



**UEPB**

**UNIVERSIDADE ESTADUAL DA PARAÍBA  
CAMPUS I- CAMPINA GRANDE  
CENTRO DE EDUCAÇÃO  
DEPARTAMENTO DE HISTÓRIA  
CURSO DE LICENCIATURA PLENA EM HISTÓRIA**

**VITÓRIA HEDILLA DE SOUSA ROBERTO**

**INFÂNCIA E SEXUALIZAÇÃO DOS CORPOS: UMA ABORDAGEM MIDIÁTICA**

**CAMPINA GRANDE – PB  
2022**

VITÓRIA HEDILLA DE SOUSA ROBERTO

**INFÂNCIA E SEXUALIZAÇÃO DOS CORPOS: UMA ABORDAGEM MIDIÁTICA**

Trabalho de Conclusão de Curso Monografia apresentada ao Curso de Licenciatura Plena em História da Universidade Estadual da Paraíba, como requisito parcial à obtenção do título de Licenciatura em História.

**Orientadora:** Prof.<sup>a</sup> Dra. Patrícia Cristina de Aragão

**CAMPINA GRANDE-PB  
2022**

É expressamente proibido a comercialização deste documento, tanto na forma impressa como eletrônica. Sua reprodução total ou parcial é permitida exclusivamente para fins acadêmicos e científicos, desde que na reprodução figure a identificação do autor, título, instituição e ano do trabalho.

R642i Roberto, Vitoria Hedilla de Sousa.  
Infância e sexualização dos corpos [manuscrito] : uma abordagem midiática / Vitoria Hedilla de Sousa Roberto. - 2022.  
48 p. : il. colorido.

Digitado.  
Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em História) - Universidade Estadual da Paraíba, Centro de Educação, 2022.  
"Orientação : Profa. Dra. Patrícia Cristina de Aragão ,  
Coordenação do Curso de História - CEDUC."

1. Infância. 2. Sexualização . 3. Corpo. 4. Mídia. I. Título  
21. ed. CDD 907.2

VITÓRIA HEDILLA DE SOUSA ROBERTO

**INFÂNCIA E SEXUALIZAÇÃO DOS CORPOS: UMA ABORDAGEM MIDIÁTICA**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Licenciatura Plena em História da Universidade Estadual da Paraíba, como requisito parcial à obtenção do título de Licenciatura em História.

Aprovada em: 28/11/2022.

**BANCA EXAMINADORA**

*Patrícia Cristina Aragão*

---

Profª. Dra. Patrícia Cristina  
Aragão (Orientador)  
Universidade Estadual da Paraíba  
(UEPB)

*Maria do Socorro Cipriano*

---

Profª. Dra. Maria do Socorro  
Cipriano  
Universidade Estadual da Paraíba  
(UEPB)

*Roberia Nadia Araújo Nascimento*

---

Profª. Dra. Roberia Nadia Araújo  
Nascimento  
Universidade Estadual da Paraíba  
(UEPB)

Dedico este trabalho a minha mãe,  
agradeço por todo companheirismo, pela  
dedicação e amor que me deu.

## **AGRADECIMENTOS**

Agradeço primeiramente a minha família, a minha mãe Maria, meu pai José Marcos e minhas irmãs Ana Caroline e Maria Gabriela pelo apoio oferecido e pelo incentivo que me fez sair de casa e mudar de cidade para realizar meu sonho e o da minha mãe. Graças a esse apoio, irei me tornar a professora que sempre almejei ser.

Agradeço especialmente a minha orientadora Prof.<sup>a</sup> Dra. Patrícia Cristina de Aragão que ao longo da minha trajetória acadêmica se fez presente na minha vida, a partir de projetos desenvolvidos no ano de (2018/2020) com a Residência Pedagógica até a orientação deste trabalho. Foram experiências que proporcionaram crescimento acadêmico e pessoal. Agradeço toda a paciência e confiança depositada em mim, espero tornar-me uma profissional de excelência assim como à senhora, que deposita amor em cada projeto que faz parte. Foi através dessa experiência que me encontrei como futura docente.

Agradeço à família de Roberto Leite e Maria José que me acolheram sem conhecer e proporcionaram as condições necessárias para a conclusão da minha formação. Obrigada por terem me deixado fazer parte da sua família e por terem cuidado com muito carinho.

Agradeço às minhas primas Rafaela Leite e Raquel Leite por terem aceitado dividir seu quarto comigo, por todos os conselhos e ensinamentos de como a vida acadêmica era. Obrigada pelo companheirismo.

Agradeço às minhas colegas de curso Jéssica, Anna, Jalidiane, Ruth e Mayara, que tornaram os meus dias longe de casa mais agradáveis, por partilhar tantos momentos bons e ruins, e por sempre incentivarem a ser uma excelente profissional. Sou muito grata pelo companheirismo de todas, foi muito especial ter vocês nessa trajetória.

Agradeço aos meus amigos Wallace e Camila pelo incentivo e diálogos sobre este trabalho, pelo apoio e companheirismo de sempre. Por me apoiar nos momentos de alegrias e tristezas e tornarem a minha existência mais agradável.

Agradeço a todos os professores, colegas e funcionários que contribuíram diretamente e indiretamente para esta pesquisa, cada debate e diálogo foram relevantes para que tudo isso acontecesse.

Agradeço aos meus amigos Matheus e Jeferson que estiveram comigo desde o começo da graduação, me auxiliando e me iluminando em vários momentos importantes da minha vida. Sou muito grata por todo o companheirismo e paciência que tiveram comigo, tornou os meus dias em Campina Grande mais significativos.

Agradeço, por fim, a cidade de Campina Grande – PB pelo acolhimento e me fazer sentir que estava em casa, a todas as pessoas que conheci enquanto durante a minha estadia, dividir essa trajetória com todas foi muito significativo, foram momentos especiais que guardarei para toda vida.

“Quão feliz é o destino de um inocente sem culpa.  
O mundo em esquecimento pelo mundo  
esquecido. Brilho eterno de uma mente sem  
lembranças. Cada orador aceito e cada desejo  
renunciado”. (Alexander Pope, 1688-1744).

## RESUMO

Este trabalho tem por finalidade retratar a sexualização dos corpos infantis através de uma abordagem midiática com análise de propagandas entre os anos 70 a 80, demonstrando as consequências da mídia afetando as vivências infantis, além de ressaltar os aspectos relativos ao tema da infância com a contextualização histórica do conceito de infância trazendo como base os estudos feitos pelo historiador medievalista Philippe Ariès (1986), além dos estudos do campo sociológico e antropológico com a antropóloga Clarice Cohn (2005), Margaret Mead (1951) e Clyde Kluckhohn (1947). Trata-se de uma pesquisa historiográfica cuja fonte utilizada é a fonte imagética. Diante disso, a pretensão desse trabalho é apresentar os perigos da sexualização de corpos infantis, presente em propagandas impressas e digitais e a sua influência no desenvolvimento psicossocial dos futuros adultos da sociedade. Ao analisar as diferentes concepções de infância e criança presente nesse trabalho percebemos a importância dos estudos historiográficos, tendo em vista que se durante a Idade Média as crianças não eram valorizadas, hoje percebemos uma necessidade de proteger, cuidar e entender a necessidade de investir no bem-estar infantil para potencializar seu futuro.

**Palavras-Chave:** Infância. Sexualização. Corpo. Mídia.

## **ABSTRACT**

This work has as main objective to portray the sexualization of the child bodies through a media approach with an analysis of advertisements between the '70s and '80s, demonstrating the consequences of media affecting the childhood experiences, in addition to highlight the relative aspects to the theme of childhood with the historical contextualization of the concept of childhood bringing as basis the studies done by the medievalist historian Philippe Ariès (1986), in addition to studies of the sociological and anthropological field with the anthropologist Clarice Cohn (2005), Margaret Mead (1951) and Clyde Kluckhohn (1947) ). It is historiographic research with whose utilized source is the imagetic source. Therefore, this work claims to present the dangers of sexualization of child bodies, found in printed and digital advertisements and its influence in the psychosocial development of the future adults of the society. By analyzing the different conceptions of the childhood and child present in this work, we perceive the importance of the historiographical studies, having in consideration that if during the Middle Ages the children were not valued, today we perceive a necessity to protect, take care and understand the necessity of invest in the child welfare to enhance their future.

**Keywords:** Childhood. Sexualization. Body. Media.

## LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Peça publicitária Canetinhas da marca Sylvapen 100mm (1971) .....	35
Figura 2 – Peça publicitária Barbie Face (1983).....	37
Figura 3 – Propaganda alimentícia marca Nestlé.....	39
Figura 4 – Peça publicitária Jeans Staroup (1980).....	41

## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO</b> .....	11
<b>2 A CULTURA DA SEXUALIZAÇÃO INFANTIL: UMA ABORDAGEM DO CORPO</b> .....	15
2.1 Percurso histórico e social da infância .....	15
2.2 Sexualização dos corpos infantis .....	22
<b>3 PROPAGANDAS INFANTIS: SEXUALIZAÇÃO DOS CORPOS DE CRIANÇAS</b>	<b>28</b>
3.1 Concepções de propaganda e suas implicações na abordagem dos corpos infantis.....	28
3.2 Corpos infantis em cenas de publicidade .....	35
<b>4 CONSIDERAÇÕES FINAIS</b> .....	<b>43</b>
<b>REFERÊNCIAS</b> .....	<b>48</b>

## 1 INTRODUÇÃO

A presente monografia se propõe a analisar o conceito de infância a partir da perspectiva da sexualização dos corpos infantis no decorrer dos contextos históricos nos quais estão inseridos, tendo como norte um intermediário comum que será a abordagem midiática que atravessa de forma transversal o conceito, dando-o forma e significado, principalmente no contexto social. Tomaremos por base a incursão analítica feita por diferentes áreas do conhecimento como a história, a sociologia e a antropologia. A partir de um aprofundamento com bases hermenêuticas fortes e bastante sólidas, no centro da questão está a ponte entre o objeto de estudo e exploração (a criança), e a forma como este objeto foi abordado historicamente.

O norte afirmativo histórico para embasar o nosso ponto partirá de Philippe Ariès, que desenvolveu um trabalho grandioso acerca da temática desde a idade média até os seus desdobramentos na contemporaneidade. É importante destacar que, ao longo do texto, as camadas de abordagem psicológica serão expostas de maneira inerente ao conteúdo, isto servirá como propósito de provocação científica acerca das estruturas materiais e factuais que se mostraram voláteis de acordo com os interesses dominantes de cada época.

Neste momento, a construção da identidade subjetiva e objetiva do indivíduo começa a se fazer presente enquanto uma forma de afirmar-se em um mundo que constantemente questiona a sua intimidade, a partir da cobrança constante de devolutivas desde os seus primeiros dias. Torna-se importante saber quem você é para poder entender a sua função nas engrenagens do mundo. A perspectiva de identidade é tanto social quanto particular, em todos os âmbitos o questionamento parte da ideia de autoconhecimento e do seu conhecimento do mundo. Assim, passamos a compreender a intencionalidade para iniciar tal pesquisa que resulta nesta monografia.

Percebemos ser cada vez mais nítido observar que, historicamente, o corpo infantil foi alvo de uma constante abordagem fetichista, com uma forte carga de declínio sociocognitivo e uma constante retomada de características que induziram e induzem a acreditar em uma possível premeditação das consequências dentro da nossa contemporânea realidade material. É entender que, se hoje o forte poder que abarca as instâncias tecnológicas dentro deste processo existem e se consolidam com o passar dos tempos, isto só é possível porque no passado alguém iniciou esse

movimento, desde a mais ínfima divulgação feita por veículos nessa realidade distante, até a completa banalização do corpo infantil nas mídias atuais. Tais desdobramentos dos avanços tecnológicos também indicam uma forte carga negativa dentro do desenvolvimento cognitivo infantil, neste sentido, a banalização se apresenta em várias camadas diferentes e de forma completamente capitalizada.

É interessante entender as tradições e costumes enquanto ferramentas voláteis perante o aspecto cultural. Nada é estático, mas sempre adaptável a cada época, situação e necessidades específicas, principalmente no que diz respeito às demandas das camadas mais abastadas de cada sociedade. O conceito de “construção social” apresenta-se enquanto tonalidade inquietante de um arcabouço de mudanças e inconsistências indissociáveis da existência e do mundo.

Neste sentido, faremos um movimento de delimitação da faixa etária do nosso objeto de estudo (a criança), pois é a partir da idade que poderemos compreender as características fisiológicas que caracterizam o indivíduo em suas específicas fases da vida, obviamente levando em consideração todos os fatores externos que condicionam aquelas particularidades subjetivas, porém universais. Este ponto importante da nossa pesquisa também nos mostrará que a concepção contemporânea de infância só se aplica justamente a esta contemporaneidade, mas não serve para classificar todas as outras épocas da história que parte de outros princípios e bases culturais para entender o que seria aquela fase inicial do ser humano.

Assim, algumas nomeações e conceituações específicas, a cada parte e momento do mundo, serão utilizadas para explicar as pessoas que se encontram nesse momento específico da História. É interessante entender essas classificações ordinárias para decodificar a partir de qual momento a infância passa a fazer parte do objeto de desejo do indivíduo adulto. A ideia de classificar a criança enquanto “adulto em miniatura” traz à tona um movimento que tinha como objetivo desqualificar a criança dentro das necessidades e obrigatoriedades de cuidados e proteção do chamado ser social.

Neste momento, trataremos do debate daquela que pode ser considerada a parte mais polêmica da pesquisa, mas também a que carrega um teor de importância imenso, principalmente para entendermos as atuais consequências e problemáticas nas quais nos encontramos imersas dentro da questão da sexualização do corpo infantil.

A percepção e o desejo sobre o corpo, seja em qualquer fase da vida, mudam de acordo com o momento e a cultura. Assim, nos propomos a refletir acerca de como esse desejo corpóreo é transformado em idealização a partir de um referencial infantil. Aqui, tomaremos também como norte do desenvolvimento da pesquisa os estudos da psicanálise acerca do tema, principalmente o que Freud postula enquanto informações e descobertas sobre o tema da sexualidade infantil e a erotização do corpo infantil e infantilizado historicamente.

Nesse sentido, Freud expõe a tão famosa divisão das fases de desenvolvimento sexual, que na primeira infância é chamada de fase oral, na segunda infância de fase anal e na terceira de fase fálica. Iremos desenvolver o conceito da primeira infância, tendo como foco essa fase em que o nosso objeto de estudo se apresenta mais latente e necessário, tendo em vista o início do seu desenvolvimento psicosexual dentro de todo um contexto que desenvolvemos a partir dos escritos de Freud ao longo do texto. Findaremos este ponto expondo os apontamentos atuais de proteção legal da criança, principalmente dentro do contexto brasileiro.

Posteriormente entraremos na análise histórica das propagandas em todos os veículos e instâncias legais da comunicação pelo mundo e como eles trabalharam e ainda trabalham a temática infantil, a partir de uma perspectiva erotizada ao redor do mundo, fortalecendo a visão erotizada e erotizante do indivíduo adulto acerca da criança. Aqui, a mídia desenvolve papel preponderante neste processo tão complexo e sempre desgastante. Também destacamos algumas propagandas, mostrando imagens de épocas específicas que circularam em determinados veículos de informação que atingiam as grandes massas. Destaque para o período da Ditadura Militar e como a visão reacionária do mundo contribuiu profundamente para o aprofundamento deste problema com resquícios profundos até os nossos dias.

A constante transformação e readaptação midiática é um fator importantíssimo de contribuição no processo de capitalização dos corpos e, conseqüentemente, dos corpos infantis. Com o advento da internet vieram juntos os aparatos tecnológicos que intensificam o processo de comercialização através da objetificação das pessoas. Transformar a infância em fetiche disposto ao lucro só é um movimento de mercado previsível, apesar de desprezível. É constantemente influenciar o indivíduo e condicionar o seu desejo dentro de um arcabouço de efeitos que deterioram o imaginário humano acerca das especificidades da infância.

É importante destacar como os contextos de repressão e tolhimento das liberdades individuais leva o ser humano a justificar a violência física, psicológica e cognitiva, principalmente no meio infantil. As peças publicitárias do período ditatorial carregavam um forte teor abusivo, ao mesmo tempo em que propagam o lema de proteção da família. Pontuamos que isso não é uma exclusividade brasileira, mas sim um ponto universal de intersecção, até mesmo enquanto ferramenta de exploração da mídia em tempos de Segunda Guerra Mundial, tendo como norte influenciar a opinião pública, suas escolhas e subjetividade.

Neste sentido, a proposta desta monografia se apresenta enquanto caminho de entendimento da condição do ser humano coisificado ainda em sua tenra infância, utilizado enquanto objeto de fetiche e conseqüentemente abusado historicamente pelo mercado e seus desdobramentos práticos até os nossos dias.

## **2 A CULTURA DA SEXUALIZAÇÃO INFANTIL: UMA ABORDAGEM DO CORPO**

O presente capítulo busca contextualizar historicamente o conceito de infância, tomando como premissa os estudos históricos em articulação com as abordagens antropológicas e sociológicas para que possamos entender como se deu a trajetória do debate em torno da infância através dos tempos e de como ele se apresenta a partir da perspectiva social.

Inicialmente, será apresentado o conceito histórico de infância, passando também pelo surgimento dos primeiros relatos a respeito do registro civil que se deu no século XVIII tendo em vista as exigências do Estado Moderno onde exigia de seus funcionários tais registros. Será feita também uma análise do conceito desde a Idade Média até a atualidade, explanando a importância da definição da idade, pois ela era apresentada de modo diferente dos dias atuais, tendo em vista que no passado se quer tínhamos certa definição da idade, sendo dívida apenas por etapas.

Foi no século XVII, que passou a surgir nos adultos o interesse para com as crianças, desenvolvendo assim, uma nova percepção a respeito da infância. As roupas e classe social alocavam os que eram chamados de “pequenos adultos” dentro da sociedade medieval.

Problematizaremos sobre o surgimento da sexualização do corpo infantil trazendo como base os estudos feitos pelo historiador medievalista Philippe Ariès desenvolvido na Idade Média bem como o desenvolvimento do tema até os dias atuais e de como é tratado e estudado por profissionais da psicologia, antropologia e sociologia.

### **2.1 Percorso histórico e social da infância**

Atualmente, percebemos a importância do nosso nome e idade para nos reconhecermos enquanto cidadãos. Este é um elemento de individualização, algo que é só nosso, por isso, é uma das primeiras coisas que são ensinadas as crianças, e ficamos orgulhosos quando elas aprendem corretamente.

Nesse sentido, faz-se necessário discutir a infância na atualidade e a sua importância no contexto educacional, tendo em vista o convívio social que a mesma passa a ter na escola, além do núcleo familiar, as prepara para o convívio social. Pois, eventualmente a criança da atualidade é diferente da criança da década de 20 do século XX, que será diferente da criança da Idade Média.

A infância se modifica através dos tempos, com base em novos costumes, nas transformações sociais e culturais que ocorrem no espaço societário, tornando-se uma construção social e cultural que muda com o passar dos anos, assim haverá mudanças no próprio conceito de infância.

A idade em si funciona como uma base para o desenvolvimento futuro das crianças sejam eles intelectuais ou sociais. Nesse sentido, ao refletirmos sobre a condição da criança durante maior parte da Idade Média, observaremos que a representação de idade foi construída de uma maneira diferente, sendo um dos primeiros documentos constando o nome e idade a serem introduzidos nos registros paroquiais à inscrição do nascimento, imposto por Francisco I. Para Ariès (1986)

Acredita-se que foi somente no século XVIII que os párocos passaram a manter seus registros com a exatidão ou a consciência de exatidão que um Estado moderno exige de seus funcionários de registro civil. A importância pessoal da noção de idade deve ter-se afirmado á medida que os reformadores religiosos e civis a impuseram nos documentos, começando pelas camadas mais instruídas da sociedade, ou seja, no século XVI, aquelas camadas que passavam pelos colégios. (Ariès, 1986, p. 30).

Enfatizamos, portanto que a idade ocupava um lugar importante nesse período, sendo representada em diários, mobílias e retratos. A própria vida era dividida de certa forma por etapas, “correspondendo a modos de atividade, a tipos físicos, a funções e aos modos de vestir” (Ariès, 1986, p. 40). Além de ser representadas por idade, brinquedos, escolas, no âmbito do amor e entre outros.

Por isso, tornava-se difícil encontrar uma idade que realmente representasse a criança pequena no sentido que temos hoje, tendo em vista que a vida era separada por essas etapas e o próprio conceito de infância ainda não existia. Geralmente era confundido com a adolescência, ou o idioma da época não tinha uma expressão que diferenciasses as crianças menores das crianças maiores. É por tal motivo que, para Philippe Ariès, “esse período não foi nem de crianças, nem de adolescentes, nem de velhos: foi um tempo de homens jovens”. (1986, p. 49).

Além disso, é válido ressaltar a diferença entre os períodos, a idade que antes era de suma importância, nos dias atuais é inserida em qualquer formulário, passagem ou documento. Nesse sentido, após analisarmos algumas concepções sobre a idade, faz-se necessário explicar a mesma, para a formação das crianças e o próprio conceito de infância na Idade Média até a atualidade.

Com isso, percebemos a importância e influência que a idade tem para o desenvolvimento de cada indivíduo. Visto que, segundo Cezimbra (1999, p. 7) “a

infância é caracterizada como um período de proteção e aprendizado”. É nessa fase, portanto, que as crianças começam a entender o mundo, aprendendo a comunicar-se e interagir.

Desta maneira, durante muito tempo não existia uma concepção de infância da mesma forma que nos é apresentada no século XXI, podendo esta ser considerada uma construção social e histórica, uma infância que detém uma série de direitos como educação, saúde, nutrição e direitos a vida, com a criação de estatutos, a criança então ocupa um lugar de destaque atualmente, que não ocupava na idade média, sendo assim, Ariès (1986), intitulada História Social da Criança e da Família percebemos o longo processo que foi a descoberta da infância.

Durante um longo período existiram diferentes formas de tratamento em relação à criança, de acordo com a época e sua demografia, desconsiderando sua condição infantil. Sentimentos que atualmente são considerados normais, como o de proteger, cuidar, e ensinar a criança, reconhecendo a infância da mesma, até por volta do século XVIII, não eram apresentados concretamente.

Desde a forma como conversavam se vestiam, as danças, o modo como trabalhavam e os próprios jogos e brincadeiras, não às diferenciavam da vida adulta. Um exemplo disso foi à representação na arte medieval, “não existem crianças caracterizadas por uma expressão particular, e sim homens de tamanho reduzidos” (Ariès, 1986, p. 51).

Ou seja, não havia uma diferença nos traços, nas feições, que distinguissem a criança do adulto na arte, somente a partir do século XIII, a iconografia apresentou traços mais realistas e suaves. No entanto, a infância era voltada a um dogma representado na figura de Jesus, da Virgem, São João, entre outros.

Ademais, “era reduzida a seu período mais frágil, enquanto o filhote do homem não conseguia bastar-se; a criança então, mal adquiria algum desembaraço físico, era logo misturada aos adultos” (ARIÉS, 1986, p.10). Importante ressaltar que essa convivência das crianças com os adultos acontecia apenas quando elas sobreviviam, pois, em que pese os índices de mortalidade infantil ser muito altos, neste período eles eram considerados normais, não lhes era dada a devida importância, contudo atualmente são tratados com muita preocupação.

No decurso do século XVII, as crianças começaram a despertar o interesse dos adultos, que começaram a desenvolver uma nova percepção acerca das possibilidades da vivência da infância (ARIÉS, 1981). Com isso, foram aparecendo

cada vez mais em retratos, efígies funerárias, sendo até mesmo representado sozinho o que hoje em dia é considerado normal, tendo em vista que, os pais antes mesmo da criança nascer já fazem álbuns de fotografias para guardar esse momento especial.

Por serem vistas como um “adulto em miniatura”, demorando um longo período para serem reconhecidas como um ser social. A indiferença é marcada não só na arte medieval, mas também no próprio modo de se vestir, o qual era ditado pelos adultos. Os trajes infantis próprios para crianças passaram a existir no fim do século XVI. Ariès chama atenção de que:

A Idade Média vestia indiferentemente todas as classes de idade, preocupando-se apenas em manter visíveis através da roupa os degraus da hierarquia social. Nada, no traje medieval, separava a criança do adulto. Não seria possível imaginar atitudes mais diferentes com relação a infância. (ARIÈS, 1986, p. 70).

Nesse sentido, percebemos o quanto a roupa sempre representou uma separação da sociedade, não apenas um significado de como cada pessoa é vista, mas também uma questão de identidade própria de cada indivíduo representando o seu estilo. Ao analisar a obra de Ariès, observamos como a diferenciação nos trajes infantis era sentida somente pelas famílias burguesas e nobres.

Para diferenciar as crianças dos adultos, as roupas dos meninos passaram por um longo processo até ser estabelecido um traje particular capaz de representar a uma forma apropriada para a infância. Os filhos de camponeses usavam o traje dos adultos desde sempre, além disso, questões de gênero podem ser percebidas. As meninas foram excluídas desse processo desde o princípio, “assim que deixavam os cueiros (faixa de tecido amarrada no corpo), eram logo vestidas como mulherzinhas” (ARIÈS, 1986, p. 73).

Isso se remete a concepção da sociedade que entende que as mulheres amadurecem mais rápido, além do que, na história temos a exclusão da figura feminina em processos históricos importantes. Fazendo uma analogia com o conceito de a criança ser considerada como um “adulto em miniatura”, em decorrência do modo de vida e da própria vestimenta, percebe-se que ainda hoje ela pode ser considerada da mesma forma.

Se levarmos em consideração as influencias moderna, como propagandas de roupas, acessórios e acesso à tecnologia, percebemos que, por muitas vezes elas se utilizam desses acessórios mesmo sendo impróprios para sua idade, mas devido

à modernidade se normalizam e em decorrência desse comportamento temos uma “adultização” da criança.

Percebemos que apesar do avanço da sociedade ter sido significativo, algumas coisas permaneceram iguais. Isso também aconteceu com as brincadeiras e jogos que eram comuns para ambos, existiam uma necessidade de imitar as brincadeiras dos adultos. Só passou a existir um sentimento de infância em relação às brincadeiras quando houve “uma preocupação, antes desconhecida, de preservar sua moralidade e também educá-la, proibindo-lhes os jogos então classificados como maus, e recomendando-lhes os jogos então reconhecidos como bons”. (ARIÉS, 1986, p. 104).

Nesse sentido, por muito tempo o tema das crianças jogando a dinheiro não chocava a opinião pública, pois não existia uma atitude moral relacionada a jogos de azar (baralho, dados), ou seja, era comum ver crianças jogando a dinheiro, e foi somente a partir do surgimento de um sentimento de infância relacionado às brincadeiras que os adultos começaram a importar-se com a educação das mesmas, o que corroborou uma atitude moderna em relação aos jogos.

Com isso, com o passar do tempo, o sentimento de infância vai criando sua própria história e de certa forma se desenvolvendo até chegar ao sentimento moderno onde as crianças passaram a assumir o seu lugar na família. Sabendo disso, o que seria mais adequado para demonstrar esse sentimento que a própria escola, assim a criança tem um convívio social e aprende a viver em sociedade. No entanto, para Philippe Ariès, apesar de não existir um sentimento de infância concreto;

Na sociedade medieval, que tomamos como ponto de partida, o sentimento de infância não existia, o que não quer dizer que as crianças fossem negligenciadas, abandonadas ou desprezadas. O sentimento da infância não significa o mesmo que afeição pelas crianças: corresponde à consciência da particularidade infantil, essa particularidade que distingue essencialmente a criança do adulto, mesmo jovem. Essa consciência não existia. Por essa razão, assim que a criança tinha condições de viver sem a solicitude constante de sua mãe ou de sua ama, ela ingressava na sociedade dos adultos e não se distinguia mais destes. (ARIÉS, 1986, p. 156).

Ou seja, as crianças sempre estiveram presentes na maioria das situações, sejam elas trabalhando, em festas ou como aprendizes, mesmo, sem a sua infância ser reconhecida. Um exemplo dessa falta de consciência sobre a pureza das crianças e a falta de moralidade na época se dava pelo fato de que era considerado

normal crianças mostrarem seus pênis, permitindo que adultos o pegassem. Ao analisar a obra de Ariès, percebesse que o próprio Luís XIII fazia brincadeiras que hoje seriam consideradas indecorosas.

Anota Heroard, ele manda que todos lhe beijem o pênis, ele tem certeza que todos se divertem com isso. Todos se divertem também com sua brincadeira diante de duas visitas, o Senhor de Bonnières e sua filha: Ele riu muito para (o visitante), levantou a roupa e mostrou-lhe o pênis, mas, sobretudo à sua filha; então, segurando o pênis e rindo com seu risinho, sacudiu o corpo todo. As pessoas achavam tanta graça que a criança não se cansava de repetir o gesto que lhe valia tanto sucesso. Diante de uma pequena senhorita. (ARIÈS, 1986, p. 126).

Atualmente, essa cena de assédio sexual seria considerada desprezível e acarretaria consequências graves tendo em vista os ditames legais da sociedade atual. No entanto, para o período era normal, tendo em vista que o termo assédio era desconhecido. Nesse sentido, questões como essas, de sexualização dos corpos infantis serão analisadas no próximo capítulo deste trabalho.

Após percebermos as dificuldades para a criança ser considerada um ser social, na obra de Philippe Ariès, analisará a sociologia da infância que surgiu nas ciências sociais a partir de 1930. A princípio, assim como demonstra a obra de Ariès em relação à ausência de um sentimento de infância no período da Idade Média, as crianças até recentemente eram excluídas da Antropologia e sociologia, sendo incluídas em poucos trabalhos.

Pesquisadoras como Margaret Mead (1951), Clyde Kluckhohn (1947), Clarice Cohn (2005), Marcos Cezar de Freitas (2016), entre outros, desenvolveram trabalhos que reflitam sobre qual é o lugar da infância e qual o significado de ser criança. Com isso, a partir dos estudos desenvolvidos no campo da sociologia da infância e antropologia da criança em diálogo com a história, é possível verificar que os estudos sociológicos e antropológicos sobre a infância propõem perceber as crianças como seres sociais plenos, analisando como são capazes de pensar, quais suas experiências, suas situações de vida e como formam novas culturas ao entrarem em contato com adultos.

Ao contrário do que retratou Ariès (1986) anteriormente ao século XVII, onde o mundo infantil era uma extensão do mundo adulto e as crianças não era o centro principal de sua própria história. Os sociólogos, como Dorothy S. Thomas, William I. Thomas e Stanley P. Davies pioneiros sobre o lugar que ocupa as crianças no estudo sociológico buscaram separar a criança da vida adulta e analisá-las como

sujeitos de sua própria história, como seres capazes de pensar por conta própria, apesar de haver um longo caminho a ser percorrido sobre esse estudo em nosso país.

Além disso, disciplinas como a psicologia, a psicanálise, a pedagogia e a antropologia da criança, buscaram entender o próprio ponto de vista das crianças e não somente o dos adultos. Considerando que a antropologia é a responsável pelo estudo das diversas expressões culturais presentes na sociedade, pretendemos dar ênfase a esse assunto.

Para Clarice Cohn (2005), “Hoje, portanto, uma antropologia da criança pode ser desde aquela que analisa o que significa ser criança em outras culturas e sociedades até aquela que fala das que vivem em um grande centro urbano”, ou seja, ao compreender que existem diferentes infâncias que se transformam, é de suma importância retratar estudos desenvolvidos não somente sobre a criança branca e de centro urbano, mas de crianças de realidades e culturas distintas.

No entanto, assim como a sociologia da infância, a antropologia sofre desafios para realizar o estudo, tendo em vista que, ao pensar nas crianças, os adultos sempre as percebem como um ser em formação, sem papel ativo. Assim, a partir de 1960 houve novas reformulações e foi possível estudar a criança de uma maneira inovadora, bem como reavaliar conceitos como o de cultura e sociedade.

Por isso, permitem que se vejam as crianças de uma maneira inteiramente nova. Ao contrário de seres incompletos, treinando para a vida adulta, encenando papéis sociais enquanto são socializados ou adquirindo competências e formando sua personalidade social, passam a ter um papel ativo na definição de sua própria condição. (COHN, 2005, p. 21).

Dessa forma, ao permitirem essa nova visão acerca das crianças, faz-se necessário que os estudiosos não generalizem as mesmas, pois, como sabemos existem diversas crianças e com isso várias experiências e realidades em diferentes contextos, então cabe ao antropólogo entender o contexto sociocultural. Exemplo disso é no estudo da antropologia da criança, neste sentido surge à criança atuante e a criança produtora de cultura.

Essas crianças são as que demonstram um papel ativo nas relações sociais e como elas dão sentido ao mundo. Recentemente as produções sobre a etnologia indígena trouxe grandes contribuições para a Antropologia da Criança. Em seu estudo Clarice Cohn (2005) vai retratar uma antropologia indígena através dos Xikrin, uma etnia indígena de língua jê que mora no Pará, mostrando desde o

processo de gestação, os cuidados com as crianças e a importância da escolha do nome.

Nas palavras da antropóloga “Poderíamos, portanto, perceber que um ou uma Xikrin deixa de ser criança a partir do momento em que passa a ter uma criança que é sua” (Cohn, 2005), ou seja, a partir do momento que forma sua própria família e roça. Além disso, traz o cotidiano de vida das crianças demonstrando o lugar delas nessas aldeias Xikrin, bem como explica o seu parentesco e suas relações sociais. No entanto, a antropologia da infância não restringe a estudar apenas outras culturas, faz-se necessário também, desenvolver um estudo que abarque todas as sociedades, em diferentes áreas e disciplinas para analisar a formação das crianças.

Além de ser importante para os estudos sobre Antropologia da Criança, a etnologia indígena ainda vai apresentar questões acerca do corpo para que possamos compreender e conhecer as crianças. Com isso, temas como esse será discutido no próximo capítulo. Ao analisar as diferentes concepções de infância e criança presente nesse trabalho percebemos a importância dos estudos historiográficos para o desenvolvimento da humanidade, tendo em vista que se durante a idade média as crianças não eram valorizadas, hoje percebemos uma necessidade de proteger, cuidar e entender a necessidade de investir no bem-estar infantil para potencializar seu futuro e de toda população.

## **2.2 Sexualização dos corpos infantis**

O presente tópico analisará o estudo da infância em diferentes áreas como a sociologia da infância e a antropologia da criança através das dimensões gestuais e a importância do corpo para o desenvolvimento infantil. Tencionamos promover reflexões sobre o desejo do corpo considerado ideal, pois cada cultura age sobre o corpo a sua própria maneira, os cuidados em relação a esse corpo e a percepção que demonstramos sobre o corpo infantil nas sociedades ameríndias e a descoberta da sexualidade infantil com a fase oral da psicanálise apresentada por Freud.

Entendemos com Ariès (1986), que o sentimento de infância nasceu das transformações ocorridas no mundo e na família a partir do século XVII até a atualidade, pois, o conceito de infância foi variando sua compreensão em distintas áreas como na religião, medicina, psicologia, antropologia, entre outros.

No entanto, no estudo desenvolvido desde a Idade Média por Ariès bem como nos estudos atuais no campo da sociologia da infância, da antropologia da criança,

entre outros, o que é levado em consideração são apenas dimensões gestuais e orais das crianças. Sendo assim, para entender a linguagem emocional da criança é imprescindível que seja analisado o aspecto corporal e comportamental levando em consideração, inclusive o contexto social no qual ela está inserida.

Refletir sobre os sentimentos na educação infantil significa levar as crianças por um caminho de autoconhecimento, para que possam perceber e verbalizar a maneira como se sentem. O autoconhecimento promove o autodomínio, que promove o auto respeito, sendo este a condição para o sujeito respeitar o outro também.

Sabe-se que o debate acerca do corpo não é atual, desde a Grécia Antiga até a contemporaneidade há de certa forma uma obsessão pelo “corpo perfeito”, tendo em vista que o belo sempre foi almejado pela sociedade, mesmo, em diferentes épocas a procura pelo corpo ideal ainda perpetua, ou seja, ter um corpo considerado bonito é importante não só para a autoestima como para seguir os padrões de beleza que a sociedade em que está inserida exige. Para Campos (2007):

Cada uma das sociedades e culturas age sobre o corpo que ela mesma adota segundo regras mítico-religiosas ou mercadológicas. Surge daí os chamados modelos corporais, os padrões de beleza, saúde, sensualidade e até de postura comportamental, que a maioria dos homens segue a rigor. São moldes e modelagens que constroem homens e mulheres e que, ao longo do tempo, produziram a história das representações do corpo (CAMPOS, 2007, P.10).

Nessa perspectiva, historicamente na Grécia Antiga os cuidados com o corpo estavam ligados à estética, ao masculino, ao belo e também a saúde, sendo relacionada ao sagrado, nos jogos olímpicos e guerras os corpos ideais eram apresentados à sociedade assim como atualmente podemos ver em pinturas e esculturas. No entanto, era uma estética relacionada ao masculino, cabendo às mulheres o papel secundário, do lar, de reprodutora e não produtora.

Com o decurso do tempo o corpo passou por mudanças e representações sociais em cada sociedade e em diferentes culturas, trazendo os mais diversos discursos com diferentes significados. Todavia, se pensarmos nas questões corpóreas, físicas e culturais a partir de uma perspectiva que abarque a educação corporal, notou que o nosso corpo sofre desde a infância um silenciamento e disciplina que dificulta ainda mais a percepção que temos sobre a criança, pois tais restrições por muitas vezes dificultam a capacidade da criança de externalizar

abusos que ela possa estar sofrendo, assim como pode atrasar seu desenvolvimento psicossocial. Sendo assim:

O corpo, independente do seu tempo-espço de existência, fornece-nos materiais para estudos cada vez mais instigantes. Falar da história do corpo, ou olhar para o corpo na História, é o mesmo que observar tudo o que cerca os indivíduos e os contextualiza, como os seus modos de vida e de produção, suas práticas sociais, a sua cultura (JUNIOR, 2020, p.13).

Nesse contexto, sabendo a importância do corpo como fornecedor de materiais enriquecedores para entendermos o mundo a nossa volta, pois é através do contato do corpo com objetos que as crianças vão descobrindo suas potencialidades, o estímulo com a observação e experimentação, a própria imitação dos adultos a sua volta ajuda a construir um melhor entendimento do mundo e de seu lugar.

Na sociedade brasileira, estudos sobre o corpo estão relacionados às diferentes culturas ameríndias, pois como sabemos a relação indígena com o corpo está relacionado à própria organização social, à sua cosmologia, desencadeando uma interação entre o mundo físico e espiritual, presentes em pinturas e ornamentos ou até mesmo nos cantos e em seus corpos através de pinturas e tatuagens. Sendo assim, relacionando os estudos históricos com antropologia da criança e a sociologia da infância, apresentaremos como era a infância e a questão corporal em algumas aldeias indígenas.

Ao analisar historicamente estudos que retratam o vínculo entre a personalidade e o corpo estarão presentes nos estudos de antropólogos da escola de Cultura e Personalidade e os Estudos sobre a Socialização, surgida em 1930 nos Estados Unidos. Produções sobre a etnologia indígena demonstram a diferença das crianças vistas na nossa sociedade como dependentes de adultos e da criança de culturas ameríndias retratadas como “outro ser, mais próximos dos deuses” Buss-Simão (2009, p. 9).

Antropólogos como: Margaret Mead (1951) e Clyde Kluckhohn (1947) irão retratar sobre a infância das crianças balinesas e dos Navaho, respectivamente, e como para essas sociedades ocorre uma educação do corpo, que levava ao desenvolvimento das crianças. Em ambas as culturas as crianças permanecem pouco tempo no chão, sendo carregadas nos braços de outras pessoas ou em cestos colocados em lugares altos para de certa forma ter outra visão do mundo.

Assim torna-se uma infância diferenciada da de crianças de centros urbanos que estão sempre em contato com o solo, aprendendo a engatinhar e conseqüentemente andar. Por estarem sempre sendo carregadas em cestos as crianças balinesas e Navaho se desenvolverão sobre outra perspectiva.

Nesse sentido, para os antropólogos corrobora em uma educação do corpo diferenciada, pois, ao invés de ter o contato com o solo assim como crianças de centro urbano, garantindo outras experiências, a criança ameríndia terá o contato somente com seu próprio adereço, corroborando outro modo de educar o corpo e assim, um novo modo de desenvolvimento. No Brasil, para Silva (2002): “A identidade e a subjetividade infantil constroem-se por meio de processos que se realizam em seus corpos e que sintetizam significações sociais, cosmológicas, psicológicas, emocionais e cognitivas”. (SILVA, 2002, p.41 apud Buss-Simão, 2009, p.11). Ou seja, o desenvolvimento psicossocial está relacionado a processos que ocorrem com o nosso corpo no decorrer da infância até a idade adulta.

Fazendo parâmetros análogos com a Psicanálise, Freud (1973) em suas investigações que levaram a descoberta da sexualidade infantil, vai retratar o corpo como erotizado, levando a dividir as fases do desenvolvimento sexual nomeando a primeira infância de fase oral, a segunda infância de fase anal e terceira fase da infância de fase fálica.

No presente trabalho o foco será na primeira infância onde, por não ter conhecimento sobre o mundo, na fase oral a criança leva tudo para a boca a fim de ter um desenvolvimento psicosssexual, a partir da própria amamentação até ao inserir objetos a boca. Com isso, Freud (1973) mostra a importância do corpo para o desenvolvimento de cada criança e sua sexualidade, pois é através do corpo que se tem o desenvolvimento cognitivo.

Sendo assim, para a psicanálise é de extrema importância o estudo de todas as fases da infância, pois é justamente nesse período que a criança começa a formação inicial de sua personalidade, é por isso que é imprescindível o estudo do corpo na psicanálise, na cultura ameríndia e na nossa sociedade, pois é a partir desses estudos que percebemos o desenvolvimento das crianças.

Ademais, como já mencionado as discussões referentes ao corpo não são atuais. Historicamente, percebemos o quanto o corpo moldou a nossa sociedade com o passar dos anos. Ao observarmos a trajetória do corpo das meninas, por exemplo, ao alcançarem a idade em que o casamento era permitido, essas eram

vendidas em troca de terras, em decorrência dos casamentos arranjados. Em seguida, foram vistas apenas como reprodutoras: sua obrigação principal era gestar uma nova vida. Sem direito de opinar sobre si, geralmente não chegavam sequer a atingir a maioridade.

Enquanto isso, os meninos quando chegava certa idade tinham que trabalhar. Na sociedade contemporânea as meninas são forçadas a amadurecer mais rápido, desde pequenas são ensinadas a arrumar a casa, se comportar nos lugares e privadas de saírem, assim quando chegam à idade entre 11 e 15 anos são vistas pela sociedade machista, com a presença de pedofilia como mulheres formadas.

Além disso, por estarem inseridas em um mundo tecnológico tendem a sofrer influências do capitalismo, pois ao ter acesso a celulares, tablets, computadores, televisões, entre outros, estão sujeitas a serem alvos do apelo comercial ao se deparem com propagandas impressas ou digitais em seu cotidiano, além disso, do consumismo gerado pelo próprio ambiente familiar, provocando uma “adultização precoce”. Para Paterno (2011);

As influências mercadológicas tendem a erotizar e a provocar comportamentos de sensualidade e de virilidade nas crianças, pois elas tendem a usar roupas e produtos da moda adulta. Algumas meninas usam maquiagem, pintam as unhas, procuram uma aparência mais velha, como das mulheres, e uma parte dos meninos, estimulados pelo exemplo de masculinidade que lhes é apresentado, ensaiam sua agressividade, por meio de jogos e de atividades de lutas ou outras que promovem a diminuição da distância existente entre os dois mundos. (PATERNO, 2011, p. 45).

Nesse sentido, atualmente é normal se deparar com cenas de crianças dançando músicas com duplo sentido, se vestindo como adultas e propagando a erotização dos corpos infantis no cotidiano da sala de aula, em casa e na rua. Tendo em vista, o convívio das crianças com meios de comunicação, como televisão, celulares, tablets, propagandas, filmes e aplicativos de mídia como o TikTok<sup>1</sup>.

Assim, esses meios de comunicação em massa exercem influências sobre o seu desenvolvimento, afetando a construção da sua identidade e agora se tornando alvo dos mercados capitalistas passa a ser o que Ariès (1986) chamou de “adulto em miniatura”, ou seja, o modo de vestir, dançar e alguns comportamentos remetem os mesmos aos da Idade Média, apesar da mudança de época.

---

<sup>1</sup> O TikTok é uma rede social de vídeos curtos que permite compartilhar clipes divertidos com duração entre 15 e 60 segundos. O aplicativo faz sucesso principalmente entre o público jovem, que usa a rede social para seguir perfis, compartilhar e postar vídeos e interagir com outros usuários.

Nesse ponto de vista, discutir sexualidade é imprescindível, pois, o mundo capitalista além de instigar a sexualização dos corpos adultos também instiga a dos corpos infantis, levando a exposição exagerada dos corpos das crianças, mesmo, após 32 anos da criação do Estatuto da Criança e do adolescente, que veio para regulamentar a situação de exposição da criança a fim de coibir condutas abusivas e degradantes a sua imagem.

Por fim, segundo as Diretrizes Curriculares Nacionais e a Lei nº 9.394/96, chamada de Lei de Diretrizes e Bases da Educação Nacional no seu art.29, versa que a educação infantil, a primeira etapa da educação básica, tem como finalidade o desenvolvimento integral da criança de até 5 (cinco) anos, em seus aspectos físico, psicológico, intelectual e social, complementando a ação da família e da comunidade. (BRASIL, 1996, p.22, Art. 29). É por tais razões que é necessário o acompanhamento de crianças e adolescentes nas fases da infância dentro do ambiente familiar e educacional a fim de minimizar uma exposição excessiva de seus corpos.

### **3 PROPAGANDAS INFANTIS: SEXUALIZAÇÃO DOS CORPOS DE CRIANÇAS**

No presente capítulo será analisado historicamente o surgimento de propagandas tomando como premissa a sua influência no mundo adulto e infantil de acordo com as transformações ocorridas na sociedade e no nosso cotidiano, com o advento da internet.

Assim como será apresentado o contexto a qual as propagandas estão inseridas, ou seja, o período da ditadura civil-militar brasileira. Como os menores eram tratados nesse período, como os militares utilizaram dos meios de comunicação em massa, apresentado pelas propagandas para se manter no poder por 21 anos, mesmo sendo um período de repressão e censura para a população.

Serão apresentados alguns exemplos do surgimento da propaganda e quais seus objetivos para disseminar ideias em diferentes épocas, tendo como exemplo o período escravocrata, a segunda guerra mundial, a ditadura civil-militar brasileira e a atualidade. Além disso, será apresentado a influência da era tecnológica, através da mídia como produtora de efeitos negativos e positivos. Como também, será apresentado no seguinte capítulo a importância das marcas e a apresentação das quatro marcas que serão analisadas o mesmo.

Posteriormente será analisado como as propagandas digitais e impressas influenciam o mundo infantil e como afetam na construção da sua identidade. Uma vez que as crianças tornam-se alvo do apelo comercial e também da influência midiática em relação aos seus corpos e na construção de sujeitos, pois o uso desenfreado de fotos infantis em redes sociais aumenta a tendência a pedofilia ao adultizar o corpo infantil.

Por fim, serão analisadas quatro propagandas infantis de diferentes marcas para demonstrar a sexualização dos seus corpos e como as propagandas veiculadas estimulam a sociedade de consumo.

#### **3.1 Concepções de propaganda e suas implicações na abordagem dos corpos infantis.**

Historicamente, sabemos que a propaganda não é uma criação atual, há relatos da publicidade desde a antiguidade, sejam com os egípcios em papiros e cartazes, com os ingleses para estimular o comércio ou até mesmo venda de imóveis e procura de escravos fugitivos no período escravocrata. Seu surgimento

baseava sem divulgar informações com o restante dos cidadãos, ou seja, com o objetivo de promover alguma ideia. Carvalho (1996, apud RORIZ, 2013, p. 12) diz que “a linguagem publicitária é empregada para transmitir sentimentos, informações, conversar e controlar atos e pensamentos das pessoas”.

Ou seja, com o decorrer do tempo e as transformações que ocorreram na sociedade com o advento da internet, é comum estarmos cercados de propagandas sejam elas em telefones celulares, televisão, tabletes e computadores. Por viver em uma era onde a tecnologia é extremamente desenvolvida somos cercados de anúncios a todo o momento, até mesmo a caminho do trabalho, assim, nossos sentimentos estão conectados com as informações a nossa volta, a propaganda tem o recurso de nos fazer ler, ver e escutar a mensagem que a mesma perpassa.

Nesse sentido, somos influenciados pelo que vemos a nossa volta, pois a mídia veicula discursos que podem produzir efeitos, sejam eles negativos ou positivos. Sendo assim, apesar da criação em prol de publicar a venda de uma mercadoria, a publicidade através das propagandas pode ser usada como meio de manipulação e disseminação de uma ideia, pois, utilizam de recursos psicológicos que mexem com emoções e a opinião de quem tem acesso, além disso, é através das propagandas que as pessoas reconhecem suas necessidades. Com isso, o uso de estratégias de vendas como um bom marketing e estilo é essencial para o desenvolvimento do produto.

Assim, fazendo parâmetros análogos ressaltaremos dois períodos históricos o exemplo da Segunda Guerra Mundial com o Ministro de Propaganda Nazista Paul Joseph Goebbels que utilizou da propaganda em rádios e no cinema para promover o partido nazista e seu programa e rapidamente conseguiu o controle da imprensa em uma tentativa de moldar a moral. Chegando o próprio líder nazista Adolf Hitler a retratar que “por meio de uma propaganda astuta e persistente o mesmo céu pode ser representado a um povo como o inferno, e a vida mais infeliz como o paraíso (HITLER, 1925, p.302 apud MELLO, 2015, p.20)”. Ou seja, a forma como a propaganda é utilizada depende do interesse de quem a produz, podendo enaltecer ou destruir algo, no caso da Alemanha Nazista foi utilizada para justificar suas ações políticas, mesmo que prejudicasse a população.

A seguir usaremos o período da ditadura civil-militar brasileira (1964-1985), tendo em vista que as propagandas analisadas no seguinte tópico estão dentro desse contexto. A ditadura civil-militar brasileira ocorreu em março de 1964 com

ideias de modernização e de tornar o Brasil um país desenvolvido, através da economia, segundo os militares. No entanto, foi um período de extrema censura, assassinatos, violência e tortura que causou a morte de varias pessoas e repressão de movimentos sociais, assim como a liberdade de expressão.

Nesse sentido, cabe nesse trabalho ressaltar como a ditadura militar brasileira conseguiu utilizar dos meios de propagandas para garantir apoio de parte da população e justificar toda violência do período, além disso, como a criança era tratada no período e como as peças publicitárias do seguinte tópico foram veiculadas em um período de censura e de “proteção à família”.

Assim, como na segunda guerra mundial os militares também utilizaram de ferramentas de comunicação e propaganda para influenciar a sociedade. Necessitou de iniciativas para mudar a impopularidade do golpe em seus primeiros anos, ou seja, era necessário o apoio da população. A princípio foi desenvolvidas propagandas, anúncios em jornais, revistas que visassem promovera educação dos comportamentos no trabalho, propagandas da família e de adolescentes ensinando como se comportar perante a nova sociedade, a fim de construir novas identidades e assim assegurar a manutenção do regime e justificar a violência. Além disso, essas propagandas visavam ensinar o consumidor a forma correta de consumir produtos para ajudar o governo e sua imagem.

Durante a ditadura, um dos elementos centrais de sua busca pelo reconhecimento era o empenho em atestar, a partir de valores sociais, principalmente, que havia uma suposta identificação perfeita entre os militares no poder e o povo. O seu pretense ideário de democracia situava-se constantemente diante do desafio de garantir para os diversos segmentos sociais que sua realização era possível tendo em vista que aqueles primeiros tinham os seus desejos, objetivos e interesses estritamente vinculados aos segundos. (REZENDE, 2001, p. 4 apud Netto, 2015 p.1641).

Ou seja, foi criada pelos militares uma estratégia de diálogo entre o golpe e o povo, de que os mesmos se identificavam, assim era possível manter a população em um conservadorismo. Com a criação da AERP (Assessoria Especial Relações Públicas), a eminência do “milagre econômico” com o aumento do PIB e a conquista da copa, tornava-se justificável o golpe militar, pois, estava fornecendo a grandeza do país. Assim, esses momentos foram expostos em propagandas que visava um futuro promissor, um novo Brasil eficiente, com sentimento de nacionalismo construído pelos militares.

No entanto, tornava-se ambivalente o uso dessas propagandas, pois, ao mesmo tempo em que não queriam usar propagandas violentas, ou censurava e palavras como “suborno” e “menstruação” o próprio regime era de extrema violência, assassinava e torturava pessoas.

Ademais, foi nesse período que a questão do menor tornou-se responsabilidade do governo como demonstra Rizzini; Pilotti (2011):

De 1964 em diante, a questão de assistência à infância passou, como tanto outras coisas, para a esfera de competência do governo militar. Esta via na questão social e, no seio desta, na questão do menor, um problema de segurança nacional, julgando-o, portanto, objeto legítimo de sua intervenção e normalização. (RIZZINI; PILOTTI, p. 26 apud CARDOSO, 2015 p.549).

Ou seja, em decorrência da alta militância principalmente entre os jovens, os militares tinham receio de que cada vez mais adolescentes buscassem a causa comunista para mudar a realidade do país. Assim, ao criar um vínculo entre a nação e a infância estaria cuidando do seu futuro, com a criação de leis de proteção a infância, como a FUNABEM (Fundação Nacional do Bem-Estar do Menor).

Para o Jornalista Eugênio Bucci (2010):

Os estrategistas da comunicação da ditadura desprezavam o olhar infantil. Eles julgavam em nome da proteção às crianças, que era necessário censurar cenas de beijos nas telenovelas, mas não viam mal algum em expô-las ao aviso seco de que havia assassinos impiedosos à solta. O terrorismo propagandístico que eles difundiam era liberado para menores. (BUCCI, 2010, p. 54 apud CARDOSO, 2015, p. 554).

Ao analisar o contexto percebemos que essa proteção à criança disponibilizada pelos militares não passava de hipocrisia, tendo em vista que os mesmos eram responsáveis pela violência que assolava o país. O que nos leva a pensar em como em pleno período de censura e com a institucionalização de leis de proteção, deixaram passar peças publicitárias que sexualizaram corpos infantis e expuseram crianças entre 6 a 12 anos de idade a propagandas consumistas.

Posteriormente, ao retratar os interesses das propagandas impressas ou digitais cabe agora salientar o perigo das mesmas como artefatos culturais que afetam a construção das identidades infantis. Por se tratar de um meio de comunicação em massa, não só os adultos tem acesso e são influenciados pela mídia, tornou-se comum ver cenas de crianças utilizando celulares, assistindo vídeos

do YouTube<sup>2</sup> e TikTok aplicativo que já foi mencionado acima, bem como imagens de crianças em propagandas de cunho sexual, com duplo sentido que serão abordadas no próximo tópico.

Sabendo que as mídias conquistaram um papel de destaque na sociedade e um potencial de formar consciências a questão a ser trabalhada é como as propagandas afetam as vivências infantis e suas implicações na abordagem dos seus corpos;

A televisão e mídia apresentam-se como um lugar privilegiado de aprendizagens diversas; aprendemos com ela desde formas de olhar e tratar nosso próprio corpo até modos de estabelecer e de compreender diferença de gênero (Rosa Fisher, 2001, p. 16).

Podemos perceber que através das mídias somos influenciados a todo o momento, nos tornamos alvo do comércio com objetos a serem consumidos, sejam eles calçados, vestuários, eletrônicos, entre outros. No entanto, ao contrário dos adultos as crianças não possuem capacidades para distinguir o que é certo ou errado para sua formação e criam uma percepção das mensagens midiáticas a sua maneira construindo seu imaginário, seja de ficção ou realidade. Pois, a propaganda está relacionada à linguagem e como aponta Miotello (2010), a propaganda social:

Ela é construtora de sujeitos. Somos humanizados, com consciência, por conta da linguagem. Sem a linguagem, sem a signicidade, sem esta mediação constitutiva, certamente que não estaríamos humanizados. E a participação dela nas interações também a constitui, em retorno (MIOTELLO, 2010, p. 9).

Sendo assim, pode haver diferentes interpretações da mesma ao ser compartilhada e como as sociedades tem a tendência de mudar de geração em geração no que diz respeito aos costumes e moralidades é comum nos depararmos com Leis para proteger a moralidade infantil a exemplo do Estatuto da Criança e do Adolescente, ao mesmo tempo em que as crianças tenham acesso a conteúdos que prejudiquem seu desenvolvimento e sejam alvos de propagandas que erotizam e conseqüentemente “adultizam” as crianças em campanhas publicitárias.

Tatiana Landini (2000, p.29 apud WOLF, 2020) “aponta que não é difícil encontrar propagandas e anúncios onde à criança é mostrado em pose sensual ou em contexto de sedução”, o que corrobora com o aumento dos casos de pedofilia e

---

<sup>2</sup> YouTube é uma plataforma online que permite a criação e o consumo de conteúdos em vídeo via streaming. Ou seja, para assistir aos vídeos publicados, não é necessário fazer nenhum tipo de download, basta estar conectado à internet.

a exploração sexual de menores de idade. Uma vez que a história da humanidade em diferentes culturas o corpo jovem é algo a ser desejado, investido e perseguido a partir do momento seu nascimento até sua fase adulta. Sendo assim, será analisado no próximo capítulo propagandas entre os anos 70 e 80 do século XX que sexualizaram corpos infantis. Mas, para isso, torna-se imprescindível ressaltar a importância da marca na construção de uma peça publicitária e as quatro marcas presente na análise do próximo capítulo.

Sabendo que é através de propagandas que as pessoas reconhecem suas necessidades, torna-se de suma importância para marca de um produto desenvolver um produto de qualidade, que se destaque no mercado e garanta a continuidade da marca, pois, os fatores pessoais, culturais e a necessidade de mudança que ocorre com o passar dos anos vão mostrar se é uma marca que vale a pena fazer parte da casa da família brasileira. Para Gomes (2003):

O alvo da publicidade é, fundamentalmente, estabelecer um processo de comunicação entre a empresa e o mercado, atingindo não só a parcela efetivamente compradora de um dado produto ou serviço, bem como o segmento potencial de consumidores. A publicidade é um esforço de persuasão, não de vendas. Ela deve acelerar a consciência do consumidor para a existência da marca. (GOMES, 2003, p. 189 apud RORIZ, 2013, p.).

Nesse sentido, faz-se necessário o uso de uma equipe de qualidade responsável pelo marketing, estilo e linguagem verbal e imagética que estará presente nas propagandas para fazer o diferencial no seu produto. O próprio slogan se bem elaborado fixa na mente dos consumidores remetendo a lembrança dos mesmos ao produto, as cores e modelos ficam sob a responsabilidade da marca que deseja almejar sucesso.

Sendo assim, iremos apresentar respectivamente as marcas responsáveis pelas peças publicitárias presentes nesse trabalho. Iniciando pela marca Sylvapen responsável pela peça publicitária Canetinhas da marca Sylvapen 100mm. A marca surgiu nos anos 70 e tornou-se uma referência na venda de canetas e atualmente seus produtos ainda são procurados. No entanto, também gerou polêmica ao veicular uma propaganda com uma criança<sup>3</sup> com uma caneta entre os lábios, a qual fazia referência a o uso de cigarro, propaganda essa que seria proibida nos dias atuais e será abordada na análise abaixo.

---

<sup>3</sup> Vide figura 1

Por conseguinte, falaremos sobre a propaganda da “Estrela” responsável por bonecas, carrinhos, jogos nos anos 80. A marca foi fundada em julho de 1937 com uma fábrica de bonecas de pano, com o passar do tempo e desenvolvimento a marca passou a produzir brinquedos de plástico, maquiagens, entre outros. Trata-se de uma grande marca que esteve presente na infância de muitas crianças, desejando seus produtos<sup>4</sup>. Apesar de trazer alegria, a marca ajudou a aumentar o consumo entre as crianças e perpetuar o ideal de beleza, estimulando a compra de bonecas brancas, louras de olhos claros, “o padrão de beleza universal”, assim como incentivou o uso de maquiagem pelas meninas, tendo em vista, os conteúdos de suas propagandas.

A seguir falaremos sobre a marca alimentícia Nestlé responsável pela Propaganda Alimentícia do chocolate Galak em 1982. A história da marca inicia com uma fusão de empresas em 1905 entre Henri Nestlé que havia desenvolvido um alimento infantil revolucionário e a Anglo-Swiss juntam-se para formar o grupo conhecido como Nestlé. Trata-se de uma grande empresa alimentícia conhecida a gerações, presente na cada da população mundial, seus produtos são: farinha láctea, leite condensado, chocolate entre outros. Seus produtos são requisitados e de excelente qualidade, apesar de propagandas com duplo sentido e de incentivar o consumo infantil nos anos 80<sup>5</sup>.

Por ultimo, falaremos sobre a peça publicitária Jeans Staurop de 1980, a marca já foi uma das mais badaladas do país fundadas em 1992, trocou de donos em 1996 para um grupo de investidores o que elevou a marca a desenvolver-se e até sonhar com abertura de filiais fora do país, no entanto, isso não foi possível diante de um prejuízo de quase 9.9 milhões de dólares. Assim, a marca troca de presidente e buscar quitar sua dívida para voltar ao mercado, recentemente a marca ícone dos anos 80 voltou ao mercado e há grande expectativa sob sua volta<sup>6</sup>. Nos anos 80, era um ícone da moda, com modelos de jeans exclusivos, no entanto, ao lançar o jeans infantil sexualizou crianças em sua propaganda veiculada em 1980, que será analisada na peça publicitária número cinco.

---

<sup>4</sup> Vide figura 2.

<sup>5</sup> Vide figura 3.

<sup>6</sup> Vide figura 4.

### 3.2 Corpos infantis em cenas de publicidade

Este capítulo tem como objetivo a análise de quatro peças publicitárias entre os anos 70 e 80, a fim de mostrar a sexualização dos corpos infantis no contexto da ditadura militar brasileira. Bem como demonstrar como tais propagandas foram expostas levando a criação de leis de proteção a crianças nos anos seguintes. As peças publicitárias foram analisadas individualmente através da análise de discurso.

Figura 1 – Peça publicitária Canetinhas da marca Sylvapen 100 mm (1971)



Disponível em: <https://propagandasdegibi.wordpress.com/2013/03/27/sylvapen-100mm-ou-as-famosas-canetinhas-1971/>.

A presente peça publicitária da marca Sylvapen apresentada no tópico anterior tem como objetivo vender suas canetinhas para o público infantil. Ao analisar a propaganda veiculada entre os anos 70 e 80 percebemos que ainda não havia proibições acerca desse tipo de peça publicitária, tendo em vista que a criação do Estatuto da Criança e do Adolescente foi somente em 1990. Apesar de estar em 1971 em pelo período da ditadura civil-militar, época de repressão e censura, onde os militares que estavam no poder almejavam uma sociedade civilizada, uma modernização que levaria o Brasil à condição de país desenvolvido.

A imagem acima tratava da propaganda de venda de canetas. Nesta publicidade a criança entre 8 e 10 anos está segurando em uma das mãos uma caixa de canetinhas, tendo em vista que a propaganda é em prol da venda dessas canetas. Na mão esquerda segura uma caneta na cor preta como se estivesse fumando a mesma, fazendo referencia a um cigarro. O que perpassa uma imagem adultizada da criança. Ademais acima do menino segue o seguinte slogan “Mude para os 100 mm”, e abaixo segue o seguinte texto publicitário “Sylvapen 100mm - A caneta de fibra mais mordida na América Latina”.

Além disso, ainda contem oito frases para a divulgação do produto entre elas “Troque sua caneta por uma Sylvapen 100 milímetros”, “E lindas formas coloridas vão aparecer diante dos seus olhos”, “Sylvapen vem em um estojinho com seis cores e noutro estojinho com doze”, “Qualquer um deles cabe no bolso da sua camisa, porque é do tamanho de um maço de cigarros”, “E 100 milímetros de carga dão para você desenhar dois quilômetros”, “Avise seu pai que você também vai mudar para os 100 milímetros”, “Peça a êle para comprar um estojo de Sylvapen”, “É o tipo de vício que vai encher a família inteira de orgulho”.

Ainda que, frases como essa tenha o objetivo de promover o produto percebemos que esse comportamento incentiva o consumo infantil ainda que a criança peça ao responsável para comprar determinado produto. Além disso, a imagem acima traz um conteúdo ambivalente comparando a caixa de canetinhas com um maço de cigarros, além do numero 100 mm remeter ao filtro do cigarro bem como a própria criança aparentar tragar um cigarro, esse tipo de comportamento nos faz lembrar o vício que o cigarro causa a sociedade. Nesse sentido, percebemos como a criança está inserida em um processo de adultização desde cedo.

Notemos também que a criança presente na peça publicitaria é um menino, e levando em consideração o contexto onde para os homens fumar tratava-se de status na sociedade, nesse sentido, para criança a representação de uma cena fumando poderia ressaltar a sua entrada no mundo adulto. Destarte, percebemos como a criança sempre foi influenciada pela vida adulta, tendo em vista que a mesma ainda não tem a discernimento do que é certo ou errado.

Figura 2 – Peça publicitária Barbie Face (1983)

**MAQUILAGEM VIROU BRINCADEIRA.**

maquilagem virou brincadeira

A Estrela criou Barbie Face para todas as crianças que sonham em brincar com maquilagem. Ela tem o rosto da Barbie e foi feita especialmente para ser maquilada. Além de escova e pente para os cabelos, ela possui um belo estojo de beleza com produtos de maquilagem: blush, sombras e batom. Estes produtos são totalmente inofensivos e podem ser removidos facilmente com água e sabão. Aí é só começar outra maquilagem. A brincadeira não tem mais fim.

**CHEGOU Barbie Face E SEU ESTOJO DE BELEZA.**

**E A BRINCADEIRA CONTINUA.**

Este estojo pode ser encontrado separadamente.

Disponível em: <https://propagandasdegibi.wordpress.com/2013/07/09/barbie-face-1983/>.

Ao analisar a presente peça publicitaria que circulou em gibis percebemos que se trata de uma propaganda para o público infantil focada principalmente para meninas. Trata-se de uma menina com a idade entre 5 e 7 anos, a qual está maquiando o rosto de uma boneca loura de olhos claros. Acima está o texto publicitário “maquilagem virou brincadeira” e abaixo na lateral direita está à imagem de uma maquiagem com a frase “e a brincadeira continua”, demonstrando que o produto pode ser adquirido separadamente. Ainda abaixo está o logo da marca “Face Estrela” com a seguinte frase “chegou Barbie e seu estojo de beleza”.

A seguir ainda ao analisar os recursos imagéticos da propaganda percebemos o seguinte texto publicitário “A Estrela criou Barbie Face para todas as crianças que sonham em brincar com maquilagem. Ela tem o rosto da Barbie e foi feita especialmente para ser maquilada. Além de escova e pente para os cabelos, ela possui um belo estojo de beleza com produtos de maquilagem: blush, sombras e batom. Estes produtos são totalmente inofensivos e podem ser removidos facilmente com água e sabão. Aí é só começar outra maquilagem. A brincadeira não tem mais fim”.

Nesse sentido, ao analisar a peça percebemos que a mesma tenta passar uma imagem inofensiva ao utilizar a palavra “maquilagem” e “inofensiva” para perpassa um recurso imagético de que a peça publicitária realmente é para o público infantil e não gera nenhum dano a crianças dessa idade, no entanto, a mesma incentiva as meninas se transformarem em consumidoras e se preocuparem com a beleza desde cedo. Tendo em vista que, na sociedade na qual estamos inseridas a preocupação com a beleza é algo que perpassa gerações. Além disso, o próprio fato de a boneca ser uma Barbie demonstra que a beleza ideal é a branca de olhos claros, pois, esta boneca por muitos anos foi considerada o ideal de beleza, incentivando pessoas fazerem cirurgias estéticas para se parecer com a mesma. Sendo assim, para Naomi Wolf (2020):

Pode parecer difícil acreditar, mas nos idos de 1991 era considerada uma heresia total a atitude de desafiar ou questionar o ideal de beleza que, na época, era muito rígido. Nós acabamos de sair do que chamei de “terríveis anos 1980”, uma época em que o conservadorismo exacerbado tinha se aliado a um forte antifeminismo em nossa cultura, fazendo com que argumentos sobre ideais femininos parecessem grosseiros, até mesmo descontrolados. (WOLF, 2020, p. 15).

Ou seja, na mesma época em que a propaganda foi veiculada tornava-se difícil questionar o ideal de beleza e questionar sobre o uso exacerbado de produtos de maquiagem, pois, a sociedade dos anos 80 e 90 era uma sociedade que se preocupava com o ideal de beleza a ser alcançada.

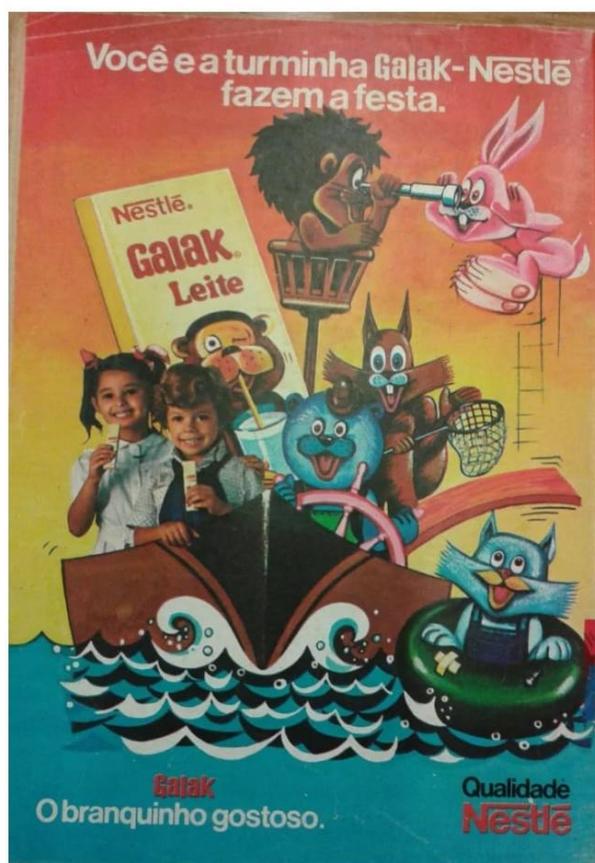
Ao saber que a obsessão com a beleza não é atual, e que durante toda vida cabia as mulheres cuidar da família, casa e da beleza. Atualmente, apesar dos avanços as mulheres ainda são vistas pela imagem que passam. Segundo Naomi Wolf em seu livro O mito da beleza (2020, p.12) “hoje as imagens de beleza são simplesmente inventadas por tecnologias digitais, além de serem destrutivos”. Plataformas como Tik Tok e o Instagram corroboram com a questão da beleza, tendo em vista que disponibilizam filtros para fotos onde mudam o formato do rosto, para o chamado rosto ideal, mexendo assim com a autoestima de milhões de pessoas bem como estimulando o uso do recurso à cirurgia estética. Pois, a “Indústria de cosméticos uma das que mais crescem lucrando cerca de US\$ 20 bilhões” (Wolf, p.35).

Ainda assim, apesar de recorrerem a cirurgias estéticas o medo de envelhecer é constante em mulheres de todas as idades. Naomi Wolf (2020):

Tanto as mais jovens quanto as mais velhas me falaram do medo de envelhecer; mulheres esbeltas e mulheres acima do peso comentaram o sofrimento decorrente de tentativas de atingir os ditames da magreza ideal; negras; não brancas e brancas- mulheres que pareciam ser modelos- admitiam saber, desde seus primeiros pensamentos conscientes, que o ideal era ser alta, magra, branca e loira, com um rosto sem poros, sem assimetrias nem defeitos; uma mulher totalmente “perfeita”, alguém que elas de algum modo percebiam que não eram. (WOLF, 2020, p. 13).

Com isso, percebemos que ainda a um estigma em relação à beleza feminina e que apesar dos avanços, o padrão de beleza ainda se perpetua em nossa sociedade. Somos consumidoras de produtos para nos deixarmos mais novas, creme antienvelhecimento, máscara faciais com argilas, chapinhas alisadoras e da própria moda que vestem as meninas como adultos e como profissionais do sexo desde cedo.

Figura 3 – Propaganda alimentícia marca Nestlé (1982).



Disponível em: <https://propagandasdegibi.wordpress.com/2013/10/16/galak-1982/>.

A presente peça publicitária foi desenvolvida com o intuito de vender o chocolate Galak, produzido pela marca Nestlé apresentada no tópico anterior. Ao ser publicado em Gibi, a propaganda tem por finalidade alcançar o mundo infantil.

Sendo assim, ao analisar os recursos imagéticos percebemos a princípio a presença de um barco que estaria navegando em alto mar, estariam presentes na

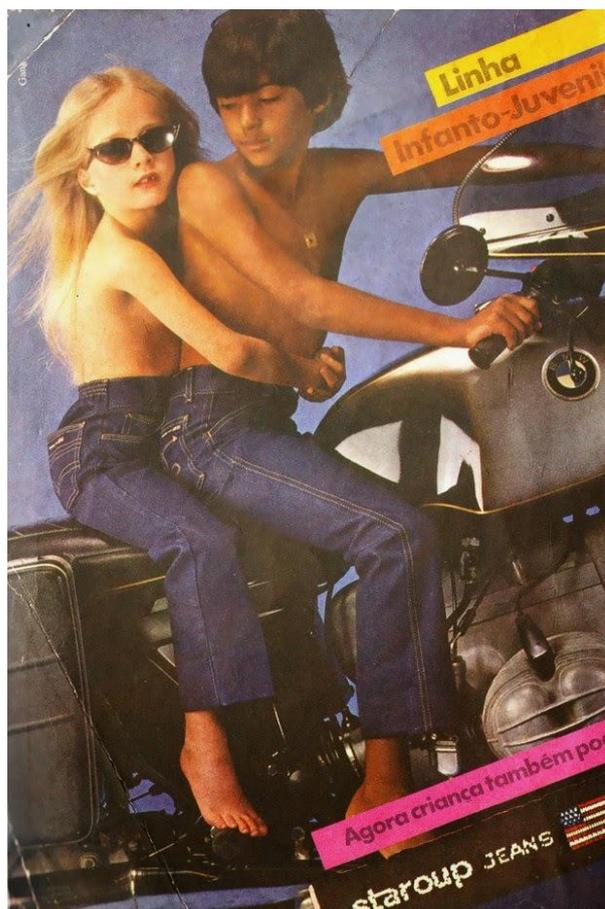
imagem seis tripulantes seriam quatro animais e duas crianças e um animal dentro de uma boia em alto mar. Ambas as crianças aparentam ter entre 5 e 6 anos de idade e estão com uma barra do chocolate Galak na mão.

Na peça publicitária aparecem dois textos os quais respectivamente são “você e a turminha Galak-Nestle fazem uma festa”, o que se refere às brincadeiras e diversão do mundo infantil, mas também dá a entender que para haver essa diversão faz-se necessário consumir o produto, pois, sem ele não seria divertido.

No seguinte texto, “Galak o branquinho gostoso” que seria o slogan do produto refere-se à importância do slogan nos produtos. Tendo em vista, que ao consumir tal produto a criança criará uma memória do momento que será relacionada ao texto presente na propaganda. Nesse caso, lembrara-se do determinado produto ao relacionar a frase “o branquinho gostoso”.

Além disso, está presente na propaganda a logomarca “Qualidade Nestlé”, a marca garantindo sua qualidade para adquirir mais clientes. No entanto, apesar de tratar-se de uma propaganda que visa o divertimento das crianças, ainda assim, as mesmas são vistas como consumistas pela peça publicitária e a marca que produziu além da ideia de felicidade ser possível somente se adquirir o produto.

Figura 4 – Peça publicitária Jeans Staroup (1980).



Disponível em: <https://propagandasdegibi.wordpress.com/2012/05/17/jeans-staroup-1980/>.

Ao analisar a peça publicitária percebemos que seu foco inicial é o público infantil. A peça apresenta duas crianças, uma garota branca e um menino moreno, ambos estão encima de uma moto, usando somente uma calça jeans, sem camisa e sapatos, sexualizando o corpo das crianças, tendo em vista que a menina está sem blusa, abraçada ao menino dando a entender que estariam em um “relacionamento” como também mostrando maturidade da parte dos dois, ou seja, se comportando como adultos. Peças publicitárias como essa de certa forma seria um prato cheio para pedófilos.

Nota-se que no texto publicitário presente “agora criança também pode” podemos relacionar ao fato da sociedade transformar as crianças em um alvo consumista desde cedo. Pois, agora ela também poderia usufruir das peças que antes eram confeccionadas somente para adultos e adolescentes. Ao perceber que as crianças estavam inseridas no mundo consumista, a marca muda o público-alvo e faz-se necessário o uso de uma nova propaganda para chamar atenção desse novo público.

Além disso, ao colocar uma garota loira com um menino moreno percebemos o efeito produzido dessa peça, promovendo a raça ariana em detrimento das outras. Tendo em vista, que ao circular no Gibi mencionado acima, o público alvo era da classe alta e branca, além disso, a própria marca detinha filial em países com discursos separatistas de raça, como os Estados Unidos e União Soviética.

Freitas e Kuhlmann Jr. (2002) apontam que “a história da infância seria então a história da relação da sociedade, da cultura, dos adultos, com essa classe de idade e a história da criança seria a história da relação das crianças entre si e com os adultos, com a cultura e a sociedade”. Sendo assim, ao sermos influenciados pela cultura que vemos ao nosso redor, ao entrar em contato com tal propaganda a criança ao utilizar o produto no seu ponto de vista, tornaria parte do mundo adulto.

#### 4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Como demonstrado no presente texto, a concepção de infância foi mudando no decorrer dos tempos. As primeiras discussões acerca do tema foram feitas pelo historiador medievalista Philippe Ariès, abrindo portas para uma discussão mais ampla sobre o tema, como demonstrando. Somente no século XVII foi possível pensar na criança separada do mundo adulto, o que conseqüentemente corroborou com a infância a qual conhecemos na atualidade, uma infância cercada de proteção e de cuidado, diferente da infância da Idade Média exposta neste trabalho.

Assim, este trabalho teve por finalidade retratar a sexualização dos corpos infantis através de uma abordagem midiática com análise de propagandas entre os anos 70 a 80, demonstrando as conseqüências da mídia afetando as vivências infantis, além de ressaltar os aspectos relativos ao tema da infância com a contextualização histórica do conceito de infância trazendo como base os estudos feitos pelo historiador medievalista Philippe Ariès.

Desse modo, o estudo mostrou que, ao longo do tempo, as crianças deixaram de ser vistas como a representação de “miniadultos”, tornaram-se sujeitos de sua própria vida, além de adquirir uma participação mais ativa na sociedade, principalmente a de consumo. Tendo em vista, que com o advento da contemporaneidade e o avanço tecnológico a participação infantil fez-se necessária na sociedade, pois, criou-se uma necessidade de novos desejos, recorrentes dos meios de comunicação em massa.

Assim, as peças publicitárias dos anos 70 e 80 tornaram as crianças alvo de consumo e de sexualização dos seus corpos, ao perceber que as mesmas já sabiam escolher seus próprios produtos, tendo em vista os conteúdos presentes nas propagandas utilizam dos corpos infantis para vendas mais eficazes, pois, as próprias propagandas moldaram-se de acordo com a sociedade e promovem discursos apelativos, uso de slogans que remetem ao produto, bem como imagens para chamar atenção dos consumidores.

Diante disso, a partir dos estudos que possibilitaram construir essa monografia, percebemos que apesar de leis e de maior proteção em relação à infância na atualidade, por estarem inseridas em um mundo de mídias sociais, as crianças têm acesso a propagandas e conteúdos inadequados para sua idade, pois, atualmente é difícil encontrar uma criança que não tenha um aparelho tecnológico ao

seu dispor, seja televisão, tabletes, celulares, entre outros. Sendo possível, ver vídeos de crianças com músicas de cunho sexual circulando na internet ou fotografias das mesmas com roupas inadequadas para sua idade. O que corrobora com as práticas de pedofilia presentes na sociedade e principalmente no meio tecnológico.

Ou seja, ao relacionar os estudos desenvolvidos pelo historiador medievalista Philippe Ariès percebeu que mesmo em épocas distintas as crianças ainda são alvo do consumo e da necessidade de estar inserido no mundo adulto para que detenham certo respeito na sociedade e que não é somente promulgar leis de proteção a infância, mas que coloquem em prática junto com a ajuda da família, tendo em vista, que o contato das crianças com o aparelho tecnológico começa de casa ao colocar vídeos para recém-nascidos dormem, assim a criança tem contato com os meios de comunicação em massa antes mesmo de formarem sua consciência, pois, o sujeito é influenciado pelas ideologias e discursos, nesse caso as peças publicitárias, e tecnologia.

Neste sentido, a relevância deste estudo se apresenta na possibilidade de trazer à tona reflexões no campo historiográfico que expandem as discussões acerca dos conceitos de infância de acordo com cada época, como também os perigos do acesso infantil aos meios de comunicação em massa e uma sociedade consumista. Além da importância de proteger a imagem infantil em peças publicitárias, para que não haja sexualização de seus corpos e nenhum proveito da indústria de prostituição infantil e da pedofilia. É no ato de identificar o problema, ao mesmo tempo em que conseguimos expô-lo que, conseqüentemente, conseguiremos subverter um status quo ultrapassado e que nunca deveria ter existido. Para além do moralismo ordinário e tacanho, perceber que a infância deve ser respeitada, entendida e, essencialmente, estimulada, não comercialmente e maneira manipulada, mas como algo natural, bonito é inerente a cada ser humano dotado de direitos constitucionais e urgentes para o desenvolvimento saudável e produtivo.

Por fim, o olhar atento ao passado com toda a sua carga de degeneração e obsolescência permite a não repetição de erros que nos levaram até aqui. O contexto de profunda repressão e realocação de valores reacionários manipulou em nosso país os corpos infantis em direção a um contexto de perdas praticamente

irreparáveis, cabe às novas gerações, a educação e ao enredo político uma reparação que possibilite a retomada de algo que nunca deveria ter sido maculado, o conceito de ser criança nas sua mais pura e bela significação.

## REFERÊNCIAS

ARIÈS, Philippe. **História social da criança e da família**/ Philippe Ariès; tradução Dora Flaksman. – 2. Ed. – Rio de Janeiro: Guanabara, 1986.

BUSS-SIMÃO, Márcia. **Antropologia da criança: uma revisão da literatura de um campo em construção**. Revista Teias, uma publicação eletrônica do Programa de Pós-Graduação em Educação- ProPEd/ UERJ. Capa > v.10, n. 20 (2009). Disponível em: <https://www.e-publicacoes.uerj.br/index.php/revistateias/article/view/24077/17046>. Acesso em: 20 out. 2022.

BRASIL. Lei de Diretrizes e Bases da Educação Nacional, **LDB. 9394/1996**. BRASIL.

CAMPOS, Eduarda Lins de Albuquerque. **A representação do corpo na modernidade: especificidades na publicidade**. Monografia apresentada à Faculdade de Ciências Sociais Aplicadas-FASA, curso de Comunicação Social, Brasília, 38 folhas, 2007.

CARDOSO, Luisa Rita. **Infância e direitos humanos na ditadura civil-militar brasileira**. 4tas Jornadas de Estudios sobre la infancia: Lo público en lo privado y lo privado en lo público. Actas on-line. ISBN 978-950-658-370-5, pp. 546-563, Buenos Aires, Argentina. 2015. Disponível em: <https://www.aacademica.org/4jornadasinfancia/47.pdf>. Acesso em: 20 out. 2022

CASTRO NETTO, David Antônio de Castro. **Consumo e conservadorismo: uma análise da propaganda brasileira durante a ditadura militar**. Revista História e Cultura, Franca, v. 5, n. 3, p. 243-266, dez. 2016. Disponível em: <file:///C:/Users/ACER/Downloads/Dialnet-ConsumoEConservadorismo-6077366.pdf>. Acesso em: 20 out. 2022.

CASTRO NETTO, David Antônio de. **“Nossos comerciais por favor!”: ditadura militar e propaganda no Brasil** / David Antônio de Castro Netto. – Curitiba, 2018. 250 f. Tese (Doutorado) – Universidade Federal do Paraná. Setor de Ciências Humanas, Programa de Pós-Graduação em História. Curitiba. 250 folhas, 2018.

CEZIMBRA, M. **Comportamento: a erotização precoce da infância**. O Globo. Rio de Janeiro, 30 de maio de 1999.

COHN, Clarice. Antropologia da Criança/ Clarice Cohn. –Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed, 2005.

DELGADO, Ana Cristina Coll. **Sociologia da infância: pesquisa com crianças**. Educ. Soc., Campinas, vol. 26, n. 91, p. 351-360, Maio/Ago. 2005. Disponível em: <https://www.cedes.unicamp.br/>. Acesso em: 20 out. 2022.

FELIPE, J. GUIZZO, B. S. **Erotização dos corpos infantis na sociedade de consumo**. Pro-Posições, Campinas, SP, v. 14, n. 3, p. 119–130, 2016. Disponível em: <https://periodicos.sbu.unicamp.br/ojs/index.php/proposic/article/view/8643865>. Acesso em: 20 nov. 2022.

FISCHER, Rosa Maria Bueno. **Televisão & Educação – fruir e pensar a TV**. Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2001.

FREUD, S. Análisis de la fobia de un niño de cinco años (caso Juanito). In: **Obras Completas**, v. 2. Madrid: Biblioteca Nueva, 1973.

JUNIOR, João Gomes. **O corpo na história: breve análise dos discursos sobre o corpo**. Revista Albuquerque, vol. 12, n. 23, jan. – jun. de 2020/ e-issn: 2526-7280. Disponível em: <file:///C:/Users/ACER/Downloads/Dialnet-OCorpoNaHistoria-7653352.pdf>. Acesso em: 25 out. 2022.

MELLO, Maria Eduarda Rocha e. **Do feitiço a banalização do mal: uma releitura de como a propaganda nazista influenciou a ascensão do antissemitismo na segunda guerra mundial**. Monografia apresentada à Faculdade Damas da Instrução Cristã – FADIC, curso de Relações Internacionais, Recife, 57 folhas, 2015.

MIOTELLO, Valdemir. Entre-tecendo a vida nos fios da linguagem. In: MIOTELLO, V. (org). **Fios ideológicos**. São Carlos: Pedro & João Editores, 2010, p. 7-10. O plural da infância: aportes da sociologia / Anete. Abramowicz... [et al.]. -- São Carlos: EdUFSCar, 2010. 118 p. – (Coleção UAB-UFSCar).

Revista Propagandas de Gibi. Anúncios old school publicados em gibi. **Canetinhas Sylvapen 100mm (1971)**. 27 março 2013. Disponível em: <https://propagandasdegibi.wordpress.com/2013/03/27/sylvapen-100mm-ou-as-famosas-canetinhas-1971/>. Acesso em: 15 nov. 2022.

Revista Propagandas de Gibi. Anúncios old school publicados em gibi. **Barbie Face (1983)**. Disponível em: 9 de julho 2013. <https://propagandasdegibi.wordpress.com/2013/07/09/barbie-face-1983/>. Acesso em: 15 nov. 2022.

Revista Propagandas de Gibi. Anúncios old school publicados em gibi. **Galak (1982)**. 16 outubro 2013. Disponível em: <https://propagandasdegibi.wordpress.com/2013/10/16/galak-1982/>. Acesso em: 15 nov. 2022.

Revista Propagandas de Gibi. Anúncios old school publicados em gibi. **Jeans Staroup (1980)**. 17 maio 2012. Disponível em: <https://propagandasdegibi.wordpress.com/2012/05/17/jeans-staroup-1980/>. Acesso em: 15/11/2022.

RORIZ, Caroliny Braz Mendes. **Um olhar sobre a linguagem das propagandas voltadas para o público feminino**. Monografia apresentada ao curso de Comunicação Social do Centro Universitário de Brasília, curso de Publicidade e Propaganda. Brasília 2013.

SARMENTO, Manuel Jacinto e Pinto, Manuel (1997). “As crianças e a infância: definindo conceitos, delimitando o campo”, in: M. Pinto e M. J. Sarmiento (Coord.), **As crianças: Contextos e identidades**. (9-30). Braga. Centro de Estudos da Criança da Universidade do Minho.

SILVA, Claudilene Rosa da. et al. **Erotização Infantil no Contexto Midiático**. Anuário Pesquisa e Extensão Unoesc Videira, 2019.

WARDE, J. **Repensando os estudos sociais de história da infância no Brasil**. Perspectiva, [S. l.], v. 25, n. 1, p. 21–39, 2007. DOI: 10.5007/%x. Disponível

em: <https://periodicos.ufsc.br/index.php/perspectiva/article/view/1495>. Acesso em: 20 nov. 2022.

WOLF, Naomi. **O mito da beleza**: como as imagens de beleza são usadas contra as mulheres/ Naomi Wolf; tradução Waldéia Barcellos, - 13 ed. – Rio de Janeiro: Rosa dos Tempos, 2020. 490 p.; 23 cm.