

CONTEÚDO TELEVISIVO DO BRASIL DOS ANOS 90

Uma análise sobre seus impactos na formação dos adolescentes da época

Rafaele Cavalcante Dias Gomes¹

Suzana Coelho Conceição²

Resumo: Esta pesquisa bibliográfica baseia-se na análise do conteúdo televisivo dos anos 90 no Brasil, no que se refere a comportamentos sociais inadequados para com minorias, afim de investigar tipologias de conteúdos disseminados em locais como programas de tv, filmes, propagandas televisivas, telenovelas e etc, e como podem ter afetado o desenvolvimento da sociedade e sua visão de mundo, cultura, comportamentos, formação na consciência política, sua relação com as minorias, preconceitos, corpo, sexualidade e cultura linguística. Após análise bibliográfica dos conteúdos televisionados, será possível determinar que os conteúdos televisivos tiveram relação com a visão da sociedade jovem-adulta nos dias de hoje.

Palavras-chave: Anos 90. Programas de TV. Machismo. Sexismo. Racismo.

Abstract: This bibliographical research is based on the analysis of television content from the 90's in Brazil, regarding inappropriate social behaviors towards minorities, in order to investigate typologies of content disseminated in places such as TV shows, movies, television advertisements, telenovelas, etc., and how they may have affected the development of society and its worldview, culture, behaviors, formation in political consciousness, its relationship with minorities, prejudice, body, sexuality, and linguistic culture. After bibliographic analysis of the television contents, it will be possible to determine that the television contents have had a relationship with the vision of the young-adult society today.

Palavras-chave em língua estrangeira: 90's. TV shows. Sexism. Racism.

1 Pós-Graduanda em Gênero, Diversidade e Direitos Humanos

2 Assistente Social, Educadora. Orientadora de TCC do curso de especialização em gênero, diversidade e Direitos Humanos da UNILAB. E-mail: szcoelho@hotmail.com

1. INTRODUÇÃO

Ao longo dos anos nota-se que a sociedade brasileira está começando a pensar mais na igualdade de gênero.

O Brasil tem um longo caminho a percorrer, porém as mudanças de uns anos para cá já podem ser percebidas, como é o caso dos programas televisivos. Sabe-se da influência que a televisão tinha sobre a sociedade nesta época, pois eram quase que a única fonte de entretenimento da família. Com isto, as televisões se popularizaram e junto delas os programas de entretenimento.

A mídia tem oferecido, predominantemente, representações hegemônicas para problematizar a questão das diferenças e para determinar que certos modelos de ser, sejam produzidos e circulem socialmente, sustentando o marketing de produtos e ideias. (HALL, 1997).

A maioria das emissoras de TV nos anos 90 reproduziram incansavelmente os mais diversos estereótipos possíveis como, por exemplo, racismo, homofobia, machismo, patriarcado, dentre outros. Segundo Patrícia Hill Collins e Winnie Bueno (2019), as imagens de controle são utilizadas por grupos dominantes para enfatizar violências contra grupos minoritários, aprofundando as estruturas de poder afim de mantê-las.

Esta pesquisa teve como questão norteadora a seguinte problematização: Quais os principais reflexos e impactos do conteúdo abordado na TV brasileira na década de 90 na formação dos adolescentes da época? O objetivo geral da pesquisa é de analisar os principais reflexos e impactos do conteúdo abordado na TV brasileira na década de 90 na formação dos adolescentes da época. Já os objetivos específicos são: Conhecer o conteúdo televisivo do Brasil da década de 90, analisar o perfil dos adolescentes da década de 90 e discorrer sobre os principais reflexos e impactos do conteúdo televisivo do Brasil da década de 90 na formação dos adolescentes da época.

A sociedade capitalista da televisão brasileira pouco se importava, e ainda não dá a devida importância, com questões sociais, haja vista o desrespeito e desinformação disseminados. Este padrão acabou por normalizar a violência e discriminação contra minorias, já que o único foco era qual emissora estava à frente na audiência.

A sociedade capitalista requer uma cultura baseada nas imagens. Ela necessita fornecer uma ampla quantidade de entretenimento, de forma a estimular o consumo e anestesiar os danos causados a determinadas classes sociais, raças e sexo. Além disso, ela também necessita reunir uma ilimitada quantidade de informações para melhor explorar os recursos naturais, aumentar a produtividade, manter a ordem, fazer guerra e dar emprego aos burocratas. [...] A produção de imagens também fornece uma ideologia dominante. A mudança social é substituída por uma mudança nas imagens. A liberdade para consumir inúmeras imagens e produtos é equiparada à liberdade em si. O estreitamento entre liberdade de escolha política e liberdade de consumo econômico exige um consumo e uma produção de imagens ilimitadas. (SOTANG, 2004, p.57).

Este estudo está dividido em introdução, onde foi discorrido brevemente sobre o tema e as principais inquietações que embasaram a pesquisa, a revisão de literatura, onde serão apresentados dados obtidos através das pesquisas bibliográficas, permitindo expor as problemáticas e apontar como estas não são mais aceitas pela sociedade nos dias atuais, seguido do método utilizado e, por fim, os resultados obtidos e as considerações finais da autora, finalizado com as referências bibliográficas.

2. REVISÃO DE LITERATURA

Serão analisados os principais conteúdos de entretenimento reproduzido na TV brasileira, durante a década de 1990, e seus possíveis reflexos e impactos psicossociais na formação dos adolescentes da época.

2.1. O conteúdo televisivo de entretenimento no Brasil da década de 90

Segundo levantamento do IBGE, de 1992 a 1999, houve um aumento de 13,61% no número de domicílios com aparelho de televisão, chegando a 88,23% de domicílios com posse no ano de 1999 (IBGE, Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios 1992/1999).

Domicílios particulares permanentes, por posse de televisão		
Período	Tem	Não tem
1992	74,62	25,34
1993	76,49	23,45
1995	81,82	18,13

Domicílios particulares permanentes, por posse de televisão		
Período	Tem	Não tem
1996	85,18	14,77
1997	86,88	13,09
1998	88,08	11,84
1999	88,23	11,7

Fonte: IBGE, Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios 1992/1999

Na década de 90 houve o início da distribuição de TV por assinatura, enquanto que as emissoras buscavam índices cada vez mais altos no IBOPE, onde os programas de entretenimento tinham grande local nas televisões das famílias, em contrapartida, segundo o PNAD 2001, o número de domicílios com rádio diminuiu.

Grandes emissoras reproduziam seus programas de entretenimento aos finais de semana, o que acabava sendo um atrativo de entretenimento ao povo. Falas machistas, piadas homofóbicas, sexualização e objetificação da mulher, programas infantis com conteúdo não apropriado para crianças, dentre outros. Com o aumento da faixa etária de jovens e adolescentes nas famílias, aliado ao baixo número de televisões por domicílio, o público jovem e majoritariamente masculino (IBGE 2000 - p. 42)

2.1.1. Programa Domingo Legal

Consistia em um programa dominical de entretenimento voltado para a família, com quadros de sucesso, como “banheira do Gugu”, “boquinha da garrafa”, “prova dos batimentos cardíacos”, entre outros, onde ocorria uma hiperssexualização do corpo feminino como forma de entretenimento onde, por diversas vezes, as mulheres tinham seus corpos expostos, analisados, invadidos ou simplesmente utilizados como enfeites de palco.

2.1.2. Apresentações Musicais

Diversas apresentações musicais aconteciam em programas infanto-juvenis, e boa parte destes contavam com plateia. Por diversas vezes durante esses programas pode-se notar letras de duplo-sentido, coreografias obscenas, dançarinas com roupas

inapropriadas a um programa infanto-juvenil, e até mesmo letras explicitamente sexuais cantadas em inglês.

2.1.3. Programa “H”

Apresentado por Luciano Huck e voltado para o público jovem, o programa exibia a “Tiazinha”, mulher que foi símbolo sexual dos anos 90. Sempre sensualizando em frente a uma plateia formada por jovens e adolescentes, a sociedade abraçava como normal, e talvez até indispensável, a hiperssexualização feminina como forma de entretenimento.

2.1.4. Momentos sensacionalistas e politicamente incorretos

Para além da exagerada exploração do corpo feminino, a indústria de entretenimento explorava os mais diversos temas, onde tudo girava em torno de alcançar a maior audiência. Dentre as exibições, a TV brasileira chegou a exibir um suicídio ao vivo durante o jornal “Aqui agora”, da emissora SBT, em 1993. Além do sensacionalismo exacerbado, não era difícil encontrar momentos de constrangimento da imagem visual de pessoas, como foi exemplo da ridicularização de um garoto menor de idade portador de síndrome de Seckel no programa do Faustão na emissora Globo, em 1996, bem como diversas participações do humorista “ET” durante exibições do programa “Domingo Legal”, do SBT.

2.1.5. O “Politicamente incorreto”

Revendo alguns vídeos de trechos de programas exibidos durante os anos 90, logo pode-se perceber que simplesmente não existia politicamente incorreto, tudo era permitido na corrida pela maior audiência. Racismo sequer era visto como uma questão, pois via-se desde piadas no “Casseta e Planeta”, até os papéis em novelas, onde pessoas negras apenas interpretavam escravos ou serviçais, nunca em locais de poder. Também é possível notar traços fortes da cultura patriarcal enraizada nos diversos tipos de conteúdo exibidos na televisão, mas isto também não era um problema aos olhos dos brasileiros, por era exatamente daquela forma que a nossa sociedade funcionava. Piadas homofóbicas, com pessoas com deficiência e qualquer tipo de discriminação pareciam fazer parte da rotina, era apenas um “humor ácido”.

[...] o efeito da televisão em sua audiência é uma sensação temporária de euforia e bem-estar, mas ela promove o abuso e efeitos destrutivos a longo prazo, que erodem as faculdades básicas, incluindo a capacidade de pensar independente e criticamente (CASHMORE, 1998, p.37).

2.1.6.A figura da mulher nas telas

Ao longo dos anos 90 a indústria de entretenimento abusou do uso da imagem da mulher nos mais diversos âmbitos, através das “imagens de controle”.

As imagens de controle são a dimensão ideológica do racismo e do sexismo compreendidas de forma simultânea e interconectada. São utilizadas pelos grupos dominantes com o intuito de perpetuar padrões de violência e dominação que historicamente são constituídos para que permaneçam no poder. As imagens de controle aplicadas às mulheres negras são baseadas centralmente em estereótipos articulados a partir das categorias de raça e sexualidade, sendo manipulados para conferirem as inequidades sociorraciais a aparência de naturalidade e inevitabilidade. (BUENO, 2019).

Nas novelas, as mulheres negras eram retratadas, em sua maioria, interpretando papéis de escravas, mucamas, empregadas domésticas entre outros, mas nunca em situações de poder. A mensagem que era passada era de que a mulher negra não poderia fazer parte da alta sociedade, que apenas servia como amante e serviçal, e não como uma possibilidade de parte da família da alta sociedade.

A produção de um discurso sobre raça que questione a branquitude seria uma mudança de rumos bem legal. Seria interessante se todos os brancos que vivem dizendo aos negros o que pensam sobre a negritude tomassem consciência da branquitude. (HOOKS, 2019).

A padronização do corpo da mulher, a imposição do corpo magro, malhado e de cabelos lisos também era bem presente na TV, onde pele clara, corpo magro e cabelo liso eram sinônimos de beleza, e até os dias de hoje, mulheres lutam em busca de libertação de padrões.

Foi com o passar do tempo que a mulher começou a fazer parte mais efetiva da sociedade e, com isso, tornou-se protagonista de lutas pelo reconhecimento de seu papel. Como resultado, vem, ano após ano, modificando sua imagem e seu papel social, ocupando um espaço cada vez maior, marcando um posicionamento próprio na família, na sociedade em geral e no trabalho. (SAMARÃO, 2007).

2.2. O perfil dos jovens e adolescentes nos anos 90

Segundo IBGE 2000, o número de jovens entre 15 a 19 anos aumentou entre os anos de 1992 e em todas as grandes regiões do País, enquanto que o número de crianças de até 14 anos diminuiu, no mesmo período. Houve ainda um aumento na procura por escolarização, mesmo entre jovens que estudam e trabalham.

Essa geração é marcada pelo pragmatismo e autoconfiança nas escolhas, e busca promover a igualdade de direitos e de justiça em suas decisões. (OLIVEIRA, 2009, p. 63).

Esse crescimento pode ser explicado, em parte, por conta do aumento da matrícula no segundo grau em todos os Estados, bem como oferta de cursos noturnos para educação juvenil. Este fato se deu pela publicação de algumas leis, como a Constituição de 1988, trazendo em seu artigo 208 do capítulo III: “O dever do Estado com a Educação será efetivado mediante a garantia de: Inciso VI - oferta de ensino noturno regular adequada às condições do educando. ”

Além da inclusão da obrigatoriedade de o Estado garantir a qualidade do ensino noturno, no ano de 1990 foi publicado o Estatuto da Criança e do Adolescente e em 1996 foi sancionada a Lei de Diretrizes Básicas da Educação, garantindo:

Art. 1º. A educação abrange os processos formativos que se desenvolvem na vida familiar, na convivência humana, no trabalho, nas instituições de ensino e pesquisa, nos movimentos sociais e organizações da sociedade civil e nas manifestações culturais.

§1º Esta Lei disciplina a educação escolar, que se desenvolve, predominantemente, por meio do ensino, em instituições culturais.

§2º A educação escolar deverá vincular-se ao mundo do trabalho e à prática social.

Com as mudanças legislativas, tornou-se possível para os jovens trabalhar em tempo integral e estudarem no período noturno, haja vista que grande parte dos jovens brasileiros necessitavam trabalhar e, por muitas vezes, acabavam por abandonar os estudos, pois não conseguiam conciliar estudo e trabalho.

Ainda no mesmo período, percebe-se que as famílias são, majoritariamente, compostas por casais com filho (IBGE 2000. Páginas 218-220) e com renda mensal de até dois salários mínimos, ao mesmo tempo que se percebe o aumento no número

de famílias compostas por mulheres sem cônjuge e com filhos. De um modo geral, a desigualdade na renda familiar colocava o povo brasileiro em difícil situação financeira, restringindo o acesso de qualidade a educação, cultura e saúde.

Com o incentivo à educação, jovens nascidos nos anos 80 e 90, conhecidos como “geração Y”, desenvolveram uma maior consciência sobre a importância da educação na formação individual, o que resulta em jovens com maior entendimento de questões sociais, responsabilidade ambiental, pensamento inovador, entre outros. TAPSCOTT (2009) destaca alguns conceitos essenciais para compreender a geração Y: liberdade, customização, integridade, colaboração, entretenimento, velocidade e inovação. Na década de 90, o avanço dos meios de comunicação e a revolução da internet foram responsáveis pelo encurtamento das distâncias e flexibilização das jornadas de trabalho, o que permitiu que as carreiras deixassem de se limitar às fronteiras da organização (SILVA *et al.*, 2011).

2.3. Possíveis reflexos e impactos da TV na formação de jovens e adolescentes

Como apresentado anteriormente, a televisão incorporava boa parte da rotina de entretenimento da família dos anos 90, mas como o que passava nas telas pode ter influenciado nas mentes jovens? Ela é fonte de diversas informações, lançadas a qualquer hora e com uma linguagem simples, consegue atingir um número grande de pessoas.

Obviamente, públicos diferentes assistem à televisão de diferentes maneiras. Para alguns, ela nada mais é do que uma colagem fragmentada de imagens que apenas intermitentemente as pessoas vêem ou ligam com aquilo que veio antes ou depois. Hoje em dia, muitos indivíduos usam dispositivos que lhes permitem ir percorrendo os programas, pulando e um canal para outro ou simplesmente dando um “vão rasante” para “ver o que está rolando” e acompanhar o fluxo desconexo de imagens. Muitos indivíduos que assistem a programas inteiros se atêm simplesmente à superfície das imagens, enquanto programas, anúncios, intervalos comerciais, etc. vão fluindo de um para outro e afogando o significado no jogo de significantes desconexos. Muitas pessoas não conseguem lembrar o que viram na noite anterior ou fazer um relato coerente da programação da noite anterior. (KELLNER, 1995. p.303).

Ainda segundo Kellner, as pessoas passam de canal em canal, sem discernir o que estão, de fato, assistindo. Mas é aí que se torna um problema, um indivíduo pode não

se lembrar exatamente do que assistiu na TV na noite passada, mas os vícios de linguagem, cultura, hábitos e ideologias permanecem nas mentes, principalmente de jovens que ainda estão moldando seu caráter. “A televisão fascina porque corporifica a cultura que representa. Num sentido genuíno, a televisão é a cultura hoje: caprichosa, sem moderação e absorvida por uma devoção quase religiosa ao consumo” (CASHMORE, 1998, p.11).

Não se pode desconsiderar que a mídia televisiva, por si só, não apenas cria estereótipos, ela reproduz o que é familiar à população, ou seja, reflete o que é visto na sociedade, a ponto de criar um vínculo com o telespectador. Isso acaba se tornando uma grande problemática, pois a mente humana tende a reproduzir comportamentos que vê em seus similares, então, no que se tornaria um jovem em formação assistindo aos conteúdos da forma como foram expostos durante toda sua fase de transição da infância para a vida adulta?

A TV parece ser uma representação perfeitamente natural da realidade: uma janela para o mundo. Mas a abordagem dos estudos culturais insiste em que a razão pela qual as imagens e os sons da TV parecem tão naturais é porque suas mensagens são codificadas num quadro de referência muito familiar. (CASHMORE, 1998, p.59).

Mesmo com surgimento da internet, disponibilizada no Brasil em 1994, a instabilidade econômica no país não permitia que grande parte da população tivesse acesso e, portanto, a televisão continuara como grande fonte de entretenimento. Neste período surgiram muitos programas televisivos, videogames, filmes, séries, noticiários, novelas e etc., mas como estes materiais podem ter influenciado na formação dos jovens? Uma característica marcante das pessoas da geração Y é que aceita a diversidade, convive muito bem com as diferenças de etnia, sexo, religião e nacionalidades em seus círculos de relação (LOIOLA, 2009).

Enquanto que para adultos a televisão é apenas uma forma de entretenimento, para jovens em processo de desenvolvimento intelectual e social é uma forma de conhecer o mundo e formar valores. A televisão, como grande forma de entretenimento durante os anos 90, se destaca por seus conteúdos inapropriados e acabou por normalizar a exploração negativa de tantas questões sociais, tais como machismo, homofobia, racismo, transfobia, dentre outros. Segundo Olmos (2003) e Silva (2005), os aspectos

negativos dos meios de comunicação são nocivos ao desenvolvimento do adolescente, pois não estimula a capacidade de pensar, de estabelecer relações e fazer deduções; apenas vende produtos, ideais e atitudes, criando uma dependência baseada no consumo e na violência.

Strasburger (1999), também, indica no seu estudo que os meios de comunicação transmitem informações e moldam as atitudes sociais, pois influenciam as percepções do comportamento e da realidade social do espectador, ditando regras de comportamento sexual aos adolescentes, os quais veem a si mesmos de maneira egocêntrica.

Segundo Olmos (2003):

O problema da qualidade da TV está na oferta, não na demanda. Se o que é oferecido nesse mesmo horário na TV aberta é semelhante em quatro canais, a criança fica sem opção. A TV é uma fonte de educação que pode facilitar muito a vida das pessoas, pode, inclusive, formar cidadãos melhores.

E ainda:

Os pais têm um papel fundamental. Eles podem, por exemplo, traduzir para a criança os conteúdos da TV. É importante ressaltar aos pais do adolescente que a dependência da TV pode provocar ou agravar na criança a dispersão da atenção e a dificuldade de concentração, diminuição do exercício de pensar, respostas estereotipadas, tendência a condutas de imitação e submissão, diminuição da capacidade crítica, atitude apática, passiva, na medida em que está acostumado a que o televisor entretenha, dificuldade para ordenar o pensamento, falta de concentração dos fatos: passa de um para outro sem conseguir estabelecer ligações (em ritmo de videoclipe), tendência para a inércia, para um certo isolamento, falta de iniciativa, dificuldade de fazer tarefas que “dão trabalho”, desinteresse pelo que não tenha alto grau de estimulação externa, inibição da curiosidade e da criatividade, retardamento e inibições do desenvolvimento.

Percebe-se que os jovens absorvem para si boa parte do conteúdo advindo da televisão, portanto, esta é formadora de caráter, tanto para o bem, quanto para o mal. O que os jovens assistiram durante os anos 90, junto a sua formação educacional familiar, definiriam se o que assistiram os tornou preconceituosos ou com consciência social aprimorada, enxergando os absurdos reproduzidos na TV.

3. MÉTODO

A presente pesquisa teve como base teórica metodológica o enfoque de pesquisa dialética, pois se faz necessário á explanação histórica dos assuntos abordados, como também os desafios enfrentados para sua efetivação de forma eficaz da pesquisa em questão, que tem como objeto de estudo o conteúdo televisivo do Brasil da década de 90.

Dessa forma, a presente pesquisa busca apreender a influência do conteúdo televisivo entre os anos de 1990 e 1999 e sua influência sobre a sociedade, analisando o seu significado na expressão das relações humanas. Assim, sob uma perspectiva dialética, a busca foi trazer com maior clareza possível o conteúdo propagado na TV durante o período abordado. Com isto, pretende-se analisar como a TV contribuía na visão da sociedade sobre diversos temas sociais, tais como: racismo, homofobia, feminismo e direitos das mulheres, machismo, sociedade patriarcal, dentre outros.

A fim de alcançar o objetivo geral deste trabalho que é analisar os principais conteúdos abordados na TV brasileira na década de 90 na formação dos adolescentes da época, e os objetivos específicos: Conteúdo televisivo de entretenimento no Brasil da década de 90, descrever o perfil dos jovens e adolescentes nos anos 90 e possíveis impactos psicossociais da TV na formação de jovens e adolescentes, a pesquisa se configura quanto aos objetivos, como uma pesquisa exploratória que possibilita maior conhecimento sobre o tema e proporciona maior aprofundamento sobre as questões relacionadas a problemática que envolve o conteúdo televisivo do Brasil dos anos 90.

Quanto aos procedimentos, trata-se de uma pesquisa bibliográfica e documental, onde é possível a partir da coleta dos dados analisar materiais já elaborados com base em fontes bibliográficas que possibilita análise de diversas ideologias acerca do problema suscitado, a partir de leituras e análises dos seguintes autores: Winnie Bueno, Bell Hooks, Stuart Hall entre outros e fonte de dados do IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatísticas).

Quanto à forma de abordagem a pesquisa caracteriza-se como *qualitativa* pois permite retratar a realidade de uma forma ampla, observando as dimensões presentes

no problema possibilitando assim encontrar novos aspectos com relação ao marco teórico da temática pesquisada.

4. RESULTADOS E DISCUSSÕES

Ao longo do estudo foi possível notar que a televisão nos anos 90 possuía grande influência como meio de comunicação e entretenimento na sociedade brasileira, portanto, pode-se dizer que seu conteúdo politicamente incorreto influenciou na mente pensante dos jovens da época. Essa influência foi positiva ou negativa? Ao longo dos anos podemos ver uma notória mudança nos conteúdos disponibilizados nos canais, uma preocupação a mais da mídia com questões sociais, onde cada dia mais as emissoras são cobradas por posicionamentos que hoje em dia não são mais aceitos como naturais.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

É um fato que o tipo de conteúdo exibido nos anos 90 não é mais aceito nos dias atuais, mas ainda está presente em diversos momentos na TV, porém de forma mais sutil, por assim dizer. Hoje boa parte da sociedade olha para trás, revê conteúdos de sucesso dos anos 90 e já consegue problematizar e entender acerca das questões sociais envolvidas em certos momentos. Em uma visão otimista, é possível pensar que toda a mídia escrachada dos anos 90 servira para abrir os olhos da sociedade e ajudar a identificar questões sociais importantes a serem discutidas, modificadas e problematizadas por todos.

Através desta pesquisa foi possível estabelecer parâmetros acerca do tipo de conteúdo exibido na televisão durante o período abordado, onde o objetivo geral era de analisar os principais reflexos e impactos psicossociais do conteúdo abordado na TV brasileira na década de 90 na formação dos adolescentes da época, onde foi exposto o perfil dos jovens, do conteúdo televisivo, bem como os possíveis reflexos na formação adulta. Com isto, os objetivos estabelecidos foram alcançados, sendo possível traçar uma linha de pensamento crítico acerca do assunto.

REFERÊNCIAS

CASHMORE, Ellis. E a televisão se fez! São Paulo: Summus, 1998.

BUENO, Winnie. Imagens de Controle: Um conceito do pensamento de Patricia Hill Collins. Porto Alegre: Ed Zouk, 2020.

BRASIL. Constituição (1988). Constituição da República Federativa do Brasil. Brasília, DF: Senado Federal: Centro Gráfico, 1988

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

HALL, Stuart. 74. A centralidade da cultura: notas sobre as revoluções culturais do nosso tempo. In: Educação & Realidade . jul/dez. 1997. P. 15-46

HOOKS, Bell. Anseios – raça, gênero e políticas culturais Editora Elefante, 2019.

KELLNER, Douglas. A Cultura da mídia. Bauru, SP: Edusc, 2001.

LOIOLA, Rita. Geração Y. Revista Galileu. São Paulo, n. 219, p. 50-53, out. 2009.

IBGE, Síntese de Indicadores Sociais 2000. IBGE, Departamento de População e Indicadores Sociais. Rio de Janeiro. IBGE, 2001

IBGE, Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios 1992/1999. Disponível em: <https://serieestatisticas.ibge.gov.br/series.aspx?no=6&op=0&vcodigo=PD247&t=domicilios-particulares-permanentes-posse-televisao>. Acesso em janeiro 2022.

OLIVEIRA, Sidnei. Geração Y: Era das Conexões, tempo de Relacionamentos. São Paulo: Clube de Autores, 2009.

OLMOS, A. O aprendizado pela TV. 2003. Disponível em:
https://www.idec.org.br/uploads/revistas_materias/pdfs/2004-10-ed82-entrevista.pdf.
Acesso em janeiro de 2022.

TAPSCOTT, D. (2009). *Grown Up Digital: How the Net Generation is Changing Your World*. Nova York: McGraw-Hill Education.

SAMARÃO, Lilianny. O espetáculo da publicidade: a representação do corpo feminino na mídia. *Contemporânea (Título não-corrente)*, [S.l.], v. 5, n. 1, p. 45-57, nov. 2015. ISSN 1806-0498. Disponível em: <<https://www.e-publicacoes.uerj.br/index.php/contemporanea/article/view/17200/12633>>. Acesso em: 17 jan. 2022.

SILVA, E. O papel da mídia no enfrentamento da violência contra criança e adolescentes. 2005. Disponível em <http://www.caminhos.ufms.br>. Acesso em janeiro de 2022.

SILVA, R. C. *et al.* (2011). *Carreiras: Novas ou Tradicionais? Um Estudo com Profissionais Brasileiros*. In: *Encontro da Anpad*, 35. Rio de Janeiro.

STRASBURGER, V. C. *Os adolescentes e a mídia: impacto psicológico*. Porto Alegre: Artes médicas, 1999.