passou a ser menos sujeita a críticas e julgamentos. O autor ressalta que o reconhecimento dos direitos de trabalho para as mulheres foi posterior aos direitos políticos femininos, devido ao receio da sociedade em relação à liberdade das mulheres, principalmente a liberdade sexual. Além disso, a relutância dos homens em reconhecer a autonomia das mulheres e o seu desejo de controlar o corpo feminino contribuíram para perpetuação da subordinação do sexo considerado "frágil" em relação ao sexo "forte".

Carla Bassanezi Pinsky (2013) ainda fala que essa emancipação sexual trouxe também mudanças nos relacionamentos, uma vez que a virgindade não era mais tão valorosa e a prática sexual antes e fora do casamento se tornara comum, os relacionamentos passaram a ser mais informais e com demonstrações físicas de afeto em espaços públicos, como beijos e abraços, sendo considerados normais, não sendo mais necessária a oficialização do relacionamento como forma de proteger a honra da mulher e de sua família. As mulheres podiam, mesmo que isso ainda afugentasse alguns rapazes, tomar iniciativas nas paqueras. Uma mulher solteira, viúva ou divorciada não era mais vista como incompleta, sujeita ao isolamento social, mas agora se abriam novas possibilidades, tanto em relações sexuais quanto projetos pessoais. A mulher já não seria mais definida pela relação com o homem.

Por outro lado, Wolf (2020) destaca que, nesse período, a sociedade começou a considerar o sexo tradicional e íntimo como algo monótono e sem graça. Em contrapartida, passou a valorizar encontros sexuais casuais, caracterizados pela ausência de compromissos, pela impulsividade e pelo anonimato. A autora argumenta que, nesse contexto, para que as mulheres conquistassem maior liberdade sexual e poder na sociedade, elas precisavam adotar a mesma abordagem descompromissada em relação ao sexo que os homens, como uma forma de reivindicar autonomia e igualdade num cenário onde as normas tradicionais de gênero estavam constantemente sendo reformuladas.

Com essas aberturas de possibilidades, as mulheres passam a se empoderar mais de seus corpos, usando-os não só para expressar sua identidade e sexualidade, mas também como uma

ferramenta na luta pelos direitos femininos, como aconteceu em 2011 em Toronto, no Canadá, depois que um policial declarou que as mulheres poderiam evitar os abusos sexuais se não se vestissem como *sluts* (vagabundas, vadias), fazendo nascer a “*Slutwalk*” ou como é conhecido no Brasil, A Marcha das Vadias, que surge como forma de protesto a esses tipos de culpabilização da vítima, entre outras reivindicações, buscando ressignificar o termo pejorativo “vagabunda” como uma mulher que controla sua própria sexualidade e assim as empoderar<sup>2</sup>.

Conforme apontado no artigo de Camila Carolina H. Galett (2014), fica evidente que o corpo feminino é o foco central das ativistas, sendo ilustrado pelo uso de slogans como “Meu corpo, minhas regras”, que são escritos nos corpos das manifestantes das marchas e amplamente difundido por meio de hashtags nas redes sociais.

Carla Gomes (2014) complementa que o corpo desempenha um papel essencial na Marcha, sendo tanto um objeto de reivindicação das mulheres pela autonomia feminina quanto um instrumento de protesto, se manifestando de diversas maneiras, incluindo o uso do corpo como um meio de expressar as palavras de ordem como o slogan mencionado acima ou “meu corpo não é convite”, bem como uma expressão de empoderamento através de práticas como *topless*, a escolha de roupas e maquiagens sensuais, consideradas assim provocativas. Essa abordagem utiliza a provocação e a nudez como uma linguagem política, desafiando as normas de gênero impostas, especialmente aos corpos femininos no espaço público. Nesse contexto, celebra-se a liberdade e a sensualidade dos corpos em suas mais diversas formas.

Figura 1 - Marcha das vadias



Fonte: Archer (2014)

<sup>2</sup> Disponível em: <http://slutwalktoronto.com/>. Acesso em: 13 ago. 2023

Gomes (2014) ainda ressalta que a Marcha das Vadias, apesar da visibilidade, gerava discordância entre as feministas. Havia aquelas que não só acreditavam e participavam, como organizavam as marchas, sendo em grande maioria mulheres jovens, e havia coletivos feministas que enxergavam a marcha como uma banalização da sexualidade, contraprodutivo politicamente e que apenas reforçava a visão sexista de quem via de fora.

Essa discordância já ocorria antes da Marcha. Essa nova liberdade sexual como um todo acabou criando uma divisão entre as feministas. De acordo com McCann et al (2019), enquanto um lado incentivava e encorajava a nova emancipação sexual assumindo uma postura “pró sexo”, do outro lado havia aquelas que estavam preocupadas com a hiper sexualização e objetificação da qual agora as mulheres faziam parte ativamente. McCann et Al (2019) citam a feminista Ariel Levy que em seu livro *Female Chauvinist Pigs: Women and the Rise of Raunch Culture* de 2005, faz uma crítica às formas como as mulheres, principalmente às feministas contemporâneas, passam a contribuir para a objetificação sexual delas mesmas e das demais, no qual as mulheres estariam assumindo essa atitude mais “*raunchy*” (atrevida) como uma forma de chamar a atenção dos homens aparentando serem mais *sexys* e despojadas, caso contrário, seriam vistas como puritanas, caretas e sem graça. A autora afirma que essa seria mais uma forma de controle feminino, já que essas ações seguem sendo de benefício masculino, alimentando ainda mais a cultura misógina.

Wolf (2020) contribui para esse pensamento, ao dizer que em várias culturas essa nudez desigual seria uma forma de expressar relações de poder, no qual o corpo mais exposto, nesse caso o feminino, seria tido como submisso em comparação ao masculino. Dessa forma a nudez feminina, mesmo sendo com o propósito de empoderamento, acaba fortalecendo, ainda mais, essa diferença entre homens e mulheres, e que ao viver em uma cultura na qual a imagem da mulher nua é diariamente e constantemente disseminada enquanto a dos homens não, a desigualdade acaba sendo aprendida, internalizada, e até mesmo normalizada, dia a pós dia. Isso traz uma importante reflexão em relação a liberdade feminina sobre a exposição do seu próprio corpo, o quanto é de vontade própria de fato e o quanto seria apenas uma reprodução inconsciente de toda a mensagem a qual é submetida a anos.

Segundo Pinsky (2013), apesar das condições mais favoráveis quanto a sexualidade feminina, a sociedade continuava a buscar novas maneiras de limitar a autonomia feminina e controlar o seu comportamento sexual. Com a perda da virgindade deixando de ser um estigma, os novos critérios para julgar se uma mulher era ou não merecedora de respeito passaram a ser a quantidade de homens com que se relacionasse, como exibia sua sensualidade e a sua discrição

nos relacionamentos sexuais. Em outras palavras, embora tenham ganhado certa liberdade, as mulheres ainda eram julgadas dentro de limites restritos, e ultrapassar esses limites poderia custar sua reputação.

Outra forma de repressão à revolução sexual feminina, segundo Wolf (2020), foi a perpetuação do mito da beleza, já mencionado no início, mas que agora agia através da pornografia da beleza e do sadomasoquismo como uma forma de remodelar a sexualidade feminina ao criar uma representação mais submissa e passiva com o objetivo de reintroduzir os sentimentos de culpa e vergonha à nova mulher liberta.

Segundo a autora, essas novas representações aumentam a objetificação feminina, pois associam a sexualidade a uma “beleza produzida”, fortalecendo ainda mais ideais estéticos irreais e inatingíveis e distorcendo a noção do que é belo e reforçam estereótipos da mulher como submissa ao homem.

Wolf (2020) ainda afirma que a liberdade sexual feminina, como era celebrada na década de 60, foi transformada, pois permitir que as mulheres desfrutem do sexo de maneira livre, sem medo de violência, vergonha ou consequências, representaria uma ameaça adicional às normas sociais tradicionais, que já estavam abaladas pelas transformações causadas pelo crescente empoderamento feminino, da expansão de seus direitos e espaço na sociedade.

Quanto a discussão da identidade e da individualidade feminina, Lipovetsky (2000) categoriza a evolução da percepção das mulheres em três fases ao longo do tempo. Na primeira fase, as mulheres frequentemente eram desvalorizadas. Na segunda fase, as mulheres eram idealizadas e colocadas em um pedestal, embora ainda subordinadas aos homens, definidas em relação a eles e moldadas conforme os desejos e necessidades masculinas. Entretanto, na terceira fase, essa dependência em relação aos homens já não era o que ditava completamente a condição feminina. Isso se deu às várias mudanças que afetaram a importância do papel tradicional da mulher já mencionados anteriormente como o direito ao voto, a legitimação da educação e do trabalho feminino, a liberdade sexual e uma menor dependência do casamento, bem como o controle reprodutivo entre outros direitos e liberdades adquiridos pelas mulheres ao longo do tempo.

Segundo o autor, até então a vida das mulheres era rigidamente estruturada em função de papéis predefinidos, como casar, procriar e cumprir demais tarefas definidas pela sociedade. No entanto, com a era “pós-mulher do lar”, a vida das mulheres se tornou menos previsível, a existência delas não estava mais determinada, mas dependia de várias escolhas pessoais como a decisão de estudar, qual carreira escolher, ter ou não filhos e decidir se e quando casar, entre outras. E embora as mulheres da primeira e segunda fases estivessem sujeitas aos homens, as

mulheres da terceira fase tornaram-se sujeitas a si mesmas. Lipovetsky (2000, p. 237) as chama, “a terceira mulher”, enquanto “A segunda mulher era uma criação dos homens, a terceira mulher é uma autocriação feminina.”

No entanto, o autor afirma que mesmo com essas mudanças e a crescente redução das desigualdades de gênero, com homens e mulheres agora tendo o direito de governar a si mesmos e decidir sobre sua individualidade pessoal podendo moldar seu próprio futuro, a distância entre os sexos persiste e até aumenta. Lipovetsky (2000) argumenta que existem duas interpretações diferentes sobre como as relações de gênero estão evoluindo, e ambas as interpretações devem ser consideradas para uma compreensão mais completa:

Uma interpretação sugere que a desigualdade de gênero persiste, tendo poucas mudanças significativas. Nessa visão, os homens ainda ocupam papéis considerados superiores e detêm mais poder do que as mulheres. Já a segunda interpretação sugere que a sociedade está se afastando da tradicional divisão rígida de papéis de gênero. Isso significa que as expectativas quanto ao que é apropriado para homens e mulheres estão se tornando mais flexíveis, permitindo que ambos escolham seus caminhos independentemente do gênero.

No entanto, Lipovetsky (2000) destaca que nenhuma dessas interpretações é completamente satisfatória, pois os papéis de gênero continuam complexos e sujeitos a influências sociais e culturais. E que mesmo que a sociedade comece a questionar esses papéis tradicionais, não significa necessariamente que eles serão completamente abandonados, pois mesmo com as mudanças em relação ao trabalho e à vida familiar, não se pode afirmar que vivemos em um mundo onde homens e mulheres desempenham os mesmos papéis sociais e possuem os mesmos direitos.

Neste capítulo, com base nos estudos das autoras e autores citados anteriormente, exploramos as diversas etapas do empoderamento corporal feminino, reconhecendo que o corpo representa mais do que apenas uma forma física, mas simboliza a liberdade, a sexualidade e a identidade feminina. Analisamos como o contexto político desempenhou um papel fundamental na libertação e na autonomia das mulheres, concedendo direitos que lhes permitiram controlar seus próprios corpos e como a pílula anticoncepcional foi uma importante ferramenta para ampliar as perspectivas de vida das mulheres, oferecendo a elas o poder de decidir quando e se teriam filhos. Isso permitiu que as mulheres se vissem como indivíduos com desejos, sejam pessoais ou sexuais, já que o sexo deixa de ser com a única finalidade de reprodução.

Discutimos como a sociedade, historicamente, tem percebido a liberdade feminina como uma ameaça, buscando sempre responsabilizá-las por assédios e abusos, independentemente da época. No entanto, com a autonomia conquistada, as mulheres passaram a protestar contra essa

culpabilização, reafirmando-se como as únicas proprietárias de seus corpos e utilizando-os como ferramentas políticas. Mas, apesar dos avanços nos direitos das mulheres, a desigualdade de gênero ainda persiste e assume novas formas de controle acompanhando os avanços femininos.

Com a libertação sexual da mulher e a maior liberdade sobre seu corpo, surgiram também divisões entre elas em relação a opinião quanto à exposição corporal. Isso levanta uma questão crucial para este trabalho sobre até que ponto a exposição do corpo feminino, mesmo quando é uma escolha pessoal da mulher, representa uma expressão genuína de liberdade ou contribui para a percepção da sexualização feminina. Como o machismo é algo enraizado nas estruturas sociais, acaba dificultando nossa capacidade de distinguir decisões individuais de pressões sociais profundamente internalizadas.

No próximo capítulo, examinaremos o importante papel da mídia na perpetuação de diferentes representações físicas e comportamentais femininas ao longo do tempo em diversos meios. Investigaremos como essa disseminação massificada pode impactar as discussões sobre a exposição do corpo feminino, amplificando a voz de diversos movimentos e contribuindo - ou não - para o empoderamento e a libertação das mulheres.

### 3 MÍDIA

Neste capítulo, exploraremos a representação da mulher na mídia, com foco em veículos como revistas, mídia audiovisual e plataformas de mídia social. Além disso, examinaremos o papel das mídias sociais nas discussões feministas. Para essa discussão, recorreremos a teóricos que lançaram luz sobre essas questões. Rachel Moreno (2021), em seu livro “A Beleza Impossível: Mulher, Mídia e Consumo”, investiga como a mídia contribui para a imposição de ideais de beleza atingindo muitas vezes o inconsciente das mulheres. Teremos novamente Lipovetsky (2000), que analisa como a imprensa feminina e a publicidade utilizam padrões estéticos para direcionar o público feminino. Para a contextualização da imprensa feminina brasileira, contaremos com as perspectivas de Castro (2007) e Tania Regina de De Luca (2013). Além disso, Naomi Wolf (2020) discute o impacto do meio audiovisual, em particular a pornografia, nas comunicações de maneira abrangente.

#### 3.1 O corpo e suas representações na mídia

Segundo Moreno (2021), o século XX teve uma transformação significativa na produção de bens, tornando-a massificada. Isso gerou a necessidade de padronizar e homogeneizar os gostos e estilos, a fim de corresponder a essa nova abordagem de produção. A mídia desempenhou um papel crucial na promoção e disseminação desses padrões, criando um apelo ao consumidor e contribuindo para a formação de uma “cultura de massa” associada à sociedade de consumo. De acordo com a autora, essa mesma lógica se aplica à promoção de ideais de beleza na mídia, que utiliza atores e modelos jovens e sem imperfeições, aumentando a expectativa das pessoas em relação a suas próprias aparências e incentivando mais o consumo em massa.

É inegável a influência da mídia hoje, particularmente da TV, na formação da subjetividade da população. Os modelos – de valor, beleza, felicidade – são introjetados desde a mais tenra infância e passam a ser modelos aspiracionais. É com a Barbie ou a Gisele Bündchen que as meninas e mulheres querem se parecer hoje. Afinal, ambas são referência de como a sociedade nos vê, nos quer e nos valoriza (Moreno, 2021, p. 30).

Já Lipovetsky (2000) diz que a forma como a beleza feminina foi percebida e discutida como conhecemos, não surgiram apenas com o consumo em massa de produtos de beleza, mas coincidiram também com o surgimento de um novo sistema de comunicação das normas estéticas. Antes desse período, segundo o autor, as representações sobre a beleza eram relativamente raras, sendo muitas vezes limitadas aos poetas, romancistas, médicos ou então em conversas discretas entre mulheres. Com o crescimento da imprensa voltada para o público feminino, essas representações deixam de ser comedidas e passam a ter maior visibilidade e

influência com a ajuda da mídia, trazendo mudanças na forma como a sociedade discutia e promovia a beleza feminina, fazendo com que aos poucos essas representações passassem a estar presente também no dia a dia das mulheres de todas as classes. Ainda segundo o autor, a mídia teve um papel importante na disseminação quanto aos ideais de beleza feminino, fazendo com que fossem bombardeadas com discursos, informações e imagens relacionadas à aparência, tornando-se parte fundamental da cultura de produção, consumo e comunicação em massa das sociedades modernas.

Lipovetsky (2000) diz que, a partir do século XX, as revistas se tornam a principal fonte de disseminação em massa sendo propagada para um público cada vez mais amplos informações e técnicas relacionadas a estética e aos cuidados pessoais e de beleza. Adotam uma linguagem direta e um tom bem-humorado, enaltecendo, e reforçando, a beleza como sendo um elemento exclusivamente feminino através dos textos, do tipo de conteúdo, na maneira como as informações são apresentadas e nas imagens utilizadas. Nos anos 60, além da publicidade, cerca de um quinto das páginas de revistas como *Marie-Claire*, de *Elle*, de *Marie-France* são destinadas à temas de Moda e beleza. Com isso, “a imprensa feminina se impôs como um agente de democratização do papel estético da mulher, como uma das grandes instituidoras da beleza feminina moderna, ao lado das estrelas do cinema.” (Lipovetsky, 2000, p.157)

O autor ainda reforça que a popularização dos ideias de beleza nesse meio se dá a partir de alguns pontos como; (1) o aumento da quantidade de imagens e ou representações idealizando as mulheres, que segundo o autor tem um peso importante, (2) a disseminação das dicas de beleza e demais informações estéticas, (3) a beleza vinculada ao ato de consumir produtos e serviços estéticos, (4) as mensagens publicitárias usando estratégias persuasivas na promoção de produtos relacionados à estética e a (5) importância que a sociedade dá aos cuidados corporais e a busca pela manutenção da aparência. Sendo essas mensagens transmitidas repetitivamente de forma a influenciar, inconsciente ou conscientemente, as percepções e os comportamentos das pessoas.

Por intermédio da fotografia e da imprensa, os mais belos modelos de sedução são regularmente vistos e admirados pelas mulheres de todas as condições: a beleza feminina tornou-se um espetáculo para folhear em papel brilhante, um convite permanente a sonhar, a permanecer jovem e embelezar-se (Lipovetsky, 2000, p. 158).

Ainda segundo Lipovetsky (2000), até 1900, por questões morais da época, os conselhos relacionados à maquiagem eram raros nesses periódicos, sendo mais comuns os conselhos sobre as roupas. A publicidade também era bastante contida até cerca de 1920. No entanto, o

desenvolvimento da indústria cosmética, segundo o autor, estimulou a criação de novas revistas que exaltassem a juventude, a busca pela felicidade e os cuidados com a beleza facial e corporal. Essas novas publicações aumentaram os conselhos referentes a aparência física das mulheres. Encorajavam-nas a praticar ginástica diariamente, a fazer refeições mais leves para que permanecessem “esbeltas”, usar óleos para obter um bronzeado saudável, e a utilização de maquiagens entre outros cuidados. Nesse período, os cosméticos passam a ser apresentados não mais como uma prática julgável, mas como uma utilização obrigatória pela mulher que quisesse conservar o seu marido, “não mais um sinal de mau gosto, mas um imperativo de civilidade” (Lipovetsky, 2000, p. 157).

Como mencionado no início do subcapítulo, as dicas de beleza eram compartilhadas entre si pelas mulheres, mas com a chegada da imprensa, essa tradição desapareceu. Em vez de dicas confidenciais de outrora, agora as revistas apresentavam seções de beleza e saúde sendo disseminado de forma massiva e democrática. Essa disseminação massiva era incentivada pela publicidade que desempenhava um papel expressivo no cenário das revistas. Essa dinâmica da imprensa feminina não apenas promovia a busca pela beleza, associando-a à feminilidade, legitimando a sedução e o desejo pela juventude, como também estimulava o consumo nesse setor.

Desde os anos 60, o poder de influência das revistas femininas foi vilipendiado incontáveis vezes. [...] Máquina destruidora das diferenças individuais e étnicas, poder de uniformização e de conformismo, instrumento de sujeição das mulheres à normas da aparência e da sedução, de todos os lados jorram as críticas contra uma imprensa na superfície leviana, mas na verdade tirânica, sexista e mesmo racista, pois impõe a supremacia dos cânones estéticos ocidentais” (Lipovetsky, 2000, p.164 - 165).

Lipovetsky (2000) observa que a partir dos anos 60, enquanto as mulheres adquiriam maior liberdade sexual, como mencionado no capítulo anterior, a imprensa feminina trabalhava para tornar a elegância mais prática e acessível, valorizando também a liberdade das mulheres de se vestirem como quiserem. O autor defende que, embora a imprensa feminina promova os ideais de beleza magra, não significa que esteja tentando tirar a autenticidade feminina, pois há nuances a serem consideradas que tornam muito mais complexa essa análise. De um lado, a imprensa feminina retrata as mulheres como objetos decorativos, enfatizando sua beleza e aparência física. Por outro lado, também incentiva que as mulheres se responsabilizem individualmente pelos seus próprios corpos.

O autor também sustenta que as imagens de mulheres nas revistas podem, de fato, desencadear angústias e complexos em outras mulheres em relação aos seus próprios corpos.

No entanto, ele acredita que as revistas não possuem o poder atribuído a elas de criar esses ideais, mas, em vez disso, reproduzem e intensificam uma demanda já existente. Ele enfatiza que, de acordo com alguns estudos, quando questionadas as mulheres afirmam manter uma autoimagem positiva sobre sua aparência, embora outros estudos indiquem que grande parte delas se sintam insatisfeitas e deprimidas com seu corpo.

Segundo Lipovetsky (2000), embora a mídia tenha o poder de influenciar e moldar ideais e padrões estéticos relacionados a aparência feminina, as leitoras das revistas não poderiam ser vistas como passivas, pois não se deixavam influenciar totalmente pelas imagens de beleza apresentadas nos periódicos. Em sua opinião, as revistas ainda poderiam funcionar como fontes de sugestões e ideias para as mulheres, tanto de looks quanto na valorização de suas próprias qualidades. Ele argumenta que, mesmo consumindo essas imagens idealizadas e produzidas, as mulheres continuam sendo protagonistas, adaptando e fazendo novos usos com essas representações de acordo com seus gostos e autoimagem. Segundo o autor, devemos evitar “diabolizar a mídia feminina: é preciso interpretar sua ação ao mesmo tempo como um meio de direção coletiva dos gostos e como um vetor de personalização e de apropriação estética de si” (Lipovetsky, 2000, p. 168).

Já Moreno (2021), por outro lado, contesta essa afirmação, ao argumentar que esta é uma verdade relativa. A autora ressalta que, embora a mídia só reproduza esses valores e ideais que já existem na sociedade, ela tem o poder de escolher quais os valores, comportamentos e assuntos a qual dar visibilidade e destaque em relação a outros. Essa ampla e massiva exposição acaba transformando, inevitavelmente, o que é transmitido em referência ou tendência.

Assim, vamos sendo sutil e eficazmente colonizadas, não à força, não com repressão, mas com a produção dessa infinidade de imagens que seduzem, ocupam e moldam nosso imaginário. Por um lado, a beleza deve ser individualizada, refletir o bem-estar interior e a personalidade. Por outro, somos bombardeadas por imagens e modelos de beleza que nos observam dos outdoors, das bancas de jornal, da capa das revistas, do cinema, da TV, e, lentamente, invadem nosso subconsciente e vão ocupando o lugar de referência (Moreno, 2021, p. 30-31).

Moreno (2021) afirma que estamos constantemente expostos a imagens de mulheres na mídia, e essas imagens representam diferentes ideais de comportamento, beleza, felicidade e estilo de vida, exercendo influência sobre as mulheres de acordo com as expectativas sociais impostas a elas. Frequentemente, a mídia focaliza partes específicas do corpo feminino, como seios e nádegas, reduzindo-as a meros objetos de consumo em vez de reconhecê-las como indivíduos completos e complexos. Essa exposição diária à mídia acaba moldando as

percepções das mulheres e, por extensão, da sociedade em geral, influenciando seus comportamentos e sua aparência para atender aos padrões tradicionais de atratividade e sedução associados às mulheres. Atributos relacionados frequentemente à ideia de feminilidade.

Em seu livro, Wolf (2020) aborda a questão da representação da nudez feminina na mídia, destacando como o nu masculino tende a ser percebido como muito mais promiscuo e obsceno em comparação com o nu feminino. Isso faz com que um seja mais evitado e menos comum a exibição do que o outro. Principalmente se esse nu feminino se referir aos seios da mulher, que teriam menos importância do que mostrar, por exemplo, a vagina ou o pênis. Isso nos leva a refletir sobre como a nudez feminina muitas vezes é aceitável apenas quando está relacionada à apreciação e objetificação pela sociedade. Porém, quando as mulheres utilizam sua própria nudez como meio de empoderamento e expressão de crítica social, como no caso da Marcha das Vadias, citada anteriormente, isso pode gerar desconforto e até mesmo ridicularização, inclusive dentro do movimento feminista, como já mencionado.

Neste item foi abordada a forma como a mulher foi sendo representada na mídia ao longo dos anos, tendo como estopim a cultura e produção de massa. Abordamos também como as revistas femininas estrangeiras reforçavam estereótipos das épocas a respeito não só da beleza feminina, mas do universo feminino como um todo.

### *3.1.1 O corpo na imprensa feminina brasileira*

Neste item vamos abordar a forma como a imprensa brasileira, voltada ao público feminino representava e influenciava os ideais estético e comportamentais das brasileiras.

Castro (2007) realizou a análise de duas das revistas brasileiras de maior circulação, ambas focadas na corporeidade: a revista *Corpo a Corpo* (Editora Símbolo) e a revista *Boa Forma* (editora Abril). Embora ambas sejam categorizadas como revistas femininas, elas se diferenciam em seus conteúdos com foco na beleza e forma física. Inicialmente concebidas como guias, ambas as revistas evoluíram ao longo do tempo para acompanhar o crescente interesse da sociedade conforme apontado anteriormente por Lipovetsky (2000). A autora destaca que "É curioso observar que o momento em que identificamos a intensificação do culto ao corpo é o mesmo em que as duas revistas nascem" (Castro, 2007, p. 51).

A autora observa que, para se adaptarem às demandas dos leitores, a revista *Corpo a Corpo*, inicialmente voltada para a qualidade de vida, mudou seu foco em 1994, passando a enfatizar a beleza feminina, não se restringindo a beleza produzida por cosméticos. Por outro lado, a revista *Boa Forma*, fundada em 1984 com ênfase na ginástica aeróbica, que era uma tendência na época, possuía um conteúdo mais técnico e atraía principalmente profissionais, como professores de educação física. Posteriormente, a revista passou por um

reposicionamento, buscando atingir um público mais diversificado e promover a autoimagem e autoestima de suas leitoras.

Castro (2007) destaca nessa análise que as revistas desempenham um papel relevante como recursos de autoajuda, contribuindo não apenas para o entretenimento, mas também para a reflexão e na formação das identidades das pessoas.

Já De Luca (2013) realiza uma análise mais ampla ao examinar revistas de diferentes segmentos. A autora destaca que, até o ano da publicação do livro, as revistas femininas brasileiras ofereciam diversas opções variando de acordo com a idade, renda, perfil e interesses. Um ponto interessante é que mesmo que o público-alvo fosse predominantemente feminino, nem sempre as revistas eram produzidas por mulheres. E conforme apontado por Lipovetsky (2000) em relação às revistas estrangeiras, as revistas brasileiras também trabalhavam ao redor de temas considerados pertencentes ao universo feminino como criação de filhos, beleza e relacionamentos.

É certo que as revistas femininas conheceram, desde o século XIX, alterações que evidenciam os diferentes lugares e papéis sociais atribuídos às mulheres. Justamente por dialogarem com o seu tempo, os periódicos permitem acompanhar as mudanças em temáticas, ênfases e expectativas como se fossem termômetros dos costumes de uma época (De Luca, 2013 p. 450).

De Luca (2013) observa que, apesar dos avanços das mulheres, a imprensa continuava a reforçar as concepções tradicionais de gênero, que em relação às mulheres, a expectativa era de que se concentrassem exclusivamente em tópicos considerados femininos, os quais seriam aptas a se posicionar. Aquelas que não se conformassem com esse papel subordinado eram frequentemente percebidas como não sendo verdadeiramente femininas. A autora destaca que essas ideias não eram exclusivas da imprensa feminina, mas eram evidenciadas por ela ao perpetuar estereótipos de gênero.

Contudo, segundo De Luca (2013) a partir de 1970, inspiradas nos periódicos norte americanos e europeus, as revistas femininas brasileiras começam, cada vez mais, a abordar questões relacionadas ao âmbito profissional da mulher e ao sexo. Isso levou ao surgimento de revistas como Nova (editora Abril) e a revista Mais (editora Três), destinadas a mulheres que priorizavam suas carreiras em vez de se concentrarem exclusivamente nas atividades domésticas e que eram adeptas ao sexo casual fora do casamento. Suas capas frequentemente apresentavam modelos que transmitiam uma imagem de sedução e confiança, o que estabeleceu uma relação entre a liberdade feminina e a expressão da sensualidade.

Conforme destacado pela autora, apesar da crescente independência das mulheres ao longo do tempo, os conteúdos direcionados ao público feminino ainda se concentram em estratégias para conquistar e atrair a atenção dos homens por meio do consumo, seja de roupas e ou produtos. Outro exemplo que a autora traz, é a revista Capricho. Seja em 1970 quando publicava fotonovelas, ou em 2010 quando já atingia um público mais diversificado, a temática seguia sendo a busca pelo amor dos homens e em ser aceita socialmente, com dicas de como “se encaixar”.

Assim, permanece a preocupação de ditar à leitora um conjunto de regras que precisam ser seguidas em relação ao corpo, vestuário, comportamento, gostos e preferências que garantiriam o tão almejado sucesso junto ao sexo oposto. O importante, tanto antes como agora, é apresentar-se de uma determinada maneira, esforçar-se por corresponder ao que se espera dela, num jogo no qual a aparência vale mais do que a essência e no qual se investe muita energia e tempo. A recompensa está em “fiscar” o objeto desejado, ser “reconhecida” e “notada”, “admirada” e “aceita pela galera” (de Luca, 2013, p. 462).

Figura 2 - Capa da revista Capricho de 1980 e 2015



Fonte: Copilado da autora (2023) com base no Google (2023)

Neste item, exploramos de forma sintética a representação e utilização da mulher na mídia impressa brasileira. Mesmo após a conquista da emancipação feminina, observamos como os conteúdos dos periódicos continuam a se concentrar nos estereótipos tradicionalmente associados à feminilidade, especialmente naqueles que abordam temas relacionados a conquistar homens e manter relacionamentos.

### *3.1.2 Representações do corpo feminino nas mídias audiovisuais*

Seguindo essa perspectiva sobre como a mídia apresentou o corpo feminino, iniciamos esse item a partir dos estudos de Sant'anna (2013), que reflete sobre como o cinema desempenhou um papel crucial na criação de uma noção espetacular de beleza, promovendo intensamente o culto à juventude. Além de enfatizar esses ideais de beleza, o cinema também frequentemente retratou personagens femininas submissas, muitas vezes como meio de erotizá-las, uma dinâmica que ecoa não apenas na pornografia, mas em várias outras formas de representação na mídia.

De acordo com Gerbase (2008), a maneira como a mulher é retratada no cinema não difere substancialmente de sua representação na literatura, no teatro e na sociedade em geral. Isso ocorre porque as representações de gênero nos filmes foram influenciadas após anos de reflexões filosóficas sobre sexualidade e sensualidade. O autor, assim como Lipovetsky (2000) fez referência à imprensa, enfatiza que o cinema simplesmente utiliza e reforça padrões já estabelecidos na sociedade, não sendo o criador desses padrões. Ele também observa que a fotografia e o cinema, devido à capacidade de criar imagens realistas, em contraste com a pintura, passaram a retratar os corpos de maneira mais próxima à realidade. Essa mudança na representação visual transformou a percepção da sociedade em relação aos corpos, permitindo uma maior liberdade na exploração da sexualidade e do corpo. Embora no início do cinema tenham existido restrições devido à censura rigorosa em relação ao que podia ser exibido, a partir da década de 1960, à medida que a sociedade evoluía e as restrições diminuía, o cinema tornou-se progressivamente mais explícito em sua abordagem do sexo e da sexualidade em seus filmes.

Quanto à representação feminina, Gerbase (2008, p.190) argumenta que as mulheres ocupam uma posição paradoxal, sendo vistas como “a origem da vida (e do prazer) e uma vampira tão irresistível quanto mortal”. Dessa forma, a figura da mulher-fatal é criada como um ícone de desejo e como um “signo permanente do perigo da sedução feminina” (Gerbase, p. 187). Segundo o autor, essa representação servia como uma forma de controlar a sexualidade, uma vez que não era possível abolir completamente o sexo dos filmes. Assim, criavam narrativas moralistas em que homens que cediam aos prazeres fora do casamento eram punidos. De acordo com Onfray (2000, citado por Gerbase, 2008), enquanto a filosofia ocidental e a religião retratavam os homens como anjos, as mulheres frequentemente eram associadas à figura de Eva, que foi criada a partir do homem para ser sua companheira, mas, posteriormente, tornou-se um símbolo de perdição, sendo responsabilizada por sua expulsão do paraíso ao incentivá-lo a comer o fruto proibido.

Gerbase (2008) também estabelece uma comparação entre cinema e fotografia, destacando que uma fotografia, mesmo que retrate uma mulher nua, tem maior probabilidade de ser considerada artística, uma vez que captura um momento, deixando a interpretação a cargo do público, não do fotógrafo. No entanto, no cinema, a mulher nua geralmente está envolvida em ações que representam o erotismo e expressa sua sensualidade por meio de uma narrativa criada pelo cineasta, não apenas imaginada, mas efetivamente representada.

Conforme Cipriano et al. (2018), a nudez feminina na mídia tinha como objetivo cativar a atenção masculina. Embora possa ter sido vista como um progresso em relação à mudança na mentalidade da sociedade, que antes idealizava a mulher como recatada, através da mídia a nudez feminina assumia um viés capitalista em benefício do prazer masculino, sendo assim “a liberdade dos corpos foi transformada em produto” (Cipriano et al., 2018, p. 05). Os autores também argumentam que, no passado, a narrativa justificava o uso do corpo feminino nas cenas, mas posteriormente o cinema descobriu que poderia atrair o público usando a nudez feminina como um atrativo independente da história.

Ainda conforme os autores, no cinema comercial, influenciado pelo capitalismo, as atrizes eram valorizadas principalmente por sua beleza, com seus atributos físicos e feminilidade sendo explorados, transformados em produtos e comercializados para atender aos padrões do mercado. Essa prática também moldou a percepção do público em relação ao que era considerado belo e desejável, com os ideais de beleza apresentados nas telas do cinema e da TV. Aumentando da pressão estética, levando as pessoas a uma busca incessante pelo ideal de beleza. O público almejava se assemelhar às representações midiáticas, o que culminava em um aumento no consumo de produtos e serviços, como a frequência em academias, ou apelando à procedimentos estéticos.

Gerbase (2008) aponta que, ao longo do tempo e devido às lutas feministas, houve mudanças na representação do corpo feminino no cinema. Isso resultou no aumento de papéis com maior protagonismo para as mulheres, indo além do estereótipo de par romântico masculino. Embora a indústria cinematográfica ainda seja predominantemente masculina, houve um aumento no número de mulheres atuando como produtoras e diretoras. No entanto, a figura da mulher-fatal persiste no cinema ao longo do tempo, especialmente em filmes dirigidos por homens. Essa representação continua a promover a repressão da sexualidade, punindo personagens masculinos que cedem aos desejos carnisais.

Gerbase (2008) também argumenta que o cinema oferece um espaço onde o sexo pode ser explorado sem culpa, através principalmente do cinema pornográfico, onde a narrativa é secundária e o foco está na representação do ato sexual, porém acaba desumanizando os corpos

ao focar na ação mecânica e repetitiva do ato sexual. No entanto, ele observa que esse nicho da pornografia, apesar de seu crescimento, ainda é frequentemente tratado com desprezo e considerado tabu.

Lipovetsky (2000) argumenta que a pornografia é de interesse majoritário do homem, mas o motivo das mulheres rejeitarem a pornografia não seria pela falta de romantismo, mas sim pela representação negativa das mulheres que ela muitas vezes promove. A pornografia tende a erotizar a violência, perpetuando estereótipos que sugerem que as mulheres desejam ser dominadas e subjugadas pelos homens. Além disso, o autor observa que muitas mulheres não apenas se sentem ultrajadas pela pornografia, mas também indiferentes a ela. Isso ocorre porque as personagens femininas frequentemente são retratadas como meros objetos para o prazer masculino, servindo como meio para a satisfação das fantasias e desejos dos homens. Conforme Lipovetsky (2000, p. 42) “a mulher na pornografia ‘não existe’; ela não é mais que o duplo da sexualidade masculina e de seus fantasmas instrumentais”.

Gerbase (2008) argumenta que nos filmes pornográficos, as atrizes frequentemente têm maior destaque do que os atores. Seus nomes costumam ser mais proeminentes nos créditos e na divulgação, resultando em uma maior notoriedade em comparação aos atores com quem contracenaram. No entanto, ele observa que essa fama é muitas vezes efêmera, já que o foco desse segmento está principalmente no corpo (ideal, hiper sexualizado e produzido) e na sensualidade, em detrimento da habilidade de atuação. Isso pode levar à substituição frequente das atrizes por outras mais jovens.

Além disso, Wolf (2020) sustenta que essas representações de corpos moldados e aprimorados por meio de cirurgias plásticas na pornografia acentuam a distorção da imagem da mulher. Isso não apenas torna irreais as expectativas masculinas, mas também intensifica a pressão sobre o corpo feminino, levando um crescente número de mulheres a buscar a realização por meio de intervenções cirúrgicas estéticas.

A autora também discute como a pornografia evoluiu de um nicho para se tornar uma estratégia de vendas, com foco na “pornografia da beleza” e do “sadomasoquismo”, temas que foram mencionados brevemente no capítulo anterior. Ao contrário da pornografia tradicional, que poderia ser evitada propositalmente por quem não quisesse consumir esse tipo de conteúdo, essas representações, às quais a autora se refere como “imagens de beleza pornográfica”, agora permeiam todos os meios de comunicação, impactando não apenas as mulheres, mas também as crianças.

O corpo feminino “ideal” foi desnudado e colocado em exibição por toda parte. [...] isso deu às mulheres os detalhes nítidos da perfeição, com os quais ela deveria se comparar, e fez surgir uma nova experiência feminina, o exame ansioso e minucioso do corpo como algo ligado intrinsecamente ao prazer sexual feminino (Wolf, 2020, p. 197 - 198).

Segundo Wolf (2020), a pornografia da beleza seria a representação das mulheres de maneira hiper sexualizadas e erotizadas, como se estivessem muitas vezes no ápice do prazer, assim como na pornografia tradicional, mas a diferença é que essas representações passam a permear toda a mídia de massa e a publicidade. Isso provoca o desejo da espectadora de se assemelhar à modelo, a fim de alcançar e experienciar os padrões constantemente transmitidos.

Figura 3 - Anúncio da marca Dior (2015)



Fonte: Exame (2015)

Já no sadomasoquismo, a representação feminina assume uma dinâmica de submissão, transformando a violência em algo erótico, transmitindo a mensagem de que a submissão é o que torna a mulher desejável, principalmente no contexto sexual. Essa ideia sugere que a sociedade ainda associaria o poder feminino a algo indesejável, tornando-o, novamente, um atributo masculino.

Figura 4 - Anúncio da marca Dolce & Gabbana (2012)



Fonte: Exame (2013)

Outro ponto importante contemplado pelo audiovisual é a representação feminina nos videogames. De acordo com Fortim e Monteiro (2013), os videogames seguem a mesma lógica das HQs, ambos são pertencentes ao universo masculino, segundo o imaginário social, no qual as mulheres são representadas inicialmente como indefesas, ingênuas e dependente dos homens, evoluindo para personagens mais fortes e sensuais, mas no geral, estereotipadas já que são criadas a partir do olhar masculino e para o homem. Segundo as autoras, quando são heroínas, perdem a feminilidade e passam a ser “uma espécie de versão masculina da mulher, com a agressividade e competitividade masculinas” (Fortim e Monteiro, 2013, p. 246).

As autoras ainda ressaltam que as mulheres são representadas através de uma “Beleza Digital”, no qual continuam perpetuando os ideais de beleza femininos segundo o olhar masculino e por isso muitas vezes são “hiperssexualizadas”, com um corpo irreal e desproporcional, aparecendo nuas ou seminuas através de figurinos que acentuam às partes sexuais, geralmente inadequadas para as atividades que as personagens precisam encarar, como lutas. Fortim e Monteiro (2013, p. 246) argumentam que “as personagens podem ser classificadas como princesas ou velhas sábias nos jogos de fantasia; objetos esperando o resgate masculino; mulheres fetichistas feitas para o olhar masculino ou repetição dos estereótipos das habilidades femininas e suas características” e segundo uma pesquisa feita pelas autoras às mulheres gamers em relação a como enxergam que a mulher é geralmente representada nos games, a sensualidade e a sexualização foi a característica que ficou em primeiro lugar, com 29%.

Neste item, examinamos como o audiovisual, assim como outros meios de comunicação, perpetua ideais de beleza inatingíveis. Demonstramos como a mídia e a publicidade incorporaram representações que costumavam ser mais comuns na pornografia como estratégia para promover o consumo, fazendo com que esse uso de imagens de nudez produzidas e retocadas criasse pressões estéticas em relação ao corpo feminino.

### 3.1.3 O corpo feminino em discussão nas redes sociais

A internet não apenas se tornou uma parte essencial da vida cotidiana, mas também está cada vez mais integrada nas atividades diárias das pessoas. Isso possibilitou uma maior democratização na disseminação de ideias e ideais, uma vez que permite que os usuários não sejam mais apenas consumidores passivos, mas sim participantes ativos que criam e compartilham conteúdos de várias formas e formatos. Esse fenômeno tem propiciado a formação de comunidades online com interesses compartilhados, como grupos feministas, que agora podem alcançar um público mais amplo, ganhando maior visibilidade e impacto atingindo as massas, conforme Perez e Ricoldi (2019). Com isso, muitos teóricos acreditam que estamos vivendo a quarta onda do feminismo.

Felgueiras (2017), chama essa fase também de *Ciberfeminismo*, tendo como característica marcante a utilização da internet e das redes sociais para a criação e ampliação de comunidades e debates se utilizando de diversos formatos para dar voz às mulheres e à luta feminista. A autora afirma que, essa nova onda é formada por mulheres que já foram criadas com acesso a essa digitalização e que por isso entendem o poder dessa ferramenta e como utilizá-la.

A exemplo das oportunidades oferecidas pelo *Ciberfeminismo*, Inês (2018) conduziu uma análise do movimento *#MeToo* que teve início em 2006, com o objetivo de denunciar a violência sexual e apoiar as vítimas a quebrar o silêncio<sup>3</sup>. Sua análise se concentrou especificamente nas publicações no *Twitter*. A autora argumenta que “Quando se trata do *ciberespaço*, pode-se dizer que as mulheres encontraram por meio do uso das redes sociais uma forma de dar voz às violências vividas e, no uso de uma *hashtag* específica, uma ferramenta de unificação e identificação” (p. 17). Das 250 publicações coletadas para a análise, a autora identificou 110 delas como denúncias de assédio vivido. Dessas denúncias, 105 foram feitas por mulheres, enquanto 5 foram feitas por homens. Outro ponto interessante abordado por Inês (2018), é a influência dos depoimentos compartilhados, transformando a *hashtag* em um espaço para a coleta de relatos relacionados ao tema. Além de proporcionar apoio mútuo entre as

---

<sup>3</sup> Disponível em: <https://metoomvmt.org/>. Acesso em: 29 set. 2023

vítimas, essa prática não se limita apenas ao desabafo; seu propósito principal é ampliar a visibilidade da discussão e impulsionar mudanças significativas.

Outro exemplo da utilização das mídias sociais como ferramenta de empoderamento feminino é trazido por Sanches e Herculino (2021), através da *tag* “*tour* pelo meu corpo”, criada em 2018 pela *Youtuber* Luiza Junqueira através de um vídeo postado em seu canal no *Youtube*. Conforme apontado pelos autores, essa *tag* segue a ideia dos *tours* comuns relacionados a bens materiais, mas com um foco especial no corpo como sendo o bem mais importante, e que geralmente tratamos com tanto ódio. O objetivo da *Youtuber*, destacada pelos autores é mostrar um corpo real como maneira de desafiar os padrões de perfeição impostos pelas redes sociais, padrões que frequentemente contribuem para a pressão e insatisfação com nossos próprios corpos. À medida que a *tag* vai ganhando visibilidade entre os usuários, mais criadores de conteúdo aderem e compartilham seus corpos diversos na internet, sendo eles gordos, magros, com pelos, estrias entre outras características naturais que, muitas vezes, são consideradas imperfeições em contraste com os corpos idealizados e promovidos pela mídia em geral. Segundo os autores Sanches e Herculino (2021) essa *tag* fortalece o movimento de autoaceitação, ao trazer esse olhar mais afetuoso, empático e até mesmo poético à cada detalhe do corpo, propagando o amor ao corpo e às diferenças. Recentemente a influencer Viih Tube trouxe essa *tag* de volta ao postar um vídeo no Instagram fazendo *tour* pelo corpo grávida<sup>4</sup>, fazendo também um novo vídeo um mês após o parto<sup>5</sup> mostrando as marcas antes e após a gravidez.

Por outro lado, as mídias sociais também são acusadas de aumentar a pressão estética e a comparação, através de filtros que modificam, maquiam, retocam e reestruturam o rosto, reforçando uma padronização através de um ideal de beleza pouco diverso, como menciona Fabiana Morais (2022) em um artigo para a *Intercept Brasil*<sup>6</sup>.

Um exemplo notável foi o polêmico filtro do *Instagram*, que não apenas simulava marcações para cirurgia plástica, mas também alterava as feições das pessoas como se já tivessem passado pelo procedimento<sup>7</sup>. A controversa em torno disso envolve o fato de que, embora a plataforma de criação de filtros, *Spark AR*, tenha sido disponibilizada aos usuários para criarem seus próprios filtros, todos os filtros ainda passam por uma aprovação antes de

<sup>4</sup> Disponível em: <https://www.instagram.com/p/CqdSQTRp5U7/>. Acesso em: 29 set. 2023

<sup>5</sup> Disponível em: <https://www.instagram.com/p/CseA-XrPznb/>. Acesso em: 29 set. 2023

<sup>6</sup> Disponível em: <https://www.intercept.com.br/2022/04/19/filtros-selfie-cirurgias-plasticas-jovens/>. Acesso em: 29 set. 2023

<sup>7</sup> Disponível em: <https://canaltech.com.br/redes-sociais/instagram-remove-filtros-que-simulavam-marcacoes-de-cirurgia-plastica-entenda-153185/>. Acesso em: 29 set. 2023

serem lançados no *Instagram*. Portanto, haveria a possibilidade de controle por parte da plataforma, para evitar filtros que potencialmente afetariam negativamente a autoestima, especialmente entre os jovens.

Neste item falamos como a internet desempenhou um papel fundamental, auxiliando na propagação e visibilização de temas relacionados ao empoderamento e pautas feministas, além de facilitar a criação de comunidades. No entanto, é importante reconhecer que as mídias sociais, apesar de seu potencial positivo, também podem reforçar esses padrões de beleza, pois oferecem ferramentas que permitem aos usuários continuarem a propagar essas representações estereotipadas e reforçar a pressão e a cobrança individual e coletiva.

Em resumo, este subcapítulo revela como a mídia molda e perpetua os ideais femininos, afetando as percepções, expectativas e comportamentos das mulheres ao longo da história.

No próximo subcapítulo estenderemos essa discussão para a música brasileira entendendo como essas representações impactaram e repercutiram na música popular brasileira.

### **3.2 A mulher na música brasileira**

Para iniciar este subcapítulo, é fundamental refletir brevemente a respeito da cultura e da música popular brasileira, que é mais caracterizada por sua mistura do que por nichos bem definidos. Essa compreensão é importante para quando formos analisar os videocliques da artista Luísa Sonza no próximo capítulo.

Essa homogeneização é uma consequência de uma construção cultural do Brasil. Conforme Tinhorão (1975, citado por De Paula e Machado 2022), a música popular brasileira é identificada como uma fusão de elementos de diversas culturas que moldaram o nosso país. Ela resulta da combinação dos cânticos indígenas, dos ritmos africanos e das composições dos colonizadores europeus, dando origem a algo novo e singular.

Em relação à música popular brasileira, Coração e Vieira (2020) reforçam essa mistura, argumentando que em meio a um mercado competitivo, surgem disputas pela atenção e a busca por ampliar o público e a notoriedade. Isso ocorre através da colaboração entre cantores de diferentes gêneros, conhecidas como *feats*, ou pela incorporação de elementos da cultura pop, tornando as músicas autênticas ao combinar diversas influências culturais. Um exemplo citado pelos autores é a música “Você partiu meu coração”, que usa elementos do *funk*, pop e forró através dos cantores Nego do Borel, Anitta e Wesley Safadão. Hall (2003, citado por Coração e Vieira, 2020), argumenta que o que é considerado “popular” está diretamente relacionado ao consumo em massa, levando os gêneros musicais a serem menos segmentados e mais híbridos, visando alcançar um público cada vez maior e gerar mais retorno financeiro para a indústria musical.

Antes de discutirmos a representação das mulheres dentro do gênero *funk*, é interessante abordar brevemente sua história para entender como ele evoluiu até alcançar a popularidade atual. Segundo Martins (2011, citado por Bonfim, 2013), em seu início o *funk*, que vinha originalmente da música negra norte-americana, abordava como temática principal a denúncia da desigualdade social e racial, buscando retratar o cotidiano das favelas, incorporando elementos do rap. Devido à violência retratadas nas músicas, que refletia a realidade das periferias, bem como os incidentes violentos ocorridos nos bailes, a mídia passou a associar erroneamente o *funk* à apologia ao crime, resultando na proibição dos bailes, causando ainda mais preconceito ao gênero.

Bonfim (2013) aponta que nos anos 2000, o *funk* passou a abordar predominantemente a temática sexual em suas músicas, ao mesmo tempo em que houve um aumento na participação das mulheres dentro desse gênero. Nesse período, o *funk* também passou a incorporar outros ritmos brasileiros, como o chamado “samba eletrônico”, enquanto Simone de Sá (2007, citada por Caetano, 2015) destaca que, internacionalmente, o *funk* é referido como música eletrônica brasileira, reforçando mais uma vez a fusão cultural atribuída à música brasileira. Coração e Vieira (2020) questionam se o aumento da popularidade do *funk* se deve a estratégias de mercado, através dessa mistura de elementos da cultura popular como mencionado anteriormente, ou se é um reflexo do reconhecimento, respeito e aceitação de suas raízes, que o legitima como parte da Música Popular Brasileira (MPB).

Quanto à representação da mulher na música, De Paula e Machado (2022) afirmam que, desde a Antiguidade, essa representação refletia a sua posição na sociedade, frequentemente subordinada ao homem, mesmo quando era idealizada nas canções. Na música popular brasileira, os autores argumentam que as mulheres são frequentemente retratadas como musas inspiradoras, embora na realidade, muitas vezes sejam objetificadas nas letras.

Caetano (2015) argumenta que, embora as mulheres sejam a maioria nas favelas, onde o *funk* se originou no Brasil, elas não ocupavam a maioria das posições no cenário musical. Mesmo quando estavam presentes, muitas vezes não era em posições de liderança. Isso se devia, em parte, à predominância de lideranças masculinas e à maneira como a mídia retratava as mulheres nesse contexto, o que impactava, diretamente no conteúdo produzido, mesmo quando as artistas eram mulheres. No entanto, ao longo do tempo, as mulheres conquistaram um espaço crescente no mundo do *funk*. A autora enfatiza que a demora no reconhecimento e na fama das mulheres não é um fenômeno exclusivo do *funk*, mas uma realidade que afeta outros gêneros musicais também.

Segundo Bonfim (2013), as mulheres iniciaram sua participação dentro do *funk* como dançarinas. No entanto, ela destaca que Tati Quebra-Barraco, ao se tornar a primeira cantora e compositora influente no cenário do *funk* carioca, provocou uma mudança significativa de perspectiva. Isso ocorreu não apenas porque ela abordou abertamente temas relacionados ao sexo em suas letras, mas também porque desafiou as normas tradicionais de beleza e subverteu o papel socialmente esperado para uma mulher marginalizada. Isso colocou um foco maior em seu corpo, que passou a ser visto como um elemento importante carregando marcas de sua identidade étnica, social, cultural e sexual. Essas marcas estão intrinsecamente ligadas às estruturas de poder patriarcais e coloniais na sociedade.

Amorim (2009, citado por Bonfim, 2013) contribui para essa reflexão ao abordar os padrões de beleza em relação ao corpo feminino no *funk*. Enquanto Tati Quebra-Barraco não corresponde ao padrão tradicionalmente aceito pela sociedade, tanto fisicamente quanto socialmente, seu corpo curvilíneo, que reflete o biotipo da mulher africana, se torna desejável em diferentes contextos, como no *funk*, inclusive para mulheres brancas. Esse padrão físico é frequentemente representado pelas dançarinas de *funk*, que utilizam roupas que realçam suas curvas e movimentos que enfatizam a sensualidade. Isso está relacionado também à erotização presente nas letras das músicas.

De acordo com Caetano (2015), uma das principais temáticas do *funk* é o erotismo, tornando a presença da mulher praticamente obrigatória nesse contexto. As críticas feitas pelas feministas, segundo a autora, estão relacionadas à erotização excessiva, hiper sexualização, objetificação e comercialização do corpo feminino. No entanto, há também aspectos positivos, como a capacidade das funkeiras de levar discursos feministas às classes populares e a expressão da sexualidade feminina. No entanto, a erotização em excesso pode contribuir tanto para o fetiche masculino quanto para reforçar a objetificação da mulher periférica, além de reforçar estereótipos machistas e de classe. Lyra (2007) citada por Caetano (2015) contribui argumentando que essa expressão da sexualidade pelas mulheres, mesmo que de forma exagerada, não é uma contribuição para a objetificação, mas que seria um avanço, pois estariam afirmando sua própria feminilidade e ainda, segundo Caetano (2015) seria através desse *funk* erótico que as mulheres conseguiram abrir um espaço nesse meio e ganhar visibilidade.

De acordo com Bonfim (2013, p. 9), o comportamento empoderador das funkeiras pode ser entendido como uma forma de assumir “uma posição sedutora e dominadora sobre o homem.” Elas conseguem alterar essa dinâmica de poder em relação aos homens através do uso de roupas que destacam seus corpos e da dança, permitindo-se abordar abertamente o tema do sexo, desafiando “a sua virilidade numa espécie de jogo sexual.” No entanto, ao mesmo tempo

em que as mulheres no movimento *funk* estão empoderando-se ao se expressarem da maneira que desejam, é importante notar que esse comportamento erótico é desejado não apenas pelos homens, conforme mencionado anteriormente, mas também pelo sistema capitalista, que lucra com a erotização e a exposição do corpo feminino.

Em seu artigo, Noronha (2022) argumenta que todas as cantoras pop brasileiras analisadas tiveram seus corpos objetificados em seus videoclipes, servindo ao consumo e ao prazer da audiência. Essa objetificação pode variar dependendo do contexto, como nos *feats* com homens, onde a objetificação e a sexualização são ainda mais acentuadas, muitas vezes retratando as mulheres como submissas sexualmente em relação aos homens e relegando as artistas a um papel secundário em relação à figura masculina. Outro ponto relevante abordado pela autora refere-se às cantoras negras:

Nota-se, novamente, que Ludmilla e Iza conseguiram desafiar a imagem sexual estereotipada de mulheres negras no cenário brasileiro da Música Pop, por meio de suas estéticas fashionistas e performáticas, sendo aquelas menos sexualizadas e que mais demonstraram empoderamento em seus videoclipes. [...] Essas mulheres, afrodescendentes, redefiniram sua sexualidade, assumiram o controle de suas imagens e escreveram seus próprios roteiros (Noronha, 2022, p. 18).

A autora também destaca que, apesar da objetificação presente nos videoclipes, as letras das músicas promovem o empoderamento feminino, liberdade e a quebra de estereótipos, desafiando os papéis de gênero. Contudo, é importante observar que, frequentemente, os videoclipes acabam transmitindo uma mensagem diferente ao representarem o corpo, a sexualidade e o próprio protagonismo das cantoras de forma objetificada e estereotipada.

Neste capítulo, exploramos a complexa relação entre a representação do corpo feminino na mídia ao longo do tempo, onde as mulheres são frequentemente tratadas simultaneamente como consumidoras e produtos. Discutimos a influência da mídia impressa na criação e disseminação das ideias de beleza, examinando tanto a imprensa feminina estrangeira quanto a brasileira, assim como a utilização das redes sociais para dar voz a temas relevantes no feminismo, mas também para reforçar ideais de beleza.

Também abordamos a estereotipação da mulher no meio audiovisual, especialmente na pornografia, onde se reforça a submissão da mulher ao homem. Observamos como essas representações transcenderam o nicho da pornografia, tornando-se comuns e inevitáveis nas diversas formas de mídia e publicidade. Demonstramos como a publicidade se apropriou das pressões estéticas e das insatisfações geradas pela representação repetitiva e idealizada das mulheres, estimulando assim o desejo de consumo e perpetuando um ciclo interminável na

busca pelo inatingível. Além disso, destacamos que mesmo quando a mulher é idealizada nas músicas, há uma tendência à objetificação. Mostramos que, da mesma forma que na mídia impressa e no meio audiovisual, a música também se posiciona como uma amplificação da forma como a mulher é representada na sociedade.

No próximo capítulo, trataremos dos procedimentos metodológicos e avançaremos para uma análise mais específica, examinando como a cantora Luísa Sonza lida com essas questões em seus videoclipes e letras de música. Através dessa análise, buscamos compreender como as dinâmicas exploradas nestes capítulos se manifestam nas produções musicais da artista.

## 4 ANÁLISE

Neste capítulo, introduziremos a artista Luísa Sonza e descreveremos os procedimentos metodológicos adotados nesta monografia. Além disso, abordaremos a análise de três videoclipes e suas letras, considerando diferentes fases da carreira da cantora.

### 4.1 This is Luísa Sonza

De acordo com a biografia da cantora no *PureBreake* (2023), Luísa Gerloff Sonza, conhecida como Luísa Sonza, é uma cantora e compositora gaúcha, nascida em Tuparendi, Rio Grande do Sul, no dia 18 de junho de 1998. Sua trajetória na música teve início na infância, aos 7 anos, quando se apresentava em CTGs de sua cidade. Durante a adolescência, integrou a banda Sol Maior, realizando apresentações em todo o estado e em eventos como festivais e casamentos. Em 2015, Luísa Sonza alcançou notoriedade através do YouTube, onde compartilhava *covers*, seja solo ou em parceria com artistas renomados. No ano de 2017, sua carreira deslançou ao assinar contrato com a *Universal Music* e lançar sua primeira música autoral, intitulada "*Good Vibes*".

A cantora acumula diversos singles de sucesso, como "Devagarinho" e "Boa menina," além de colaborações com artistas de diferentes gêneros, como Luan Santana, Marília Mendonça, Xamã, Vitão, Ludmilla, Pablo Vittar, Baco Exu Do Blues, Anitta, Lulu Santos, Demi Lovato e outros. Luísa Sonza conquistou sete discos de diamante, cinco de platina e quatro de ouro. Segundo G1 (2022), com o objetivo de expandir sua carreira internacionalmente, ela fez a transição para a gravadora *Sony Music* em 2022.

De acordo com a biografia do canal da artista no *YouTube*, as músicas de Luísa Sonza abordam "temas importantes, como empoderamento e liberdade feminina."

Alguns números, até a data de corte de 10 de outubro de 2023:

Tabela 1 - Números referentes as mídias sociais da cantora

<i>Spotify</i>	13.521.777 ouvintes mensais
<i>Youtube</i>	8,15 milhões inscritos 2.467.990.156 visualizações

Fonte: Coleta dos dados pela autora em 10/10/2023

Até o momento da elaboração dessa monografia, possuía três álbuns, sendo eles Pandora (2019), Doce 22 (2022) e Escândalo íntimo (2023). Falaremos mais detalhadamente de cada um no próximo subcapítulo.

#### 4.1.1 Trajetória apagada

Embora tenha uma longa trajetória na música desde a infância, muitos atribuem sua fama ao relacionamento com o humorista Whindersson Nunes. Juntos desde 2016, eles foram casados de 2018 a 2020. Durante o relacionamento, Luísa Sonza enfrentou frequentemente acusações de estar com Whindersson por interesse em impulsionar sua carreira. Em uma entrevista no *videocast* "Foquinha Entrevista" (2023), a cantora compartilhou:

Minha história foi muito perdida por muito tempo por eu ter casado com o Whindersson. Minha história foi muito mudada, eu fui muito desacreditada como artista por muito tempo. Então meu foco sempre foi antes de tudo me tornar uma potência e me desvincular de uma das maiores imagens do país (...) se eu não me desvinculasse o mais forte e rápido possível eu estava ferrada. Porque eu vi toda minha história, eu cantando desde os 7 aninhos de idade, fazendo CD, (...) fazendo cover, tudo mais e foi tipo assim 'Fim. Você não é mais artista, você nem canta, você nem é boa cantora.' Isso também afetou muito na minha insegurança como artista (Sonza, 2023).

Após o término de seu casamento, a cantora se viu alvo de ataques nas redes sociais. Ela foi acusada pelo público de ser a razão do divórcio, sob a alegação de que teria traído Whindersson Nunes com Vitão. Essas acusações ganharam força, especialmente porque Luísa havia feito uma colaboração musical (feat) com Vitão, tendo um clipe sensual, enquanto ainda era casada. Além disso, no mesmo ano após o divórcio, ela iniciou um relacionamento com o cantor, o que gerou uma grande onda de críticas tanto para o relacionamento quanto para ambos individualmente. Essas acusações só foram negadas por seu ex-marido, um ano após o divórcio, afirmando que ele quem decidiu terminar o relacionamento, conforme matéria na UOL (2021).

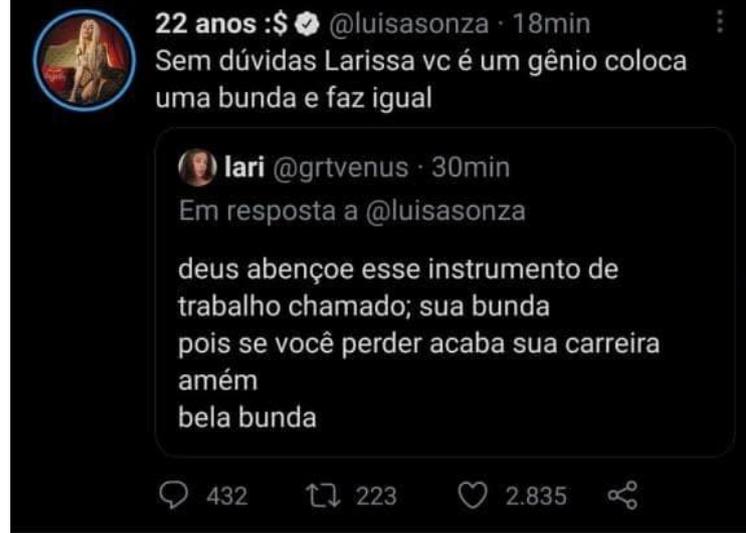
As notícias relacionadas a cantora são na sua maioria mais relacionados à sua vida pessoal e aos ataques que recebe tanto por conta dos relacionamentos quanto pela exposição do seu corpo nos videoclipes, conforme aponta matéria na Quem (2019), ao mesmo tempo que a própria cantora já reclamou nas suas redes de ter mais *views* nos videoclipes que mostra mais seu quadril nu, enquanto outras produções acabam recebendo menos atenção do público, conforme aponta matéria na UOL (2019).

Figura 5 – Tweet recente a respeito do corpo da Luísa Sonza



Fonte: Twitter, 2023

Figura 6 – Tweet antigo a respeito do corpo da Luísa Sonza



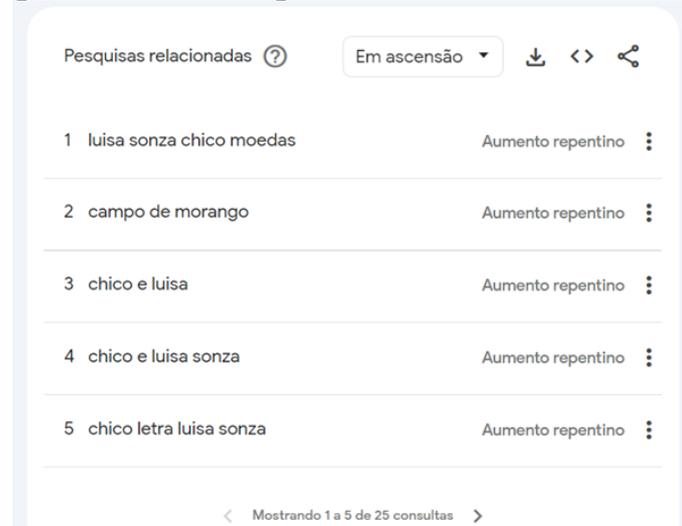
Fonte: Marie Claire, 2021

Durante a divulgação de seu último álbum “Escândalo Íntimo” (2023), sua vida pessoal foi novamente exposta, fazendo com que enfrentasse mais uma vez ataques. Isso ocorreu porque o álbum incluía uma faixa dedicada ao seu namorado da época, Chico Moedas, com quem estava há cerca de 3 meses, chegando a ser a música mais ouvida no Brasil na plataforma do *Spotify* por algumas semanas após o lançamento, segundo G1. No entanto, o relacionamento chegou ao fim após Luísa ter sido vítima de traição, um episódio que ela tornou público em uma carta aberta no programa *Mais Você* no dia 20 de setembro de 2023. Nesse momento, ela explicou que estava optando por assumir o controle de sua narrativa em vez de preservar sua intimidade e acabar levando a culpa, como já havia acontecido. Mesmo assim, foi novamente acusada de usar o namoro e a traição como estratégia de marketing para promover o álbum, uma alegação que a cantora negou no *videocast*:

Eu fico abismada com a capacidade das pessoas de acharem que isso possa ser algo que eu planejei ou que eu gostaria pra mim. Nunca, jamais seria algo planejado, (...) nesse momento não é bom estar falando de novo da minha vida pessoal, (...) sendo que estava tudo lindo, tudo bem, eu não precisava de marketing nenhum, já era o álbum mais escutado da história. (...) É muito triste, as pessoas sempre dão um jeito de culpar a mulher, a gente é sempre muito colocada em dúvida (Sonza, 2023).

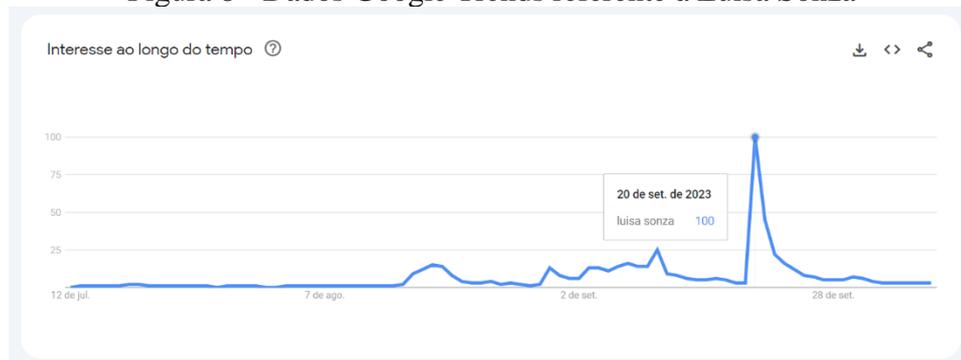
No dia da participação do programa em que anunciou a traição houve um pico de buscas relacionadas ao nome dela no Google, em relação aos últimos 90 dias, de acordo com o Google Trends.

Figura 7 – Dados Google Trends referente à Luísa Sonza



Fonte: Google Trends, 10/10/2023

Figura 8 - Dados Google Trends referente à Luísa Sonza



Fonte: Google Trends, 10/10/2023

Após essa breve contextualização a respeito da artista, no próximo subcapítulo será apresentado os procedimentos metodológicos.

#### 4.2 Procedimentos metodológicos

Esta monografia tem como tema fazer uma reflexão sobre os padrões de beleza e a representação do corpo feminino na comunicação por meio de videoclipes musicais. A artista escolhida para essa análise é a Luísa Sonza, uma figura de destaque na cena musical brasileira atual que transita por diversos estilos e gêneros. A escolha por Luísa Sonza se justifica pela sua visibilidade na mídia e pelas críticas frequentes que enfrenta, especialmente em relação às letras de suas músicas e à exposição de seu corpo.

O problema de pesquisa desse trabalho é: Como está representado o corpo feminino nos videoclipes e nas letras de Luísa Sonza em diferentes fases da sua carreira, entre os anos 2019 até 2023?

Tem como objetivo geral compreender a representação da mulher e do corpo feminino na mídia e na cultura brasileira, analisando como essa representação se relaciona com as dinâmicas de empoderamento na sociedade contemporânea. Os objetivos específicos são: apresentar e refletir sobre o mito da beleza; discutir o papel do corpo em relação ao empoderamento feminino; destacar as representações do corpo em diferentes mídias (impressa, audiovisual, música); apresentar as discussões sobre o corpo feminino nas redes sociais e por fim, analisar as letras e videoclipes da cantora Luísa Sonza, identificando como o corpo feminino é retratado em suas produções em diferentes fases da sua carreira.

Esta pesquisa visa contribuir para a discussão acadêmica sobre a representação do corpo feminino na cultura pop brasileira, destacando desafios, oportunidades e implicações socioculturais.

Para a realização deste trabalho foi feita uma pesquisa bibliográfica na parte teórica como forma de obter um repertório a respeito dos temas relacionados aos ideais de beleza e a representação das mulheres na mídia ao longo do tempo, através de livros, artigos, teses e dissertações. Segundo Gil (2008 p. 50) a pesquisa bibliográfica “é desenvolvida a partir de material já elaborado, constituído principalmente de livros e artigos científicos”. Foi utilizada também pesquisa documental para obter informações a respeito da cantora Luísa Sonza, dos seus álbuns, videoclipes, músicas e notícias na mídia online relacionadas à repercussão dos videoclipes analisados, sendo utilizado como fonte sites, videoclipes, álbuns e entrevistas. A respeito da pesquisa documental, Gil (2008, p. 147) afirma que “são obtidos de maneira indireta, que tomam a forma de documentos, como livros, jornais, papéis oficiais, registros estatísticos, fotos, discos, filmes e vídeos, que são obtidos de maneira indireta”.

Este trabalho é uma pesquisa de natureza exploratória e qualitativa. Através de uma abordagem exploratória, pois, dada a amplitude da discussão, nosso objetivo principal é investigar um fenômeno, gerar reflexões e compreender mais profundamente o assunto, sem a intenção de propor soluções definitivas. Segundo Gil (2008, p. 27):

As pesquisas exploratórias têm como principal finalidade desenvolver, esclarecer e modificar conceitos e ideias, tendo em vista a formulação de problemas mais precisos ou hipóteses pesquisáveis para estudos posteriores. De todos os tipos de pesquisa, estas são as que apresentam menor rigidez no planejamento. Habitualmente envolvem levantamento bibliográfico e documental, entrevistas não padronizadas e estudos de caso. [...] Pesquisas exploratórias são desenvolvidas com o objetivo de proporcionar visão geral, de tipo aproximativo, acerca de determinado fato. Este tipo de pesquisa é realizado especialmente quando o tema escolhido é pouco explorado e torna-se difícil sobre ele formular hipóteses precisas e operacionalizáveis.

Se trata de uma análise qualitativa, pois o que será analisado é a representação do corpo feminino, algo subjetivo, o que segundo Gil (2008, p. 175):

[...] ao contrário do que ocorre nas pesquisas experimentais e levantamentos em que os procedimentos analíticos podem ser definidos previamente, não há fórmulas ou receitas predefinidas para orientar os pesquisadores. Assim, a análise dos dados na pesquisa qualitativa passa a depender muito da capacidade e do estilo do pesquisador.

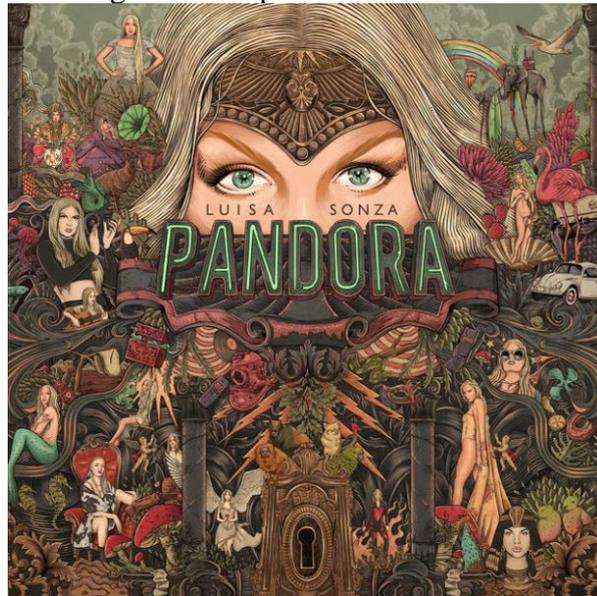
Para a análise, foram escolhidos três videoclipes, representando o clipe mais visto de cada um dos três álbuns da artista, conforme constatado no canal oficial de Luísa Sonza no YouTube. Essa seleção tem por objetivo abranger distintas fases de sua carreira, criando assim uma espécie de linha do tempo, entre 2019-2023. A ficha técnica dos videoclipes, bem como as letras das músicas, estão disponíveis no anexo para consulta. Os álbuns analisados são os seguintes:

- 1) Pandora, 2019, composto por 8 faixas.

No seu primeiro álbum, a cantora abraça referências ecléticas para criar sua própria identidade musical. O nome e conceito do álbum foram inspirados na mitologia grega da “caixa de Pandora”, que continha todos os males e medos do mundo. Esse simbolismo reflete o momento em que a artista se torna vulnerável, se abre e se arrisca por meio de sua música. Conforme Luísa Sonza mencionou em uma entrevista ao Portal *Popline* em 2019:

Eu estava falando sobre caixas, alguma coisa sobre sair da caixa. Inclusive, o show, vai ter uma temática sobre isso. Então ele disse que tem a ver com "Pandora", além de ter uma questão feminista – uma mulher abre a caixa. Foi também para mudar um paradigma, já que no mito é como se fosse ruim mostrar seus medos. Eles estão ali, então você precisa abrir para enfrentá-los, isso não é ruim.

Figura 9 – Capa do álbum Pandora



Fonte: Spotify, 2023

Neste álbum o clipe mais visto é “Garupa”, um feat com a Pablo Vittar, tendo sido publicado no dia 14 de junho de 2019, com 80.313.042 visualizações<sup>8</sup>.

2) Doce 22, 2022, composto por 14 faixas.

Neste segundo álbum, a cantora retrata suas experiências vividas ao longo de seus 22 anos de vida, sendo lançado no dia de seu aniversário de 23 anos. Segundo Luisa Sonza contou à Multishow (2021) A escolha do título "Doce" reflete a ironia presente em muitas das letras, abordando temas como o término de seu casamento e o ódio que enfrentou no início de sua carreira, com acusações de que estava usando seu ex-marido para ganhar destaque. A primeira faixa do álbum inicia com as palavras depreciativas que costumava ouvir, como “puta, vagabunda e interesseira”, conforme já havia falado em entrevista a Quem.

Segundo o Portal Popline (2021) o álbum foi dividido em duas partes, sendo o lado A, com músicas mais animadas e sensuais, enquanto o lado B contém faixas mais intimistas e melancólicas.

<sup>8</sup> Números até a data de corte: 10/10/2023

Figura 10 – Capa do álbum Doce 22



Fonte: Spotify, 2023

O videoclipe mais assistido deste álbum também detém o título de ser o vídeo mais popular de toda a carreira da cantora. Trata-se de “Modo Turbo”, que conta com a participação de duas outras artistas renomadas, Pablo Vittar e Anitta. Lançado em 21 de dezembro de 2020, o vídeo já acumula impressionantes 223.492.315 visualizações<sup>9</sup>.

### 3) Escândalo Íntimo, 2023, composto por 24 faixas

No seu terceiro e mais recente álbum, Luísa explora seu subconsciente por meio de videoclipes que, na realidade, são fragmentos de um curta-metragem que será lançado após a conclusão de todos os clipes. De acordo com a cantora, este álbum aborda as várias fases de um relacionamento, incluindo a paixão, o amor, a decepção, o término e a superação. No entanto, vai além de um relacionamento romântico com outra pessoa, pois também trata de um relacionamento abusivo consigo mesma.

Este trabalho é ainda mais íntimo, revelando um aspecto tanto vulnerável quanto sombrio da cantora, apresentando uma eclética mistura de ritmos e influências, como rock, pop nacional, sertanejo raiz, samba, bossa nova, *funk* e pop, de acordo com o Portal Popline (2023). Ainda segundo a artista, em entrevista no “Foquinha Entrevista” (2023), o álbum também trabalha temas como o sagrado e o profano.

---

<sup>9</sup> Números até a data de corte: 10/10/2023

Figura 11 – Capa do álbum Escândalo Íntimo



Fonte: Spotify, 2023

O videoclipe mais assistido deste álbum é "Campo de Morango", lançado em 15 de agosto de 2023, sendo o primeiro videoclipe divulgado do álbum. Atualmente, o vídeo acumula 17.113.013 visualizações<sup>10</sup>.

A análise desses materiais será feita através da Análise de Conteúdo. Segundo Fonseca Junior (2011, p 290), a Análise de Conteúdo é organizada em três fases, sendo elas:

Tabela 2 - Aplicação da Análise de Conteúdo

Pré- análise	Consiste no planejamento do trabalho a ser elaborado, procurando sistematizar ideias iniciais com o desenvolvimento de operações sucessivas contempladas num plano de análise.	Feito através da análise de vídeos, entrevistas e reportagens a respeito das músicas, clipes e álbuns da cantora.
Exploração do material	Refere-se à análise propriamente dita, envolvendo operações de codificação em função de regras previamente formuladas.	Será iniciada a análise a partir do próximo subcapítulo, de acordo com a caracterização realizada.
Tratamento dos resultados obtidos e interpretação	Os resultados brutos são tratados de maneira a serem significativos e válidos.	Finalizando com a conclusão da análise.

Fonte: Adaptado de Fonseca Júnior (2011) pela autora da monografia

Fonseca Junior (2011, p. 298) diz que “A categorização consiste no trabalho de classificação e reagrupamento das unidades de registro em número reduzido de categorias, com o objetivo de tornar inteligível a massa de dados e sua diversidade”. Foi determinado que os

<sup>10</sup> Números até a data de corte: 10/10/2023

materiais a serem analisados seriam os três videoclipes mais visualizados de cada álbum, e estes serão observados a partir de duas categorias, a saber:

Tabela 3 - Categorização

(1) Representação feminina e o teor das letras	Analisar a forma como a cantora retrata as mulheres nas letras das suas músicas
(2) Representação do corpo na imagem	Observar a representação física do corpo de Luísa nos diferentes clipes

Fonte: Adaptado de Fonseca Júnior (2011) pela autora da monografia

A análise individual da letra e da imagem é essencial para compreender a mensagem que cada uma delas transmite, avaliando se são coesas ou divergentes. Posteriormente, uma análise conjunta dessas categorias será realizada para examinar a obra como um todo e entender como essas mensagens se entrelaçam, se complementam ou se contradizem. Essa parte será desenvolvida na última fase da Análise de Conteúdo chamada de Inferência, que segundo Fonseca Junior (2011, p. 298) “Trata-se do momento mais fértil da análise de conteúdo, estando centrado nos aspectos implícitos da mensagem analisada. [...] a leitura efetuada pelo analista de conteúdo procura evidenciar o sentido que se encontra em segundo plano”.

#### 4.3.1 Videoclipe *Garupa*

Este é o videoclipe mais assistido do primeiro álbum de Luísa Sonza intitulado Pandora, de 2019. Possui 80.313.042 visualizações<sup>11</sup>. Foi publicado no dia 14 de junho de 2019.

Para a análise da categoria 1 retiramos o trecho inicial da música:

“A mil por hora, eu tô  
Sei que tu gosta assim  
De 0 a 100 eu vou  
Pega carona em mim

Vai ter que aguentar  
Vou te acelerar  
Corre pra me pegar  
Que eu tô na pista”

[...]

Eu vou na garupa, -pa, -pa  
Eu vou na garupa, -pa, -pa  
Eu vou na garupa, -pa, -pa  
Vem me deixar maluca”

<sup>11</sup> Números até a data de corte: 10/10/2023

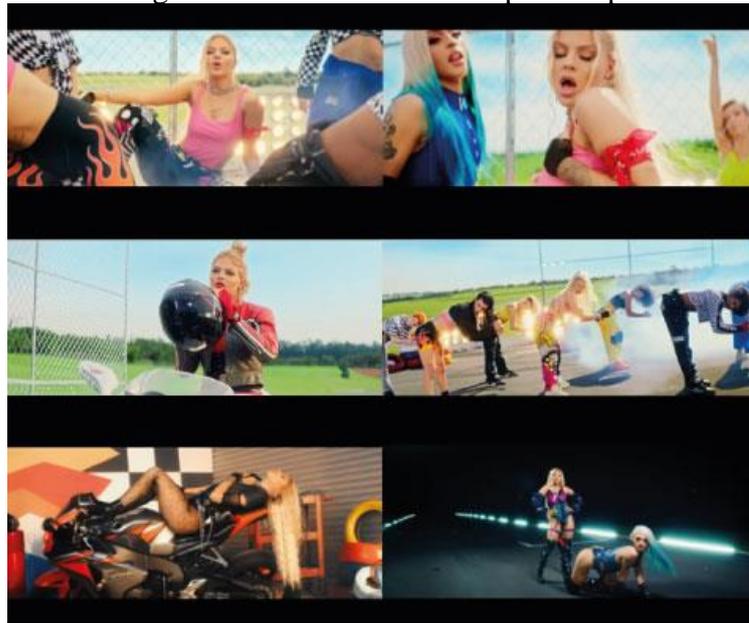
Ao analisar essa passagem da letra, é possível perceber que se trata da representação de uma mulher empoderada e autoconsciente de seus desejos sexuais, buscando satisfazê-los (Pedro, 2013). Essa mulher parece estar desafiando o homem a acompanhá-la, sugerindo que ela está no controle e tem o poder de escolha nessa situação.

É possível observar que a postura de envolvimento sexual casual, expressa na letra, representa uma afirmação da liberdade e do poder da mulher, tanto em termos sociais quanto sexuais. Essa postura tradicionalmente associada apenas aos homens é desafiada, refletindo a ideia de que as mulheres não só têm desejos tão intensos quanto eles, mas que também podem se relacionar de maneira desapegada, conforme discutido por Wolf (2020). No entanto, ao desafiá-los a acompanhá-la, em vez de buscar a igualdade de gênero na expressão da sexualidade, as mulheres se posicionam em vantagem, exigindo que os homens as alcancem. Isso, ao mesmo tempo, reforça a imagem da “mulher fatal” que desperta o desejo masculino e a cobiça, como apontado por Gerbase (2008). Há ainda um ponto paradoxal, e é incerto se é intencional ou não, onde a mulher inicialmente assume o controle, convidando o homem a acompanhá-la como um “carona”, mas logo no refrão, ela parece transferir o controle ao homem, ao dizer “eu vou na garupa”.

Apesar do viés empoderador contido na letra, ainda encontramos partes que evocam o estereótipo da mulher em busca da aprovação e atenção masculina (De Luca, 2013), como exemplificado no trecho “sei que tu gosta assim”. Essa observação nos leva de volta à reflexão feita por Bonfim (2013) sobre como essa atitude mais “atrevida” como descrita por Ariel Levy (2005, citada por McCann et al., 2019), se tornou o ideal contemporâneo de beleza e comportamento feminino, desejado pelos homens e reforçado pela mídia.

Segue abaixo o mosaico com frames escolhidos do clipe para a análise da categoria 2:

Figura 12 – Mosaico videoclipe Garupa



Fonte: Copilado da autora (2023) com base no Youtube (2019)

Assim como na letra, as imagens do videoclipe retratam uma mulher empoderada, que assume uma postura de controle e poder. Isso é evidenciado na cena em que Luísa aparece pronta para pilotar uma moto, desafiando as concepções tradicionais de gênero. Tanto a atitude empoderada quanto a escolha do tema das motocicletas fogem dos estereótipos tradicionalmente associados ao universo feminino (De Luca, 2013). Essa inversão de papéis remete à terceira mulher, mencionada por Lipovetsky (2000) que é sujeita de si mesma e não mais depende dos homens, reivindicando o direito de ocupar qualquer espaço que deseje.

No frame a seguir, também podemos observar o que Wolf (2020) menciona a respeito da representação da pornografia da beleza. Nesse contexto, as mulheres estariam sendo retratadas como estando no auge do prazer, e essa erotização não apenas atrai o público masculino, mas também o feminino. Isso ocorre porque evoca um momento de prazer que as mulheres também desejam experimentar, levando-as a desejar estar no lugar da cantora, pois remete a um lugar de satisfação e realização.

Figura 13 - Frame do videoclipe Garupa

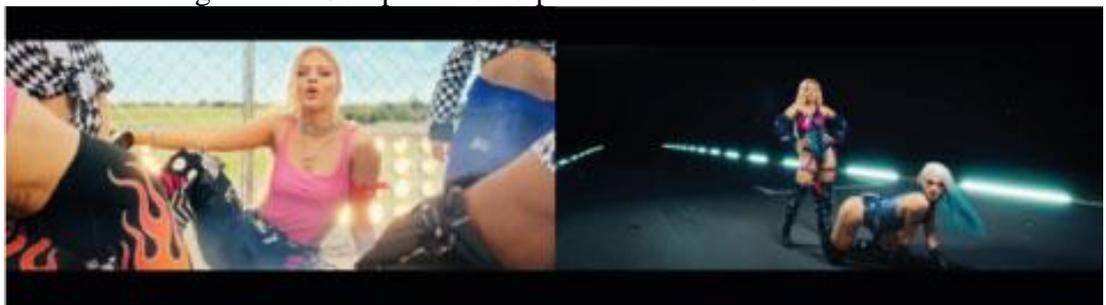


Fonte: Copilado da autora (2023) com base no Youtube (2019)

É possível perceber que os figurinos iniciais se alinham de forma coerente com a temática do videoclipe e da letra. Conforme o vídeo progride, a ênfase na sensualidade aumenta, resultando em uma maior exposição do corpo da cantora (Amorim, 2009, citado por Bonfim, 2013). No entanto, o figurino utilizado no desfecho do vídeo parece perder a conexão com a temática inicial, apresentando uma exposição corporal que parece desnecessária e não encontra justificativa na narrativa. Essa desconexão contribui para a objetificação feminina (Cipriano et al., 2018).

O figurino, assim como a performance da cantora ao longo do clipe, cria uma narrativa erotizada (Gerbase, 2008), evoluindo ao longo do videoclipe, atingindo seu ponto máximo nas cenas finais, o que pode ser observado ao comparar o primeiro e o último frame juntos:

Figura 14 - Comparativo do primeiro e último frame



Fonte: Copilado da autora (2023) com base no Youtube (2019)

Além disso, o clipe, juntamente com a letra, reforça a ideia de que mesmo que seja o homem que esteja indo em busca da mulher, é responsabilidade dela garantir essa desejabilidade através da sensualidade como forma de obter a satisfação pessoal através do prazer e da aprovação masculina (Sant'Anna 2013).

### 4.3.2 Videoclipe *Modo Turbo*

Modo Turbo é o videoclipe mais assistido do álbum *Doce 22* e o mais assistido de todos os vídeos do canal da Luísa Sonza. Foi lançado em 21 de dezembro de 2020, possuindo 223.492.315 visualizações<sup>12</sup> e conta com a participação das cantoras Pablo Vittar e Anitta.

Esse foi o trecho escolhido da música para a análise da categoria 1:

“Aposto contigo, vai fazer o que eu quiser  
 Com essa turbulência, tu não vai parar em pé  
 Hoje eu fico louca, looping de beijar na boca  
 Vem comigo quem aguenta essa porra a noite toda  
 [...]

Foguete do tipo NASA saindo da atmosfera  
 Tem turbina nessa raba e agora ninguém me (sss)  
 Foguete do tipo NASA saindo da atmosfera (an)  
 Tem turbina nessa raba e agora ninguém me pega (vai!)”

É possível observar uma erotização da imagem da mulher empoderada, associando imediatamente o empoderamento com a desejabilidade. Nessa perspectiva, o poder feminino se manifesta em âmbitos tanto pessoais quanto sexuais. Semelhante à concepção de “mulher-fatal” de Gerbase (2008), a mulher descrita na letra detém o controle sobre o homem através de sua sensualidade, como sugerido no verso “Aposto contigo, vai fazer o que eu quiser”, isso reforça a noção do homem como uma vítima da sagacidade feminina, atribuindo à excessiva sensualidade feminina a culpa por suas ações (Wolf, 2020).

Essa erotização da mulher empoderada resulta em diversas representações negativas para as mulheres. Ela estabelece expectativas irreais aos homens de que toda mulher sexualmente livre deve ser sensual e uma aventureira sexual. Isso leva a uma idealização das relações sexuais, em que se espera que sejam sempre emocionantes, e o oposto disso é visto como sem graça, como observado por Wolf (2020). Ao separar o sexo da intimidade e tornar o primeiro excitante e o segundo desinteressante, afeta a forma como os homens enxergam as mulheres e os relacionamentos, criando a ideia de que mulheres sensuais e sexuais não são as “certas” para se casar (Sant’Anna, 2013). Embora a letra não seja responsável por originar esse pensamento, ela contribui para a perpetuação de forma subliminar (Lipovetsky, 2000), possivelmente sem intenção por se tratar de uma reprodução de um estereótipo enraizado que continuam a ser reproduzidos e internalizados (Wolf, 2020).

---

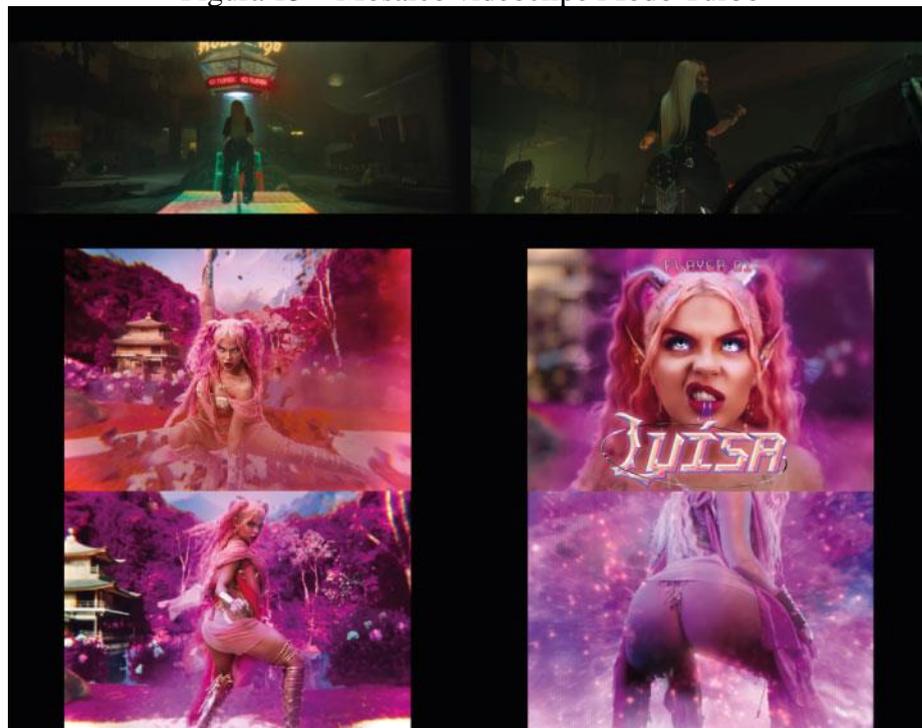
<sup>12</sup> Números até a data de corte: 10/10/2023

Outro problema decorrente dessa erotização é a criação de ideais irreais. Primeiramente, reforça que as mulheres querem constantemente atrair a atenção dos homens, independentemente de quão empoderadas sejam, tornando o empoderamento frequentemente mais centrado na sexualidade do que em outros aspectos (De Luca, 2013). Essa idealização não impacta apenas as expectativas dos homens em relação às mulheres, mas também exerce pressão sobre as mulheres para que adotem esse comportamento considerado padrão, não só para corresponderem a essa expectativa masculina para estabelecer relacionamentos (Moreno, 2021), mas também deriva da aspiração de se sentir tão poderosas quanto as mulheres retratadas nas letras e videoclipes, o que as leva a imitar não apenas o comportamento, mas também a aparência física delas. (Wolf, 2020).

Por outro lado, a mulher retratada na letra assume o protagonismo em relação aos seus desejos, sugerindo que uma mulher consciente do seu poder é como um foguete, inatingível e inabalável, impulsionando assim uma narrativa alinhada com o feminismo (Caetano, 2015).

Para realizar a análise da categoria 2 foram escolhidos os frames abaixo:

Figura 15 – Mosaico videoclipe Modo Turbo



Fonte: Copilado da autora (2023) com base no Youtube (2022)

Assim como no videoclipe anterior, neste, Luísa Sonza começa vestindo um figurino que cobre mais o seu corpo, mas logo realiza uma troca de figurino destacando suas curvas, de acordo com o padrão de beleza desejável, conforme mencionado por Amorim (2009, citado por Bonfim, 2013) quanto por Sant'Anna (2013).

Figura 16 – Frames videoclipe Modo Turbo



Fonte: Copilado da autora (2023) com base no Youtube (2022)

O vídeo contém diversas cenas focando nas nádegas da cantora, com figurinos que remetem a personagens femininas de videogames e movimentos que acentuam suas formas, resultando numa sexualização, apesar de a personagem estar representada em uma cena de batalha, conforme mencionado por Fortim e Monteiro (2013) ao discutirem a representação da mulher nos games. De acordo com Moreno (2021), essa constante focalização em partes específicas do corpo contribui para uma percepção mais objetificada da mulher, reduzindo-a de um indivíduo com sentimentos e desejos a um objeto para a satisfação masculina. Essa exposição explícita concorda com o argumento de Wolf (2020) de que essa erotização e nudez tornam-se mais acessíveis e onipresentes do que a pornografia tradicional.

Figura 17 – Frames videoclipe Modo Turbo



Fonte: Copilado da autora (2023) com base no Youtube (2022)

Embora, assim como a letra, possamos entender que essa exposição do corpo feminino se trate do empoderamento da mulher sobre si e do avanço da sociedade em aceitar essa exposição, essa aceitação da sociedade pode não se tratar de uma mudança de valores de fato e no entendimento da liberdade feminina, mas se dar devido ao interesse tanto masculino quanto da mídia e da indústria fonográfica da comercialização desse corpo (Cipriano et al., 2018).

No videoclipe as cantoras assumem a identidade de personagens de videogame, incorporando elementos desse universo (Castro, 2007). Parece ter como objetivo atrair a atenção masculina através da objetificação, evidente, das personagens femininas, da temática

utilizada (Fortim e Monteiro, 2013) e através da nudez do corpo (Cipriano et al., 2018). A aplicação de efeitos de digitalização sobre o corpo da cantora no videoclipe não apenas reforça ideais irreais de beleza (Fortim e Monteiro, 2013), mas também pode desumanizar, resultando na diminuição da erotização. Essa manipulação cria uma representação do corpo que é real, porém não totalmente autêntica.

Figura 18 – Frame videoclipe Modo Turbo



Fonte: Copilado da autora (2023) com base no Youtube (2022)

Vale observar que, embora o foco da análise recaia sobre o corpo de Luísa Sonza, é interessante notar que, entre as três cantoras, Pablon Vittar é a única que não possui cenas focalizando partes específicas do corpo. Isso levanta uma questão abordada por Cipriano et al. (2018) de que o que é valorizado para a comercialização são os atributos tradicionalmente considerados femininos, sugerindo que, como uma Drag Queen, Pablon pode não se enquadrar nesse padrão desejável para o mercado.

#### 4.3.3 Videoclipe *Campo de morango*

*Campo de morango* é o clipe mais assistido do último álbum da cantora, *Escândalo Íntimo*. O clipe foi lançado dia 15 de agosto de 2023 iniciando o lançamento do álbum. Possui 17.113.013 visualizações<sup>13</sup>.

Para a análise da categoria 1 foram escolhidos os seguintes trechos da letra:

“Tua vizinha pelada eu sou  
 Na BMW borrando o batom  
 Toda boa, boa, boa menina  
 Solta esse beat, eu resolvo por cima  
 [...]

Sonhei com campos de morango  
 Tu provando da fruta enquanto eu tava me excitando

<sup>13</sup> Números até a data de corte: 10/10/2023

Acordei, tu tava me chamando  
 Eu tava de ladinho e tu ia colocando  
 [...]
   
 Sou uma vagabunda na tua cama  
 Me bota e pode falar que me ama  
 Eu gosto do jeitin que tu me chama  
 E tava certa sobre toda a tua fama”

Através da letra da música nota-se mensagens subjetivas, o que permite várias interpretações dependendo do receptor. Entretanto, um aspecto predominante é o papel paradoxal atribuído a mulher (Gerbase, 2008), tanto na sociedade quanto no imaginário masculino.

No verso “tua vizinha pelada eu sou” a mulher assume a figura da “mulher fatal”, como descrita por Gerbase (2008), caracterizando-se como uma versão idealizada e desinibida, observada pelo homem enquanto ele invade seu espaço privado. Enquanto no trecho “na BMW borrando o batom” coloca o homem em uma posição superior economicamente enquanto a mulher está sendo objetificada. Existe uma dinâmica de submissão feminina presente (Wolf, 2020), em que a mulher incorpora os papéis de “boa menina” e “vagabunda” para satisfazer as expectativas masculinas.

No verso “sou uma vagabunda na tua cama”, essa expressão carrega duas interpretações. Por um lado, há uma apropriação do termo pejorativo para representar a liberdade sexual da mulher, assim como a Marcha das Vadias conforme o site Slut Walk Toronto (2023). Essa expressão parece também direcionada a agradar os homens (Sant’Anna, 2013), já que a liberdade sexual feminina, no imaginário masculino, pode implicar uma disponibilidade para realizar todos os desejos na cama. Isso reforça a noção de que o sexo casual é mais excitante e mais exploratório (Wolf, 2020).

A letra reforça a representação da mulher como a perdição masculina, referenciando a narrativa bíblica de Eva e o fruto proibido (Onfray, 2000, citado por Gerbase, 2008). No verso “me bota e pode falar que me ama”, a mulher fatal expressa o desejo pelo afeto masculino, o que pode ser interpretado como uma busca tradicional feminina pela atenção e amor masculino (Sant’Anna, 2013), ou pode indicar o desejo pelo controle sobre o homem por meio do sexo e afeto (Gerbase, 2008).

No verso “Acordei, tu tava me chamando Eu tava de ladinho e tu ia colocando” é possível interpretar como uma erotização da violência sexual, semelhante ao que ocorre no sadomasoquismo, como mencionado por Wolf (2020), já que neste trecho, a mulher desperta enquanto o homem já está praticando o ato sexual, iniciado enquanto ela estava inconsciente, ou seja, incapaz de consentir.

Para a realização da análise da categoria 2, foram escolhidos os seguintes frames:

Figura 19 – Mosaico videoclipe Campo de Morango



Fonte: Copilado da autora (2023) com base no Youtube (2023)

Entre os videoclipes analisados, este se destaca pela conexão mais evidente entre a letra da música e a narrativa visual, cada um complementando e reforçando o outro, mesmo que ambos sejam subjetivos.

No início do videoclipe, a cantora surge vestindo um figurino em tons claros, descalça, transmitindo uma aura de inocência (Gerbase, 2008) e representando a imagem da “boa menina” com uma beleza jovial (Lipovetsky, 2000). À medida que o clipe avança, essa imagem da mulher inocente vai gradativamente se transformando. Após o contato com o fruto, a persona “boa menina” vai desaparecendo, dando lugar à ascensão da figura da mulher-fatal (Gerbase, 2008). Ao se envolver com o morango, a representação doce cede espaço a um contexto visual progressivamente mais “sujo” e caótico.

Figura 20 – Frame do videoclipe Campo de Morango



Fonte: Copilado da autora (2023) com base no Youtube (2023)

A tonalidade vermelha do morango no videoclipe pode evocar várias interpretações e teorias. Pode simbolizar, por exemplo, a perda da inocência através da virgindade (Pinsky, 2013). Além disso, pode servir tanto como uma denúncia de abuso quanto uma erotização da violência (Wolf, 2020) perpetuando o estereótipo de que as mulheres gostam de ser submissas e dominadas pelos homens nas relações sexuais (Lipovetsky, 2000). Outra interpretação possível é que o vermelho represente a menstruação, um tema tipicamente tratado como pertencente somente ao universo feminino (De Luca, 2013), visto ainda como tabu na sociedade.

Figura 21 - Frame do videoclipe Campo de Morango



Fonte: Copilado da autora (2023) com base no Youtube (2023)

Na cena em destaque na figura 22, a cantora está rodeada por outras mulheres lambuzadas com o caldo do morango, com um semblante extasiado (Wolf, 2020), o que pode acabar apelando para fetichização masculina (De Luca, 2013).

Figura 22 – Frame do videoclipe Campo de Morango



Fonte: Copilado da autora (2023) com base no Youtube (2023)

No desfecho do videoclipe, a cantora aparenta estar assustada, o que pode reforçar a noção de um abuso sexual ou representar a consciência da perda da inocência.

Figura 23 – Frame do videoclipe Campo de Morango



Fonte: Copilado da autora (2023) com base no Youtube (2023)

#### 4.4 Inferência

Conforme indicado por Fonseca Junior (2011, p. 299), é essencial conduzir uma análise conjunta após a análise individual das categorias, a fim de “desvendar as condições de produção das mensagens analisadas”. Essa abordagem permite a elaboração de inferências sobre

concepções ideológicas, imagens, clichês, arquétipos culturais e estereótipos sociais presentes na representação dos papéis e tipos sociais, conforme referenciado por Bardin (1988) e citada por Fonseca Junior (2011). Isso se aplica à exploração da representação feminina nos videoclipes analisados.

Com base na análise das categorias, torna-se evidente que a sexualidade e o prazer feminino são temas que se destacam nos videoclipes (Bonfim, 2013). A representação das mulheres nos vídeos evidencia uma tendência de afastamento dos papéis de gênero tradicionais, conferindo maior destaque às mulheres ao assumirem o protagonismo nas relações, no qual elas tomam a iniciativa e expressam seus desejos, refletindo uma mudança na dinâmica de poder dentro da sociedade, como apontado por Lipovetsky (2000).

Observa-se que, dos videoclipes analisados, dois deles apresentam interpretações distintas das mensagens presentes nas letras das músicas. Enquanto as letras transmitem um discurso mais empoderador, os videoclipes tendem a objetificar a mulher, resultando em uma ambiguidade entre o empoderamento e a submissão feminina. Essa submissão, ainda que possa ser considerada como parte do fetiche feminino, pode ser moldada por anos de representações machistas na mídia (Wolf, 2020). Essas representações midiáticas acabam por influenciar os próprios desejos das mulheres e, por conseguinte, levam à auto objetificação da artista. Isso evidencia a tênue fronteira entre liberdade corporal e objetificação. Embora a exposição do corpo seja uma escolha da artista, por ser uma figura pública, essa atitude acaba por reforçar a representação erotizada da mulher. Por um lado, a artista representa a figura de uma mulher livre, empoderada e autônoma, enquanto, por outro lado, contribui para a perpetuação de estereótipos e a pressão tanto comportamental quanto estética (Wolf, 2020). Nesse contexto, artistas como Luísa Sonza podem acabar desempenhando um papel análogo ao das revistas ao longo dos anos, contribuindo para a disseminação e ênfase dos padrões de beleza feminina (De Luca, 2013).

É importante ressaltar que a direção criativa nos três álbuns foi conduzida por homens. Rodrigo Pitta foi o diretor de “Pandora”, o primeiro álbum da cantora, e Diego Fraga dirigiu os outros dois álbuns, “Doce 22” e “Escândalo Íntimo”. Isso significa que, embora a performance seja protagonizada por uma mulher, a perspectiva artística é moldada pelo olhar masculino sobre o corpo feminino (Caetano, 2015).

Podemos observar que, especialmente nos dois primeiros álbuns, os videoclipes mais populares compartilham semelhanças em termos de ritmo, pois voltam-se para o *funk*, e na abordagem do empoderamento e da sexualidade feminina, com forte exposição do corpo da cantora. Apesar de os três álbuns incluírem músicas mais lentas e letras reflexivas ou românticas

que revelam um pouco da jornada da cantora, de acordo com os videoclipes mais vistos de cada álbum, poderia existir uma tendência na preferência do público por videoclipes que possuam maior erotização feminina. Essa tendência sugeriria que apesar da mídia determinar os temas em evidência (Moreno, 2021), haveria também escolha por parte do consumidor ao engajar-se mais com videoclipes que priorizam a exposição do corpo e sexualização feminina. Como resultado, apesar da exploração de estilos musicais e visuais diversos, a sensualidade e erotização do *funk* pop continua a ser uma constante na discografia da cantora, principalmente nos singles.

Dos videoclipes analisados, “Campo de morango” foi o que causou mais polêmica, e, conforme revelado pela cantora em uma entrevista ao “Foquinha Entrevista” (2023), a controvérsia foi, na verdade, planejada como uma estratégia de marketing para criar um *buzz* para o lançamento do álbum. Um dos pontos de destaque foi a duração da música, mais curta do que o usual, com apenas 1 minuto e 16 segundos, além da estética do videoclipe. Como cada clipe do álbum faz parte de um curta-metragem, a estranheza e a confusão geradas pelo lançamento do clipe eram esperadas e normais, já que o público ainda não tinha uma visão completa do projeto. Era previsível que, a partir desse clipe, houvesse críticas direcionadas ao trabalho da artista. Em resposta, o lançamento subsequente foi uma música intitulada “Principalmente Me Sinto Arrasada”, a qual abordava as crises de ansiedade enfrentadas pela cantora, principalmente devido ao ódio recebido na internet ao longo dos anos.

Em ambos os álbuns, a cantora explora e mescla estilos e gêneros musicais diversos, ao mesmo tempo em que expressa seus sentimentos e experiências pessoais. Essas expressões artísticas não possuem compromisso com a realidade objetiva, sendo uma obra em constante evolução, alinhada com a contínua evolução da carreira da cantora. Dessa forma, sua interpretação pode variar de acordo com diferentes pontos de vista. Portanto, esta análise representa apenas uma das possíveis abordagens, podendo ser aprofundada por meio de outros estudos.

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao longo dessa pesquisa, discutimos e exploramos a representação do corpo feminino na sociedade e na mídia ao longo do tempo, com o objetivo de compreender a complexa relação entre as representações femininas e as dinâmicas de empoderamento na sociedade contemporânea. Tendo sido escolhido como recorte, para direcionar nossa análise, a representação do corpo feminino nos videocliques da cantora Luísa Sonza entre os anos de 2019-2023.

A partir dos estudos teóricos e da análise realizada foi possível responder ao problema de pesquisa que buscava entender como está representado o corpo feminino nos videocliques e nas letras de Luísa Sonza em diferentes fases da sua carreira, sendo identificadas práticas que reforçam a erotização e o sexismo. Isso abre espaço para debater sobre a construção de uma comunicação mais consciente e responsável na mídia e na indústria musical, contribuindo para a desconstrução das desigualdades de gênero.

A partir dos estudos teóricos, é possível compreender de forma mais aprofundada sobre a construção tanto da pressão quanto o empoderamento feminino ao longo dos anos. Observamos como a representação feminina foi mudando, desde os ideais de beleza utilizados como mecanismo de controle, perpetuando a sensação constante de inadequação nas mulheres, sendo incapazes de atingir padrões irreais e inatingíveis, moldados pela cultura e pela época. Simultaneamente, observamos o movimento das mulheres em busca da libertação desses padrões físicos e comportamentais, conquistando direito e autonomia um passo por vez, através das ferramentas como as redes sociais para enfrentamento de estereótipos e preconceitos, valendo-se de seus próprios corpos como meio de reivindicação. Contudo, apesar dos avanços, ainda estamos longe de uma representação e tratamento igualitário de gênero. A mulher continua sendo percebida pela sociedade e retratada pela mídia de forma objetificada e inferiorizada em relação ao homem.

Conforme argumenta Wolf (2020) a utilização da exposição se torna, muitas vezes, a estratégia encontrada para o avanço em meio às desigualdades de gênero. Pode se manifestar tanto de maneira profissional, como no caso da cantora ao conquistar visibilidade na música (Lyra, 2007, citada por Caetano, 2015), quanto social, ao alcançar maior atenção e valorização (Castro, 2007). A erotização e objetificação feminina encontram justificativa mais sólida quando servem para a comercialização e apreciação masculina (Cipriano et al., 2018), sendo uma realidade na mídia ainda nos dias de hoje. Isso indica que, apesar da autonomia adquirida pelas mulheres contemporâneas, o controle efetivo sobre sua imagem e corpo ainda não está em suas mãos, mas sim nas mãos da sociedade capitalista.

Portanto, por mais que a cantora se objetifique, reforçando e propagando estereótipos e ideais de beleza, ela está, de certa forma, utilizando algo que, principalmente por ser uma figura pública, já aconteceria de qualquer maneira, mas dessa forma, ela pelo menos obtém parte dos lucros e vantagens relacionados à imagem do próprio corpo. Ao abordar temas como a sexualidade, feminilidade e os desejos femininos, enquanto utiliza e desafia esse sistema opressor e objetificado (Gomes, 2014), ela acaba disseminando mensagens feministas para públicos que talvez não seriam impactados de outra forma.

Um ponto relevante é a compreensão de que a sexualidade é uma construção social. Sendo assim, se a nudez feminina é percebida como algo erotizado e impróprio, isso se deve à forma como nossa sociedade a construiu (Weeks, 2001), seja pela desproporcionalidade na exposição dos corpos entre os gêneros (Wolf, 2020) ou pela persistente imagem paradoxal que a mulher possui de castidade e perdição, também atribuída socialmente.

Outra reflexão interessante proporcionada pela análise da carreira musical de Luísa Sonza é que, frequentemente, artistas enfrentam críticas devido à exposição de seus corpos, sem que a sociedade perceba que o cerne da questão reside na compreensão de que, se há comercialização da nudez feminina, é porque existe uma demanda para esse tipo de consumo. Portanto, o que deveria ser questionado é tanto a necessidade e desejo que impulsionam o consumo desse conteúdo quanto a indignação relacionada à exposição e nudez, em vez de só direcionar a responsabilidade as artistas.

Apesar disso, é possível inferir que a representação da mulher nos videoclipes e letras da cantora Luísa Sonza revela uma clara tendência de objetificação e erotização. Ao analisar seus videoclipes, o que predomina é que, apesar do empoderamento em relação ao próprio corpo, se trata de um conteúdo feito por homens e mais direcionado para o público masculino (Caetano, 2015). Assim, embora ela desafie parte desse sistema opressor para benefício próprio, se torna também, simultaneamente, parte da mídia promotora de ideais ao optar por transformar o empoderamento sobre seu corpo em um produto comercializável (Cipriano et al., 2018).

Por se tratar de uma obra artística, está sujeita a interpretações diferentes, que podem também, variar de acordo com o receptor. Dessa forma, a abordagem apresentada nesta pesquisa representa apenas uma das várias perspectivas possíveis. A intenção desta monografia não é julgar o trabalho da artista como certo ou errado, mas sim contribuir para a discussão sobre a representação do corpo feminino na mídia, buscando compreender os motivos e interesses por trás dessa exposição, questionando se é possível diferenciar uma abordagem de empoderamento por parte da mulher, que utiliza sua liberdade sobre o próprio corpo em benefício de sua

promoção pessoal, ou se essa prática é apenas um reforço de padrões estabelecidos pela mídia, que historicamente promove a objetificação e erotização feminina ao longo dos anos.

Conclui-se, portanto, que a mídia, desempenha um papel crucial na propagação e reforço de estereótipos e ideais de beleza, tanto de comportamento quanto físicos, ao dar foco para conteúdos que perpetuam desigualdades de gênero. A revisão teórica e a análise dos vídeos da Luísa Sonza nos proporcionam uma visão sobre como esses temas são abordados na música contemporânea brasileira.

O aprendizado adquirido para a autora por meio desta monografia é tanto pessoal quanto intelectual. Como mulher e futura publicitária, compreender historicamente como a sociedade e, por conseguinte, a mídia retratavam a mulher é fundamental. Isso não apenas para aprofundar a compreensão da forma como ela ainda é representada atualmente e buscar maneiras de empoderar as mulheres sem objetificá-las, mas também para despertar a própria consciência sobre como a repetição constante dessas representações erotizadas pode ser internalizada, mesmo em quem trabalha com mídia. Contribui também para amenizar o julgamento em relação a outras mulheres que optam por expor seus corpos, entendendo que isso pode ser tanto uma consequência cultural quanto uma forma de se destacar em uma sociedade desigual.

Essa análise abre espaço para discussões mais amplas que podem aprofundar a compreensão de como a sociedade e a mídia representam e tratam as mulheres através de outros estudos que poderiam explorar a representação feminina em diversas áreas da mídia, abrangendo diferentes países e culturas, podendo até compará-los entre si. Além disso, seria relevante investigar a influência da internet e das mídias sociais na exposição do corpo feminino. Uma extensão natural deste estudo seria a continuidade da análise da representação feminina na música, comparando a erotização feminina com a masculina, e avaliando os impactos percebidos no público.

## REFERÊNCIAS

- BONFIM, L. L. . **Corpo e poder no funk carioca**. Anais do Seminário Internacional Fazendo gênero, Florianópolis, 2013. Trabalho apresentado no 10º seminário Fazendo Gênero, 2013, Florianópolis. Disponível em: [https://www.fg2013.wwc2017.eventos.dype.com.br/resources/anais/20/1373250586\\_AR QUIVO\\_corpoepodernofunkcariocafeminino.pdf](https://www.fg2013.wwc2017.eventos.dype.com.br/resources/anais/20/1373250586_AR QUIVO_corpoepodernofunkcariocafeminino.pdf). Acesso em: 9 out. 2023
- BORDERLINDA. **Infelizmente Luisa Sonza é só mais um exemplo [...]**. 3 out. 2023. Twitter: @euronewspt. Disponível em: <https://twitter.com/Annarquiiia/status/1709217903558467908>. Acesso em: 19 nov. 2023.
- CAETANO, Mariana Gomes. **My pussy é o poder: Representação feminina através do funk: identidade, feminismo e indústria cultural**. Orientador: Dr<sup>a</sup>. Adriana Facina. 2015. 181 p. Dissertação (Pós-Graduação em Cultura e Territorialidades) - Universidade Federal Fluminense, Niterói, 2015. Disponível em: [https://www.academia.edu/12704441/MY\\_PUSSY\\_%C3%89\\_O\\_PODER\\_Representa%C3%A7%C3%A3o\\_feminina\\_atrav%C3%A9s\\_do\\_funk\\_identidade\\_feminismo\\_e\\_ind%C3%A9stria\\_cultural](https://www.academia.edu/12704441/MY_PUSSY_%C3%89_O_PODER_Representa%C3%A7%C3%A3o_feminina_atrav%C3%A9s_do_funk_identidade_feminismo_e_ind%C3%A9stria_cultural). Acesso em: 12 out. 2023.
- CARVALHO, Ketryn. Luisa Sonza reclama que sua bunda dá mais visualizações que a sua música. **Observatório G**, [s. l.], 24 ago. 2019. Disponível em: <https://observatoriog.bol.uol.com.br/noticias/luisa-sonza-reclama-que-sua-bunda-da-mais-visualizacoes-que-a-sua-musica>. Acesso em: 20 out. 2023. .
- CORAÇÃO, Claudio Rodrigues; VIEIRA, William David. Convergências e apaziguamentos na música pop: Quando o funk, axé music e sertanejo se encontram na linha evolutiva da MPB. **Revista Contemporânea: Comunicação e cultura**, [s. l.], v. 18, ed. 3, p. 69-87, set-dez 2020. Disponível em: <https://periodicos.ufba.br/index.php/contemporaneaposcom/article/view/30547/24255>. Acesso em: 12 out. 2023.
- CORRÊA, Kaique. Luísa Sonza explora seu subconsciente em “Escândalo Íntimo”, seu novo álbum de estúdio: Com as novas músicas, a cantora passeia por um lado mais íntimo e desconhecido de sua vida. **Portal POpline**, [s. l.], 29 ago. 2023. Disponível em: <https://portalpopline.com.br/luisa-sonza-explora-subconsciente-escandalo-intimo-novo-album-estudio/>. Acesso em: 20 out. 2023
- DE CASTRO, Ana Lúcia. **Culto ao corpo e sociedade: Mídia, estilos de vida e cultura de consumo**. 2ª. Ed. São Paulo: FAPESP, 2007.
- DE PAULA, Adriana Sydor; MACHADO, José Barbosa. Representação da mulher na música popular brasileira: Entre musa e objeto. **Revista de Letras**. Série III, ed. 3, p. 119-137, Julho 2022. Disponível em: <https://revistadeletras.utad.pt/index.php/revistadeletras/article/view/263/130>. Acesso em: 12 out. 2023.
- FELGUEIRAS, Ana Cláudia M. Leal. Breve Panorama Histórico do Movimento Feminista Brasileiro. Das Sufragistas ao Ciberfeminismo. In: **Revista Digital Simonsen**, Nº 6, Maio. 2017. Disponível em: <https://www.simonsen.br/revista-digital/wp-content/uploads/2017/05/pronto-para-o-site.pdf#page=108>. Acesso em: 12 out. 2023

**FOQUINHA ENTREVISTA: LUÍSA SONZA | Ep. 10.** [S. l.]: Foquinha, 5 out. 2023.

Disponível em:

[https://www.youtube.com/watch?v=n8j2LkBFi8U&t=443s&ab\\_channel=Foquinha](https://www.youtube.com/watch?v=n8j2LkBFi8U&t=443s&ab_channel=Foquinha). Acesso em: 20 out. 2023.

GALETTI, Camila Carolina H. **Feminismo em movimento: A marcha das vadias e o movimento feminista.** 18º Encontro da REDOR (UFRPE), Brasília, 2014. Disponível em:

[https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/38283214/Feminismo\\_em\\_movimento\\_-\\_A\\_Marcha\\_das\\_Vadias\\_e\\_o\\_movimento\\_feminista\\_contemporaneo\\_Galetti-libre.pdf?1437747673=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DFeminismo\\_em\\_movimento\\_A\\_Marcha\\_das\\_Vadi.pdf&Expires=1697147873&Signature=LRIH9XoQLBrZRnHM8uD06quf-afcwowKm1dDPS0o-zlcu8JT~w15G7K5OmG9uDZ~8KFmtsPSZWlfBR8JZDS18RbR6vxH67c8gKi6-gggzZ0AF~7L700jXbFYf99595pZMitmzbNBy6llC7AyUB1NsWTWcfpnV8xPuAd2~0Yc-wK~-LcWogbCrKIa6oE9n3kZy2EsqbAirEQustnZ8X7kG2wtZmI-csHIX2I-Ca32LHuwyMMSO7dPSHMyMKH7YFA6YAHQjfb~kHdbZwcuhpJcK0Ps2cByoOl0Dmm3IHVemiIO9FWrImGQl3z-bCg694yY~mwe4WyuIXbXQ0nzi1g\\_\\_&Key-Pair-Id=APKAJLOHF5GGSLRBV4ZA](https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/38283214/Feminismo_em_movimento_-_A_Marcha_das_Vadias_e_o_movimento_feminista_contemporaneo_Galetti-libre.pdf?1437747673=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DFeminismo_em_movimento_A_Marcha_das_Vadi.pdf&Expires=1697147873&Signature=LRIH9XoQLBrZRnHM8uD06quf-afcwowKm1dDPS0o-zlcu8JT~w15G7K5OmG9uDZ~8KFmtsPSZWlfBR8JZDS18RbR6vxH67c8gKi6-gggzZ0AF~7L700jXbFYf99595pZMitmzbNBy6llC7AyUB1NsWTWcfpnV8xPuAd2~0Yc-wK~-LcWogbCrKIa6oE9n3kZy2EsqbAirEQustnZ8X7kG2wtZmI-csHIX2I-Ca32LHuwyMMSO7dPSHMyMKH7YFA6YAHQjfb~kHdbZwcuhpJcK0Ps2cByoOl0Dmm3IHVemiIO9FWrImGQl3z-bCg694yY~mwe4WyuIXbXQ0nzi1g__&Key-Pair-Id=APKAJLOHF5GGSLRBV4ZA). Acesso em: 12 out. 2023.

disposition=inline%3B+filename%3DFeminismo\_em\_movimento\_A\_Marcha\_das\_Vadi.pdf

&Expires=1697147873&Signature=LRIH9XoQLBrZRnHM8uD06quf-afcwowKm1dDPS0o-zlcu8JT~w15G7K5OmG9uDZ~8KFmtsPSZWlfBR8JZDS18RbR6vxH67c8gKi6-gggzZ0AF~7L700jXbFYf99595pZMitmzbNBy6llC7AyUB1NsWTWcfpnV8xPuAd2~0Yc-wK~-LcWogbCrKIa6oE9n3kZy2EsqbAirEQustnZ8X7kG2wtZmI-csHIX2I-Ca32LHuwyMMSO7dPSHMyMKH7YFA6YAHQjfb~kHdbZwcuhpJcK0Ps2cByoOl0Dmm3IHVemiIO9FWrImGQl3z-bCg694yY~mwe4WyuIXbXQ0nzi1g\_\_&Key-Pair-Id=APKAJLOHF5GGSLRBV4ZA. Acesso em: 12 out. 2023.

Ca32LHuwyMMSO7dPSHMyMKH7YFA6YAHQjfb~kHdbZwcuhpJcK0Ps2cByoOl0Dmm3IHVemiIO9FWrImGQl3z-bCg694yY~mwe4WyuIXbXQ0nzi1g\_\_&Key-Pair-Id=APKAJLOHF5GGSLRBV4ZA. Acesso em: 12 out. 2023.

Id=APKAJLOHF5GGSLRBV4ZA. Acesso em: 12 out. 2023.

GERBASE, Carlos. O corpo feminino no cinema: entre a fascinação vital e o pecado mortal. **Comunicação & Informação**, v. 11, n. 2, p. 181-191, Jul./dez 2018. Disponível em:

[https://www.brapci.inf.br/\\_repositorio/2017/07/pdf\\_37ee0797a0\\_0.pdf](https://www.brapci.inf.br/_repositorio/2017/07/pdf_37ee0797a0_0.pdf). Acesso em: 6 out. 2023.

GOMES, Carla; SORJ, Bila. Corpo, geração e identidade: a Marcha das vadias no Brasil. **Revista Sociedade e Estado**, [s. l.], v. 29, n. 2, Maio/Agosto 2014. Disponível em:

<https://www.scielo.br/j/se/a/M3nBJJtyMYm4qd4TQdGpryR/?format=pdf&lang=pt>. Acesso em: 7 set. 2023.

Guilherme Dearo. Rihanna aparece como primeira embaixadora negra da Dior. **Marketing**. 20 mai. 2015. Disponível em: <https://exame.com/marketing/rihanna-appece-como-primeira-embaixadora-negra-da-dior/>. Acesso em: 19 nov. 2023.

20 mai. 2015. Disponível em: <https://exame.com/marketing/rihanna-appece-como-primeira-embaixadora-negra-da-dior/>. Acesso em: 19 nov. 2023.

INÊS, Juliana Bittencourt. **Mobilização e engajamento: estudo de caso da hashtag #MeToo na rede social Twitter.** In: Unisul. Disponível em:

<https://repositorio.animaeducacao.com.br/handle/ANIMA/9160>. Acesso em: 12 out. 2023.

JÚNIOR FONSECA, Wilson Corrêa da. Análise de Conteúdo. In: DUARTE, Jorge;

BARROS, Antonio. **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. 2.ed. São Paulo: Editora Atlas, 2011. p. 280-303

Kat Muscat. SlutWalk: A protest against rape culture. **Cultura**. 20 ago. 2014. Disponível em:

<https://archermagazine.com.au/2014/08/slutwalk-a-protest-against-rape-culture/>. Acesso em: 19 nov. 2023.

LHOMOND, Brigitte. Sexualidade. In: HIRATA, Helena. [et al.] (org.) **Dicionário Crítico do Feminismo**. São Paulo: Editora UNESP, 2009, p. 231-235.

LIPOVETSKY, Gilles. **A terceira mulher: permanência e revolução do feminino**. São Paulo: Companhia das Letras, 2000.

LOPES, Viviane; PRADO, Carol. Os segredos de 'Chico', de Luísa Sonza: o pagode que virou bossa com autor de 'Camaro Amarelo': Autor de hits sertanejos, Bruno Caliman conta ao g1 como nasceu música mais ouvida do Brasil. Faixa sobre namorado da cantora tem melodia inspirada em violão de João Gilberto. [S. l.]: **G1**, 19 set. 2023. Disponível em: <https://g1.globo.com/pop-arte/musica/noticia/2023/09/19/os-segredos-de-chico-de-luisa-sonza-o-pagode-que-virou-bossa-com-autor-de-camaro-amarelo.ghtml>. Acesso em: 20 out. 2023

LUCA, Tania Regina de. Mulher em revista In: PINSKY, Carla Bassanezi. PEDRO, Joana Maria. (org.) **Nova História das Mulheres no Brasil**. São Paulo: Editora Contexto, 2013, p. 447-468.

Luísa Sonza - Campo De Morango. Fraga Studio, 2023. 1 vídeo (1min e 56seg). Publicado pelo canal Luísa Sonza. Disponível em: [https://www.youtube.com/watch?v=CF8L6ZYIgPo&ab\\_channel=LuisaSonzaVEVO](https://www.youtube.com/watch?v=CF8L6ZYIgPo&ab_channel=LuisaSonzaVEVO). Acesso em: 19 nov. 2023.

Luísa Sonza, Pablló Vittar - Garupa. BMT, 2019. 1 vídeo (2min e 14seg). Publicado pelo canal Luísa Sonza. Disponível em: [https://www.youtube.com/watch?v=VTwmer\\_iNhY&ab\\_channel=LuisaSonzaVEVO](https://www.youtube.com/watch?v=VTwmer_iNhY&ab_channel=LuisaSonzaVEVO). Acesso em: 19 nov. 2023.

LUÍSA GERLOFF SONZA: BIOGRAFIA. [S. l.]: **Purebreak**, 2023. Disponível em: [https://www.purebreak.com.br/famosos/luisa-gerloff-sonza\\_e550039](https://www.purebreak.com.br/famosos/luisa-gerloff-sonza_e550039). Acesso em: 20 out. 2023

LUÍSA Sonza - DOCE 22 | Faixa a Faixa | Música Multishow. [S. l.]: **Música Multishow**, 20 jul. 2021. Disponível em: [https://www.youtube.com/watch?v=cRP9-91sL5w&ab\\_channel=M%C3%BAAsicaMultishow](https://www.youtube.com/watch?v=cRP9-91sL5w&ab_channel=M%C3%BAAsicaMultishow). Acesso em: 20 out. 2023.

LUÍSA Sonza desabafa sobre críticas por mostrar o corpo: "Deixa o povo expor": Cantora conversou com os seguidores nos Stories. [S. l.]: **Revista Quem**, 21 ago. 2019. Disponível em: <https://revistaquem.globo.com/QUEM-News/noticia/2019/08/luisa-sonza-desabafa-sobre-criticas-por-mostrar-o-corpo-deixa-o-povo-expor.html>. Acesso em: 20 out. 2023.

Luísa Sonza, Pablló Vittar, Anitta - MODO TURBO (Clípe Oficial). Alaska, 2020. 1 vídeo (2min e 54seg). Publicado pelo canal Luísa Sonza. Disponível em: [https://www.youtube.com/watch?v=QcS9ZndErHc&ab\\_channel=Lu%C3%ADsaSonza](https://www.youtube.com/watch?v=QcS9ZndErHc&ab_channel=Lu%C3%ADsaSonza). Acesso em: 19 nov. 2023.

Luísa Sonza rebate comentário negativo de seguidora [...]. **Celebridades**. 13 jul. 2021. Disponível em: <https://revistamarieclaire.globo.com/Celebridades/noticia/2021/07/luisa-sonza-rebate-comentario-negativo-de-seguidora-coloca-uma-bunda-e-faz-igual.html>. Acesso em: 19 nov. 2023

LUÍSA Sonza relembra fama durante união com Whindersson Nunes: “Eu era puta, interesseira e vagabunda”: Cantora ainda relembrou relação com Marília Mendonça, que

morreu no ano passado. [S. l.]: **Revista Quem**, 21 fev. 20122. Disponível em: <https://revistaquem.globo.com/QUEM-News/noticia/2022/02/luisa-sonza-relembra-fama-durante-uniao-com-whindersson-nunes-eu-era-puta-interesseira-e-vagabunda.html>. Acesso em: 20 out. 2023.

LUÍSA Sonza revela que terminou namoro com Chico: Emocionada, cantora lê texto sobre traição e quebra de confiança. [S. l.]: **Globoplay**, 20 set. 2023. Disponível em: <https://globoplay.globo.com/v/11961570/>. Acesso em: 20 out. 2023.

LUÍSA Sonza sofreu com boatos de traição após se separar de Whindersson. São Paulo: **Splash UOL**, 21 setembro 2021. Disponível em: <https://www.uol.com.br/splash/noticias/2023/09/21/luisa-sonza-whindersson-vitao.htm>. Acesso em: 20 out. 2023.

LUÍSA Sonza troca de gravadora de olho no mercado internacional. [S. l.]: **G1**, 18 maio 2022. Disponível em: <https://g1.globo.com/pop-arte/musica/blog/mauro-ferreira/post/2022/05/18/luisa-sonza-troca-de-gravadora-de-olho-no-mercado-internacional.ghtml>. Acesso em: 20 out. 2023.

LUÍSA Sonza. [S. l.]: **Google Trends**, 2023. Disponível em: <https://trends.google.com.br/trends/explore?date=today%203-m&geo=BR&q=luisa%20sonza&hl=pt>. Acesso em: 10 out. 2023.

LUÍSA Sonza. [S. l.]: **Spotify**, 2023. Disponível em: <https://open.spotify.com/intl-pt/artist/4PzYKhC14sTJNEr0dzoo0d>. Acesso em: 20 out. 2023.

LUÍSA Sonza. [Youtube oficial]. [S. l.]: Luísa Sonza, 2014. Youtube: @LuisaSonza. 106 vídeos. Disponível em: <https://www.youtube.com/@LuisaSonza/about>. Acesso em: 20 out. 2023.

MACHADO, Rodrigo Cipriano; NORONHA, Iracema Lima. DITADURA DA BELEZA. **Caderno Discente do Instituto de Ciências Jurídicas**, Aparecida de Goiânia, ano 1, n. 1, p. 19-20, 23 ago. 2023. Disponível em: -. Acesso em: 23 ago. 2023

MCCANN, Hanna (et. al). **O livro do feminismo**. Rio de Janeiro: Globo Livros, 2019.

Mirela Portugal. 10 anúncios acusados de promover a violência contra a mulher. **Marketing**. 26 mai. 2013. Disponível em: <https://exame.com/marketing/15-anuncios-acusados-de-promover-a-violencia-contra-a-mulher/>. Acesso em: 19 nov. 2023

MORENO, Rachel. **A beleza impossível: mulher, mídia e consumo**. 4. ed. São Paulo: Ágora, 2021.

NORONHA, Ana Luiza Silva. Empodere-se ou objetifique-se tentando: Uma análise temática e de narrativa dos videoclipes mais populares das divas pop brasileiras. XLVI Encontro da ANPAD - **EnANPAD 2022**, [s. l.], 2022. Disponível em: <https://anpad.com.br/uploads/articles/120/approved/62db9e3397c76207a687c360e0243317.pdf>. Acesso em: 12 out. 2023.

NUNES, Caian. Luísa Sonza fala sobre como encontrou sua identidade musical para o álbum “Pandora”: “descobri que posso ser tudo”. [S. l.]: **Portal POPline**, 24 jun. 2019. Disponível em: <https://portalphopline.com.br/luisa-sonza-fala-sobre-como-encontrou-sua-identidade-musical-para-o-album-pandora-descobri-que-posso-ser-tudo/>. Acesso em: 20 out. 2023.

PEDRO, Joana Maria. Corpo, prazer e trabalho. In: PINSKY, Carla Bassanezi. PEDRO, Joana Maria. (org.) **Nova História das Mulheres no Brasil**. São Paulo: Editora Contexto, 2013, p. 238-259.

PEREZ, Olívia Cristina; RICOLDI, Arlene Martinez. A quarta onda feminista: Interseccional, digital e coletiva. In: X Congresso Latino-americano de Ciência Política (**ALACIP**), 2019. Disponível em: <https://alacip.org/cong19/25-perez-19.pdf>. Acesso em: 12 out. 2023.

PINSKY, Carla Bassanezi. A era dos modelos flexíveis. In: PINSKY, Carla Bassanezi. PEDRO, Joana Maria. (org.) **Nova História das Mulheres no Brasil**. São Paulo: Editora Contexto, 2013, p. 513-543.

SAIU! Saiba tudo sobre “DOCE 22”, novo álbum de Luísa Sonza. [S. l.]: **Portal POPline**, 18 jul. 2021. Disponível em: <https://portalphopline.com.br/saiu-saiba-tudo-sobre-doce-22-novo-album-de-luisa-sonza/>. Acesso em: 20 out. 2023.

SANCHES, Rodrigo Daniel; HERCULINO, Bruno Monteiro. Um tour pelo (meu) corpo: Quando um padrão corporal desafia os modelos estéticos midiáticos. **Revista Linguagem**, São Carlos, v. 37, p. 166-179, Janeiro 2021. Disponível em: <https://www.linguagem.ufscar.br/index.php/linguagem/article/view/863/495>. Acesso em: 12 out. 2023.

SANT’ANNA, Denise Bernuzzi de. Sempre Bela. In: PINSKY, Carla Bassanezi. PEDRO, Joana Maria. (org.) **Nova História das Mulheres no Brasil**. São Paulo: Editora Contexto, 2013, p. 105-125.

SBGAMES, XII., 2013, São Paulo. Representações da figura feminina nos Videogames: A visão das jogadoras. **Culture Track – Short Papers**. [S. l.: s. n.], 2013. Disponível em: [https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/68324412/Representaes\\_da\\_figura\\_feminina\\_nos\\_Videogames\\_20210726-23151-19tupo5.pdf?1627326481=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DRepresentacoes\\_da\\_figura\\_feminina\\_nos\\_Vi.pdf&Expires=1699051916&Signature=CZ8hY8bpamb87~GFo0IFvOSIV8rs8vkt8bTtyllc44c9kXSmvIduOVdrqMHtIv7aGkRbJ7WCPBzRqjs09y4f1aSssfgG0r6Q05XlcDdaE-IS0jXZwVJzI~FM6VcmqLTojaC30gpSUazPoMH76nZngWknhqjcbVtBuxgQ6UzSkCiHOTZ1rOTMx1qKRE34uqZWRKBjgRdxj0-I3zof8~HcNzerF-bQuDZS0UQ99oLhOEZCmb4Tm8PeE~q0K68xnMrE-ulcNjHqW8q0RQXPPKqjE-ZTU53T9C2EJ06HJJXdyBVnaGuv1lZTFYSgoPyPkJlhS18ZPQYEhyacADG1pUHwA\\_\\_&Key-Pair-Id=APKAJLOHF5GGSLRBV4ZA](https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/68324412/Representaes_da_figura_feminina_nos_Videogames_20210726-23151-19tupo5.pdf?1627326481=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DRepresentacoes_da_figura_feminina_nos_Vi.pdf&Expires=1699051916&Signature=CZ8hY8bpamb87~GFo0IFvOSIV8rs8vkt8bTtyllc44c9kXSmvIduOVdrqMHtIv7aGkRbJ7WCPBzRqjs09y4f1aSssfgG0r6Q05XlcDdaE-IS0jXZwVJzI~FM6VcmqLTojaC30gpSUazPoMH76nZngWknhqjcbVtBuxgQ6UzSkCiHOTZ1rOTMx1qKRE34uqZWRKBjgRdxj0-I3zof8~HcNzerF-bQuDZS0UQ99oLhOEZCmb4Tm8PeE~q0K68xnMrE-ulcNjHqW8q0RQXPPKqjE-ZTU53T9C2EJ06HJJXdyBVnaGuv1lZTFYSgoPyPkJlhS18ZPQYEhyacADG1pUHwA__&Key-Pair-Id=APKAJLOHF5GGSLRBV4ZA). Acesso em: 4 nov. 2023.

TURBIANI, Renata. **Busca por feminismo cresce 120% no Google em 10 anos; veja as principais dúvidas**: Nos dois primeiros meses de 2023, as perguntas mais pesquisadas no site foram “O que é feminismo” e “O que é uma mulher feminista?”. [S. l.]: *Época*, 7 mar. 2023. Disponível em: <https://epocanegocios.globo.com/tecnologia/noticia/2023/03/busca-no-google-por-feminismo-mais-que-dobrou-na-ultima-decada-veja-os-termos-mais-procurados.ghtml>. Acesso em: 12 jun. 2023

WHINDERSSON nega pela 1ª vez que foi traído por Sonza: 'Eu que terminei'. São Paulo: **Splash UOL**, 10 maio 2021. Disponível em: <https://www.uol.com.br/splash/noticias/2021/05/10/whindersson-nunes-luisa-sonza.htm>. Acesso em: 20 out. 2023.

WOLF, Naomi. **O mito da beleza**: Como as imagens de beleza são usadas contra as mulheres. 14ª. ed. Rio de Janeiro: Rosa dos tempos, 2020.

**ANEXO A – LETRA DA MÚSICA GARUPA**

A mil por hora, eu tô

Sei que tu gosta assim

De 0 a 100 eu vou

Pega carona em mim

Vai ter que aguentar

Vou te acelerar

Corre pra me pegar

Que eu tô na pista

(Vem) dá-me, dá-me, dá-me, dá-me gasolina

(Vem) dá-me, dá-me, dá-me, dá-me gasolina

(Vem) dá-me, dá-me, dá-me, dá-me gasolina

(Vem) dá-me, dá-me, dá-me

Eu vou na garupa, -pa, -pa

Eu vou na garupa, -pa, -pa

Eu vou na garupa, -pa, -pa

Vem me deixar maluca

Eu vou na garupa, -pa, -pa

Eu vou na garupa, -pa, -pa

Eu vou na garupa, -pa, -pa

Vem me deixar maluca

Me chama pra correr, aceitei, não vou parar

Motinha envenenada tô louca pra acelerar

Segura na cintura, aperta com pressão

Vrum, vrum, vai descendo até o chão

Vai ter que aguentar

Vou te acelerar  
Corre pra me pegar  
Que eu tô na pista

(Vem) dá-me, dá-me, dá-me, dá-me gasolina  
(Vem) dá-me, dá-me, dá-me, dá-me gasolina  
(Vem) dá-me, dá-me, dá-me, dá-me gasolina  
(Vem) dá-me, dá-me, dá-me

Eu vou na garupa, -pa, -pa  
Eu vou na garupa, -pa, -pa  
Eu vou na garupa, -pa, -pa  
Vem me deixar maluca

Eu vou na garupa, -pa, -pa  
Eu vou na garupa, -pa, -pa  
Eu vou na garupa, -pa, -pa  
Vem me deixar maluca

Na garupa, vem me deixar maluca  
Na garupa, vem me deixar maluca  
Na garupa, vem me deixar maluca  
Na garupa, vem me deixar maluca

**ANEXO B – FICHA TÉCNICA DO VIDEOCLÍPE GARUPA**

Direção Artística: Miguel Cariello

Gerente Artístico: Miguel Afonso

Coordenação Artística: Fernanda Mesa, Igor Alarcon e Camilla Lins

Label Manager: Sergio Bernardo

Produzido por: BMT

Diretor de Vídeo: Os Primos

Stylist: João França

Assistente Stylist: Marina Costa, Junior Martins, Olavo Dias e Katriel Monte

Make e hair: Pedro Moreira

Assistente make e hair: Daniel Oliveira e Wellington Tomé

Coreografia: Flávio Verne

Dirigido por Os Primos (João Monteiro e Fernando Moraes)

Direção de Fotografia: Os Primos

1º Ass de Direção: Luiza Azevedo

2º Ass de Direção: Marco Aurélio Gal

Produção Executiva: Toti Higashi

Direção de Produção: Thiago Freire e Audrey Nobrega

Plato: Tuka Rossi

Ajudante de Produção: Rodrigo Pedreira

Ajudante de Produção: Caleb Apoli

Ajudante de Produção: Fabio Bocão

1º Ass de Câmera: Marcio Mello

2º Ass de Câmera: Jonas Sossai

Video Assist: Camila de Oliveira

Logger: Gustavo Spock

Eletricista: Marcelo Melão

1º Ass de Elétrica: Danilo Soncela

Ass de Elétrica: Aleandro Teixeira

Ass de Elétrica: Jonathan Brayan

Maquinista: Julinho Garcia

1º Ass de Maquinaria: Natanael Gonçalves

Ass de Maquinaria: Weverton Souza

Ass de Maquinaria: Aliandro Zoti

Diretor de Arte: Italo Matos

Produção de Arte/Objetos: Luciana Trovatto

Cenotécnico: Leoni Vitier filho

Contra Regra: Rafael Canal

Ass de Contra Regragem: Rafael Tillii Pacheco

Ajudante de Arte: Nestor "Chile" Cortes

Ajudante de Arte: Bruno Pitu

Stylist: João França

Assistentes:

Olavo

Katriel

Camareira: Tina

Costureira: Ita Soares

Beauty: Pedro Moreira

Ass: Daniel Araújo de Oliveira

Ass: Wellington Tomé Pereira

Beauty Elenco e Balé: Jéssica Batista

Ass de Make: Carolina Felício

Coreografia: Flávio Verne

Balé:

Talitha Gonçalves

Juan Chii

Eddy Soares

Lia Cará

Jessi Muller

Thais Lirio

Dublês:

Katia Mello 909

Amanda Pagliari

Casting: Royal Actors e Guaraná Model

Renata Fukimura e Indrid Gomes

Motos:

Katia Mello 909

Vinicius 26 da Norte

Golfinho 26 da Norte

Douglas da Silva Nicolau

Edição: Os Primos

Color: Bleach

Fornecedores:

Equipamento de Câmera: MR5

Equipamento de Luz / Maquinaria: CineVídeo

Estrutura de Produção: Best Comunicação

Equipamento Eletrica: Cine Cidade - Jamelão

Equipamento Maquinaria: Pará Movimentos

Catering: Tia Nena e Jeff

Seguro Equipe: Prospecto Seguros (Gleice Kelly Aguiar)

Ambulancia:

Adilson Aparecido de Souza Ferreira

Carlos Eduardo villarubia

Fornecedores arte:

André Tecidos

Tom Aviamentos

Puma Moto Peças

Joice Pedrarias

Dr. Led

World Art Adesivos

Casa das Viseiras

Rill Eletronics

Transporte:

Carro de Produção - Hélio da Fonseca Nery Funagoshi

Vans e Caminhão de Arte - Transkinder

Caminhão de Produção - Binho

Van de Câmera - Celso Sunto

Agradecimentos: Chocolates Garoto

Agência Mynd8 (Publicidade): Fatima Pissarra, Camila Zana, Mari Campos e Taís Gomes

**ANEXO C – LETRA DA MÚSICA MODO TURBO**  
Rafinha RSQ, Rennan da Penha

Aposto contigo, vai fazer o que eu quiser  
Com essa turbulência, tu não vai parar em pé  
Hoje eu fico louca, looping de beijar na boca  
Vem comigo quem aguenta essa porra a noite toda

Crazy, crazy, crazy  
Me levar pro canto, pode  
No meu love, love, hã, hã, hã  
Crazy, crazy, crazy  
Me levar pro canto, pode  
No meu love, love, hã, hã, hã

Nem chamou e eu já fui  
Se der bom, vai dar ruim  
Cê não vai esquecer  
Vou botar pra fuder

Foguete do tipo NASA saindo da atmosfera  
Tem turbina nessa raba e agora ninguém me (sss)  
Foguete do tipo NASA saindo da atmosfera (an)  
Tem turbina nessa raba e agora ninguém me pega (vai!)

Aperta o cinto, modo turbo  
Que a sentada é de outro mundo  
Aperta o cinto, modo turbo  
Senta, senta, senta

Aperta o cinto, modo turbo  
Que a sentada é de outro mundo

Aperta o cinto, modo turbo

Senta, senta, senta

Nem chamou e eu já fui (e eu já fui)

Se der bom (se der bom), vai dar ruim (brrr)

Cê não vai (cê não vai) esquecer (esquecer)

Vou botar (vou botar) pra fuder (brrrá!)

Foguete do tipo NASA saindo da atmosfera

Tem turbina nessa raba e agora ninguém me pega

Foguete do tipo NASA saindo da atmosfera

Tem turbina nessa raba e agora ninguém me pega

(Brrrá! Vai!)

Vem comigo quem aguenta essa porra a noite toda

Crazy, crazy, crazy

Me levar pro canto, pode

No meu love, love, hã, hã, hã

Crazy, crazy, crazy

Me levar pro canto, pode

No meu love, love, hã, hã, hã

Foguete do tipo NASA saindo da atmosfera

Tem turbina nessa raba e agora ninguém me pega

Foguete do tipo NASA saindo da atmosfera

Tem turbina nessa raba e agora ninguém me pega

Aperta o cinto, modo turbo

Que a sentada é de outro mundo

Aperta o cinto, modo turbo

Senta, senta, senta

Aperta o cinto, modo turbo

Que a sentada é de outro mundo

Aperta o cinto, modo turbo

Senta, senta, senta

Vem comigo quem aguenta essa porra a noite toda

**ANEXO D – FICHA TÉCNICA DO VIDEOCLÍPE MODO TURBO**

Compositores:

Luisa Sonza

Rafinha RSQ

Arthur Marques

Diego Timbó

Equipe Universal

Direção artística: Henrique Badke

Gerência artística: Miguel Afonso

Repertório artístico audiovisual: Fernanda Mesa e Igor Alarcon

Coordenação AeR: Junia Coutinho

Label Manager: Sergio Bernardo

**ESTRELANDO:**

Luisa Sonza

Anitta

Pablo Vittar

**DIREÇÃO**

Alaska

**EQUIPE LUÍSA SONZA**

Empresariamento: Fátima Pissarra

Diretor artístico: André Corga

Produtor executivo: Lucas Pinho

Produtora: Karina Fermi

Diretor criativo e coreógrafo: Flavio Verne

Beauty: Pedro Moreira

Assistente Beauty: Dan Cannavan

Figurinista: Victor Miranda

Produção de moda: Jorge Moura

Camareira: Nádia Martins

Assistente Pessoal: Tay Vargas

**EQUIPE PABLO VITTAR**

Beleza: Thereza

Styling: João França

Ass. e produção de moda: Coletivo Gaia

Fotos: Pablo Ernnacost

Produção: Mataderos

**EQUIPE ANITTA**

Beauty: Henrique Cardoso Martins

Ass. Beauty : Helio Santana da Franca

Stylist: Maria Clara Ribeiro Lima

Ass. de Figurino: Otavio Donardelli Calixto

Produção Executiva: Francesco Civita e Henrique Danielletto

Diretor de Fotografia: Mauricio Padilha

Diretor de Arte: Pedro Catellani (Bolo)

Diretor de Produção: Reinaldo Faria Aniceto Junior

Coordenador de Produção: Andre Bauer

Figurista Concept: Ana Wainer

Maquiadora e Caracterização: Patrícia Martinelli

Caracterização : Vick Garaventa

Montador: Marcelo Vongelar

Pós Produção: Post it

Efeitos Sonoros : Satelite Áudio

Design Gráfico: Isabela Vdd e Gabriela Osilio

Ilustradora: Fernanda Padro

Coreógrafo: Flavio Verne

Dançarino Robô: Eddy Soares

1º Ass Direção: Tays Perez

2ª Ass Direção: Giulia Levy Costa

Ass. Criativo: Pedro Oranges de Figueiredo

Ass. Coordenação de Produção: Carolina Loureiro

Ass. Coordenação de Produção: Carol Latorre

Ass. Coordenação de Produção: Samantha Assis

Controladoria: Fabiana Baptista

Controladoria: Lucas Pereira

Produtora: Patricia Rumi Nagaoka

Ass Produção: Ronder William Alencar Batista

Ass Produção: Gabriela Sena

Assistente de Set: Carlos Rogerio da Cunha

Assistente de Set: Gabriel Amadio

Assistente de Set: Hiago Skarff Andrade lopes

Assistente de Set: Daniel Bezerra Campos

Assistente de Set: Jailson de Siqueira França

Assistente de Set: Anderson da Silva Peres Camacho

Assistente de Set: Robson Martins Barbosa

Assistente de Set: Rodrigo Dias

Produtor de Locação: Kleber Martins Pereira

Ass Produção Executiva: Matheus Monteiro

Técnico de Som Direto: Sidney Santos Sapucaia (Xuxa)

#### EQUIPE FOTOGRAFIA

Diretor de Fotografia (2ª unidade): Fabio Politi

1º Assistente de Câmera: Marcio Gomes de Mello

2º Assistente de Câmera: Jonas Tadei Sossai

Logger: Diego Valenzuela Santelices da Fonseca

Logger: Marcelo Krowczuk de Faria

Video Assist: Daniela de Oliveira

Mov: Renato Monteiro Passarelli

Mov: Leonardo Silva Pereira Pinto

Mov: Luiz Roberto Pereira Albertin

Mov: Luiz Ricardo de Oliveira Freitas

Montador: Paulo Rogério dos Santos

Operador da cabeça: Sandro Augusto de Melo Galvão

Fotografa Still: isabela valentini di dario

1º Assistente de Câmera 2º unidade: André de Oliveira Alves

Drone: Thiago Bianchi

## ELÉTRICA

Eletricista Marcelo Pinheiro de Camargo

1º Ass de Elétrica Flavio Francisco do Nascimento

2º Ass de Elétrica Gabriel Vinicius Camargo de Souza

2º Ass de Elétrica Luiz Felipe Correa da Silva

2º Ass de Elétrica paulo antonio lino da silva

2º Ass de Elétrica Paulo Henrique Magalhães

2º Ass de Elétrica Cleiton Jonas Fernandes

2º Ass de Elétrica Vinicius Torres dos Santos

2º Ass de Elétrica Adriano Henrique de Miranda

Geradorista Sérgio Ricardo Miranda

## MAQUINÁRIA

Maquinista Weber Jose da Silva Cunha (Cabelo)

1º Ass de Maquinária Alex Sandro Costa Viana

1º Ass de Maquinária Rui Mauriti Nunes Araújo

2º Ass de Maquinária Luís Augusto da Silva (Cidinho)

2º Ass de Maquinária kaique Augusto pereira de souza

2º Ass de Maquinária Eduardo luis santiago souza

2º Ass de Maquinária Thiago Ferreira de Carvalho fidalgo

2º Ass de Maquinária Celso Vieira Neto

2º Ass de Maquinária Luis Marcell Dhyonis de Souza Bento

2º Ass de Maquinária Paulo Cardoso Da Silva

2º Ass de Maquinária David Junior da Silva

## EQUIPE EFEITO

Técnico de efeitos Vagner Aparecido (Martão)

Técnico de efeitos Valter Vieira Carrasco

Ass de efeito Tadeu Guimarães Farabelo

Ass de efeito Carlos Alberto de Lima

Ass de efeito Valter Carrasco Junior

Ass de efeito Vinícios Santos de Melo

Técnico de efeitos Bruno Roberto Steger Tozzi

Ass de efeito Wesley Belarmino

Ass de efeito Mayci dos Reis Tozzi

#### EQUIPE FIGURINO

Ass. de Figurino Tulio Barbosa Melles

Ass. de Figurino Juliana Santana Santos

Ass. de Figurino Jessica Kelly Gonçalves de Carvalho

Costureira Edna Maria Mesquita Pereira

#### EQUIPE ARTE e OBJETOS

Assistente Diretor de Arte Isabel Isak Cezar de Andrade

**ANEXO E – LETRA DA MÚSICA CAMPO DE MORANGO**

Malvadona, safada, quer crime, eu sou karma

Metida, assanhada, só haxa do bom

Luxúria né praga, de Balenciaga

De costas me encara, ah

Tua vizinha pelada eu sou

Na BMW borrando o batom

Toda boa, boa, boa menina

Solta esse beat, eu resolvo por cima

Sonhei com campos de morango

Tu provando da fruta enquanto eu tava me excitando

Acordei, tu tava me chamando

Eu tava de ladinho e tu ia colocando

Sou uma vagabunda na tua cama

Me bota e pode falar que me ama

Eu gosto do jeitin que tu me chama

E tava certa sobre toda a tua fama

Segura mais um pouco

Que eu tô chegando lá

Vai tomar do meu suco

É só lamber devagar

Segura mais um pouco

Eu tô chegando lá

Vou tomar do teu suco

Eu vou lamber devagar

Malvadona, safada, quer crime, eu sou carma

Metida, assanhada, só haxa do bom  
Luxúria né praga, de Balenciaga  
De costas me encara, ah

Tua vizinha pelada eu sou  
Na BMW borrando o batom  
Toda boa, boa, boa menina  
Solta esse beat, eu resolvo por cima

Jogando um Nintendo ouvindo Beatles  
Meu lindo, meu malvado favorito  
Sem bala, eu prefiro pirulito  
Teu pirulito  
Teu pirulito

**ANEXO F – FICHA TÉCNICA DO VIDEOCLÍPE CAMPO DE MORANGO**

Equipe LS

Empresáriamento: Fátima Pissara

Dir. Artístico: André Corga

Dir. Criativo/Coreógrafo Flávio Verne

Prod. Geral: Natalia Fungaro

Gerente Artístico: Lucas Pinho

Gestor de Marketing: Sérgio Bernardo

Planejamento: Judeilton Reis, Caio Morais, Gustavo Damasceno

Ass. de Produção Rodrigo Costa

Ass. Pessoal: Angélica Rocha

Stylist: Victor Miranda

Prod. de Moda: Jorge Moura

Camareira: Nádia Martins

Beauty: Pedro Moreira

Ass. Beauty: Dan Cannavan

Fotógrafa Still: Pam Martins

Ass. de Fotografia: Duda Bonini

Bailarinas: Amanda Araújo, Mariana Maciel, Milena Conde, Thais Lírio, Giovana Barreto, Karina Araújo

Prod. Musical: Roy Lenzo, Douglas Moda, Manson e Jahnei Clarke

Eng. de Gravação: Yoni

Eng. de Mixagem: Luciano Scalercio

Masterização: Arthur Luna

Composição: Jenni Mosello, Carolzinha, Luísa Sonza, Jahnei Clarke, Douglas Moda, Roy Lenzo, Mason Sacks e Lucas Vaz

Equipe Sony Music

Presidente: Paulo Junqueiro

Vice-Presidente A&R: Bruno Batista

Diretor A&R: André Vilella

Gerente A&R: Karina Martins

Analista A&R: Isabela Prestes

A&R Audiovisual: Luna Berbert

Analista A&R Audiovisual: Luiza Catalani

Vice-Presidente de Marketing e Promoção: Cristiane Simões

Gerente de Marketing: Ricardo Bertozzi

Label Marketing: Rodrigo Batista e Jean Soares

Analista de Marketing: Guilherme Cruz

REALIZAÇÃO: Fraga Studio @fraga.studio

Diretor: Diego Fraga @odiegofraga

Dir. Criativa: Diego Fraga e Pedro Rettore @pedrorettore

1ºAd: Thomas Webber

2ºAd: Helena Lopes Bera e Pedro Gibram

Roteiro: Diego Fraga

Assistência Criativa: Lucas Drummond, Pedro Gibram e Thomas Webber

Edição: Pedro Rettore

Colorista: Erick Moraes

PRODUTORA: Fraga Studio

Prod. Executivo: Pedro Rettore

Atendimento: Pedro Gibram

Direção de Produção: Frederico Sada Guerini, Raphael Gonçalves Reitano

Prod: Marcos André Perello da Costa Junior, Nayara Tosi Dias, Emerson Tadeu Borges de Campos, Maria Laura

Platô: Marcos André Perello da Costa Junior

Ass. Set: Alex Hiroshi Anzai, Caique Nobuyoshi Anzai, Rafael Oliveira de Jesus, Charles, Gustavo Paiva Brito, Paulo Silva

Ambulância: Vania Figaro

Bombeiro: Josué Ferreira dos Santos

Segurança: Alex e Romero Pinheiro Sales

Direção de Fotografia: Pedro Goldschmidt de la Fuente

1ºAC: Jorge Dayeh

2ºAC: Rafael Lopes dos Santos (DumDum)

2ºAC (estúdio): Gi Ferranti

Video Assist: Camila França Nogueira de Medeiros e Silva

Dit: Ricardo Carpin

Op Steadicam: Nicholas Zugaib (Zuga)

Ass Steadicam: Carlos Antônio Silva Santos

Drone: Emerson Coptercam e Roseane Romão

Dir. de Arte: Annik Maas

Cenografia: Lucas Prada

Prod. de Arte: Livia Blues

Prod. de Objetos: Pedro Azevedo

Contra-regra: Leonardo Prado

Contra-regra: Michael William

Assistente de contra: Gustavo Prado

Assistente de Objetos: Rafael Sipriano & Mari Bechuate

Cenotecnia: Gaúcho & Pele

Serralheria: Marcelo Perez

Motoristas: Marco Antônio Jovita e Val

Efeitos Especiais: Martão, William Evangelista Pechutti, Jefferson Klimke, Vinícios Santos de Melo, Carlos Alberto de Lima (Delima)

Make Efeitos: Pâmella Franco Vasconcellos

Ass. Make: Daniele Santos Xavier

Eletricista: Marcelo Godoy da Costa (Marcelo Tche Tche)

1° Ass elétrica: Antônio Galdino de Oliveira

2° ass elétrica: Lucas Pereira da Costa, Pedro da Silva, Jeovan Ronilson dos Santos (Mineiro), Victor Hugo Leite

Maquinistas: Orivaldo da Silva

1° Ass maquinária: Thiago Silva da Mota

2° Ass maquinária: Florisvaldo Viturino Correia, Cristiano Tertuliano da Silva, Fernando Galdino Canutti (Jaguar), Willians Barbosa dos Santos (Kiwi), Jeferson Floes Lemos (Hugue)

Montador Jimmy Jib: Angelo Candido Silva e Everton Neves (Salsicha)

Montador e Operador Technocrane: Emerson Coptercam

Técnico Tufão: Anderson R. Gomes Pereira

Geradorista: Ricardo de Mello Mariano (Jamanta)

Catering: Cozinha Cine Catering (Sahm)

Manutenção: Gal Magalhães

#### FORNECEDORES PROD

Shooting: Caio Gomes

Estúdio: Hangar (Victor)

Camaleão: Águia

Caixa, Infra, Rádios: Casa do Produtor

Gelatinas: Casa do Produtor

Segurança: Alex

Gerador: Stallone

#### FORNECEDORES EQUIP

Equip de Câmera: Filmes do Bem - Junior

Luz/Maquinaria: Inacreditável, Débora Itaboraí Buff Dedé, Carol - Movingtrack, Coptercam - Emerson, Anderson - Locall, Bruna - Next, Câmera Car - Marcelão

Internet: Marx

#### LOCAÇÃO

Espaço Itahyê

Diretor: Marcos B. Egydio Martins Diretor

Administrador: Silvano Blaskowski Administrador

Equipe Itahyê: Jodásio, João, Senhora, Margarete, Marcos Bahia

Comunicação: Tetê Pacheco e Roberto Lautert.



Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul  
Pró-Reitoria de Graduação e Educação Continuada  
Av. Ipiranga, 6681 - Prédio 1 - 3º. andar  
Porto Alegre - RS - Brasil  
Fone: (51) 3320-3500 - Fax: (51) 3339-1564  
E-mail: [prograd@pucrs.br](mailto:prograd@pucrs.br)  
Site: [www.pucrs.br](http://www.pucrs.br)