



COMO EM UM PASSE DE MÁGICA: *PRINCESAS*, CONSUMO E PERFORMANCES NA CONSTRUÇÃO DO GÊNERO NA INFÂNCIA

Michele Escoura¹

Não é de hoje que “a magia e o encanto de Walt Disney”² envolve crianças e adultos pelo mundo. Transbordando romances, aventuras e mistérios as produções *Disney* prometem remeter seu público a um mundo cheio de fantasia e diversão, levando-o para onde somente a imaginação pode alcançar³.

Ao menos desde 1937 e o consagrado sucesso de “*A Branca de Neve e os Sete anões*”⁴, a empresa firmou-se dentre as maiores produtoras do mercado estadunidense de filmes e inscreveu o nome de seu criador, Walt Disney, na história de Hollywood. A premiada⁵ versão cinematográfica de um conto dos Irmãos Grimm, além de abrir as portas do cinema para um público ainda bem pouco explorado, o público infantil, aplacou também uma nova receita de sucesso: adaptações em 2D (duas dimensões) aos clássicos contos de fadas.

Em finais dos anos de 1940, provando o amargo gosto da crise econômica provocada pela segunda guerra mundial e a eminente falência de sua empresa, Disney decide então apostar novamente suas fichas na magia dos contos de fadas e, em 1950, triunfa com o clássico *Cinderela: a Gata Borralheira*⁶. Filme lançado, sucesso conquistado: a animação adaptada do conto de Charles Perrault, de 1697, não só reanimou as finanças da empresa, garantindo vida longa aos estúdios *Disney*, assim como foi um dos filmes mais rentáveis do ano.

As seqüências de sucesso promovidas pelas duas histórias populares adaptadas ao cinema fizeram dos contos de fadas um precioso produto aos estúdios *Disney* e garantiu, ao longo da segunda metade do século XX, o surgimento de diversas outras produções. Adaptado também de um conto de Charles Perrault (2004), *A Bela Adormecida*⁷ e o outro, *A Bela e a Fera*⁸, em uma

¹ Mestranda em Antropologia Social pela USP – Universidade de São Paulo. michele_escoura@yahoo.com.br. Este trabalho é produto da pesquisa de mestrado “Como em um passe de mágica: Princesas, gênero e identidades negociadas na infância” orientado pela Profa. Dra. Heloisa Buarque de Almeida e financiado pela FAPESP.

² Segundo sua vinheta de abertura.

³ Os dados referentes às produções Disney foram colhidos no próprio *website* brasileiro da produtora: <http://www.disney.com.br> (acessado em 12/05/2009).

⁴ Do original *Snow White and the Seven Dwarfs*. Direção de David Hand em 1937.

⁵ *Branca de Neve e os sete anões* rendeu, em 1939, o prêmio honorário da Academia de Artes e Ciências Cinematográficas de Hollywood (Oscar) ao seu criador: feita sob medida, a estatueta do tamanho natural de Walt Disney acompanhava o conjunto de outras sete pequenininhas para homenagear o primeiro filme longa metragem de animação.

⁶ Do original *Cinderella*. Direção de Clyde Geronimi e Wilfred Jackson em 1950.

⁷ Do original *Sleeping Beauty*. Direção de Clyde Geronimi em 1959.



versão de um conto de 1740 de Gabrielle-Suzanne Barbotde, a *Dama de Villeneuve*, constituem exemplos desses investimentos nos contos de fadas e representam com maestria a fórmula do *clássico* tão utilizada por Walt Disney.

A união entre o conto de fadas e a idéia do *clássico*, o que sobreviveu ao longo dos anos por meios “tradicionais” (livros consagrados ou narrações orais), acabou se tornando uma rica fonte de inspiração aos estúdios *Disney*, pois ao que indica, acredita-se que haja não somente a transferência da popularidade de tais histórias aos filmes, mas também da mística “clássica” que os envolvem: o status de *clássico* de Charles Perrault e os *Contos da Mamãe Ganso* é, dentre outros, permutado à *Cinderela* e à *Bela Adormecida* de Hollywood. Fundamentados em uma estrutura narrativa *melodramática*, com roteiros de intrigas amorosas e desfechos esperados – onde todos terminam “Felizes para sempre” –, esses clássicos da *Disney* compartilham de um importante elemento textual: a centralidade feminina.

Sobre a insígnia de *As Princesas*, Branca de Neve, Cinderela, Aurora e Bela, além de protagonista de histórias românticas seculares, são as personagens principais também em decorações de festas infantis, roupas, calçados, materiais escolares e até mesmo em aparelhos televisores no cotidiano das crianças. Mas elas não estão sozinhas. *Princesas* são ainda Ariel, Jasmin e Mulan, heroínas de filmes como *A Pequena Sereia*⁹, *Aladdin*¹⁰ e o homônimo *Mulan*¹¹, diferentes entre si nas origens, histórias, dramas, direções e condutas, mas iguais na centralidade feminina de Disney¹².

Personagem das *Mil e uma noites*, Jasmin é a protagonista feminina do filme que, apesar de levar o nome de seu par conjugal (*Aladdin*), põe em desafio as diferenças de *status* sociais na realização do amor entre uma princesa e um menino de rua¹³ no “Oriente”. Já Ariel e Mulan, muito curiosamente segundo os dados disponíveis no site brasileiro da *Disney*, são as representantes *rebeldes*¹⁴ da trupe de heroínas. Enquanto Ariel coloca-se contra seu pai e abdica de sua

⁸ Do original *Beauty and the Beast*. Direção de Gary Trousdale e Kirk Wise em 1991 e primeiro filme de animação a concorrer o Oscar de *Melhor Filme*.

⁹ Do original *The Little Mermaid*. Direção de Ron Clementes e John Muske em 1989.

¹⁰ Direção de John Musker e Ron Clements em 1992.

¹¹ Direção de Tony Bancroft e Barry Cook em 1998.

¹² Anunciado para o final de 2009 e início de 2010, o lançamento do filme *A Princesa e o Sapo* trará Tiana ao posto de primeira princesa negra no time de heroínas dos estúdios *Disney*.

¹³ “Ladrãozinho” é o termo utilizado na sinopse do filme para designar o papel de Aladdin, um menino de rua que sobrevive de pequenos furtos.

¹⁴ Segundo as indicações que constam no site da *Disney* acima citado, por exemplo, Mulan, “uma garota rebelde e diferente das outras meninas dessa sociedade tão tradicional, descobre que seu pai, já ancião, é convocado a se alistar no exército para defender a China dos terríveis invasores Hunos! Em um ato de valentia e generosidade, Mulan se disfarça de homem e toma o lugar do pai no Exército Imperial”.



imortalidade de sereia para realizar o amor conjugal com um homem, Mulan traveste-se de homem, vai à guerra lutar no lugar de seu pai e vive um amor em meio a batalhas. Somadas às *clássicas*, as heroínas *rebeldes* passaram a configurar o quadro das *Princesas* e, finalmente, ampliaram-se no nicho do mercado de bens simbólicos e comerciais infantis.

Retomando questões acerca do consumo dos produtos midiáticos entre as crianças – não apenas os filmes, mas toda a variedade de bens disponíveis no mercado estampados com a imagem das *Princesas* – que surgiram durante minha pesquisa de iniciação científica¹⁵, seu impacto nas performances das brincadeiras¹⁶ e nas construções de marcadores de diferenças (e identificações) de gênero e de classes sociais, o presente trabalho compõe um projeto de pesquisa mais amplo que busca, pelas lentes da antropologia, evidenciar a infância enquanto um campo fértil para os estudos de gênero e compreender como os processos de diferenciação entre os sujeitos é nela posto em ação. A partir dos dados levantados no decorrer da Iniciação Científica, entre crianças de quatro e cinco anos em uma escola municipal de Marília (SP), pudemos perceber que o acesso ao *mundo Disney* e às *Princesas*, nas camadas populares da sociedade, se constitui a partir do consumo dos produtos das *Princesas* e não dos filmes nos quais tais produtos foram inspirados, sendo estes consumidos posteriormente aos brinquedos, roupas e acessórios infantis¹⁷.

Consumir os produtos das *Princesas* é abrir caminho para o consumo da *Branca de Neve*, da *Cinderela*, da *Mulan* e de todas as outras heroínas que as acompanham. Assim como destaca Heloisa Buarque de Almeida (2007) em relação às telenovelas, o consumo de produtos midiáticos feminilizados, como as *Princesas* e a centralidade feminina das narrativas nas quais fazem parte, promove concomitantemente a feminilização do consumo, que volta a fomentar o consumo midiático e assim sucessivamente. De consumidoras à espectadoras e de espectadoras à consumidoras, uma das formas de produzir demarcações de gênero é também na e pela intersecção da mídia e os interesses de uma sociedade de consumo.

Foi a partir da idéia de *tecnologia de gênero* que o cinema pôde ser pensado como um importante aparato instrumental e técnico na “incorporação” de feminilidades e masculinidades

¹⁵ A referida pesquisa, intitulada “De Borracheira à Princesa: Cinderela e as construções de gênero na infância”, foi orientada pela Prof^a. Heloisa Buarque de Almeida e contou com apoio da Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo (FAPESP).

¹⁶ Durante a pesquisa de Iniciação Científica, pudemos observar que as (re)significações dos textos midiáticos são feitas pelas crianças principalmente no momento da brincadeira. Quando estão reunidas no parque, as personagens dos filmes e dos desenhos animados por elas assistidos tomam vida em seus corpos, são adaptadas às marcações de gênero e às relações de poder que permeiam as brincadeiras: são pelas *Princesas* e os *Power Rangers* que, muito resumidamente, as crianças performatizam (BUTLER, 2003) seus corpos e fazem deles corpos generificados.

¹⁷ Ao contrário de canais pagos de televisão que veiculam constantemente os filmes das *Princesas* (como o *Disney Channel*), a televisão aberta, assistida pelas crianças de camadas populares, dificilmente transmite as grandes produções *Disney* e, por isso, não pode ser considerada o veículo de difusão de tais filmes entre as crianças.



entre os sujeitos. O termo, cunhado por Teresa de Lauretis (1994), permitiu, de certo modo, uma “tradução” do conceito de *tecnologia do sexo*, de Michel Foucault (2005), para a dimensão classificatória do gênero e de suas conseqüentes significações sobre os corpos “en-gendrados”.

Posicionando-se à revelia das perspectivas teóricas feministas fundadas sobre a *diferença sexual*, Lauretis buscou evitar o confinamento conceitual de uma oposição universal do sexo, de uma obstinada divisão entre homens e mulheres, que, além de oferecer uma diferença universalizada, dificultaria a ampliação compreensiva sobre as diferenças entre as próprias mulheres ou, em suas palavras, “as diferenças entre as mulheres que usam véu, as mulheres que usam ‘máscaras’ e mulheres que se ‘fantasiam’ [que] não podem ser entendidas como diferenças sexuais” (ibid., 207).

Para ela, essa recusa a *diferença sexual* reacomodaria, ou ao menos, recuperaria o potencial crítico do pensamento feminista, pois ao realocá-lo contra qualquer “essência arquetípica da mulher”, poderia iluminar as diversas formas constitutivas dos sujeitos, aquelas que vão além da simples cisão entre diferenças percebidas entre seres do sexo feminino e seres do sexo masculino:

um sujeito constituído no gênero, sem dúvida, mas não apenas pela diferença sexual, e sim por meio de códigos lingüísticos e representações culturais; um sujeito “engendrado” não só na experiência de relações de sexo, mas também nas de raça e classe: um sujeito, portanto, múltiplo em vez de único, e contraditório em vez de simplesmente dividido (DE LAURETIS, 1994, 208).

Dessa forma, a confusão entre *gênero* e *diferenças sexuais* poderia ser desconstruída a partir da idéia de que, assim como indica Foucault, do mesmo modo como a sexualidade seria fruto de uma tecnologia sexual implantada sobre os corpos, também o *gênero* “é produto de diferentes tecnologias sociais, como o cinema, por exemplo, e de discursos, epistemologias e práticas críticas institucionalizadas, bem como das práticas da vida cotidiana” (Ibid., 208).

Se Foucault em sua *História da Sexualidade* está preocupado em perceber um poder que funciona “não pelo direito, mas pela técnica, não pela lei mas pela normalização, não pelo castigo mas pelo controle” (FOUCAULT, 2005, p. 86) e que, por meio da produção de saberes, promove e conforma práticas sexuais entre os corpos, Teresa de Lauretis mostra como o cinema – em seu potencial ideológico e seu aparato técnico – atua nas práticas da vida cotidiana “engendrando” os corpos dos quais Foucault se referia, tornando-os *sujeitos* ora femininos e ora masculinos: ultrapassando a idéia de *tecnologias sexuais*, o cinema, como mostrado por ela, exerce-se como uma *tecnologia de gênero*, com o poder de produzir conhecimentos, pertencimentos, significados e valores não só a partir da sexualidade, mas também pelas operações assimétricas de classificação do gênero.



Enquanto uma importante base epistemológica para entendermos as constituições de gênero ao nível da produção cinematográfica – seus saberes e suas técnicas capazes de solidificar representações sociais sobre os corpos –, o conceito de *tecnologia de gênero* abre também a possibilidade de compreensão sobre como esses corpos fazem-se sujeitos a partir de tecnologias como o cinema. Uma vez que a noção de gênero embutida nessa perspectiva analítica atenta-se na múltipla constituição dos *sujeitos*, está subjacente também a noção da recíproca constituição e representação subjetiva do gênero nos e pelos sujeitos. Desse modo, assim como sujeitos constituídos pelas representações de gênero, temos também representações de gênero constituídas pelos sujeitos e, conseqüentemente, a possibilidade de reconhecimento da ação subjetiva nas próprias práticas de subjetivação do gênero, ou seja: “abre-se uma possibilidade de agenciamento e auto-determinação ao nível subjetivo e até individual das práticas micropolíticas cotidianas”. (DE LAURETIS, 1994, 216).

É nessa perspectiva que se fazem valiosas as contribuições dos estudos culturais de Stuart Hall. Se, por um lado, é preciso compreender quais os interesses e sentidos em jogo na produção de uma obra de *mass media* (MORIN, 1977) – como um filme, por exemplo – é preciso também, por outro lado, compreender como esses interesses e sentidos são articulados no momento em que tal produto é consumido, ou melhor, recebido pelas audiências. A análise da mídia para além de sua esfera produtiva, extrapolada pelos estudos culturais, promoveu uma busca pelos sentidos e interpretações constituídos na esfera da recepção e, conseqüentemente, inseriu as análises das audiências no arcabouço teórico das ciências sociais. Foi nessa articulação entre os momentos da produção e do consumo dos produtos midiáticos que Hall (2003) pôde formular seu modelo analítico da codificação/decodificação.

Contrapondo-se a idéia de uma mensagem unidimensional – com conteúdo pré-formado e fixo – “que pode ser analisada em termos de transmissão do emissor para o receptor” (HALL, 2003, 334), bem como contrário ao “significado transparente”, a um sentido claro e inequívoco da mensagem, o autor busca entender a cadeia da comunicação enquanto um processo aberto, complexo e polissêmico. Compreender os momentos da produção (codificação) e da recepção (decodificação) fora das lentes deterministas desse sentido único da mensagem significa, desse modo, ressaltar o caráter “multirreferencial” da mensagem, ou, “a noção de que o sentido sempre possui várias camadas” (Ibid.).

É por essa interlocução entre os diversos sentidos, possíveis e experimentados, que Christine Gledhill (1988) apresenta a idéia de *negociação*. Implicada no processo recíproco de dar-e-receber,



a *negociação* se faz na intersecção entre a produção e a recepção de significados culturais, ou, em suas palavras, “o significado não é imposto, e nem passivamente absorvido, mas se origina de uma luta ou negociação entre estruturas de referências que competem, motivação e experiência”¹⁸. Analisada em três diferentes esferas – institucional, textual e de recepção – a *negociação dos sentidos* proposta por Gledhill sugere uma ruptura com as perspectivas formalistas e deterministas dos anos 1970, como algumas correntes marxistas e cine-psicanalíticas, que viam os textos – ou produtos da “indústria cultural” (ADORNO e HORKHEIMER, 1985) – enquanto puros instrumentos da “ideologia dominante” numa imposição conspiratória ou interpelação inconsciente.

Ao elucidar o constante embate polissêmico de um texto midiático, a autora revela a possibilidade de coexistência de modelos femininos contraditórios em uma mesma estrutura narrativa e mostra, por exemplo, como feminilidades “tradicionais” (inseridas por fórmulas discursivas patriarcais) podem conviver com feminilidades “modernas” (muitas vezes decorrentes da pauta feminista) em um único texto melodramático. Gerando uma convivência entre diferentes construções de gênero, essa negociação de sentidos está presente também em trabalhos como de Heloísa Buarque de Almeida (2003 e 2007) que, em sua etnografia de recepção da novela “O Rei do Gado”, evidencia a incorporação de ideais feministas às narrativas tradicionais da televisão brasileira.

A justaposição entre a “nova mulher”, que trabalha fora e atingiu a independência financeira, e a “boa moça”, que valoriza a relação afetiva, o amor conjugal e a experiência materna, fez da heroína de telenovela um novo modelo de feminilidade que concilia, ao mesmo tempo, a modernidade e o tradicionalismo reivindicado por sua heterogênea audiência.

Quando observadas por essa perspectiva, as heroínas de Walt Disney, as *Princesas*, parecem também conter essa *negociação*. Estruturas narrativas paradigmáticas, como a de *Cinderela*, em que o ideal de feminilidade tradicional exerce-se pela exaltação do amor conjugal¹⁹, são justapostas a feminilidade emergente das reivindicações sociais de autonomia e igualdade feminina e, após o grande impacto do movimento feminista nas décadas de 60 e 70, são incorporadas em filmes como *A Pequena Sereia* (1989) e *Mulan* (1998), quando de *clássicas* as protagonistas transformam-se em *rebeldes*.

Tendo em vista o acima exposto, é, portanto, propósito desta pesquisa, ainda em início, compreender quais os sentidos negociados nas instâncias do texto e da recepção a partir de uma

¹⁸ Tradução livre de: “Meaning is neither imposed, nor passively imbibed, but arises out of a struggle or negotiation between competing frames of reference, motivation and experience.” (GLEDHILL, 1988, p. 68).

¹⁹ Assim também em *A Branca de Neve*, *A Bela Adormecida*, *A Bela e a Fera* e *Jasmin de Aladdin*.



tecnologia de gênero como as *Princesas* e, destacando a relação entre mídia e sociedade, apreender as relações existentes entre mídia, audiência infantil e construções de identidades pautadas por marcadores sociais de diferenciação. Ainda que achatadas pela imagem unidimensional trazida pelo “pacote” comercial das *Princesas*, as diferenças entre as heroínas da *Disney* podem ser percebidas a partir das negociações de sentidos (GLEDHILL, 1988) operadas em suas narrativas. Classificadas na chave de oposição entre *clássicas* ou *rebeldes*, as *Princesas* trazem ecos das disputas sociais sobre as feminilidades instituídas e podem evidenciar a incorporação de valores contraditórios em uma mesma narrativa. Ou seja, pensando a partir da contraposição entre as *princesas clássicas* – complacentes e bondosas – dos contos de fadas, como Cinderela, e as *princesas rebeldes* – desobedientes e determinadas – como a guerreira Mulan, coloca-se em questão os modelos de feminilidades em jogo nessas narrativas: enquanto um modelo *tradicional* de “boa moça”²⁰ ou enquanto uma mulher *moderna* que luta para realizar suas vontades, os modelos de feminilidades são negociados em referência ao contexto sócio-histórico do texto narrativo e, desse modo, a influência do movimento feminista dos anos 60 e as novas possibilidades de “ser mulher” por ele abertas são, a partir da “rebeldia” de Mulan, ressoadas .

Lidos e significados constantemente, os sentidos de um texto são negociados tanto em sua esfera produtiva e textual como também, (para essa pesquisa) principalmente, na esfera da recepção. Articulado-se entre essas esferas de negociação, esta pesquisa busca compreender as feminilidades (e em uma perspectiva relacional, também as masculinidades) experimentadas a partir das *Princesas*, como elas e suas diferenciações são significadas e os filmes, enquanto tecnologias de gênero (DE LAURETIS, 1994), lidos e experimentados pelas crianças.

Seguindo o argumento de Stuart Hall de que “cabe ao trabalho empírico dizer, em relação a um texto particular e a uma parcela específica da audiência, quais leituras estão operando” (2003, p.350), o objetivo desta pesquisa está em identificar, a partir das negociações internas aos textos das *Princesas*, especificamente na oposição estabelecida entre *clássicas/tradicionais* e *rebeldes/modernas*, quais os sentidos negociados pelas crianças quando consomem (simbólica e materialmente) essas heroínas. Se, para tanto, compartilhamos a idéia de que as leituras e significados produzidos na recepção são direcionados pelas experiências vividas pelos sujeitos, esta pesquisa procurará evidenciar as leituras das *Princesas* produzidas por crianças em diferentes contextos sociais, ou seja, busca-se compreender como diferenciações sociais de gênero, ao lado de idade, raça/etnia e classe social, são assumidas e negociadas.

²⁰ Como aquele discutido por BASSANEZI (2001) e traduzido pelo modelo da “moça de família” – como discuti anteriormente em outro trabalho: ESCOURA (2008).



Se, como pudemos ver em outro momento de pesquisa, o acesso das crianças de camadas populares aos filmes *Disney* não se dá pelos filmes em si, ao contrário das crianças de camadas médias e altas que assistem aos filmes cotidianamente por meio de canais pagos de televisão, surge-nos a questão, a saber, sobre como essas diferenças de posições na sociedade de consumo podem – comparativamente – interferir nas leituras das *Princesas* e, na recepção, influenciar as construções de gênero entre as crianças. Refletindo sobre a relação entre mídia e sociedade, sobre a dinâmica estabelecida entre as *Princesas* (e as identidades conformadas em suas produções) e os usos e significados atribuídos à mídia pelas crianças que a consomem, o objetivo geral desta pesquisa é tentar compreender, a partir de uma etnografia comparativa com crianças de duas escolas (uma da rede pública e outra da rede privada de ensino) como as identidades de gênero são negociadas ainda nos primeiros anos de vida, entender os mecanismos pelos quais as diferenças percebidas entre os indivíduos são traduzidas em assimetrias sociais e, finalmente, resgatando os estudos *com* crianças enquanto um campo de análise produtivo à antropologia, desconstruir desigualdades já naturalizadas.

Bibliografia

ABRAMOWICZ, Anete. Contos de Perrault, imagens de mulheres. Campinas, *Cad. CEDES*, v.19, n.45, 1998. Disponível em:

http://www.scielo.br.br/scielo.php?script=sci_arttex&pid=S0101-3262199800020000&Ing=pt&nrm=iso.

Acesso em: 10 Out 2007.

ADORNO, T. W.; HORKHEIMER, M. “A Indústria Cultural: O Esclarecimento como mistificação das massas.” In: *Dialética do Esclarecimento*. Rio de Janeiro: Zahar, 1985.

ALMEIDA, Heloisa Buarque de. *Telenovela, consumo e gênero: “muitas mais coisas”*. Bauru, SP: EDUSC, 2003.

_____. Consumidoras e Heroínas: Gênero na telenovela. In.: *Revistas Estudos Feministas*, Florianópolis, 15(1): 280, janeiro-abril/2007.

ARIÈS, Phillipe: *História Social da Criança e da Família*, Rio de Janeiro, Ed. Guanabara Koogan, 1981.

BASSANEZI, Carla. Mulheres dos Anos Dourados. In: DEL PRIORE, Mary (org.), *História das Mulheres no Brasil*. São Paulo: Editora Unesp, 2001.

BETTELHEIM, Bruno. *A psicanálise dos contos de fadas*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1980.



- BUTLER, Judith. *Problemas de Gênero: Feminismo e subversão da identidade*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2003.
- COHN, Clarice. *Antropologia da Criança*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2005.
- DE LAURETIS, Teresa de. A Tecnologia do Gênero. In: HOLLANDA, Heloisa Buarque de (org.), *Tendências e Impasses - O Feminismo como Crítica da Cultura*, Rio de Janeiro: Rocco, 1994.
- ESCOURA, Michele. Moças de Família: gênero e relações de parentesco. In: *Revista de Iniciação Científica da FFC*, v. 8, n.3, pp.351-365, 2008.
- FOUCAULT, Michel. *História da Sexualidade I: a vontade de saber*. Rio de Janeiro: Edições Graal, 2005.
- GLEDHILL, Christine. "Pleasurable Negotiations" in Pribram, E. Deidre (ed.): *Female Spectators - looking at film and television*, London, Verso, 1988.
- HALL, Stuart. *Da diáspora: Identidades e mediações culturais*. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2003.
- MOORE, Henrietta. Understanding sex and gender. In. INGOLD, Tim. *Companion Encyclopedia of Anthropology*. Londres: Routledge, 1997. (Tradução para fins didáticos de Julio Assis Simões "Compreendendo Sexo e Gênero").
- MORIN, Edgar. *Cultura de Massa no século XX: o espírito do tempo*. Rio de Janeiro: Forense-Universitária, 1977.
- PERRAULT, Charles. *Histórias ou contos de outrora*. São Paulo: Landy Editora, 2004.
- PIRES, Flávia. Ser adulta e pesquisar crianças: explorando possibilidades metodológicas na pesquisa antropológica. *Revista de Antropologia*, São Paulo, USP, 2007, v. 50 nº1.