

## **EMPODERE-SE OU OBJETIFIQUE-SE TENTANDO: Uma análise temática e de narrativa dos videoclipes mais populares das divas pop brasileiras**

### **Autoria**

Ana Luiza Silva Noronha - analuiza3422@gmail.com

CNPQ / UFMG - Universidade Federal de Minas Gerais

### **Agradecimentos**

Fapemig, UFMG e Capes.

### **Resumo**

O presente artigo relata como o empoderamento feminino e objetificação sexual feminina se configuram presentes nos videoclipes e músicas pertencentes às Divas Pop Brasileiras. A partir de uma análise temática de videoclipes e letras, foram analisados cerca de 70 videoclipes e músicas presentes no Youtube. Comparadas aos artistas masculinos, as artistas femininas eram mais objetificadas sexualmente, mantidas em padrões de aparência mais rígidos e mais propensas a demonstrar um comportamento sexualmente atraente, além disso, as cantoras eram submetidas a papéis secundários em seus próprios videoclipes diante de uma participação masculina. Portanto, o consumo de músicas e videoclipes das Divas Pop Brasileiras podem influenciar e reforçar atitudes machistas e de objetificação sexual da figura feminina para seus consumidores, uma vez que essas atitudes são normalizadas e presentes videoclipes e músicas das cantoras mais aclamadas do Brasil.

## EMPODERE-SE OU OBJETIFIQUE-SE TENTANDO: Uma análise temática e de narrativa dos videoclipes mais populares das divas pop brasileiras

### RESUMO

O presente artigo relata como o empoderamento feminino e objetificação sexual feminina se configuram presentes nos videoclipes e músicas pertencentes às Divas Pop Brasileiras. A partir de uma análise temática de videoclipes e letras, foram analisados cerca de 70 videoclipes e músicas presentes no Youtube. Comparadas aos artistas masculinos, as artistas femininas eram mais objetificadas sexualmente, mantidas em padrões de aparência mais rígidos e mais propensas a demonstrar um comportamento sexualmente atraente, além disso, as cantoras eram submetidas a papéis secundários em seus próprios videoclipes diante de uma participação masculina. Portanto, o consumo de músicas e videoclipes das Divas Pop Brasileiras podem influenciar e reforçar atitudes machistas e de objetificação sexual da figura feminina para seus consumidores, uma vez que essas atitudes são normalizadas e presentes videoclipes e músicas das cantoras mais aclamadas do Brasil.

**Palavras-chave:** consumo musical; cultura; objetificação sexual; gênero.

### INTRODUÇÃO

A cultura pop origina-se nas mídias, ganha força e se consolida dentro e fora dos fluxos de comunicação (Becko & Amaral, 2020), e possui uma dimensão cultural expressiva, pois implica em uma ordem de significados e posições sociais, indicando informações sobre quem consome, lugar a que pertence, *status*, posição social e identidade – bem como acontece no consumo musical no geral (Hesmondgalgh, 2013; Lonsdale, 2020, DeNora, 2017; Greenberg & Rentfrow, 2017).

A mídia tem influência sobre os discursos de consumo de crianças e adolescentes, e tem efeitos sob a construção de sua identidade (Keller & Halkier, 2014; Nairn & Spotwood, 2015). Para além, as mídias podem influenciar na formação e disseminação de estereótipos de papéis e identidade de gênero, reificado por sua vez o gênero masculino como dominante e superior (Ey, 2016; Ey, 2014; Mosley, Abreu, Roderman, & Crowell, 2017). Porém, essa visão não leva em consideração o papel ativo do consumidor em extrair dessa mídia aspectos que forneçam significados de utilidade e simbolismo que fortaleçam sua identidade (Travis, Bowman, Childs, & Villanueva, 2016; Dixon, Zhang, & Conrad, 2019). Esse campo é promissor dentro dos estudos de comunicação (Turner, 2011).

Nessa linha, existem estudos que mostram o quanto videoclipes e gêneros musicais conseguem retificar valores e atitudes negativas, principalmente no que concerne à objetificação e sexualização feminina (Ey, 2014; Ey, 2016; Castillo-Villar, Cavazos-Arroyo, & Kervyn, 2020). A exposição contínua às imagens sexuais e sexistas na mídia pode levar jovens a supervalorizar a aparência física e perder seu senso de identidade (Stephens & Few, 2007; Ey, 2016). Frisby e Aubrey (2012) e Aubrey e Frisby (2011) encontraram em videoclipes do gênero *hip hop* e *pop* de sua época, símbolos que reificam a noção da

valorização de artistas negras e brancas pelos seus corpos e aparência, sinal de sua objetificação. Esses estudos sugerem que mais estudos sejam realizados verificando esse aspecto em videocliques musicais. No trabalho de Castillo-Villar et al. (2020) foi encontrado o quanto a subcultura do “movimento alterado” no México pode propagar um discurso de sexualização e dominação sobre o sexo feminino, bem como conduzir trabalhos nocivos de identidade, como idolatrar traficantes e seu estilo de vida, bem como outros elementos do mundo de drogas. Os autores propõem que outros trabalhos sejam realizados em outros gêneros musicais, como o *funk* carioca, para verificar a questão das narrativas e letras musicais levando a um consumo enquanto sinalizador de identidade.

O presente trabalho segue as diretrizes de Castillo-Villar *et al.* (2020), enfocando as divas pop brasileiras. O critério para definir quem eram essas divas valeu-se da sua popularidade, mensurada pela quantidade de *views* no Youtube. Considerou-se as dez músicas mais populares dessas cantoras, que tinham que ter pelo menos um videoclipe com mais de 100 milhões de *views* – o que também define a contemporaneidade das divas pertencentes ao trabalho, que surgiram na época dos serviços de *streaming* e cresceram utilizando essas plataformas a seu favor, conversando de forma multimídia com esse novo montante de fãs (Jenol & Pazil, 2020). O debate que pautar-se-á essa discussão concerne ao empoderamento feminino X objetificação feminina. Levando em consideração a importância do consumo musical para trabalhos de identidade e papéis de gênero (Jennex, 2013), acredita-se que o que se propaga nas músicas e videocliques podem influenciar sua audiência e trazer consequências sociais significativas. Assim, o objetivo do presente estudo é debater sobre a tênue linha entre o empoderamento e objetificação feminina em videocliques de divas pop brasileiras da contemporaneidade.

## REFERENCIAL TEÓRICO

### Música POP e Divas

O conceito de “diva” foi se ampliando ao longo do tempo, podendo-se referir a uma cantora ou atriz que possui qualidades únicas, dotadas de carisma e virtuosismo, um objeto de adoração (Soares, 2020). Ser um objeto de adoração devota um público de adoradores, que se manifesta na forma de aplausos apaixonados, gritos efusivos, pedidos de encores e avalanches de buquês (Rohr, 2017; Duffett, 2014), e referenciando-se a seu objeto de adoração como seres divinos, dotados de qualidades únicas, e possuindo rituais de escuta e consumo que se assemelham a rituais religiosos (Duffett, 2014).

O termo “Diva” significa, em sua referência ao latim, uma “deusa” ou “divindade feminina” (Oxford English Dictionary, 2022). O termo era usado em meados do século XIX para se referir ao *belo canto* de estrelas da ópera soprano (Lister, 2015). Já nos séculos XX e XXI, para além da voz, as divas da cultura pop utilizam sua *performance*, sua atitude, beleza e moda para atrair a atenção do público, exibindo com orgulho sua grandiosidade (Lister, 2015).

As divas estão por toda parte: mídias sociais, *shows* e apresentações mediados pela televisão ou internet, filmes, rádio, capas de revista, entre outros (Jennex, 2013). Essas cantoras cativam um público em massa, que conhecem cada música, aparição em programas de TV, séries ou filmes, entrevistas, capas de revista, consumindo fielmente tudo o que se

relaciona à seu objeto de adoração (Derbaix & Korchia, 2019; Jennex, 2013; Click et al., 2013). Portanto, Diva refere-se a toda artista que representa uma figura/persona feminina aclamada e reverenciada por sua legião de fãs devotos. Para além, a forma como a diva se articula pode ser intitulada “camp” (Janotti & Alcântara, 2016). “Camp” remete a comportamento, atitude ou ação exagerada, artificial ou teatral, uma estética que zomba ou ridiculariza o dominante (Sontag, 1964). O camp presente, por exemplo, na *performance* de Gaga faz com que seus fãs abracem a sua estranheza, e torna-se junto a eles uma forma de resistência à normativas de gênero, classe e moda dominante (Click et al., 2013; Jennex, 2013).

Existe um debate, que se estende desde os anos 2000, acerca da imagem que a diva pop transparece, que se refere a uma liberdade sexual almejada desde a década de 80/90 com Madonna cantando sobre gravidez na adolescente e sobre sexo em seu disco *Erotica*, e que se estende até os dias atuais, com cantoras *pop*, hip-hop e rap reivindicando o seu controle sobre o corpo e sobre seu prazer sexual. Essa atitude pode influenciar fãs do gênero feminino e pertencentes a fatias minoritárias como os LGBTs a reivindicarem o controle sobre como performar sua sexualidade ou seus papéis de gênero (Jennex, 2013; Click et al., 2013; Gutovic, Rejla, & Popovic, 2019; Cano, 2017), ao mesmo tempo em que pode reificar a objetificação do corpo feminino e papéis de gênero estereotipados pela grande mídia e sociedade em geral (Mozdzinski, 2015; Wallis, 2011).

### **Objetificação feminina**

Objetificação é um termo cunhado no início dos anos 70, que indica a análise de um indivíduo a nível de um objeto, sem levar em consideração seu aspecto emocional ou psicológico, consequência de todo um processo histórico pelo qual se constrói o gênero feminino (Bourdieu, 2010). Essa objetificação era encontrado, por exemplo, em propagandas de cerveja no Brasil, onde havia um enfoque no atributo sexual ou físico da mulher, vendendo a cerveja sob o rótulo do corpo feminino (Valentin, Procopio, & Fonseca, 2018). A mídia então, principalmente como comunicação de mercado, utiliza o corpo para promoção e venda, oferecendo corpos femininos como pedaços de carne, ignorando a emancipação feminina em seu papel social (Mazzei *et al.* 2018).

No caso específico da hierarquia por gênero, a dominação masculina usufrui de discursos legitimadores, que vem desde componentes biológicos, como uma suposta virilidade masculina, empregada como um sinal de sua superioridade, inclusive compreendendo a gestação enquanto êxito masculino, enquanto a mulher tem que se recolher à uma posição de submissa, materna e dócil, entregando o seu corpo ao poder masculino (Bourdieu, 2010). O corpo da mulher foi culturalmente incentivado a manter-se fechado, e protegido, como algo sagrado, impondo-se a necessidade de cruzar as pernas, usar roupas que cobrem seu corpo, protegendo-a de olhares – o que impõe uma necessidade de proteção, dada sua inferioridade (Bourdieu, 2010). Ao homem, cabe o papel de ser o provedor, enquanto à mulher, cabe o papel de cuidar do lar, e tudo o que isso atribui (Botton *et al.*, 2015).

Mesmo com toda a luta feminista por direitos, ainda assim o corpo feminino é impregnado por padrões que o normaliza e o controla (de Alcântara, Peixoto, & da Sila, 2017). Esse controle é exercido por discursos e sanções simbólicas, onde o controle do corpo

e da sexualidade produz subjetividades em que as relações de poder se entrelaçam e moldam suas construções sexuais dentro de uma sociedade (Foucault, 2020). E graças a isso, a mulher aprende a pensar, sentir e agir de forma submissa, com uma sociedade construída para padrões masculinos, atendendo aos requisitos para manipulação e dominação do corpo feminino (dos Santos, Neves, & Reis, 2020). Isso mostra-se um problema quando são transmitidos pela mídia ao grande público, com discursos que podem promover papéis de gênero reificados e construídos socialmente, onde sem um discernimento, um conhecimento crítico (Travis, Bowman, Childs, & Villanueva, 2016; Dixon, Zhang, & Conrad, 2019; Tanner, Asbridge, & Wortley, 2009), podem ser incorporados ao consumidor de uma forma negativa (Castillo-Villar et al., 2020; Mosley, Abreu, Roderman, & Crowell, 2017). Músicas de rap, dentre outros gêneros, vem retratando essa dominação masculina ao longo da história musical (Dixon, Zhang, & Conrad, 2019), enquanto cantoras mulheres, como Madonna, vem tentar desconstruir padrões e normativas sociais, cantando sobre empoderamento feminino financeiro, sexual, cultural, onde é livre para o desenvolver de quem ela, enquanto mulher, é (Cano, 2017). O problema é quando esse empoderamento é confundido sob a ótica do patriarcado, e a mulher se coloca novamente em um papel de submissão ao homem (Mosley *et al.*, 2017; Ey, 2014; Ey, 2016).

### **Empoderamento feminino**

O corpo, enquanto parte do social, tem potencial de manifestar toda uma criatividade por meio de suas individualidades, necessidades e desejos – e por isso, sempre foi objeto de repressão (Garcia & de Santana, 2020). Sobre ele, discursos naturais e religiosos que o colocam como sagrado. Contrário a ele, um movimento que busca modificar esses papéis de gênero estruturais, onde a mulher luta e conquista mais espaço no cenário atual, onde ela empodera-se do seu corpo e do seu gênero (Belmiro et al., 2015). As vitórias feministas enaltecem-se à medida que a mulher ocupa novos espaços, e agora são suas provedoras e, muitas vezes, provedora de suas famílias, o que gera mudança na estrutura familiar e nos vínculos sociais (Oliveira & Traesel, 2016).

Empoderamento, a um nível geral, significa aumento de poder, de autonomia pessoal e coletiva de indivíduos e grupos sociais nas relações interpessoais e institucionais, principalmente daqueles submetidos às relações de opressão, discriminação e dominação social (Kleba & Wendausen, 2009).

Em seu trabalho sobre o empoderamento feminino a partir do programa bolsa família, Moreira, Ferreira, Lima e Ckagnazaroff (2012) confirma essa conceituação ao mostrar que mulheres de baixa renda sentem uma melhoria em sua qualidade de vida, inclusão social, educação e qualificação.

O empoderamento está ligado ao conhecimento, torna-se importante o aprendizado e ensino que desenvolvam uma consciência crítica (Léon, 2001; Kleba & Wendausen, 2009). Empoderamento deve ser entendido como processo de conscientização, a passagem de um pensamento ingênuo para uma consciência crítica, processo que se dá na relação dialética entre homem e mundo, favorecendo a construção da capacidade pessoal e social e possibilitando a transformação das relações sociais de poder (Baquero, 2006).

Apesar do amplo uso do termo, porém, há ambivalências, contradições e paradoxos no uso do conceito empoderamento (Léon, 2001; Gohn, 2004). É um conceito que toma

emprestado noções de distintos campos do conhecimento, uma ideia que tem raízes nas lutas pelos direitos civis, no movimento feminista e na ideologia da ação social na metade do século XX, com ideais emancipatórios, relacionados ao exercício da cidadania, visando construir a autoestima de seus integrantes, na igualdade de relações, através de atividades culturais, artísticas e exercício de sua vida profissional (Baquero, 2006; Carvalho, 2004; Kleba & Wendausen, 2009). Trata-se de novos movimentos sociais contra o sistema de opressão, fazendo eclodir movimentos de libertação e contracultura (Baquero, 2006).

Um dos debates que existe é acerca de qual nível que esse empoderamento ocorre, se a nível individual ou coletivo. A um nível individual, refere-se às ações destinadas a promover a integração dos excluídos, carentes de bens elementares à sobrevivência, sob um prisma assistencial visando inserir o indivíduo dentro do sistema capitalista (Gohn, 2004; Kleba & Wendausen, 2009). Sob um prisma cognitivo, o termo se limita ao significado que os indivíduos atribuem a si mesmos, fazer as coisas para si, vencer por si mesmo, que leva à priorização de sujeitos independentes, autônomos, sob controle da sua vida pessoal, com compreensão crítica sobre o contexto e as relações sociopolíticas (Léon, 2001; Kleba & Wendausen, 2009; World Health Organization, 1998). Essa concepção individual, porém, não leva em consideração as relações entre as estruturas de poder e as práticas da vida cotidiana dos indivíduos e grupos, além de desvincular as pessoas do amplo contexto sociopolítico e histórico (Léon, 2001; Freire, 2014; Carvalho, 2004).

O empoderamento pode significar um movimento coletivo, se referindo ao processo de mobilizações e práticas destinadas a promover e impulsionar grupos e comunidades no sentido do seu crescimento, autonomia, melhora gradual e progressiva de suas vidas (Gogh, 2004; World Health Organization, 1998). O empoderamento individual e seus consequentes devem ser integrados em um sentido processual junto à comunidade, dentro de um processo histórico que gera falta de poder, e torna-se evidente a necessidade de alterar as atuais estruturas sociais, isto é, reconhecer o imperativo da mudança (Léon, 2001; Freire, 2014). Os processos de empoderamento acontecem em arenas conflituosas, onde necessariamente se expressam relações de poder, modificáveis pela ação-reflexão-ação humana, e sintam-se capazes e motivados para intervir em sua realidade (Kleba & Wendausen, 2009).

O foco aqui é no empoderamento dentro dos estudos feministas e de gênero, que também não possui um consenso no campo acerca do seu significado, sendo utilizado como sinônimo de integração, participação, autonomia, identidade, desenvolvimento e planejamento, e nem sempre se referindo à sua origem emancipatória (Léon, 2001).

O empoderamento feminino tem seu início marcado na sensibilização e envolvimento de mulheres em um exame crítico de suas vidas cotidianas, de suas famílias e da comunidade, bem como das estruturas que as circundam, para compreender sistemas opressivos e engajar-se em ações coletivas para transformação (Silva, 2008). Empoderamento está relacionado ao acordar da consciência feminina perante a sua subalternidade e alienação (Baquero, 2006).

O uso do termo nos estudos do feminismo tem suas raízes na ideia de poder (Foucault, 2020), bem como na ideia de transformação coletiva por meio do empoderamento educacional de Paulo Freire (2014), onde têm-se um sistema dominador proveniente de relações de poder histórica e culturalmente condicionada por lutas sociais (Léon, 2001). Dentro do campo do feminismo existem diferentes correntes, fundadas na análise das raízes

da opressão e subalternização da mulher nas várias instituições sociais e nos vários contextos da vida social, econômica e cultural – na família, no trabalho, nos sistemas educacionais e de saúde, na religião, relacionamentos e auto-imagem (Baquero, 2006).

Seguindo pensadoras como Maxine Molyneux (1994), Carolyn Moser (1991) e Kate Young (1991), pensando sobre o conceito empoderamento, foi levantada a necessidade de visibilizar as necessidades e interesses das mulheres classificadas como práticas e estratégicas. A primeira responde às necessidades materiais, às demandas específicas para sobreviver e sair da pobreza. São demandas práticas: luta por salário, por emprego, moradia, um lugar na escola para os filhos, dentre outros (Léon, 2001). Por sua vez, necessidades estratégicas são aquelas que buscam e apontam para uma mudança fundamental nas relações de poder existentes entre os gêneros, questionando fundamentos das estruturas das sociedades onde homens e mulheres participam de forma diferenciada – o que dá ao empoderamento um caráter político (Léon, 2001).

Na música, as divas pop conseguem apropriar-se desse empoderamento em suas letras e videoclipes, submergindo papéis de gênero, assumindo o controle por seus corpos, sobre sua sexualidade e seu prazer (Cano, 2017). Ao mesmo tempo, essas cantoras podem retificar papéis de gênero há muito tempo combatidos, que colocam a mulher novamente sob as amarras do gênero, submissas ao homem (Ey, 2016; Castillo-Villar et al., 2020; Mosley, Abreu, Roderman, & Crowell, 2017). O grande público, ao consumir sua performance e sua música, quando possuem um discernimento e conhecimento, consegue extrair da música as mensagens que necessitam para reforçar aspectos de sua identidade – inclusive a sexual e de gênero – e desconsiderar os demais (Travis, Bowman, Childs, & Villanueva, 2016; Dixon, Zhang, & Conrad, 2019; Tanner, Asbridge, & Wortley, 2009). Isso pode não ser possível, por exemplo, para um público infantil ou adolescente, onde esses papéis estereotipados podem ser assumidos em seu comportamento, modo de vestir, agir e consumir o que a mídia irá proporcionar (Ey, 2014; Ey, 2016). Assim, discutir o empoderamento e objetificação presente na cultura pop de massa é importante, e esse paradoxo será analisado nas próximas seções.

## METODOLOGIA

Resgatando o objetivo do estudo de investigar a tênue linha entre empoderamento e objetificação feminina em videoclipes de divas pop brasileiras; o artigo se valeu de uma pesquisa qualitativa de análise de conteúdo de letras e narrativas de videoclipes das consideradas divas pops brasileiras da atualidade. Para definir o *corpus*, foi considerado o critério de grande popularidade das divas (Soares, 2020; Medford, 2019), assim, foram consideradas aquelas cantoras pop que possuíam pelo menos um videoclipe *solo* com mais de 100 milhões de visualizações, dentre elas Anitta, Ludmilla, Luísa Sonza, Iza, Lexa, Pocah e Guília Be. Cantoras do gênero sertanejo ou MPB foram descartadas, bem como videoclipes das divas como *feat* de outro artista. Analisou-se tanto a narrativa quanto as composições em si, dos dez videoclipes mais visualizados na plataforma Youtube, de cada uma das cantoras que compõem esse *corpus*, contabilizando 60 videoclipes/composições.

Tanto as composições como a narrativa dos videoclipes foram analisadas sob os dois grandes prismas teóricos discutidos: objetificação e empoderamento. As composições foram analisadas utilizando uma análise temática, buscando identificar, analisar e relatar padrões

(temas) nos dados, e discuti-los dentro de grandes categorias teóricas já existentes (Braun & Clarke, 2006) - fornecendo descrições mais detalhadas e diferenciadas desses temas específicos. Já para a análise narrativa, concentrou-se na linguagem corporal da Diva ao longo do videoclipe e os papéis interpretados por elas, além de uma análise contextual das composições dentro dessas narrativas.

Castillo-Villar et al. (2020) usaram uma abordagem semelhante para analisar letras e músicas do gênero 'movimento alterado' em vídeos no Youtube e Hunter (2011) usou uma abordagem semelhante para analisar letras de hip-hop e videoclipes. Seguindo as recomendações de Hsieh e Shannon (2005), os dados foram analisados várias vezes para obter um sentido global deles e, ao mesmo tempo, capturar conceitos-chave. Após desenvolver um esquema de codificação, cada código foi classificado em categorias ou clusters com o objetivo de organizar e dar significado aos dados. Por fim, as categorias foram rotuladas com conceitos específicos que, por sua vez, geraram uma visão abrangente do tema de pesquisa. O quadro 1 traz a descrição do corpus de pesquisa analisado.

Quadro 1  
Corpus de pesquisa

A n i t t a	Downtown (feat J Balvin)	<b>623.941.182</b>	L e x a	Sapequinha (feat MC Lan)	<b>256.401.124</b>
	Vai Malandra (feat Mc Zaac, Maejor feat. Tropkillaz & DJ Yuri Martins)	<b>424.967.904</b>		Só depois do carnaval	<b>126.963.267</b>
	Bang	<b>418.935.675</b>		Provocar (feat Gloria Groove)	<b>109.008.938</b>
	Sim ou Não (feat Maluma)	<b>417.056.016</b>		Chama ela (feat Pedro Sampaio)	<b>86.044.179</b>
	Paradinha	<b>373.845.565</b>		Pior que sinto falta	<b>74.287.679</b>
	Terremoto (feat Kevinho)	<b>322.230.168</b>		Aquecimento da Lexa	<b>72.974.058</b>
	Essa mina é louca (feat Jhama)	<b>263.863.145</b>		Para de marra	<b>52.543.019</b>
	Combatchy (feat Lexa, Luisa Sonza feat. MC Rebecca)	<b>204.271.498</b>		Posso ser	<b>48.546.579</b>
	Medicina	<b>188.463.013</b>		Se eu mandar	<b>45.066.260</b>
	Na batida	<b>181.883.755</b>		Amor bandido	<b>32.737.548</b>
L u d m i l l a	Cheguei	<b>284.215.258</b>	I z a	Pesadão (feat Marcelo Falcão)	<b>357.134.527</b>
	Din din din (feat Mc Pupio & Mc Doguinha )	<b>167.935.737</b>		Dona de mim	<b>236.434.646</b>
	24 horas por dia	<b>140.453.783</b>		Brisa	<b>144.522.519</b>
	Bom	<b>126.731.006</b>		Ginga (feat Rincon Sapiência)	<b>122.227.875</b>
	Hoje	<b>106.113.637</b>		Meu talismã	<b>105.332.112</b>
	Sou eu	<b>97.394.061</b>		Esse brilho é meu	<b>45.498.317</b>
	Verdinha	<b>95.779.374</b>		Evapora (feat Ciara e Major Lazer)	<b>33.350.085</b>
	Não quero mais	<b>83.423.244</b>		Te pegar	<b>25.317.976</b>
	Sem querer	<b>66.140.063</b>		Gueto	<b>21.685.826</b>
	Te ensinei certin	<b>64.537.414</b>		Sem filtro	<b>19.729.392</b>

Quadro 1  
Corpus da pesquisa

L u í s a S o n z a	Modo turbo (feat Anitta e Pabllo Vittar)	183.035.560	P o c a h	Quer mais? (feat MC Mirella)	175.916.696
	Braba	156.435.987		Não sou obrigada	100.288.845
	Boa menina	107.504.048		Perdendo a linha	87.755.968
	Devagarinho	90.178.763		Passando o rodo (feat Mc Mirella, Tainá Costa, Lara Silva)	56.299.251
	Toma (feat ZAAC)	84.546.438		Pode chorar	27.155.707
	Garupa (feat Pabllo Vittar)	76.288.416		Pegando fogo	16.207.906
	Bomba relógio (feat Vitão)	66.042.965		Lei da gravidade (feat Leo Santana)	12.696.087
	Penhasco	53.823.516		Resenha lá em casa (feat MC Kevin o Chris)	10.443.823
	Olhos castanhos	51.669.399		Depois da quarentena	9.060.011
	melhor sozinha :-)-: (feat Marília Mendonça)	50.440.694		Toda sua (feat Mãolee, OIK)	8.598.241

Nota: os *views* foram contabilizados e atualizados no dia 18/04/2022

## RESULTADOS

### Feat e machismo

As análises dos videocliques e letras selecionadas trouxeram como resultados que, por mais que a figura da diva estar ligada à independência feminina, alguns videocliques sugerem uma objetificação da mulher, principalmente naqueles com *feats* masculinos. Trechos como “eu não posso mentir, quero te ver pelada”, “me dá aqui mesmo” são alguns dos exemplos nas composições da cantora Anitta que remetem a uma objetificação do seu corpo. Já no *feat* de Anitta com outras mulheres, como é o caso de “combatchy”, encontra-se um enfoque no corpo e na bunda das cantoras, mas com intuito de se divertir e dançar, usar do seu corpo para seu prazer, sem estar submissa ao homem. Outros exemplos de *feat* com drag queens, como “Provocar” de Lexa *feat* Gloria Groove, ou “Garupa” de Luísa Sonza *feat* Pablllo Vittar, ou na parceria entre Pocah e MC Mirella em “Quer Mais?” volta-se novamente a atenção para a mulher independente, dona de si, do próprio corpo, que não quer saber de homem, e é dona do seu prazer e do seu sexo. “vem me deixar maluca”, “agora já era era ela ficou desapegada, largou aquele homem e não quer mais saber de nada”

Quadro 2 – Músicas, *feats* e Machismo

Músicas com <i>feats</i>	Versos machistas	Músicas com <i>feats</i>	Versos machistas
<b>Downtown</b> Anitta <i>feat</i> JBalvin	“Enredarte en mis piernas es lo que quieres”	<b>Bomba Relógio</b>	“Pego forte, o pique tá na tua coxa”  “Se tu me der permissão eu posso entrar,baby”
<b>Vai Malandra</b>	“See my zipper put that ass on it”  “I can't lie I'm tryna see you naked”  “Anitta, baby, I'm tryna spank it”	<b>Toma</b>	“Gosto de te ver sentar”  “Primeiro prende o cabelo, flexiona o joelho”
<b>Terremoto</b>	“Essa mina é sem vergonha”  “E ela entrou na minha mente de um jeito indecente”	<b>Toda Sua</b>	“Olha o poder da morena do bundão”  “Dançando com esse decote”

<b>Sim ou não</b>	“Lo que el niño necesita, baby” “Y aquí mismo dártelo”	<b>Sapequinha</b>	“Bota essa bunda pra bater, bate, bate com pressão”
<b>Essa Mina é louca</b>	“Mesmo louca desse jeito, é muito mais do que mereço”		

**Fonte:** Dados da pesquisa (2021).

No geral, na narrativa dos videoclipes, todas as cantoras *pop* brasileiras sofrem pela objetificação de seus corpos, apenas mudando a forma pelo qual seus corpos são utilizados em diferentes cenários. A música possui um papel importante e dialético em influenciar (e ser influenciada) pela cultura de onde se origina, e por isso, detecta-se nos videoclipes e composições pegadas culturais de um país que ainda vive os valores do patriarcado, que traz consigo a cultura machista enraizada e aceita pela sociedade (dos Santos et al. 2020). Burges e Burpo (2012) encontraram em seu trabalho sobre sexualização de artistas em videoclipes, uma relação direta em como os universitários do sexo masculino diminuía seus julgamentos de culpa e empatia perante às vítimas de estupro. Além disso, as mulheres na condição de sexualizadas/objetificadas eram mais propensas a serem classificadas como *responsáveis* pelo ato de sofrer um assédio sexual (Burges & Burpo, 2012). Trechos como “Anitta, baby, estou tentando bater [na sua bunda]” e “Primeiro prende o cabelo, flexiona o joelho” podem dar sustentação aos argumentos anteriores.

Os versos considerados machistas foram cantados por cantores masculinos que colocam a mulher em uma posição passiva ou submissa diante da figura masculina, principalmente no que se refere ao ato sexual. Essa submissão também foi encontrada por Ey (2016) e Ey (2014), ao analisarem a influência de músicas e videoclipes que propagam estereótipos negativos relacionados a papéis de gênero para crianças.

Por fim, percebe-se que em *feats* com divas *pop* negras, como Ludmilla e IZA não foram encontrados versos machistas, e essas cantoras também não foram sexualizadas ou objetificadas em seus videoclipes por outros homens em músicas com participação, o que pode ser relacionado a uma ascensão e disseminação do feminismo e empoderamento negro no Brasil.

### **Empoderamento x Objetificação**

Um videoclipe é gerado de uma determinada canção, essencialmente construído pela ideia que se materializa e comunica o seu conceito, a estrutura plástica da canção citada, mas também a especificidade do gênero e trajetória específica dos artistas que aparecem nos videoclipes (Soares, 2008). A linguagem *mainstream* é utilizada para atingir ao grande público, justamente pela sua significação popular e pela sua estabilidade cultural de entretenimento (Soares, 2008). Avaliando a carreira da Anitta, observa-se esse forte apelo comercial ao redor da cultura de massa, modelando seu nome em uma marca de alto alcance

(Geraldo & Estevam, 2020). A cantora se propõe a um estilo de vida livre, sem vergonha, sem tabus, sem medo de sofrer críticas por atitudes consideradas moralmente irresponsáveis, destoando o lado livre de sua personalidade (Leal, 2014). Essa imagem está em consonância com outras divas pop, que enaltecem um estilo de vida consumido e performativo, diretamente ligado aos ideais de autenticidade e autoestima, presentes na sociedade contemporânea (Leal, 2014). Aí é um exemplo onde reside a linha tênue entre objetificação e empoderamento. Cantoras *pop* buscando explorar essa persona livre das amarras e constrangimentos morais que são incrustados por discursos de poder e cunho religiosos, biológicos (Foucault, 2020; Bourdieu, 2010), dentre outros, mas que ao mesmo tempo, se retratam por meio de suas composições e narrativas de forma a reificar papéis de gênero estigmatizados, onde novamente a mulher assume um papel secundário, ou submisso ao gênero masculino (Ey, 2014; Ey, 2016).

Vandyke (2011) salienta que as mulheres em videocliques são retratadas como personagens unidimensionais, sexualizadas, sem agência, com pouco a oferecer além de seus corpos. Um exemplo é a narrativa do clipe “downtown”, onde J Balvin, o cantor convidado por Anitta, atua como um golpista de cassino, e a cantora, apesar de supostamente ajudar a criar os planos ou escolher os alvos, usa seu corpo para seduzi-los e atua como uma peça controlada e submissa ao gênero masculino. Essas imagens enviam uma mensagem confusa de que ser mulher é ser atraente, mas passiva, sexy e submissa. Uma das maneiras pelas quais mulheres e meninas aprendem sobre feminilidade em videocliques é por meio de como as personagens são filmadas, seus enquadramentos e posições, muitas vezes enfatizando sua submissão ou enquadrando e ampliando em partes de seu corpo, decotes e curvas (Jhally, 2007). Em “downtown” isso também ressoa, com diversos *frames* focado nas curvas e na bunda de Anitta, bem como na dança sensual da cantora com outra dançarina, enquanto o personagem de J Balvin é bem mais desenvolvido, sugerindo que as mulheres em posição de liderança teriam um comportamento mais submisso que os homens (Wallis, 2011).

Uma artista feminina que se retrata como um objeto sexual em seu próprio videoclipe envia uma mensagem diferente de um artista masculino que objetifica sexualmente mulheres em seus vídeos (Aubrey & Frisby, 2011). Foi comprovado, quantitativamente, que artistas femininas eram mais sexualmente objetificadas do que artistas masculinos em videocliques, mensurados por meio de enfoque em elementos visuais que servem para treinar os olhos dos espectadores sobre os corpos: a exposição de partes sexuais do corpo e o uso do olhar. Assim, em consonância com a teoria da objetificação, os videocliques contemporâneos servem para reforçar a noção cultural de que as mulheres são valorizadas antes de mais nada por seus corpos e sua aparência (Aubrey & Frisby, 2011). Para além, as autoras analisaram até que ponto personagens masculinos e femininos eram colocados em papéis meramente decorativos ou em papéis instrumentais que contribuíam ao enredo ou música, encontrando que em videocliques masculinos era mais comum usar a mulher em um papel decorativo. Porém, isso acontece em muitos videocliques de divas pop brasileiras, como em “vai malandra” da Anitta, “toda sua” da Pocah, “toma” da Luísa Sonza e “sapequinha” da Lexa – elas são sexualizadas, ocupam personagens estereotipados, usam roupas mínimas e são frequentemente retratadas como submissas, vítimas ou objetos do olhar masculino ou de observador (Vandyke, 2011).

Essa padronização de colocar divas pop em segundo plano diante de homens ou figuras masculinas nos videocliques foram encontrados principalmente em músicas que

contavam com parcerias com outro cantor masculino, mas também foi encontrado enquanto parte do enredo de videocliques solo, como “amor bandido” da Lexa, o qual a cantora interpreta a mulher em um casal de ladrões, porém sua personagem tem o dever apenas de dirigir o carro, enquanto o homem arquiteta e realiza todo o ato criminoso. Também no videoclipe *solo* de “toma” da cantora Luísa Sonza, a cantora interpreta um personagem feminino totalmente fetichizado, com roupas colegiais, objetivando apenas agradar seu parceiro musical com seus movimentos corporais, enquanto o homem só aproveita a performance.

Personagens femininas também são mais prováveis de aparecer nos videocliques com roupas provocantes e de, conseqüentemente, serem sexualizadas por suas roupas. Os corpos das mulheres aqui existem para o consumo e prazer dos espectadores, e mesmo que sejam apenas escolhas estilísticas, pode ser interpretado enquanto normas reificadas de estereótipos negativos de papéis de gênero, colocando a mulher em um papel submisso ao homem e disseminando valores misóginos (Frisby & Aubrey, 2012; Ey, 2016; Ey, 2014).

Focando agora nas composições, encontra-se um movimento de empoderamento que cultiva a imagem da mulher que tem uma independência financeira, conseguida por meio de luta e determinação, vestindo grife e assinando contratos, como nas músicas “Verdinha” da Ludmilla e “evapora” de Iza *feat* Major Lazer e Ciara. Da mesma forma, percebe-se que essas cantoras entoam uma liberdade de ser quem quiser ser, de não se calar, de incomodar e não ficar quieta, de não ligar para que a sociedade diz e impõe, que podem ser encontradas, por exemplo, nas músicas “Dona de mim” da IZA, “downtown” da Anitta e “boa menina” da Luísa Sonza. Por sua vez, é subvertido papéis e estereótipos de gênero, onde a mulher é quem manda na relação, quando existe essa relação, porque essa mulher pode muito bem seguir um estilo de vida boêmio, sair para se divertir com as amigas, como nas músicas “ninguém manda nessa raba” da Pocah e “só depois do carnaval” da Lexa. Ainda dentro desse prisma, a mulher também toma o controle sobre seu corpo e seu prazer, tomando iniciativa, procurando por quem ela deseja, subvertendo papéis românticos e ligados à virilidade e conquista antes ligados à figura masculina, como nas músicas “Din din din” da Ludmilla *feat* MC Pupio e MC Doguinha e “Te pegar” da IZA.

Assim como na discussão sobre empoderamento, as divas pop seguem tanto um conceito de empoderamento ligado à práticas ligadas às demandas específicas, como sair da pobreza, lutar pela sobrevivência (Léon, 2001; Baquero, 2006), bem como atuam nas relações de poder circunscritas na construção dos papéis de gênero, buscando igualar sua participação em esferas na música antes pertencentes ao homem, como cantar sobre sua vida boêmia ou sua vontade de ficar com alguém sem compromisso, ou simplesmente ir em busca de alguém para satisfazer seu desejo e prazer (Baquero, 2006; Silva, 2008). Para além, a ideia de autonomia, identidade e emancipação também está presente na noção de empoderamento cultuado por essas divas (Léon, 2001; Gohn, 2004; Baquero, 2006).

No entanto, visto por meio do prisma do pós-feminismo, as noções de empoderamento feminino como resultado da forte aparência masculina e heterossexual é reificada em como as diversas mulheres apresentadas nos videocliques analisados parecem usar ativamente sua sexualidade e feminilidade em várias cenas, com objetivo de exercer um poder sobre essa figura masculina. Foi notado em alguns videocliques tais narrativas de empoderamento e enriquecimento, como: “dona de mim”, “pesadão” e “esse brilho é meu” da

Iza; “não sou obrigada” da Pocah; “posso ser” e “se eu mandar” da Lexa; “bang”, “boa menina” e “melhor sozinha” da Luísa Sonza e; “cheguei”, “verdinha” e “sou eu” da Ludmilla. Essas mulheres proeminentes se engajam no que poderia ser lido como uma reivindicação ativa de seu poder sociocultural sobre as condições patriarcais restritivas, especialmente no domínio da intimidade (heterossexual) e das relações românticas de gênero (Rens, 2021).

Quadro 3 – Música e Empoderamento

<p><b>Mulher independente</b> - mulher dona de si, independente financeiramente e que batalhou para chegar onde está</p>	<p>"sou porra louca mas também sou dedicada, em casa não falta nada, trabalho pra estudar" (Ludmilla, Verdinha)</p>	<p><b>Mulher bohêmia</b> - subverte os papéis de gênero, não é submissa ao homem, e pelo contrário, se diverte e vive a vida da forma que quiser, assumindo atitudes que outrora poderia ser ligada ao gênero masculino</p>	<p>"ah tá bom, agora quer mandar em mim, coitadin, não passa de um contatin, abaixa o tom, respeita a mamãe aqui" (Pocah, ninguém manda nessa raba)</p>
	<p>"o que eu sinto batendo no peito, move cada passo, se eu quero, eu sonho, eu faço, o meu corre é sagrado" (IZA, Evapora)</p>		<p>"olha que cara de pau, agora quer dar moral, quer ciscar no meu quintal, esse papo de casal, só depois do carnaval" (Lexa, só depois do carnaval)</p>
	<p>"sim sim sim sim, sei o que tá reservado pra mim, bling bling bling bling, grife no meu camarim, sim sim sim sim, mais um contrato pra mim" (IZA, Gueto)</p>		<p>" porque hoje eu vou zoar, eu vou me acabar, deixa eu beber, curtir amor, deixa eu vacilar" (Ludmilla, Sou eu)</p>
			<p>" Não sou de uma pessoa só, não curto amores, eu curto sabores da vida sem rumo" (Ludmilla, Sem querer)</p>

Fonte: Dados da pesquisa (2022).

Quadro 3 – Música e Empoderamento

<p><b>Mulher emancipada</b> - mulher que não se deixa ofuscar, que faz o que quer, e consegue o que quer</p>	<p>"sempre fiquei quieta, agora vou falar, se você tem boca aprende a usar, sei do meu valor e a cotação é dólar" (IZA, Dona de mim)</p>	<p><b>Mulher dona do seu prazer</b> - A mulher dona do seu corpo e do seu prazer, dominando seu sexo e dominando a relação com seu parceiro</p>	<p>"o teu tempo tá passando e tu não toma uma atitude, vou ter que ativar o meu modo Lud, feito um tapa na cara, essa é rápida e esperta, vê se não fica moscando e receba essa indireta" (Ludmilla, Din Din Din)</p>
	<p>"Vas a ver que cuando quiero algo, yo no puedo hacer, se no me conoces, no dudes de mi pues" (Anitta, Downtown)</p>		<p>" então se manda, anda, nem é bom de cama, fala, fala, fala, mas na hora H" (Luísa sonza, boa menina)</p>
	<p>" se não gosta, senta e chora, hoje eu tô afim de incomodar, se não gosta, senta e chora, mas sai de casa pra causar" (Ludmilla, cheguei)</p>		<p>"no aguanta, se adapta... en las noches soy yo la que define, todo a lo que va pasar, a mí no me tienes que mandar" (Anitta, downtown)</p>
	<p>"não deixem te dizer, o que deve fazer, cê vai lembrar de mim, uma boa menina faz assim" (Luísa sonza, boa menina)</p>		<p>"eu vou te pegar, te dominar, te dominar, quando começar, não pode mais pa-para-parar" (IZA, Te pegar)</p>
	<p>"para de marra, me deixa dançar, não é meu dono pra vir me mandar, sai do meu pé que hoje eu vou me acabar" (Lexa, para de marra)</p>		

Fonte: Dados da pesquisa (2022).

Nota-se, novamente, que Ludmilla e Iza conseguiram desafiar a imagem sexual estereotipada de mulheres negras no cenário brasileiro da Música Pop, por meio de suas estéticas fashionistas e performáticas, sendo aquelas menos sexualizadas e que mais demonstraram empoderamento em seus videoclipes. Em “pesadão”, por exemplo, Iza se mostra como uma “imperatriz”, comandando seu “bonde”, sendo a diva no seu videoclipe e reverenciada por Marcelo Falcão, seu convidado musical. Em “verdinha”, Ludmilla comanda sua plantação e se posiciona como uma mulher de negócios, comandando uma plantação de “alfaces”, exercendo um papel que cairia na mão de protagonistas masculinos em videoclipes no *mainstream*. Essas mulheres, afrodescendentes, redefiniram sua sexualidade, assumiram o controle de suas imagens e escreveram seus próprios roteiros.

Tendo-se em conta a relação entre artistas, plataformas e gêneros midiáticos é crucial para o que se chama de performances de empoderamento das Divas pop brasileiras. Além disso, sem esquecer o problema da apropriação pelo mercado do termo ‘empoderamento’ nos dias atuais, tem sido utilizado para delinear simultaneamente a estratégia de visibilidade das divas pop brasileiras como artistas, bem como o poder de voz das populações mais marginalizadas da sociedade brasileira que consomem a música pop feita por essas divas. Ou seja, as questões de empoderamento são sobre cultura, resiliência cultural, desenvolvimento sociopolítico e o desejo de agir em nome da justiça e equidade. No caso de Ludmilla, IZA, Anitta, Pocah, Lexa, Giulia Be e Luísa Sonza, essa dimensão performática se constrói tanto a partir da valorização da sua autoestima e da defesa da diversidade de corpos quanto pela construção de empatia criada através de seus fãs com os videoclipes analisados.

Um contraponto, porém, é que enquanto as composições sustentam o empoderamento, seus videoclipes muitas vezes passam uma mensagem distorcida sobre seu corpo, seu sexo, e seu papel de protagonismo em seu próprio trabalho. Recentemente, o presidente Jair Bolsonaro e vários seguidores de direita e conservadores vem criticando a Anitta, em seu novo clipe “Envolver”. O clipe de Envolver não foi considerado nessa análise, pois não se constitui um dos 10 mais populares da cantora, mas vêm subindo em visualizações e tornou-se a canção mais tocada do mundo no Spotify em abril de 2022. O clipe, dirigido e produzido pela cantora, mostra a diva dançando em um salão vazio, ao mesmo tempo que fantasia estar fazendo a mesma dança mas com um homem, novamente enfatizando o seu poder como mulher em busca do seu prazer, em versos como “em 5 minutos te faço gozar”. Porém, aos olhares desavisados e sem uma consciência crítica, toda a luta feminina se perde, e seu discurso é apropriado por esse público conservador como uma valorização sexual de Anitta enquanto cantora brasileira para o exterior (Carvalho, 2022). A luta pela empoderamento ganha no conhecimento, ganha na movimentação do coletivo que vem do aprendizado e desenvolvimento de conhecimento crítico (Léon, 2001; Kleba & Wendausen, 2009; Baquero, 2006). Quando a narrativa do videoclipe musical não acompanha essa mensagem, pode passar mensagens errôneas que podem ser absorvidas na ingenuidade, ou de forma planejada para disseminar essa mensagem equivocada a bel prazer.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este estudo possibilitou entender como as artistas femininas da música pop atual brasileira são representadas em seus videoclipes. Para se atingir uma compreensão desse contexto, definiram-se dois objetivos específicos de análise. O primeiro, de identificar se as divas pop brasileiras sofrem objetificação sexual dos seus corpos em videoclipes de autoria própria, o que demandou a realização de uma análise de narrativa dos videoclipes selecionados. Percebeu-se que todas as divas pop obtiveram seus corpos objetificados sexualmente, especialmente quando na presença de outros artistas masculinos em suas canções. Quando a objetificação não era por meio de letras, aparecia por meio de imagens nos videoclipes. Observou-se também um certo direcionamento das artistas femininas em seus próprios clipes a adotarem papéis secundários diante da presença de uma figura masculina, ou seja, as artistas analisadas, além de serem objetificadas em seus clipes, também eram deixadas em segundo plano na maioria de seus videoclipes quando realizado uma parceria musical com um artista masculino. Ou seja, a figura feminina é constantemente oprimida pela figura masculina e isso é reflexo das relações de gênero da nossa sociedade contemporânea. Essa análise, porém, pautou-se da narrativa dos videoclipes, porém, não se analisou seus reais efeitos sobre quem consome e a construção de sua identidade sexual e de gênero. Futuras pesquisas podem usufruir dessa análise pautada no consumidor musical.

Por sua vez, uma análise temática aponta um movimento de empoderamento feminino em dissonância com as narrativas dos videoclipes musicais. As divas pops cantam sobre sua independente financeira, sob o controle sobre suas ações, sobre seu corpo e sobre seu prazer, usando de papeis que, outrora pertenciam ao cantor masculino, como ir para festas, se divertir com as amigas, usar do homem como um brinquedo, um adereço ao seu sexo e seu prazer. Essas letras, porém, conflitam com a imagem que pode ser captada de suas narrativas visuais sob a ótica das teorias de objetificação.

Para futuras pesquisas sugere-se que outros gêneros musicais brasileiros sejam analisados, como o sertanejo universitário pela ótica das mulheres cantoras, ou voltados para a música independente ou MPB brasileira. Para além, outras plataformas podem ser utilizadas, como o Spotify, e analisar toda uma carreira artística dessas divas pops, em uma abordagem longitudinal de forma a entender como o empoderamento e a objetificação feminina é construída ao longo de sua carreira – não apenas focando nos *singles* como esse artigo se propôs a fazer.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Aubrey, J. S., & Frisby, C. M. (2011). Sexual objectification in music videos: A content analysis comparing gender and genre. *Mass Communication and Society*, 14(4), 475-501.
- Baquero, R. V. A. (2006). Empoderamento: questões conceituais e metodológicas. *Redes (St. Cruz do Sul Online)*, 11(2), 77-93.
- Becko, L. T., & Amaral, A. "IT'SA TRAP!": reflexões acerca da cultura pop como fenômeno midiático. In XIX Encontro Anual da Compós, Universidade Federal de Mato Grosso do Sul, Campo Grande.
- Belmiro, D. M. M., De Paula, L., Laurindo, P., & Viana, P. (2015). Empoderamento ou Objetificação: Um estudo da imagem feminina construída pelas campanhas

- publicitárias das marcas de cerveja Devassa e Itaipava. In *XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação—Rio de Janeiro*.
- Botton, A., Cúnico, S. D., Barcinski, M., & Strey, M. N. (2015). Os papéis parentais nas famílias: analisando aspectos transgeracionais e de gênero. *Pensando famílias*, 19(2), 43-56.
- Bourdieu, P. (2010). *A dominação masculina*. 7.ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil.
- Braun, V., & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative research in psychology*, 3(2), 77-101.
- Burgess, M., & Burpo, S. (2012). The effect of music videos on college students' perceptions of rape. *College Student Journal*, 46(4), 748-763.
- Cano, S. M. (2017). Las divas del pop y la identidad feminista: reivindicación, contradicción y consumo cultura. *Investigaciones Feministas*, 8(2), 475-492.
- Carvalho, K. (2022). Anitta é acusada de hipersexualização após sucesso de Envolver no Spotify global. Disponível em: <https://observatoriog.bol.uol.com.br/noticias/cultura/anitta-e-acusada-de-hipersexualizacao-apos-sucesso-de-envolver-no-spotify-global>
- Carvalho, S. R. (2004). Os múltiplos sentidos da categoria "empowerment" no projeto de Promoção à Saúde. *Cadernos de Saúde Pública*, 20, 1088-1095.
- Castillo-Villar, F. R., Cavazos-Arroyo, J., & Kervyn, N. (2020). Music subculture as a source of conspicuous consumption practices: a qualitative content analysis of “altered movement” songs and music videos. *Journal of Consumer Marketing*, 37/4 (2020), 353-363.
- Click, M. A., Lee, H., & Holladay, H. W. (2013). Making monsters: Lady Gaga, fan identification, and social media. *Popular Music and Society*, 36(3), 360-379.
- de Alcantara, P. P. T., Peixoto, C. L., & da Silva, A. M. S. (2017). As relações patriarcais de gênero na família: influência da mídia televisiva. *Holos*, 7, 270-277.
- DeNora, T. Music- ecology and everyday action: creating, changing, and contesting identities. In MacDonald, R., Hargreaves, D. J., & Miell, D. (Eds.). **Handbook of musical identities**, Oxford University Press, 46-62, 2017.
- Derbaix, M., & Korchia, M. (2019). Individual celebration of pop music icons: A study of music fans relationships with their object of fandom and associated practices. *Journal of Consumer Behaviour*, 18(2), 109-119.
- Dixon, T. L., Zhang, Y., & Conrad, K. (2009). Self-esteem, misogyny and afrocentricity: An examination of the relationship between rap music consumption and African American perceptions. *Group Processes & Intergroup Relations*, 12(3), 345-360.
- dos Santos, A. C. H., Neves, F. D. B. C., & Reis, T. L. (2020). A objetificação dos corpos femininos: uma reflexão fenomenológica existencial. *Revista Mosaico*, 11(2), 154-160.
- dos Santos, F. K. L., Pessoa, B. G. F., da Silva, R. A., Silva, L. D., carvalho Araújo, N. J., do Monte, L. M. I., & do Nascimento, E. F. (2020). Cultura do estupro: o machismo manifesto nas paradas musicais. *Research, Society and Development*, 9(7), e370974097-e370974097.

- Duffet, M. (2014). Fan word. *In*: Bennett, L. Popular music fandom: Identities, roles, and practices,
- Ey, L. A. (2014). The influence of music media on gender role and self-identity: Perceptions of children aged 6 and 10 years. *Children Australia*, 39(3), 147-160.
- Ey, L. A. (2016). Sexualised music media and children's gender role and self-identity development: a four-phase study. *Sex Education*, 16(6), 634-648.
- Foucault, M. (2020). *História da sexualidade 1: a vontade de saber*. 10.ed. Rio de Janeiro/São Paulo: Paz e Terra.
- Freire, P. (2014). *Medo e ousadia: o cotidiano do professor*. Editora Paz e Terra.
- Frisby, C. M., & Aubrey, J. S. (2012). Race and genre in the use of sexual objectification in female artists' music videos. *Howard Journal of Communications*, 23(1), 66-87.
- Garcia, R. M., & de Santana, W. K. F. (2020). Objetificação da mulher na música brasileira: perspectivas discursivas com base nos estudos de gênero. *Macabéa-Revista Eletrônica do Netlli*, 9(3), 440-457.
- Geraldes, E., & Estevam, A. L. G. (2020). Impacto, resistência e luta: uma análise comparativa da representação midiática da bissexualidade e travestilidade nos clipes "Sin Miedo" de Anitta e "Enviadescer" de Linn da Quebrada. *Anagrama*, 14(2).
- Gohn, M. D. G. (2004). Empoderamento e participação da comunidade em políticas sociais. *Saúde e sociedade*, 13, 20-31.
- Greenberg, D. M., Kosinski, M., Stillwell, D. J., Monteiro, B. L., Levitin, D. J., & Rentfrow, P. J. (2016). The song is you: Preferences for musical attribute dimensions reflect personality. *Social Psychological and Personality Science*, 7(6), 597-605.
- Gutović, T., Relja, R., & Popović, T. (2019). The 2CELLOS phenomenon: Social and cultural aspects of their fandom. *Anthropological Notebooks*, 25(3).
- Hesmondhalgh, D. (2013). *Why music matters*. John Wiley & Sons.
- Hsieh, H. F., & Shannon, S. E. (2005). Three approaches to qualitative content analysis. *Qualitative health research*, 15(9), 1277-1288.
- Hunter, M. (2011). Shake it, baby, shake it: Consumption and the new gender relation in hip-hop. *Sociological Perspectives*, 54(1), 15-36.
- Janotti Jr, J. A., & Alcântara, J. A. S. (2016). Como falar de si mesmo no videoclipe? A música popular massiva como parte constituinte de um sujeito inacabado//How to talk about yourself in the music video? Pop music as a constituent part of an unfinished subject. *Contemporânea Revista de Comunicação e Cultura*, 14(3), 354-367.

- Jennex, C. (2013). Diva worship and the sonic search for queer utopia. *Popular Music and Society*, 36(3), 343-359.
- Jenol, N. A. M., & Pazil, N. H. A. (2020). Escapism and motivation: Understanding K-pop fans well-being and identity. *Geografia*, 16(4).
- Jhally, S. (2007). Dreamworlds 3: Desire, sex and power in music video [Video recording]. Available from Media Education Foundation.
- Keller, M., & Halkier, B. (2014). Positioning consumption: A practice theoretical approach to contested consumption and media discourse. *Marketing theory*, 14(1), 35-51.
- Kleba, M. E., & Wendausen, A. (2009). Empoderamento: processo de fortalecimento dos sujeitos nos espaços de participação social e democratização política. *Saúde e sociedade*, 18(4), 733-743.
- Leal, T. (2014). O show das poderosas: Anitta e a performance do sucesso feminino. *C-Legenda-Revista do Programa de Pós-graduação em Cinema e Audiovisual*, (31), 110-121.
- León, M. (2001). El empoderamiento de las mujeres: encuentro del primer y tercer mundos en los estudios de género. *Revista de estudios de género: La ventana*, 2(13), 94-106.
- Lister, L. (2015). Divatização: a deificação das mulheres *popstars* modernas. In: Soares, T, Lins, M., & Mangabeiras, A. Divas Pop : o corpo-som das cantoras na cultura midiática. Belo Horizonte: Fafich/Selo PPGCOM/UFMG
- Lonsdale, A. J. (2020). Musical taste, in-group favoritism, and social identity theory: Re-testing the predictions of the self-esteem hypothesis. *Psychology of Music*, 49(4), 817-827.
- Luttrell, C., Quiroz, S., Scrutton, C., & Bird, K. (2009). *Understanding and operationalising empowerment* (pp. 1-16). London: Overseas Development Institute.
- Mazzei, V. R., Becelli, A. S., & Melatte, G. P. (2018). Análise do Uso de Estereótipos a Partir das Campanhas da Marca Skol. *Comunicação: Reflexões, experiências, ensino*, 14(1).
- Medford, L. A. (2019). *Diva*. Western Carolina University.
- Moreira, N. C., Ferreira, M. A. M., Lima, A. A. T. D. F. C., & Ckagnazaroff, I. B. (2012). Empoderamento das mulheres beneficiárias do Programa Bolsa Família na percepção dos agentes dos Centros de Referência de Assistência Social. *Revista de Administração Pública*, 46(2), 403-423.
- Mosley, D. V., Abreu, R. L., Ruderman, A., & Crowell, C. (2017). Hashtags and hip-hop: exploring the online performances of hip-hop identified youth using Instagram. *Feminist media studies*, 17(2), 135-152.
- Mozdzinski, L. (2015). Feministas x Stupid Girls: a construção midiática da identidade feminina na cultura pop. *Cultura pop. Salvador: Edufba*, 73-92.

- Nairn, A., & Spotswood, F. (2015). "Obviously in the cool group they wear designer things": A social practice theory perspective on children's consumption. *European Journal of Marketing*, 49(9/10), 1460-1483.
- Oliveira, C. R., & Traesel, E. S. (2008). Mulher, trabalho e vida familiar: a conciliação de diferentes papéis na atualidade. *Disciplinarum Scientia| Saúde*, 9(1), 149-163.
- Rens, S. E. (2021). Women's empowerment, agency and self-determination in Afrobeats music videos: A multimodal critical discourse analysis. *Frontiers in Sociology*, 6.
- Rohr, N. (2017). Yeah yeah yeah: The sixties screamscape of Beatlemania. *Journal of Popular Music Studies*, 29(2), e12213.
- Schmitz, G. A. P. D., & Tramontina, R. (2017). EMPODERAMENTO FEMININO: uma análise a partir da teoria do poder simbólico de Pierre Bourdieu. *Revista de Gênero, Sexualidade e Direito*, 3(1), 98-107.
- Silva, A. L. D. (2008). Pesquisa-ação participante no processo de empowerment de mulheres brasileiras no contexto da migração internacional. *Escola Anna Nery*, 12, 750-757.
- Silva, C., & Martínez, M. L. (2004). Empoderamiento: proceso, nivel y contexto. *Psykhé (Santiago)*, 13(2), 29-39.
- Soares, T. (2008). Do que Falamos quando Falamos dos Cabelos das Divas Pop. *Anais do 7º Encontro de GTs de Pós-Graduação-Comunicon, realizado nos dias*, 10.
- Soares, T. (2020). Divas Pop: O corpo-som das cantoras na cultura midiática In: Soares, T, Lins, M., & Mangabeiras, A. Divas Pop : o corpo-som das cantoras na cultura midiática. Belo Horizonte: Fafich/Selo PPGCOM/UFMG
- Sontag, S. (2018). *Notes on camp*. Penguin UK.
- Stephens, D. P., & Few, A. L. (2007). The effects of images of African American women in hip hop on early adolescents' attitudes toward physical attractiveness and interpersonal relationships. *Sex Roles*, 56(3), 251-264.
- Tanner, J., Asbridge, M., & Wortley, S. (2009). Listening to rap: Cultures of crime, cultures of resistance. *Social Forces*, 88(2), 693-722.
- Travis, R., Bowman, S. W., Childs, J., & Villanueva, R. (2016). Musical interactions: Girls who like and use rap music for empowerment. In *Symbolic interactionist takes on music*. Emerald Group Publishing Limited.
- Turner, J. S. (2011). Sex and the spectacle of music videos: An examination of the portrayal of race and sexuality in music videos. *Sex Roles*, 64(3), 173-191.
- Valentim, T. S., Procopio, M. R., & Fonseca, A. C. A. (2018). Representação feminina por marcas de cerveja: uma análise semiolinguística do vídeo Skol Reposter. *Travessias*, 12(4), 86-104.
- VanDyke, E. (2011). Race, Body, and Sexuality in Music Videos.
- Wallis, C. (2011). Performing gender: A content analysis of gender display in music videos. *Sex Roles*, 64(3), 160-172.
- World Health Organization. (1998). *Promoción de la salud: glosario* (No. WHO/HPR/HEP/98.1). Ginebra: Organización Mundial de la Salud.