

ADULTIZAÇÃO DE MENINAS E INFANTILIZAÇÃO DE HOMENS: VIOLÊNCIA E MEDIATEZACÃO DO CORPO FEMININO

Julia Costa Cruz De Sá¹

Lays Vitória Aparecida Dos Santos Oliveira²

Raissa Estéfane Siqueira Silva³

Resumo: O presente estudo analisa, sob a perspectiva da Psicologia Social, os fenômenos da adultização de meninas e da infantilização de homens, compreendendo-os como processos interligados às dinâmicas de gênero, poder, mídia e violência simbólica. Trata-se de uma pesquisa de abordagem qualitativa, de caráter bibliográfico do tipo revisão integrativa de literatura, fundamentada em livros, artigos científicos e periódicos, utilizados para o levantamento e a análise dos dados. No que se refere aos resultados, observa-se que, ainda na infância, meninas são expostas a padrões estéticos e performativos que contribuem para a objetificação e a fragilização de sua constituição subjetiva, em contrapartida, homens, inseridos em uma lógica patriarcal, instigados pelas redes a cultivar a repressão emocional, favorecem a manutenção de comportamentos imaturos e, em alguns casos, violentos. Conclui-se que tais fenômenos refletem uma cultura que naturaliza a violência simbólica e reforça relações assimétricas de gênero, amplamente mediadas pela mídia e pelas redes digitais. Nesse sentido, torna-se fundamental o investimento em uma educação crítica, capaz de subsidiar políticas públicas que promovam relações mais equânimes e saudáveis desde a infância.

Palavras-chave: Adultização. Infantilização. Gênero. Violência. Mediatização.

Abstract: This study analyzes, from the perspective of Social Psychology, the phenomena of the adultification of girls and the infantilization of boys, understanding them as processes interconnected with the dynamics of gender, power, media, and symbolic violence. It is a qualitative, bibliographical research study of the integrative literature review type, based on books, scientific articles, and periodicals used for data collection and analysis. Regarding the results, it is observed that, even in childhood, girls are exposed to aesthetic and performative standards that contribute to the objectification and weakening of their subjective constitution; conversely, boys, embedded in a patriarchal logic, are instigated by social networks to cultivate emotional

¹ Graduanda do Curso de Psicologia da Faculdade Doctum de João Monlevade MG:
aluno.julia.cruz@doctum.edu.br.

² Graduanda do Curso de Psicologia da Faculdade Doctum de João Monlevade MG:
aluno.lays.oliveira@doctum.edu.br.

³ Graduanda do Curso de Psicologia da Faculdade Doctum de João Monlevade MG:
aluno.raissa.silva@doctum.edu.br.

repression, favoring the maintenance of immature and, in some cases, violent behaviors. It is concluded that such phenomena reflect a culture that naturalizes symbolic violence and reinforces asymmetrical gender relations, largely mediated by the media and digital networks. In this sense, investment in critical education becomes fundamental, capable of supporting public policies that promote more equitable and healthy relationships from childhood.

Keywords: Adultification. Infantilization. Gender. Violence. Mediatization.

1 INTRODUÇÃO

A infância, no imaginário social, é tradicionalmente associada à magia, à pureza e à inocência, sendo concebida como uma fase fundamental para a formação do sujeito nas etapas posteriores da vida. Contudo, essa concepção tem sido modificada, tornando comum a presença de crianças em ambientes que estimulam comportamentos adultos.

Para além de um simples desajuste etário, a adultização infantil configura-se como um sintoma cultural, revelando formas específicas de poder, consumo e circulação do desejo. Nesse horizonte, é possível articular a infantilização de homens, que frequentemente imbricada em espaços virtuais como a “machosfera”, carregam e perpetuam discursos opressivos sustentados por diferentes identidades pautadas no sexismo e na naturalização de práticas dominantes.

Diante desse cenário, que volta a ganhar visibilidade, surge a seguinte indagação: como a Psicologia, sob uma perspectiva social, pode contribuir para a compreensão dos efeitos da adultização das meninas e da infantilização dos homens, considerando as relações de poder e violência propagadas pela mídia na construção e objetificação do corpo feminino?

Nesse sentido, o trabalho tem como objetivo analisar os efeitos psíquicos de ambos os fenômenos, investigando a união dessa problemática às questões sociais relacionadas ao gênero, à mediatização e à violência ao público feminino infantil. Além disso, a intenção do estudo é discutir os conceitos de adultização e infantilização, com ênfase na constituição da identidade, elucidando o vínculo entre adultizar e erotizar, bem como, averiguando a infantilização masculina como um movimento que sustenta

desigualdades de gênero, por meio das redes digitais e das ações simbólicas no cotidiano.

A partir disso, urge uma reflexão crítica que articule as dimensões psíquicas, sociais e culturais acerca da adultização de meninas e infantilização de homens, apresentando a educação como um espaço estratégico para o enfrentamento das discriminações, através de alternativas que proporcionem laços sociais saudáveis, pautados numa reflexão crítica do momento presente. Em suma, esse artigo visa contribuir para o aprofundamento do conhecimento sobre as desigualdades de gênero e das sutis formas de violências introjetadas desde a infância, subsidiando possíveis práticas e políticas públicas que visem à transformação dessa realidade.

2 MÉTODO

A presente pesquisa adota uma abordagem qualitativa, de caráter bibliográfico, fundamentada em fontes secundárias disponíveis tanto em meio físico, quanto digital (Tachizawa e Mendes, 2015). Para isso, a revisão bibliográfica envolve a utilização de materiais já publicados, como livros, artigos científicos, periódicos, teses e dissertações, possibilitando uma compreensão crítica e teoricamente robusta acerca do fenômeno investigado (Gil, 2017).

No presente estudo, os procedimentos metodológicos baseiam-se em uma revisão integrativa da literatura, conduzida a partir de seis etapas, sendo: 1. Elaboração da pergunta norteadora; 2. Definição da estratégia de busca e seleção das produções; 3. Coleta e organização dos dados; 4. Análise crítica dos estudos incluídos; 5. Interpretação e discussão dos resultados; e 6. Apresentação da revisão (Souza, Silva e Carvalho, 2010).

O processo de seleção do material será realizado em bases de dados acadêmicas, como o PePSIC, Scielo e Periódicos CAPES, utilizando descritores combinados, tais como: “psicologia” e “adultização”; “gênero” e “adultização precoce”; “infantilização masculina” e “psicologia”; “adultização” e “machosfera”. Como critérios de inclusão, serão consideradas publicações dos últimos dez anos (2015 até os dias atuais).

Como critérios de exclusão, serão descartados textos que não apresentam discussões teóricas relevantes para a temática investigada. Após a seleção, os estudos serão organizados e classificados por categorias, garantindo a sistematização dos dados e a clareza na análise (Gil, 2023).

A interpretação, conduzida por meio de uma leitura aprofundada, irá considerar como foco central a relação entre conceitos da psicologia baseados na identidade, identificações afetivas, discursos endereçados para o social, oferecendo um panorama do contemporâneo capaz de atualizar, desenvolver e contribuir para o avanço da investigação científica, sem intenção de esgotar o assunto (Bocato, 2006).

3 REFERENCIAL TEÓRICO

A discussão sobre a adultização de meninas e a infantilização de homens emerge no campo das ciências humanas como um fenômeno envolto a práticas sociais e processos culturais. Inicialmente, torna-se necessária uma contextualização histórica e sociológica das próprias categorias de infância e de adultez, para compreendê-las não apenas como estágios biológicos, mas como etapas da vida em constante transformação.

Inicialmente, tratando-se da infância, é notório que está nem sempre apresentou contornos definidos ou reconhecimento quanto a garantia de direitos ao compará-la aos dias atuais. Conforme Ariès (1978), na Idade Média não havia a compreensão da infância como uma etapa distinta, o pequeno passava a ser integrado aos costumes adultos ao adquirir mínima autonomia, marcando a ausência da criança em suas particularidades, atitudes que refletiam na própria organização social da época.

Partindo desse pressuposto, Postman (1999) defende que a condição de ser criança se constituiu como uma invenção cultural, nesse sentido foi preciso estabelecer um monopólio do saber, convocando a separação entre o universo adulto e o infantil por intermédio da tipografia. Assim, a aprendizagem da leitura passou a funcionar como um rito de passagem, de modo que “ser adulto implicava ter acesso a segredos culturais codificados em símbolos não naturais” (Postman, 1999, p. 27).

Nessa perspectiva, a sutil linha de segredos não tornou a criança uma mera receptora da cultura, mas sim, um ser ativo e atento aos estímulos adultos. Para Bauman (2008), na infância, antes mesmo de dominar a leitura os pequenos já vivenciam a “dependência das compras”, haja vista que são submetidos a lógica de consumo, na qual “[...] todo mundo precisa ser, deve ser e tem que ser um consumidor por vocação” (Bauman, 2008, p.73).

O entrelaçamento da mídia ao social, abriu espaço para a ausência de limites do que é permitido e acessado pelas crianças, essa questão comumente associada ao surgimento da criança-adultizada e em paralelo, o adulto infantilizado, pode ser observada antes dos anos 2000, período em que o público kids se tornou alvo de constantes investidas publicitárias. Conforme o documentário de Estela Renner, “Criança, a Alma do Negócio” (2008)⁴ os veículos de comunicação, especificamente a televisão, vislumbrou pequenos sujeitos em grandes consumidores, e sutilmente, eles se tornaram produtores de seus produtos.

A relação entre consumo e mídia contribuiu para tornar “[...] cada vez mais presente a ideia da infância como objeto a ser apreciado, desejado e exaltado, numa espécie de ‘pedofilização’ generalizada da sociedade” (Felipe e Guizzo, 2003, p. 124). Nesse contexto, o infantil passa a ser amplamente explorado por discursos mercadológicos, gerando uma tensão que desencadeou estudos sobre a adultização, devido a antecipação de responsabilidades e a exposição indevida (Rocha e Ferreira, 2023).

Para Gebert (2019), desde o início da vida social feminina há uma intensa circulação de informações e conteúdos midiáticos, que impõem padrões sobre o que vestir, consumir e como se comportar para alcançar um ideal de feminilidade. Essa pressão contribui para que muitas meninas passem a moldar sua identidade a partir dessas expectativas externas, favorecendo processos de auto objetificação, sentimento de insegurança e vulnerabilidade emocional (Fredrickson e Harrison, 2005).

⁴ CRIANÇA, a alma do negócio. Produção: Estela Renner e Marcos Nisti. São Paulo: Maria Farinha Produções, 2008. Disponível em: <<https://youtu.be/ur9llf4RaZ4>>. Acessado em: 02 mar 2026.

De fato, o corpo feminino resiste a décadas as exigências e idealizações coletivas, segundo Zurbriggen et. al (2010) na infância a plasticidade natural contribui para a formação identitária do ser humano, justamente nesse período, as meninas sob a mira das expectativas alheias, se tornam mais suscetíveis aos meios de comunicação que veiculam mensagens deturpadas sobre gênero e sexualidade. Ademais, ao abordar o conceito de gênero, nota-se que está diretamente relacionado aos significados sociais atribuídos ao ser mulher ou homem, compreendendo que ambos se encontram submersos em múltiplas instâncias sociais.

Todavia, muitas ideias e práticas incorporadas pela superioridade masculina passam a ser naturalizadas no cotidiano social, configurando-se como uma manifestação de violência simbólica que incide sobre as meninas e favorece a docilização de seus corpos. Para Foucault (1989) o termo “docilização” é usado para explicar os mecanismos que moldam e regulam os sujeitos através da disciplina, a fim de organizar e controlar determinados comportamentos e produzir seres mais obedientes, produtivos e previsíveis.

Logo, “o corpo humano entra numa maquinaria de poder que o esquadriha, o desarticula e o recompõe” (Foucault, 1989, p. 119), condição semelhante ao que se concretiza no corpo feminino, que está sob controle de uma rede de poderes que o modela e dita regras para reorganizá-lo socialmente. Do outro lado, a infantilização de homens é reforçada pela lógica patriarcal que usa da violência simbólica, para se infiltrar nas relações e naturalizar valores e concepções estabelecidas por meio da subjugação e submissão.

3. 1 A Menina Adultizada: Infância e erotização

De fato, a adultização não é uma questão recente, já que se trata de algo que se consolidou ao longo da história e hoje se reproduz. Conforme salienta Kalamar e Castilhos (2020), o período da infância é marcado pelas concepções psicológicas e morais adquiridas e internalizadas, assim, a criança acumula o que vê, o que sente, o que ouve, e todo material se torna caldo perceptivo-cultural que auxiliará na construção de seu repertório de vida (Smolka, 2009).

Para Silva (2014), essa geração submetida a estímulos precoces, é classificada como KGOY (Kids Growing Older Younger). Os KGOY's, advindos da antecipação não emergem de uma escolha autônoma e consciente, mas surgem como um resultado da estratégia deliberada de segmentação de mercado, que gera uma categoria exclusiva, nomeando-os como 'tween' e incentivando a consumir produtos exclusivos do universo adulto (Ferreguett, 2014).

Nesse contexto, torna-se evidente como o corpo feminino infantil passa a ser atravessado por múltiplas pressões que o convoca a desempenhar papéis sociais precocemente, muitas vezes ligados à estética, à performance e à sexualização. Conforme destacam Oliveira, Silva e Paschoal (2020), os fenômenos da adultização e da erotização incidem diretamente na constituição da identidade sexual.

Nessa perspectiva, adultizar implica a erosão das fronteiras geracionais, antecipando modos de ser e de se posicionar no mundo, enquanto a erotização, emerge como uma expressão dessa antecipação, marcada pela exposição precoce de conteúdos e significados associados à sexualidade. É válido, esclarecer que erotização é diferente de sexualidade infantil, pois ao falar de sexualidade compreende-se que não pode ser condicionada aos aspectos biológicos, genitais, divergindo da concepção adulta, onde o prazer vivenciado na descoberta do próprio corpo, do desejo e da fantasia, proporcionando a criança novas experiências (Freud, 1911).

Do mesmo modo, o Guia de Orientação sobre a Prevenção à Sexualização Precoce na Primeira Infância publicado pelo Ministério da Cidadania, enfatiza a sexualidade como algo transversal à vida, sendo um processo inerente ao sujeito, todavia, a sexualização é definida como não natural, derivada por estímulos externos, grande parte das vezes, advindo de um adulto (BRASIL, 2022).

As explorações do corpo veiculadas pela mídia, torna-se ainda mais visível em contextos como o das celebridades mirins e dos influenciadores digitais infantis, espaços que legitimam determinadas condutas delegando à criança o ônus de lidar com o peso do sucesso e a responsabilização por seu público.

Um exemplo recente que tem ganhado notoriedade é o documentário *Pretty Baby: Brooke Shields* (2023)⁵, que revisita a trajetória da atriz Brooke, marcada pela precoce sexualização. Inserida desde muito cedo sob os holofotes, a jovem foi exposta a uma intensa objetificação, gradualmente foi transformada em símbolo sexual e direcionada a papéis que extrapolavam sua idade, estreando no cinema aos 13 anos, interpretando uma jovem num contexto de prostituição.

Essas experiências vivenciadas por Brooke Shields (2023), escancaram as negligências e as vulnerabilidades que atingem grande parte das meninas nas redes sociais. Diante das telas, muitas passam a buscar validação por meio da aparência e da visibilidade, sendo, por vezes, submetidas a diferentes formas de violência, sem sequer compreender plenamente o que está em jogo nessas situações.

Para além dessa obra, produções polêmicas como *The Cuties* (2020), *Inocência Roubada* (2016) ou *Pequena Miss Sunshine* (2006), evidenciam, cada uma a seu modo, trajetórias de meninas que sofreram intensas pressões estéticas e, em alguns casos, erotização durante a própria gravação.

Ao trazer à tona essas narrativas, se expõem os dilemas que circulam o gênero feminino, ditando as mulheres meninas seu lugar social, seu espaço de pertencimento e seu grupo. “O gênero é a estilização repetida do corpo, um conjunto de atos repetidos no interior de uma estrutura reguladora altamente rígida, a qual se cristaliza no tempo para produzir a aparência de uma substância, de uma classe natural de ser” (Butler, 2010, p. 59).

Com base nisso, o gênero feminino foi estruturado no imaginário coletivo como um ser sensual, carecendo de sua manifestação desde a infância, e a menina, inserida nesse contexto regulador, é submersa em diretrizes que a colocam na posição subordinada, conduzida de tal maneira que sua posição quando internalizada vira uma verdade absoluta, pois é fortemente reiterada pela mídia e pelos adultos.

É preciso compreender que a sexualidade feminina está inserida nessa “cilada” de gênero, que estabelece diferenças entre homens e mulheres num ciclo de

⁵ PRETTY Baby: Brooke Shields. Direção: Lana Wilson. Produção: ABC News Studios. Estados Unidos: Hulu, 2023. Disponibilizado na DisneyStar.

dominação (Santos, 2004). Ciente que ser denominada mulher, certamente não é tudo o que esse alguém é, Butler (2010) enfatiza que a desigualdade de gênero opera num cerco para condicionar o ser- mulher num sujeito “viável” para a sociedade, em outras palavras, capaz de ser governada.

Bourdieu (1999) acrescenta nessa discussão que o corpo feminino é historicamente moldado por normas sociais que impõem limites simbólicos, ao afirmar que a feminilidade é construída pela arte de “se fazer pequena”, aponta como as meninas são educadas para ocupar espaços restritos, tanto física quanto subjetivamente, internalizando comportamentos de contenção, submissão e vigilância.

Dessa forma, a dominação masculina se perpetua por meio de mecanismos sutis e invisíveis que condicionam gestos, movimentos e modos de existir, essa lógica reproduzida para as meninas, visa ensiná-las a acreditar que um determinado corpo, roupa, são corretos para alcançar a aprovação social, assim, ao invés de torná-las fortes, condicionam a serem objetos viáveis e governados.

Conforme Bourdieu (1999), essa é a ideia da cultura androcêntrica, constituir as mulheres como objeto simbólico, cuja noção de ser-percebida produz efeito de colocá-las em permanente estado de insegurança corporal, de dependência simbólica, com a intenção de que elas existem primeiro pelo, e para, o olhar dos outros, se tornando objetos receptivos, atraentes e sempre disponíveis.

Tal perspectiva converge com as reflexões de Wolf (2018) acerca do mito da beleza, segundo o qual os ideais de feminilidade socialmente impostos funcionam como dispositivos de controle sobre a subjetividade feminina, naturalizando processos de estereotipação e erotização e delineando, de forma precoce, modelos de beleza e de mulheres socialmente desejáveis.

Logo, essa articulação possibilita adotar uma postura crítica diante das práticas e normas sociais de gênero na constituição subjetiva, que incidem sobre os modos de desejo, pois nessa dinâmica, o desejo acaba sendo confundido com dominação, e a inocência é sexualizada como forma de reafirmação do controle simbólico sobre o

feminino, fazendo com que a adultização pareça algo esperado, quase inevitável, “na ordem das coisas”, como problematiza Bourdieu (Bourdieu, 1999, p. 17).

Essa dinâmica pode ser compreendida por Ferenczi (1992) para quem, a criança, em seu estado de desamparo, tenta sobreviver psiquicamente identificando-se com o modelo adulto que lhe é imposto. Nessa inversão, a prematuração produz um sentimento difuso de culpa e fragmentação, onde a criança passa a mimetizar condutas sexualizadas para garantir o afeto e a aprovação desse adulto, mesmo sem possuir estrutura psíquica para elaborar o peso simbólico de tais atos.

3.2 Corpos femininos em disputa: Mídia, poder e violência

Os corpos, compreendidos como construções sociais, são continuamente moldados pela velocidade de circulação de imagens que vinculam padrões de beleza à promessa de felicidade. Nesse contexto, instaura-se uma espécie de “comercialização” da aparência, na qual a realização pessoal é apresentada como algo alcançável por meio da conformidade estética (Venturini et al., 2020). Desse modo, as grandes mídias e os algoritmos passam a operar como agentes que transformam essa promessa em uma dinâmica incessante, em que a satisfação se torna sempre provisória, sendo rapidamente substituída por novas demandas de consumo (Brunelli et al., 2019).

Nesse cenário, o público feminino jovem destaca-se como um dos mais impactados por essa lógica, ao vivenciar uma busca contínua por ideais de imagem muitas vezes inatingíveis. Influenciadas pela oferta constante de produtos e procedimentos estéticos, essas jovens tendem a se tornar mais vulneráveis a processos de comparação social, à auto-objetificação e ao desenvolvimento de sintomas depressivos (Oliveira et al., 2020).

Com base nisso, à luz da perspectiva foucaultiana, a mídia como um poder se exercer de forma difusa, por meio da produção de saberes e da normalização dos comportamentos (Foucault, 2009). Tais dinâmicas alcançam meninas ainda em fase de constituição subjetiva que, por não disporem de recursos críticos para problematizar o que consomem, assumem esses discursos como verdades absolutas.

Ao colocar o corpo feminino em debate, percebe-se que ele não se constitui de forma livre. Para Bauman (2008), a tentativa de atender às exigências do mercado gera um estilo de vida marcado por insegurança e ansiedade, uma vez que os corpos são transformados em mercadorias submetidas à necessidade de validação constante. O corpo está, portanto, imerso em relações de poder que o operam e adestram, impondo limitações, proibições ou obrigações (Foucault, 1989).

Historicamente, conforme aponta Souza (2016), as primeiras representações da figura feminina emergem a partir de uma perspectiva marcada pela dominância masculina, evidenciada pelo estereótipo do homem das cavernas, frequentemente retratado segurando um pedaço de madeira enquanto arrasta uma mulher pelos cabelos, sendo essa construção amplamente difundida por filmes e desenhos animados, que associam de forma sarcástica as origens da vida em sociedade à submissão feminina.

Nesse sentido, observa-se que as práticas sociais operam sob a hegemonia do olhar masculino e, embora tais representações tenham passado por transformações ao longo do tempo, a mulher ainda é posicionada como objeto de desejo em detrimento da sua visão como sujeito da própria história (Boris e Cesídio, 2007).

Essa dominação é um exemplo paradigmático da violência simbólica formulada por Bourdieu (1999), um poder invisível exercido com a cumplicidade silenciosa de quem a ele está sujeito. A mídia, como aponta Foucault (1989), não apenas reflete a realidade, mas a produz, estabelecendo normas e definindo o que é aceitável ou desviante.

Considerando que as crianças também ocupam um lugar estratégico na lógica de consumo, as meninas acabam se tornando um foco privilegiado dessas dinâmicas, pois desde cedo expectativas incidem sobre a construção da sua relação com o próprio corpo. Um dos reflexos mais evidentes desse processo é o surgimento de crianças cada vez mais preocupadas com cuidados corporais e com a aparência, antecipando inquietações que estariam associadas a vida adulta (SEBRAE, 2015).

As meninas se tornam consumidoras ativas e exigentes, ao possuir acesso constante as referências de moda por meio da internet, de conteúdos midiáticos e das interações no ambiente escolar (SINDIVEST, 2015). Tal influência é ainda mais sensível quando se considera o desenvolvimento cognitivo infantil, para quem Blosser e Roberts (1985), salientam que a compreensão da intenção persuasiva da publicidade tende a emergir, apenas entre os 7 e 8 anos.

Nesse contexto, embora existam legislações que buscam restringir o marketing infantil, tais medidas não surgem de forma arbitrária, mas respondem a impactos psicológicos já evidenciados na vida de crianças e de suas famílias. Isso se deve, sobretudo, ao caráter oportunista dessas estratégias, que incidem diretamente sobre desejos, processos de identificação e modos de ser próprios da infância (Castilhos; Leandro, 2018).

Diante desse cenário, o consumo passa a integrar a própria dinâmica de socialização infantil, uma vez que as crianças, enquanto sujeitos inseridos na cibercultura, são atravessadas por forças econômicas, simbólicas e midiáticas. É nesse contexto que se intensifica a tensão em torno da adultização, processo pelo qual a mídia difunde a figura da “menina-mulher”, tensionando e, muitas vezes, borrando os limites entre a infância e a construção do corpo feminino.

Quando crianças são socializados de forma desigual, as meninas são incentivadas a agir como “mocinhas”, se cuidar, se conter e investir continuamente na própria imagem e na disponibilidade emocional, ensinadas por táticas de silenciamento, violência simbólica e controle do desejo. Logo, tornando-se urgente a promoção de diálogos horizontais acerca da desconstrução dessas ideias enraizadas, para vencer o medo, a vergonha e a culpa, e possibilitar que meninas e mulheres, construam conhecimentos sobre si (Guimarães, 2019).

Na busca de gerar novas formas de relação com o próprio corpo, permitindo que ele deixe de ser apenas um “corpo-para-o-outro” e passe a ser vivido como um corpo próprio. Afinal, os conceitos cerca da menina-mulher são marcados pela fragilidade das certezas, pela instabilidade quanto ao futuro, invadida constantemente pela sensação de insegurança, que incide sobre o próprio eu e social (Bauman, 2001).

3.3 Da Machosfera à infantilização masculina

À luz dessas reflexões, é válido observar como estruturas culturais e o imaginário social continuam a operar na manutenção de relações desiguais de poder, onde frequentemente o corpo feminino, inclusive o infantil, é alvo de normatização, controle e objetificação. Considerando a partir disso que a adultização das meninas e a infantilização dos homens, se encontram interligados a outras dinâmicas contemporâneas, como a hipervalorização estética, a hiperconectividade, e em especial, a intensificação midiática e o patriarcado.

Nesse sentido, essa infantilização fundamentada primordialmente no que Hooks (2025) caracteriza como o primeiro ato de violência do patriarcado, manifesta diferentemente da adultização ao cultivar na sociedade masculina a automutilação psíquica, exigindo dos homens certa adequação ao modelo de dominância, a partir do silenciamento emocional desde a infância, pontuando a supressão de sentimentos como forma de atender e pertencer os padrões hegemônicos culturais (Hooks, 2025).

Compreende-se que esse processo pode agir de forma coercitiva na medida em que realiza uma "amputação" dos afetos, visando consolidar bases da imaturidade estrutural cujos atos infantis podem se estender por longos período, senão por toda vida. Kimmel (2008) identifica esse fenômeno como "Guyland", o caracterizando como um estágio de juventude prolongada no qual as responsabilidades adultas são adiadas, e a identidade masculina é constantemente validada pelo temor da humilhação entre pares.

Como resultado, observam-se tanto performances marcadas por comportamentos pueris quanto rupturas significativas no desenvolvimento de competências relacionais necessárias a uma vida adulta funcional. Já que a transição para a adultez pressupõe a integração da vulnerabilidade, elemento frequentemente desvalorizado nesse modelo.

É notório que tal dinâmica contribui para a construção de uma autoimagem fomentada historicamente pelo patriarcado, para quem Boris e Cesídio (2007)

retomam que, o homem tinha o direito de controlar a vida da mulher como se ela fosse sua propriedade, com rígidas diferenças em relação ao gênero masculino.

Assim, o "direito agravado" que menciona Hooks, pode ser traduzido como um ressentimento masculino diante da autonomia feminina, encontrando em grupos de comunidades como a machosfera, um ecossistema digital no qual acredita acolher as fragilidades vivenciadas, convertendo-as em agressividade (Hooks, 2025).

Segundo Simone de Beauvoir (1980), enquanto o termo "macho" é ostentado com orgulho como símbolo de virilidade, o epíteto "fêmea" é utilizado para confinar a mulher à sua animalidade, servindo como ferramenta de desprezo. Essa hostilidade busca justificativa na biologia para validar uma hierarquia de poder, contexto no qual o corpo feminino torna-se o principal *locus* de controle (Pereira; Cardoso 2018).

Nesse sentido, vale considerar a ideia de que o meio cultural impositivo gera uma cisão no eu autêntico, desencadeando a necessidade de performance, orientada pela dominação. Dessa forma, “o termo ‘violência patriarcal’ é útil porque, diferentemente da expressão ‘violência doméstica’, mais comum, constantemente lembra o ouvinte que violência no lar está ligada ao sexismo e ao pensamento sexista, à dominação masculina” (Hooks, 2025, p. 96).

Esse tipo de violência baseada na crença de que, dentro de um grupo um indivíduo tido como o mais poderoso, pode controlar os demais pela imposição de força coercitiva (Hooks, 2025). Sob essa lógica, Bourdieu (1999) salienta que essas manifestações da violência por via simbólica é uma estratégia, que colabora para a manutenção de um poder mascarado e entremeado nas relações e nas concepções de mundo dos indivíduos.

De fato, a infantilização masculina pode ser analisada como um efeito de processos sociais amplos, direcionada a uma desumanização que ecoa de forma brutal, pois a mesma sociedade que castra a sensibilidade masculina é a que, institucionalmente, ignora a dignidade feminina, tratando o corpo da mulher como secundário ou invisível (Hooks, 2025).

Logo, esse elo patriarcal tende a favorecer formas de narcisismo que tornam os homens dependentes de validação externa e de relações assimétricas, vinculados

a padrões de funcionamento emocional imaturos, o que pode contribuir para a adesão a discursos de ódio em espaços como a machosfera.

Nesse contexto, enquanto as mulheres são sobrecarregadas com o trabalho emocional desde a infância, os homens são desonerados dessa dimensão, atrofiando a capacidade de lidar com a alteridade, e conseqüentemente, desdobrando nas dificuldades em lidar com a alteridade da mulher como sujeito de desejos e direitos.

A retórica presente na machosfera pode ser interpretada como uma tentativa de restaurar uma “autoridade” inexistente, percebida como perdida, funcionando como mecanismo no qual a raiva é frequentemente a única emoção socialmente validada para homens (Hooks, 2025).

Nesse contexto, a estrutura familiar também pode atuar como espaço de reprodução desses valores, as figuras de cuidado, inseridas nessa lógica podem, ainda que de forma não intencional, desencorajar manifestações de afeto em meninos e reforçar ideais de masculinidade baseados na força e no controle.

Como resultado, alguns indivíduos atingem a vida adulta com desejo de conexão, mas a frustração afetiva e a dificuldade de elaboração emocional não são trabalhadas de forma crítica, mas convertidas em ressentimento coletivo, frequentemente direcionado às mulheres, que passam a ser vistas não como sujeitos complexos, mas como responsáveis pelas próprias dores desses indivíduos (Hooks, 2025, p. 23).

Buscando comunidades como Incel (Involuntary Celibates), Red Pill (pílula vermelha), Black Pill (pílula preta), entre outros espaços, a fim de proporcionar identificações, já que se percebem ameaçados por transformações nas relações de gênero, cuja recusa está em aderir a modelos alternativos de masculinidade, disseminando a misoginia, discurso de ódio e violência (Rapp; Andersen, 2009).

Esses espaços são regulados por um “Código dos Caras”, sendo um conjunto de normas que desestimula a expressão de vulnerabilidade e reforça padrões rígidos de masculinidade (Rapp; Andersen, 2009). Nesse contexto, a identidade masculina é construída sob constante vigilância entre pares, no qual o medo da humilhação perpetua e passa ser um importante mecanismo de controle social (Kimmel, 2008).

Esse movimento revela uma lógica complexa, na qual a masculinidade fragilizada se reafirma por meio da exploração de vulnerabilidades socialmente construídas, evidenciando a naturalização de assimetrias de poder e a instrumentalização do corpo e da subjetividade de meninas e mulheres (Mariano, 2025).

O enfrentamento à machosfera e à infantilização masculina passa, necessariamente, por alfabetizar emocionalmente os homens e desconstruir a vigilância sobre os corpos femininos. Somente com o enfrentamento da violência de gênero, será possível reverter padrões tóxicos de masculinidade, rompendo com binarismo "mulher objeto" e "homem dominante" (Pongeluppe, 2016).

Logo, a superação desse impasse requer debates contemporâneos a fim de explorar o papel da mídia-educação de forma crítica frente as narrativas culturais que associam insensibilidade à virilidade em prol de uma educação interdisciplinar, (Bulger; Davison, 2018). Portanto, “[...] se a violência simbólica atrai um poder suplementar porque nela a violência é mascarada, ao contrário, sua força diminui quando sua máscara lhe é arrancada e ela é forçada a aparecer de cara limpa” (Terray, 2005, p. 307 *apud* Salvini et al., 2012).

4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

O presente trabalho fundamentou-se em sete estudos científicos relacionados ao tema investigado. A princípio cabe enfatizar que esse número de achados decorre da dificuldade em localizar produções que articulem de forma integrada as dimensões da adultização de meninas, da infantilização de homens e da influência da mídia, mesmo após buscas sistemáticas em bases acadêmicas e fontes oficiais.

Tal lacuna evidencia que, embora o tema venha sendo recentemente retomado, ainda carece de maior consolidação no campo científico, apontando para a necessidade de pesquisas mais abrangentes e metodológicas no contexto brasileiro, especialmente no que se refere à correlação entre esses fenômenos.

Na base de dados PubMed, não foram encontrados estudos correspondentes, já na plataforma SciELO, foram identificados 50 resultados no total, dos quais apenas 3 se mostraram adequados à proposta da pesquisa. Outro banco de dados analisado foi o Periódicos CAPES, que apresentou cerca de 20 trabalhos, sendo selecionados 3 pertinentes para compor o estudo, enquanto no acervo da PePSIC, foram encontradas 4 pesquisas, mantendo-se 1 para essa análise.

Destaca-se, ainda, o uso de cartilhas disponibilizadas pelo governo brasileiro referentes à saúde e ao desenvolvimento infantil, além de pesquisas voltadas ao uso das TIC's (Tecnologias da Informação e Comunicação) e das redes sociais. Esses estudos, especialmente a partir de 2019, passaram a analisar os impactos da sexualização precoce, bem como os riscos de violência infantil e de gênero no país, constituindo dados fundamentais para o fortalecimento desta pesquisa. Nesse sentido, a ampliação da busca por produções científicas e documentos oficiais mostrou-se essencial para a seleção das 8 investigações apresentadas no Quadro 1.

Quadro 1 Artigos selecionados para a revisão:

	Título	Autores	Ano
1	Da manosphere à machosfera: práticas (sub)culturais masculinistas em plataformas anonimizada	Andréa; Vilaça.	2021
2	Os Lugares da Infância nos Editoriais de Moda: Uma análise sobre a adultização da criança na sociedade do consumo	Oliveira; Silva; Paschoal.	2020
3	A adultização da criança na atualidade face à mídia influenciadora	Araujo; Niebuhr; Aguiar.	2019
4	Na frente das câmeras, por trás das telas: A adultização da infância no Instagram	Freitas; Russo; Barbalho; Medeiros; Silva.	2022
5	Infância na sociedade contemporânea um estudo sobre o processo de adultização infantil	Kalamar; Castilhos.	2020
6	Influência das mídias sociais no processo de erotização infantil: fator determinante para um processo precoce da adultização?	Sampaio; Carvalho; Nascimento; Ferreira.	2022
7	Machosfera no Brasil: desafios práticos e éticos na cobertura jornalística da misoginia nas redes sociais	Silva; Nascimento; Bertasso.	2025

Fonte: Autoria Própria

Em relação aos métodos de investigação, observa-se que todos os artigos analisados foram fundamentados em revisões de literatura. Nesse sentido, para facilitar a compreensão e a sistematização dos dados, tornou-se necessário apresentar as principais conclusões de cada estudo, as quais se apresentam no quadro a seguir.

Quadro 2 Características dos artigos

Artigo	Objetivos	Conclusão
1	Compreender a dinâmica transnacional da “manosphere” e as particularidades da “machosfera” brasileira, analisando suas relações com as Novas Direitas, a alt-right, as guerras culturais online e práticas masculinistas em plataformas digitais.	Conclui-se que a machosfera brasileira está inserida em uma dinâmica transnacional nas redes cujo momento apresenta guerras culturais online, exigindo maior aprofundamento teórico e investigativo sobre masculinidades, misoginia digital e os impactos socioculturais desses grupos na contemporaneidade.
2	Analisar criticamente as concepções de infância presentes nos editoriais de moda e avaliar se esses conteúdos contribuem para o desenvolvimento precoce da adultização infantil na sociedade de consumo.	Conclui-se que a indústria da moda e da propaganda contribui para o processo de adultização infantil ao estimular padrões consumistas e adultizados. O estudo, com base na Teoria Crítica, destaca a importância da família e da escola como espaços de reflexão crítica e enfrentamento às influências da indústria cultural sobre a infância.
3	Investigar a manifestação da adultização por meio da cultura midiática, compreendendo como esse fenômeno surgiu historicamente e como se apresenta na atualidade.	Conclui-se que a adultização infantil compromete o direito da criança de vivenciar plenamente a infância, substituindo experiências essenciais por preocupações e comportamentos adulto, defendendo a necessidade de resgatar o sentimento de infância.
4	Analisar as imagens e vídeos de crianças publicados no Instagram, entre os anos de 2020 e 2021, colaboram para processos de adultização infantil.	Conclui-se que a exposição infantil no Instagram contribui para processos de adultização precoce, favorecendo o enfraquecimento das experiências próprias e promovendo uma antecipação de comportamentos adultos.
5	Analisar os fatores que influenciam o fenômeno da adultização infantil e suas implicações para o desenvolvimento da infância.	O processo de adultização infantil compromete etapas fundamentais do desenvolvimento humano, podendo gerar prejuízos à criatividade, socialização e saúde emocional das crianças, além de antecipar experiências próprias da vida adulta.
6	Verificar a contribuição das mídias sociais na construção erotizada e adultizada da imagem do corpo feminino infantil.	Conclui-se que as mídias sociais atuam como fator determinante no processo de adultização infantil, contribuindo para o enfraquecimento da infância e deslocando crianças para posições marcadas por responsabilidades, decisões e padrões incompatíveis com sua faixa etária.

7	Investigar como a imprensa aborda a misoginia, a violência de gênero digital e o fenômeno da machosfera.	O estudo conclui que a cobertura jornalística brasileira ainda apresenta limitações práticas e éticas na abordagem da violência de gênero nas redes, demonstrando a necessidade de maior contextualização crítica sobre o crescimento dessa comunidade.
---	--	---

Fonte: Autoria Própria

Recentemente, dados da pesquisa TIC Kids Online Brasil (2024) revelam que 93% da população entre 9 e 17 anos utiliza a internet no país, correspondendo a aproximadamente 24,5 milhões de crianças e adolescentes. Esse cenário evidencia a ampla inserção das tecnologias digitais no cotidiano infantojuvenil e reforça as preocupações acerca do tempo excessivo de exposição às telas.

Embora a Sociedade Brasileira de Pediatria (SBP) recomende limites que variam entre uma e três horas diárias, de acordo com a faixa etária, observa-se que crianças brasileiras permanecem, em média, cerca de seis horas por dia diante de televisores, videogames e computadores (SBP, 2024).

Para Sampaio (et al., 2022) e Freitas (et al., 2022), a precocidade da infância é fortemente influenciada pelos meios digitais, uma vez que o uso excessivo de telas atua como um estimulador ilimitado e, muitas vezes, não regulado de comportamentos, valores e formas de sociabilidade. Nesse contexto, o celular é o principal dispositivo de acesso à internet entre usuários de 9 a 17 anos, dentre as atividades, percebe-se que assistir vídeos na internet (84%) e ouvir música online (42%), são as preferidas, evidenciando a centralidade das plataformas digitais no cotidiano infantojuvenil (TIC Kids Online Brasil, 2024).

Segundo dados do Comitê Gestor da Internet no Brasil (2022), o uso de redes sociais entre crianças e adolescentes de 9 a 17 anos aumentou de 68%, em 2019, para 78%, em 2021, demonstrando um crescimento expressivo do consumo digital no contexto pós-pandemia. Entre as plataformas mais acessadas destacam-se o YouTube, o Instagram e o TikTok, sendo este último apontado como um dos aplicativos de maior alcance entre crianças e adolescentes, chegando 34% dos usuários, conforme divulgado pela CNN Brasil (Tortella, 2023).

Esse cenário aponta como as mídias digitais passaram a ocupar um papel central nos processos de socialização e desenvolvimento infantojuvenil. Conforme discutem Araujo (et al., 2019), a intensa exposição as plataformas contribuem para o contato precoce com conteúdos voltados à skin care, consumo e performatividade, interferindo diretamente na construção subjetiva das crianças.

Nessa perspectiva, Oliveira, Silva e Paschoal (2020) evidenciam que a influência mercadológica direcionada ao público infantil tem se intensificado, especialmente nos setores da moda e da beleza, impulsionada pela ampla circulação de publicidades e propagandas nas mídias digitais. Os autores destacam que a lógica algorítmica dessas plataformas potencializa a disseminação de conteúdos consumistas e reforça ideais corporais e estéticos cada vez mais precoces, favorecendo processos de adultização da infância e consolidando a valorização da aparência como elemento central de reconhecimento e aceitação social.

Assim, ao considerar que a publicidade influencia aproximadamente 80% das decisões de compra relacionadas ao público infantil, percebe-se a consolidação do fenômeno denominado “comercialização da infância”, caracterizado pela formação de gerações mais orientadas pelo consumo, pela valorização de marcas e pela construção de identidades mediadas pelo mercado (Schor, 2009).

Nesse contexto, as crianças são consumidoras, mas também em sujeitos produtores e reprodutores de tendências, comportamentos e padrões culturais (Kalamar; Castilhos, 2020). No entanto, estudos de Butter et al. (1981), demonstram que crianças pequenas ainda apresentam dificuldades em compreender o caráter persuasivo da publicidade, cerca de 90% das crianças não conseguiram definir corretamente a função publicitária, interpretando-as como conteúdos divertidos ou desenhos exibidos na televisão.

Em contrapartida, entre as crianças mais velhas, 74% já conseguiam identificar corretamente a intenção persuasiva presente nas imagens publicitárias, evidenciando que essa compreensão está diretamente relacionada ao desenvolvimento cognitivo e crítico (Butter et al., 1981). Sampaio (et al., 2022), reforça o impacto da publicidade ao ultrapassar o universo infantil e alcança as dinâmicas de consumo familiar, para os autores, as estratégias mercadológicas transformam sutilmente a criança não

apenas como consumidoras, mas também como agentes influenciadores nas decisões de compra da família.

No Brasil, 71% das mães afirmaram estar dispostas a adquirir produtos de determinadas marcas em razão da preferência manifestada pelos filhos (TNS InterScience, 2007 apud Silva; Vasconcelos, 2012). De acordo com a declaração dos responsáveis, os filhos solicitaram algum item após ter tido contato com propaganda ou publicidade na Internet, como roupas e sapatos, equipamentos eletrônicos, comidas, bebidas ou doces e materiais escolares, maquiagem ou produto de beleza, incluindo moedas e dinheiro virtual para jogos (TIC Kids Online Brasil, 2024).

Nesse contexto, a indústria da moda e beleza tem identificado o público infantil como consumidor cada vez mais rentável, segundo o SEBRAE (2024), movimenta mais de R\$ 50 bilhões ao ano no Brasil, com marcas obtendo o faturamento de R\$ 31,2 bilhões em 2023. Uma pesquisa realizada pela The Benchmarking Company (2024), com mais de 2.000 pais de crianças entre 7 e 17 anos, revelou que 50% dos meninos e 69% das meninas manifestaram forte interesse em utilizar produtos de cuidados pessoais pela primeira vez aos 10 anos de idade ou menos.

Esses dados evidenciam a antecipação de práticas estéticas e de autocuidado associadas tradicionalmente ao universo adulto, a chamada “obsessão pela beleza” entre pré-adolescentes e adolescentes transforma-se, assim, em uma oportunidade lucrativa para as marcas, que passam a direcionar campanhas, produtos e discursos específicos para esse público (Oliveira; Silva; Paschoal, 2020).

Dados da Pretty Foundation (2019) apontam que 38% das meninas de até 4 anos já demonstram insatisfação corporal. Entre meninas de 9 a 10 anos, mais da metade afirma desejar perder peso, enquanto 36,58% relatam já ter realizado algum tipo de dieta. Nesse sentido, pesquisas apontam que a insatisfação corporal está presente em 92% das crianças avaliadas, predominando o desejo por silhuetas menores, enquanto a distorção da autoimagem foi identificada em 74% da amostra.

No Brasil, um estudo de Pinheiro (2003), realizado pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul e divulgado pela Revista Crescer, revelou que 82% das crianças entre 8 e 10 anos desejavam possuir uma silhueta diferente da própria. De

forma semelhante, pesquisa da organização britânica Girlguiding demonstrou que um quarto das meninas entre 7 e 10 anos já se sentem pressionadas a possuir um corpo considerado “perfeito”, enquanto 15% afirmam sentir vergonha da própria aparência (HYPENESS, 2016).

Dados da TIC Kids Online Brasil (2024) revelam que 73% das meninas entre 11 e 17 anos afirmaram ter sido impactadas por propagandas de maquiagem e produtos de beleza. Esse cenário acompanha a expansão do mercado global de maquiagem infantil, avaliado em aproximadamente US\$ 1,71 bilhão em 2026, demonstrando como a infância passou a ser explorada como um nicho lucrativo pela indústria cosmética. Nesse contexto, o fenômeno das “Sephora Kids”, se tornou uma tendência difundida nas redes sociais em 2025, onde crianças e pré-adolescentes compartilhavam rotinas de autocuidado utilizando produtos de marcas como The Ordinary, Drunk Elephant, Glow Recipe e Fenty Skin, popularizadas pela rede Sephora.

Esse movimento “Sephora Kids” representa uma expressão contemporânea da adultização infantil, marcada pela reprodução precoce de práticas de consumo e padrões estéticos incompatíveis com a infância. Conforme aponta Maria Mello (2025 apud Schnaider, 2025), esse fascínio pela beleza é impulsionado pela exposição contínua a conteúdos com forte apelo mercadológico, frequentemente disfarçados em trends e vídeos de influenciadores, assim, as crianças passam a desejar cosméticos e produtos de autocuidado em substituição a brinquedos.

Araujo (et al., 2019) apontam que essa problemática torna-se ainda mais alarmante ao considerar que o Estatuto da Criança e do Adolescente (ECA), o Código de Defesa do Consumidor (CDC) e a Resolução nº 163 do Conselho Nacional dos Direitos da Criança e do Adolescente (CONANDA) reconhecem como abusiva e ilegal a publicidade direcionada às crianças de até 12 anos no Brasil. Apesar disso, crianças e adolescentes seguem expostos diariamente a conteúdos digitais marcados por forte apelo mercadológico, sexualização precoce e ausência de regulamentação efetiva nas plataformas online.

Para Sampaio (et. al, 2022), bem como Kalamar e Castilhos (2020), a presença das mídias digitais ultrapassa os impactos relacionados ao consumo, levando a partir

da adultização correr riscos concretos à proteção e ao desenvolvimento infantojuvenil. Dados do relatório *Disrupting Harm in Brazil* (2026)⁶ lançado pela ECPAT International e a INTERPOL, revelam que, em apenas um ano, uma a cada cinco crianças e adolescentes brasileiros entre 12 e 17 anos foi vítima de exploração ou abuso sexual facilitados pela tecnologia, representando cerca de 3 milhões de meninas e meninos afetados por violência sexual online.

A pesquisa indica que 60% dos adolescentes entre 13 e 17 anos já sofreram algum tipo de assédio em jogos online multijogadores, enquanto 32% dos usuários mais assíduos, entre 15 e 17 anos, afirmaram ter recebido conteúdo sexual online, sendo as plataformas de jogos um dos principais meios de circulação desse material (ECPAT, et al., 2026). Além disso, o aumento das denúncias relacionadas à exploração sexual infantil no ambiente virtual evidencia a gravidade do problema, entre os dias 1º e 18 de agosto de 2025, a SaferNet Brasil recebeu cerca de 6.278 denúncias anônimas envolvendo suspeitas de abuso ou exploração sexual de crianças e adolescentes em conteúdos digitais (SaferNet Brasil, 2025).

Mais da metade dessas notificações (52%) ocorreu após a divulgação do vídeo “Adultização”⁷, que impulsionou o registro de 3.246 novas denúncias, com picos de até 500 ocorrências diárias. Diante desse cenário, observa-se um movimento recente de fortalecimento das políticas de proteção digital no país, como a promulgação do Estatuto Digital da Criança e do Adolescente⁸, em setembro de 2025, legislação que estabelece obrigações mais rigorosas para plataformas, aplicativos e serviços digitais acessados por crianças e adolescentes.

Assim, torna-se evidente que os impactos das mídias digitais na infância e adolescência não se restringem às dinâmicas de consumo e adultização, mas envolvem também questões estruturais relacionadas à violência de gênero, à erotização precoce e à disseminação de discursos misóginos no ambiente virtual.

⁶ ECPAT; INTERPOL; UNICEF. **Disrupting Harm in Brazil**: Evidências sobre exploração e abuso sexual infantil facilitados pela tecnologia. Safe Online, 2026. Disponível em: <[https://www.unicef.org/brazil/media/37356/file/DH%20Brazil%20Report%20\(pt\)%20FINAL.pdf.pdf](https://www.unicef.org/brazil/media/37356/file/DH%20Brazil%20Report%20(pt)%20FINAL.pdf.pdf)>. Acesso em: 02 abr 2026.

⁷ FELCA. **Adultização**. YouTube, 2025. Disponível em: <<https://youtu.be/FpsCzFGL1LE>>. Acesso em: 09 out. 2025.

⁸ BRASIL. **Lei nº 15.211, de 17 de setembro de 2025**. Dispõe sobre a proteção de crianças e adolescentes em ambientes digitais (Estatuto Digital da Criança e do Adolescente). Brasília, DF: Presidência da República, 2025.

Nesse contexto, vale resgatar a presença do YouTube como facilitador da circulação de conteúdos que reforçam padrões sexistas, hipersexualização feminina e modelos de masculinidade baseados na dominação e no desprezo às mulheres (Silva et al., 2025).

Um levantamento do Observatório da Indústria da Desinformação e Violência de Gênero nas Plataformas Digitais, identificou que conteúdos vinculados à chamada “machosfera” brasileira estão presentes em, pelo menos, 137 canais da plataforma, acumulando cerca de 3,9 bilhões de visualizações (Santini et al., 2024). A pesquisa aponta ainda um crescimento significativo na produção desses conteúdos a partir de 2022, evidenciando a consolidação de um ecossistema digital masculinista voltado especialmente ao público jovem masculino, ideia semelhante a exposta por Andréa e Vilaça (2021).

Os conteúdos disseminados por esses canais possuem como eixo central o desprezo às mulheres e o estímulo a uma suposta “insurgência masculina”, frequentemente sustentada pela ideia de acesso a uma “verdade oculta” sobre os relacionamentos e os papéis de gênero. Para Silva et. al (2025) e Andréa e Vilaça (2021), muitos desses conteúdos circulam em canais voltados ao entretenimento, humor e cultura gamer, ampliando o alcance pelos algoritmos e disseminando discursos em linguagens acessíveis a crianças e adolescentes.

Tal dinâmica torna-se ainda mais preocupante ao considerar que, dos 237 canais analisados, apresentavam pelo menos três vídeos com conteúdo misógino, enquanto 80% deles utilizavam algum tipo de monetização por anúncios ou doações, demonstrando que discursos de ódio e violência simbólica também se estruturam como um mercado lucrativo nas plataformas digitais (Santini et al., 2024).

A ampla circulação desses conteúdos contribui para a naturalização da misoginia entre jovens, influenciando processos de construção identitária e relações interpessoais no ambiente online, ao mesmo tempo, pesquisas indicam que 62% dos adolescentes brasileiros entre 12 e 17 anos afirmem saber onde buscar ajuda em casos de agressão verbal, violência psicológica ou assédio sexual, a subnotificação permanece elevada, muitas vezes associada a sentimentos de vergonha, medo ou isolamento (TIC Kids Online Brasil, 2024).

Assim, o crescimento da machosfera no Brasil está intimamente relacionado as plataformas digitais que atuam simultaneamente como espaços de socialização, consumo e propagação de violências simbólicas e sexuais, reforçando a necessidade de regulamentação, educação digital crítica e políticas de proteção à infância no ambiente virtual (Silva et. al, 2025; Andréa e Vilaça, 2021).

Logo, observa-se que a erotização precoce e a adultização infantil não se manifestam apenas pela inserção de crianças no universo da moda e da beleza, mas também pela exposição contínua a discursos que reforçam desigualdades de gênero, controle dos corpos femininos e padrões violentos de sociabilidade masculina.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao longo deste estudo, foi possível compreender que as mídias digitais e as práticas culturais contemporâneas exercem papel central na reprodução de ideais de feminilidade e virilidade, influenciando diretamente os processos de constituição subjetiva de meninas e meninos. Nesse contexto, a adultização infantil emerge como um fenômeno atravessado pela erotização precoce, pela objetificação do corpo feminino e a infantilização masculina revela-se associada à naturalização da imaturidade, ao adiamento de responsabilidades e à manutenção de privilégios sustentados por estruturas patriarcais.

Assim, ambas as dinâmicas operam de forma complementar na consolidação de desigualdades de gênero, reforçadas cotidianamente pelas mídias digitais, pela publicidade e pelos discursos culturais disseminados nas redes sociais. Nesse sentido, a Psicologia, especialmente sob uma perspectiva social, possui papel fundamental na compreensão e no enfrentamento dessas problemáticas, ao considerar os atravessamentos históricos, culturais e políticos presentes na formação das subjetividades.

Mais do que analisar os efeitos da adultização das meninas e da infantilização dos homens, torna-se necessário construir espaços de escuta, reflexão e intervenção que possibilitem questionar padrões normativos de gênero e suas relações com a violência simbólica. Portanto, reconhecer a complexidade desses fenômenos implica compreender que adultização e infantilização não são processos isolados, mas

expressões de uma cultura marcada por relações desiguais de poder, na qual corpos femininos são precocemente objetificados enquanto determinadas masculinidades seguem socialmente autorizadas a reproduzir práticas de dominação e controle.

6 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ANDRÉA, Carlos; VILAÇA, Gracila. **Da manosphere à machosfera: Práticas (sub)culturais masculinistas em plataformas anonimizadas**. Revista Eco-Pós, 2021. Disponível em: <<https://doi.org/10.29146/ecopos.v24i2.27703>>. Acesso em: 02 jan 2026.

ARAUJO, Saraina Gonsalve; NIEBUHR, Miriam Cestari; AGUIAR, Giancarlo de. **A ADULTIZAÇÃO DA CRIANÇA NA ATUALIDADE FACE À MÍDIA INFLUENCIADORA**. Anuário Pesquisa e Extensão Unoesc Videira, 2019. Disponível em: <<https://periodicos.unoesc.edu.br/apeuv/article/view/20043>>. Acesso em: 26 mar. 2026.

ARIÈS, P. **História Social da Criança e da Família**. Tradução de Dora Flaksman. 2. ed. Rio de Janeiro: LTC – Livros Técnicos e Científicos Editora, 1978.

AZEVEDO, Isis Luna Cirne de. **O fenômeno da pornificação em trends de dança no TikTok: uma leitura crítica sobre o agenciamento da sexualização do corpo feminino pela indústria cultural**. Intercom, 45º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, UFPB, 2022. Disponível em: <<https://portalintercom.org.br/anais/nacional2022/resumo/0719202214434962d6ed5510ecb.pdf>>. Acesso em 18 de mar. 2026.

BAUMAN, Zygmunt. **Vida para Consumo – A Transformação das Pessoas em Mercadorias**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2008.

BEAUVOIR, Simone. **O segundo Sexo: Fatos e Mitos**. Rio de Janeiro: Ed. Nova Fronteira, 1980.

BLOSSER, B., ROBERTS, D. **Age differences in children's perceptions of message intent: Responses to TV news, commercials, educational spots, and public service announcements**. Communication Research, 12, 455-484, 1985.

BOCCATO, Vera Regina Casari. **Metodologia da pesquisa bibliográfica na área odontológica e o artigo científico como forma de comunicação**. Revista de Odontologia da Universidade Cidade de São Paulo, São Paulo, v. 18, n. 3, p. 265-274, 2006. Disponível em: <http://arquivos.cruzeirodosuleducacional.edu.br/principal/old/revista_odontologia/pdf/_setembro_dezembro_2006/metodologia_pesquisa_bibliografica.pdf>. Acesso em: 24 out. 2025.

BOURDIEU, Pierre. **A dominação masculina**. 1999. Tradução de Maria Helena Kühner. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2019.

BORIS, Georges Daniel Janja Bloc; CESIDIO, Mirella de Holanda. **Mulher, corpo e subjetividade**: uma análise desde o patriarcado à contemporaneidade. Rev. Mal-Estar Subj., Fortaleza 2007.

BRASIL. Ministério da Cidadania. **Guia de orientação sobre a prevenção à sexualização precoce na primeira infância**. Brasília, DF: Ministério da Cidadania, 2022. Disponível em: <<https://www.gov.br/mds/pt-br/noticias-e-conteudos/publicacoes/desenvolvimento-social/GUIASNAPI3.pdf>>. Acesso em 21 mar. 2026.

BRASIL. Câmara dos Deputados. **Projeto de Lei nº 2.628, de 2022**. Dispõe sobre a proteção de crianças e adolescentes em ambientes digitais. Brasília, DF: Câmara dos Deputados, 2022. Disponível em: <<https://www.camara.leg.br/proposicoesWeb/fichadetramitacao?idProposicao=2331287>> Acesso em: 21 mar. 2026.

BRASIL. **Lei nº 15.211, de 17 de setembro de 2025**. Dispõe sobre a proteção de crianças e adolescentes em ambientes digitais (Estatuto Digital da Criança e do Adolescente). Diário Oficial da União: Brasília, DF, 17 set. 2025. Disponível em: <https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/ato2023-2026/2025/Lei/L15211.htm>. Acesso em: 21 mar. 2026.

BRUNELLI, Priscila Barbosa; SOUZA, Sheila Campos De; QUINTINO, Amaro Sebastião De Souza; AMARAL, Shirlena Campos De Souza. **BELEZA, CORPO E PODER: A MÍDIA E SUA INFLUÊNCIA NA CONSTRUÇÃO DE IDENTIDADE DAS MULHERES PÓS- MODERNAS**. InterSciencePlace, 2023. Disponível em: <<https://www.interscienceplace.org/index.php/isp/article/view/472>>. Acesso em: 25 mar. 2026.

BUCKINGHAM, David. **Crescer na era das mídias eletrônicas**: após a morte da infância. Tradução de Gilka Girardello e Isabel Orofino. Florianópolis, 2006

BULGER, M.; DAVISON, P. The promises, challenges and futures of media literacy. Journal of Media Literacy Education, Cherry Hill, v. 10, n. 1, p. 1-21, 2018. Disponível em: <https://digitalcommons.uri.edu/jmle/vol10/iss1/1/> Acesso em: 19 set. 2020.

BUTLER, J. **Problemas de gênero**: feminismo e subversão da identidade. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2010.

BUTTER, E et al. **Discrimination of television programs and commercials by preschool children**. Journal of Advertising Research. 1981

CASTILHOS, Grasiela Pereira da Silva de; LEANDRO, Janeide da Silva. **A inserção da criança no mundo do adulto**: reflexões sobre o processo de adultização infantil. Trilhas Pedagógicas, v. 8, n. 8, p. 165-175, 2018.

ECPAT; INTERPOL; UNICEF (2026). **Disrupting Harm in Brazil**: Evidências sobre exploração e abuso sexual infantil facilitados pela tecnologia. Safe Online. Disponível em: <[https://www.unicef.org/brazil/media/37356/file/DH%20Brazil%20Report%20\(pt\)%20FINAL.pdf.pdf](https://www.unicef.org/brazil/media/37356/file/DH%20Brazil%20Report%20(pt)%20FINAL.pdf.pdf)>. Acesso em: 02 abr 2026.

FELIPE, Jane; GUIZZO, Bianca Salazar. **Erotização dos corpos infantis na sociedade de consumo**. Proposições, v. 14, n. 3, p. 119-130, set./dez, 2003.

FERENCZI, S. (1992). **Confusão de língua entre os adultos e a criança**. (A. Cabral, Trad.). In Psicanálise IV (pp. 97-106). São Paulo: Martins Fontes. (Original publicado em 1933).

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

FREDRICKSON, Barbara & HARRISON, Kristen. **Throwing Like a Girl**: SelfObjectification Predicts Adolescent Girls' Motor Performance. Journal of Sport & Social Issues - J SPORT SOC ISSUES, v. 29, n. 1, p.79-101. Fev, 2005

FREITAS, Rebeca Brito de; RUSSO, Gláucia Helena Araújo; BARBALHO, Millena Soares; MEDEIROS, Nathalie da Nóbrega; SILVA, Nádja Grazielly Bezerra da. **Na frente das câmeras, por trás das telas: a adultização da infância no Instagram**. In: XVII Encontro Nacional de Pesquisadores em Serviço Social, 2022. Disponível em: <<https://www.abepss.org.br/enpess-anais/public/arquivos/00228.pdf>>. Acesso em: 25 fev 2026.

FREUD, S. **Formulações sobre os dois princípios do funcionamento mental**. In: O caso de Schreber e artigos sobre técnica. Rio de Janeiro: Imago, 1911.

FOUCAULT, Michel. **Vigiar e Punir**: Nascimento da Prisão – Trad. Raquel Ramalhete – Petrópolis, 1989.

_____. **Vigiar e Punir**: história da violência nas prisões. Petrópolis: Vozes, 2009.

GEBERT, Angélica Baumgarten. **De adulto em miniatura para protagonista**: Uma primeira infância possível? Revista Tuiuti: Ciência e Cultura, Curitiba, 2019.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2017.

_____. **Métodos e técnicas de pesquisa**. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2023.

GUIMARÃES, J. S. **"As meninas hoje tão muito soltas"**: os discursos institucionais que fundamentam o processo de regulação moral. Pro-posições, São Paulo, v. 30, 2019. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/pp/v30/1980-6248-pp-30-e20170105.pdf>>. Acesso em 04 mar. 2026.

HOOKE, Bell. **A vontade de mudar**: homens, masculinidades e amor. Tradução de Manu Quadros e Lubi Prates. São Paulo: Elefante, 2025.

HYPENESS, redação. **Aos 7 anos, meninas já sentem pressão por ‘corpo perfeito’, não se acham ‘boas as suficientes’ e têm vergonha da aparência.** 2016. Disponível em: <<https://www.hypeness.com.br/2016/10/aos-7-anos-meninas-ja-sentem-pressao-por-corpo-perfeito-eito-nao-se-acham-boas-o-suficiente-e-tem-vergonha-da-aparencia/>>. Acesso em: 05 abr 2026

INOCÊNCIA ROUBADA. Direção: Andréa Bescond e Éric Métayer. Produção: Andréa Bescond, Éric Métayer. França: 2018, Netflix.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (IBGE). **País tinha 1,65 milhão de crianças e adolescentes de 5 a 17 anos em situação de trabalho infantil em 2024.** Rio de Janeiro: IBGE, 2025. Disponível em: <<https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-noticias/2012-agencia-de-noticias/noticias/44541-pais-tinha-1-650-milhao-de-criancas-e-adolescentes-em-situacao-de-trabalho-infantil-em-2024>>. Acesso em 21 mar. 2026.

KALAMAR, Lucicléia; CASTILHOS, Grasiela Pereira da Silva de. **Infância na sociedade contemporânea:** um estudo sobre o processo de adultização infantil. Revista Panorâmica, v. 31, p. 174-188, 2020.

KIMMEL, Michael S. **Guyland:** The Perilous World Where Boys Become Men. New York: HarperCollins Publishers, 2008.

MELLO, Maria. **Movimento “Sephora Kids” acende alertas aos pais e à indústria.** Revista Meio & Mensagem, 2025. Disponível em: <[Meio & Mensagem – Movimento “Sephora Kids” acende alertas aos pais e à indústria](#)>. Acesso em: 17 mar 2026.

MARIANO, Elissandra Barboza Santos. **Grupos reflexivos para homens autores de violência doméstica:** percepções das (os) profissionais da Central Integrada de Alternativas Penais. São Cristóvão, SE, 2025. Disponível em: <[https://ri.ufs.br/bitstream/riufs/23986/2/ELISSANDRA BARBOZA SANTOS MARIA NO.pdf](https://ri.ufs.br/bitstream/riufs/23986/2/ELISSANDRA_BARBOZA_SANTOS_MARIA_NO.pdf)>. Acesso em: 20 jan 2026.

NÚCLEO DE INFORMAÇÃO E COORDENAÇÃO DO PONTO BR (NIC.br). **Pesquisa sobre o uso da Internet por crianças e adolescentes no Brasil:** TIC Kids Online Brasil 2024 – crianças e adolescentes. Disponível em: <<https://cetic.br/pt/tics/kidsonline/2023/criancas/>>. Acesso em: 18 mar. 2026.

OLIVEIRA, M. R. F. de; SILVA, L. D. B. da; PASCHOAL, J. D. **Os lugares da infância nos editoriais de moda:** uma análise sobre a adultização da criança na sociedade do consumo. Revista on line de Política e Gestão Educacional, Araraquara, v. 24, n. esp3, 2020.

PEQUENA MISS SUNSHINE. Direção: Jonathan Dayton, Valerie Faris. Produção: Marc Turtletaub, David T. Friendly, Peter Saraf, Albert Berger, Ron Yerxa. Fox Searchlight Pictures, 2006.

PEREIRA, A. A. N.; CARDOSO, A. C. A. **The handmaid’s tale e the children of men:** Biopoder e o controle do corpo feminino nos romances e suas respectivas adaptações. In: Anais do IX Sappil – Estudos de Literatura, 1., 2018. Disponível

em: <<http://www.anaisdosappil.uff.br/index.php/IXSAPPIL-Lit/article/view/1098/737>>. Acesso 02 mar 2026.

PINHEIRO, Andréa Poyastro. **Insatisfação com o corpo em escolares de 8 a 11 anos de Porto Alegre: prevalência e fatores associados**. 2003. Dissertação (Mestrado em Epidemiologia) – Faculdade de Medicina, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2003. Disponível em: <<https://lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/2853/000377228.pdf?sequence=1>>. Acesso em: 8 abr 2026.

POSTMAN, N. **O Desaparecimento da Infância**. Tradução de Suzana Menescal de Alencar Carvalho e José Laurênio de Melo. Rio de Janeiro: Graphia, 1999.

PONGELUPPE, Maria Angélica Brizolari **A mídia e a infância: da exposição aos reflexos na escola no tocante à sexualidade**. São Paulo, 2016. Disponível em: <<https://repositorio.unesp.br/server/api/core/bitstreams/468cb62a-dc38-4fb5-b054-dd1b0fdb78ba/content>>. Acesso em: 08 mar 2026.

PRETTY Baby: Brooke Shields. Direção: Lana Wilson. Produção: ABC News Studios. Estados Unidos: Hulu / DisneyStar, 2023.

PRETTY FOUNDATION. **Pretty Foundation: empowering girls to nurture positive body image, 2019**. [S.l.]. Disponível em: <[Pretty Foundation](#)>. Acesso em: 26 mar 2026.

RAPP, Laura; ANDERSEN, Margaret L. **Guyland: Where Boys Become Men** [Review of the book *Guyland: The Perilous World Where Boys Become Men*, by Michael Kimmel]. Sociological Forum, v. 24, n. 4, p. 945-948, dez. 2009.

ROCHA, Á. N. de S.; FERREIRA, B. M. **Adultização precoce nas mídias contemporâneas: por onde anda a responsabilidade familiar?**. EDUCAÇÃO E CULTURA EM DEBATE, v. 9, n. 1, p. 98-118, 2023.

SAMPAIO, Evillyn Oliveira; CARVALHO, Matheus Alefe Tenório; NASCIMENTO, Vanessa Gomes; FERREIRA, Josivete Maria. **Influência das Mídias Sociais no Processo de Erotização Infantil: Fator determinante para um processo da adultização?**. Revista Eletrônica: Estácio Recife. Vol. 8 – N° 01 - Agosto, 2022. Disponível em: <<https://reer.emnuvens.com.br/reer/article/viewFile/665/323>>. Acesso em: 19 abr 2026.

SAFERNET BRASIL. **Nota técnica n. 02/2025: uso da inteligência artificial generativa no abuso infantil digital**. Salvador: SaferNet Brasil, 2025. Disponível em: <[https://arquivos.safernet.org.br/notas/Nota+Tecnica+02_2025+\[SaferNet+Brasil\].pdf](https://arquivos.safernet.org.br/notas/Nota+Tecnica+02_2025+[SaferNet+Brasil].pdf)>. Acesso em: 10 mar 2026.

SANTINI, R. M; SALLES, D; BELIN, L. L; BELISÁRIO, A; MATTOS, B; MEDEIROS, S. G; MELLO, D; GRAEL, F; SEADE, R; BORGES, A; MURAKAMI, L; CARDOSO, R; DAU, E; LOUREIRO, F; YONESHIGUE, B; CARMO, V; MAIA, F. **“Aprenda a evitar ‘esse tipo’ de mulher”**: estratégias discursivas e monetização da misoginia no YouTube. Rio de Janeiro: NetLab – Laboratório de Estudos de Internet e Redes

Sociais, Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ), 2024. Disponível em: <https://f2bf8b520d26468aa3ee9b5919e51151.filesusr.com/ugd/20ab91_34d4222f316d4a458af73309fb12c291.pdf> Acesso em: 03 jan 2026.

SANTOS, Sandra dos Andrade. **Mídia, corpo e educação: a ditadura do corpo perfeito.** In: MEYER, Dagmar; SOARES, Rosângela, (Org.) *Corpo, gênero e sexualidade.* Porto Alegre: Mediação, 2004, p. 107-120.

SALVINI, Leila; SOUZA, Juliano de; MARCHI JUNIOR, Wanderley. **A violência simbólica e a dominação masculina no campo esportivo:** algumas notas e digressões teóricas. *Revista Brasileira de Educação Física e Esporte*, São Paulo, Brasil, 2012. Disponível em: <https://revistas.usp.br/rbefe/article/view/45910>. Acesso em: 25 mar 2026.

SCHNAIDER, Amanda. **Movimento “Sephora Kids” acende alertas aos pais e à indústria.** *Meio & Mensagem*, 8 out. 2025. Disponível em: <[Meio & Mensagem – Movimento “Sephora Kids” acende alertas aos pais e à indústria](#)>. Acesso em: 17 mar 2026.

SCHOR, Juliet. **Nascidos para comprar:** uma leitura essencial para orientarmos nossas crianças na era do consumismo. São Paulo: Editora Gente, 2009

SEBRAE. **Grifes apostam em coleções infantis para reequilibrar suas vendas.** Disponível em: <<http://www.sebraemercados.com.br/grifes-apostam-em-colecoes-infantis-para-reequilibrar-suas-vendas/>>. Acesso em: 02 mar. 2026.

SILVA, Ana Beatriz B. **Mentes consumistas:** do consumismo à compulsão por compras. São Paulo: Globo, 2014.

SILVA, T., NASCIMENTO, F., & BERTASSO, D. **Machosfera no Brasil:** desafios práticos e éticos na cobertura jornalística da misoginia nas redes sociais. *E-Compós*, 2025. Disponível em: <<https://doi.org/10.30962/ecomps.3146>>. Acesso em :14 mar 2026.

SILVA, A; VASCONCELOS, L. **A criança e o Marketing:** Informações fundamentais para proteger as crianças do Marketing Infantil. São Paulo: Summus, 2012.

SINDIVEST. **Mercado de moda infantil está em expansão e dita tendências.** 2015. Disponível em: <<http://www.sindicatodaindustria.com.br/noticias/2015/02/72,56714/mercado-de-moda-infantil-esta-em-expansao-e-dita-tendencias.html>> . Acesso em: 04 mar. 2026.

SMOLKA, A. L. (2009). **Apresentação e comentários.** En L. S. Vigotsky, *Imaginação e criação na infância: ensaio psicológico.* São Paulo: Ática.

SOUZA, Babi. **Vamos juntas? O guia da sororidade para todas.** Rio de Janeiro: Galera Record, 2016.

SOUZA, Marcela Tavares de; SILVA, Michelly Dias da; CARVALHO, Rachel de. **Revisão integrativa: o que é e como fazer**. Einstein (São Paulo), 2010. Disponível em: <<https://doi.org/10.1590/S1679-45082010RW1134>>. Acesso em: 8 mai 2026.

TACHIZAWA, Takeshi; MENDES, Gildásio. **Como fazer monografia na prática**. Editora FGV, 2015. THE CUTIES. Direção: Maïmouna Doucouré. Produção: Maimouna Doucouré et al. Paris: Netflix, 2020.

THE BENCHMARKING COMPANY. **Consumer Research Insight**. 2024 [S.l.], [s.d.]. Disponível em: <[The Benchmarking Company – Consumer Research Insight](#)>. Acesso em: 20 abr 2026.

TIC KIDS ONLINE BRASIL. **Pesquisa sobre o uso da Internet por crianças e adolescentes no Brasil**: 2024. Comitê Gestor Da Internet No Brasil- Núcleo de Informação e Coordenação do Ponto BR. Disponível em: <https://cetic.br/media/docs/publicacoes/1/20230825142135/tic_kids_online_2022_livro_eletronico.pdf>. Acesso em: 28 abr. 2026.

TORTELLA, Tiago. CNN BRASIL. **TikTok é a rede social mais usada por crianças e adolescentes de 9 a 17 anos**. São Paulo, 2023.

VENTURINI I V, Jaeger A A, Oliveira M C, Silva P. **Musas fitness e a tríade corpo-consumo-felicidade**. Movimento. 2020.

WOLF, Naomi. **O mito da beleza**. 1. ed. Tradução de Waldéa Barcellos. Rio de Janeiro: Rocco, 2018.

ZURBRIGGEN, Eileen; COLLINS, Rebecca; LAMB, Sharon; ROBERTS, TomiAnn; TOLMAN, Deborah; WARD, Edd. **Report of the APA Task Force on the Sexualization of Girls**. Washington, DC: American Psychological Association. 2010.