

## De Dona da Rua à curadoria audiovisual: O debate de gênero em uma playlist do YoutubeKids<sup>1</sup>

Iluska COUTINHO<sup>2</sup>

Doutora

Laura Coutinho FELZ<sup>3</sup>

Estudante

Universidade Federal de Juiz de Fora, Juiz de Fora, MG

Colégio CAVE, Juiz de Fora, MG

### Resumo

Presente em diferentes mídias, Mônica surgiu nas tirinhas de quadrinhos por demanda de presença de uma personagem feminina na produção de Maurício de Sousa. Ainda na década de 1960 adquire protagonismo, dando nome à revistas editadas inicialmente pela Abril e também à diversos produtos, incluindo audiovisuais como desenhos animados. Em DVDs, episódios veiculados pelos canais Cartoon Network e Boomerang, e em seu canal no YouTube, Mônica é a dona da rua, e referência importante de gênero. O artigo tem como foco uma playlist organizada para o YouTube Kids por ocasião do dia internacional da Mulher, em uma análise realizada por autoras que tem a personagem como inspiração.

**Palavras-chave:** História das Mídias Audiovisuais; Gênero; Mulher; Mídia; Personagem.

### Introdução

A força de uma personagem que surge nas tirinhas da Folha e que hoje está presente em diferentes mídias, incluindo a audiovisual, é o fio condutor deste artigo. Mônica, primeiro personagem feminino criado pelo cartunista Maurício de Sousa fez sua estréia em uma tirinha intitulada “Cebolina”, publicada em 03 de março de 1963. “Inspirada em Mônica Spada e Sousa, filha do cartunista Mauricio de Sousa, a personagem não abriu a boca em sua primeira aparição em tirinhas, mas executou o gesto que viraria marca nestes 55 anos de existência: a coelhada na cabeça do Cebolinha” (ACERVO FOLHA, 2018).

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GT História das Mídias Audiovisuais, integrante do XIII Encontro Nacional de História da Mídia

<sup>2</sup> Jornalista, mestre e doutora em Comunicação. É professora da Facom-UFJF, e coordenadora de seu Programa de Pós-Graduação e do NJA- Núcleo de Jornalismo e Audiovisual. Bolsista produtividade CNPq (PQ2), desenvolve pesquisas também com apoio da Fapemig e da CAPES. [iluska.coutinho@ufjf.br](mailto:iluska.coutinho@ufjf.br)

<sup>3</sup> Estudante de ensino médio, integrante do Projeto Câmara Mirim (Câmara de Juiz de Fora) em 2018. [lauracfelz@gmail.com](mailto:lauracfelz@gmail.com)



Reprodução da primeira tirinha com a presença de Mônica (ACERVO FOLHA, 2018)

Se o texto do especial publicado no setor de memória do conglomerado Folha destaca a força física da personagem, é necessário ressaltar seu potencial sob o ponto de vista dramático e mesmo comercial. De personagem secundário, Mônica logo se converte em dona da rua, e protagonista da história em quadrinhos, da turma e de uma série de outros produtos midiáticos da marca “Turma da Mônica”.

Consulta realizada no buscador Google a partir da palavra Mônica registrou aproximadamente 23.300.000 resultados em 0,63 segundos. O primeiro resultado indicado revela a capacidade de aderência da personagem às características de diferentes mídias, e seu potencial econômico; o livro Turma da Mônica oferece à quem fez a consulta a possibilidade de personalização, potencialidade da web, entendida como uma mídia de demanda.

Já imaginou seu Pequeno virando Personagem da Turma da Mônica? Entre nesse mundo de diversão e crie um Livro Personalizado Exclusivo para o seu pequeno. Receba em Casa. Crie Online. Incentive a Leitura. Mais de 100 Histórias. Educação com Diversão. Frete Grátis. (dentrodahistoria.com.br, 2021).

Os resultados a seguir são materiais em vídeo, que ressaltam a presença da personagem na mídia audiovisual. Mônica possui um canal no Youtube ([https://www.youtube.com/channel/UCV4XcEqBswMCryorV\\_gNENw](https://www.youtube.com/channel/UCV4XcEqBswMCryorV_gNENw)), com 17,1 milhões de inscritos. Oferece como canal oficial vídeos da Mônica e outros personagens criados por Maurício de Sousa, curiosidades sobre a produção de desenhos, trailer dos filmes live action<sup>4</sup>, entre distintos produtos em vídeo. Além de material de arquivo, o canal apresenta periodicidade regular de novas publicações: “Toda quarta-feira, às 20h, tem vídeo novo de Mônica Toy, a animação da turminha inspirada em toy arts. E toda sexta-feira, também às 20h, tem vídeo novo da Turma da Mônica clássica ou da Turma Chico Bento” (<https://www.youtube.com/c/TurmadaM%C3%B4nica/about>). Há ainda no canal links para

<sup>4</sup> O primeiro live action da Turma da Mônica foi o filme Laços, lançado em 2019. O segundo filme, Lições tem lançamento previsto para 2021, mas já conta com dois vídeos no canal do YT Turma da Mônica, um teaser e outro com “cenas inéditas reveladas”.

acessar histórias em quadrinho no site oficial da Turma<sup>5</sup>, para seus perfis em redes sociais digitais<sup>6</sup> e ainda para canais oficiais no YT em dois outros idiomas, inglês e espanhol<sup>7</sup>.

Além de estar presente em uma série de mídias e em diferentes produtos patenteados, no âmbito desse artigo importa refletir sobre a centralidade da personagem Mônica na representação do gênero feminino, em uma perspectiva mais diversa, daquelas tradicionalmente reservadas às mulheres nas tramas ficcionais.

Nas mitologias, nos contos de fadas lidos às crianças, atribuem-se sempre os mesmos papéis à mulher. Elas são Ariane abandonada, Penélope e o seu tear, Andrômeda. Elas são Cinderela ou a Bela Adormecida. Ela é a que espera, que não pode encontrar o seu lugar no mundo a não ser pelo amor de um homem. (...) uma menina aprende cedo a endereçar a sua admiração aos homens: os heróis tradicionais. (BEAUVOIR, 2018, p.56).

Mônica personagem assume postura diversa daquela descrita por Simone de Beauvoir ao tratar das armadilhas da feminilidade, embora enfrente também em sua história as marcas do preconceito de gênero. Se Cebolinha, o primeiro dono da tirinha, se refere à ela como “dentuça e gorducha”, a personagem mostra aos outros integrantes da turma, mas também à meninas e mulheres, que outro mundo é possível, menos desigual e também mais inclusivo<sup>8</sup>.

Além das referências à sua aparência física, Mônica também enfrenta críticas que salientam seu caráter explosivo, e é descrita como mandona. É o caso por exemplo de matéria publicada no site History, vinculado ao portal UOL, em matéria que registra também o pioneirismo de Mônica no que refere-se ao universo da mídia gráfica brasileira ao registrar que

Em 1970, ganhou sua própria revista, a primeira publicação infantil colorida no Brasil. De início, era publicada pela Editora Abril e hoje em dia é da Panini. O sucesso extrapolou as fronteiras do gibi e a Turma da Mônica também já foi adaptada para desenhos animados, cinema, teatro, parque temático e uma infinidade de produtos como roupas e acessórios. (<https://history.uol.com.br/hoje-na-historia/monica-aparecia-pela-primeira-vez-em-uma-tirinha-de-jornal>)

Para além do sucesso comercial da marca Mônica, importa ressaltar sua capacidade de inspirar outras vivências do feminino, em que pese o fato de que as críticas recebidas nas histórias da personagem, são recorrentemente vivenciadas por outras mulheres brasileiras.

---

<sup>5</sup> [www.turmadamonica.com.br](http://www.turmadamonica.com.br)

<sup>6</sup> Instagram: <http://instagram.com/turmadamonica>; Facebook: <https://www.facebook.com/turmadamonica>; Twitter: <https://twitter.com/turmadamonica>

<sup>7</sup> Canal oficial em inglês: [www.youtube.com/monicatoyjp](http://www.youtube.com/monicatoyjp); Canal oficial em espanhol: [www.youtube.com/monicaysusamigos](http://www.youtube.com/monicaysusamigos)

<sup>8</sup> Nas tramas da Turma da Mônica há personagens com necessidades especiais, como Dorinha (cega); Luca (cadeirante); Tati (Down) e André (Autista)

O uso de críticas à atributos físicos e/ou características emocionais é tradicionalmente dirigido à mulheres que ocupam, ou buscam ocupar, posições de poder no país.

É nesse sentido, ao permitir o conhecimento de um outro lugar e posição social possível para mulheres e meninas, que Mônica ganha importância no âmbito do artigo, escrito por duas mulheres, que em diferentes tempos e experiências de mídia foram inspiradas pela personagem. Como recorte empírico para essa reflexão, em diálogo com a presença de Mônica na História da Mídia Audiovisual, lançamos mão de uma playlist disponível no canal da personagem, elaborada em 2017 conforme descrição disponível: “A semana do Dia Internacional da Mulher começou do jeito que a gente gosta: a Mônica Sousa em pessoa foi convidada pelo YouTube Kids para criar uma playlist com vídeos super inspiradores para garotas sentirem orgulho do que são” ([https://www.youtube.com/watch?v=BV-d6L34-Tc&list=PLWduEF1R\\_tVbqLRX3aUnTZPACez6ilGhU](https://www.youtube.com/watch?v=BV-d6L34-Tc&list=PLWduEF1R_tVbqLRX3aUnTZPACez6ilGhU)).

A análise realizada a seguir busca refletir sobre um novo papel de Mônica, agora como curadora de materiais audiovisuais.

### **Inspiração e curadoria: Uma playlist empoderada**

Segundo descrição disponível na postagem realizada junto ao primeiro vídeo da playlist do canal Turma da Mônica tomada como objeto, a proposta para criação de uma lista para marcar o Dia Internacional da Mulher partiu do YouTube Kids. O convite teria sido feito em 2017 para a diretora comercial da Mauricio de Sousa Produções, Mônica Sousa, filha do desenhista e “inspiração da personagem mais admirada do país” ([https://www.youtube.com/playlist?list=PLWduEF1R\\_tVbqLRX3aUnTZPACez6ilGhU](https://www.youtube.com/playlist?list=PLWduEF1R_tVbqLRX3aUnTZPACez6ilGhU)).

Intitulada “Playlist Donas da Rua #DiaInternacionaldaMulher para YouTube Kids”, essa seção do repositório é analisada como uma ação de curadoria, em diálogo com o protagonismo da personagem Mônica, entendida como inspiração para leitoras e telespectadoras em tramas que destacam outros papéis e potencialidades de gênero. O espaço virtual conta com um total de 21 vídeos, quatro deles indisponíveis para acesso (vídeos ocultos), e registrava até 20/06/2021 1.534.386 visualizações; a última atualização da playlist foi realizada em 30 de outubro de 2019 conforme dados disponíveis na plataforma.

Tomando como método a Análise da Materialidade Audiovisual (Coutinho, 2018), a proposta da análise é compreender como os vídeos selecionados narram a história de

mulheres, personagens e espectadoras por um outro presente e futuro possíveis. Afinal, a perspectiva é de que as donas da rua que dão título a playlist sejam capazes de, por meio de acesso a materiais como episódios da série Mônica Toy, vídeos de animação, desenhos e clipes musicais, libertar-se do círculo vicioso descrito por Simone de Beauvoir. Este ocorreria na medida em que as mulheres se conformariam com os papéis a ela atribuídos: “Como guardiãs do lar, elas voltaram-se para a tradição, para o passado morto. Só os homens inventavam o futuro. O papel da dona de casa não consiste em construção positiva, mas em lutar contra a destruição (BEAUVOIR, 2018, p.55).

O primeiro vídeo da playlist é intitulado Mônica recomenda: Playlist especial Dia Internacional da Mulher no YouTube Kids! #DonasdaRua, foi postado em 05 de março de 2017 e registrava no momento de redação do artigo 557.932 visualizações. Mônica Sousa se apresenta como inspiradora da personagem e diretora comercial da Maurício de Sousa Produções. Vestida de vermelho, em um trono montado com pelúcias do coelho Sansão e “com minha coroa de dona da rua”, ela conta da playlist disponível no Youtube Kids que está cheia de vídeos de meninas e mulheres que seriam donas da rua, como a Mônica: “Elas são fortes e fazem o que gostam. Cada uma do seu jeitinho e com as suas características. E não se esqueçam, as meninas fortes de hoje serão as mulheres incríveis de amanhã” (Playlist Donas da Rua/ Turma da Mônica, 2021). O vídeo de 54” é encerrado com uma arte que associa a marca do canal ao slogan “seja sua própria heroína”.



Frame do primeiro vídeo da playlist Donas da Rua

Um primeiro olhar sobre os outros 16 vídeos disponíveis sobre a playlist indica a centralidade da personagem Mônica como fonte de inspiração. Ela está presente em 31,25% das indicações, cinco vídeos, sendo quatro deles integrantes da série Monica Toys, dois da

segunda e dois da quarta temporada. As outras referências são personagens de histórias infantis e animações - Moana, Valente, Mulan, Luna, Doutora Brinquedos e Meninas Superpoderosas - e também inspirações de brasileiras como MC Sofia, Rayssa Leal, Carolina e Karol Conká. Há ainda um material publicitário, uma campanha publicitária de caráter afirmativo da marca Dove.

Ainda que o foco principal do texto seja a personagem-marca Mônica como inspiradora de outras histórias, audiovisuais inclusive, para mulheres, vale registrar os outros conteúdos que são selecionados pela Mônica curadora. Mulan surge em um vídeo de 3'05" postado no Canal Disney, um clipe intitulado Homem-Ser, que mostra a personagem participando de um treinamento em habilidades de luta e caça, em que destaca-se entre outros personagens masculinos. Mulan não se torna homem, mas mostra na animação que as mulheres podem ter atributos de força, como no caso da personagem de Maurício de Sousa. As histórias e vídeos de Mulan e Mônica mostram que outro gênero é possível, ainda que considerando as limitações que segundo Mônica Wittig a linguagem atribui à mulher como sexo oprimido:

A forma abstrata, o geral, o universal, é o que significa o chamado gênero masculino, pois a classe dos homens apropriou-se do universal para si. É preciso entender que os homens não nascem com a faculdade do universal e que as mulheres não são reduzidas ao particular no nascimento. O universal tem sido, e é continuamente, a todo momento, apropriado pelos homens. (...) O gênero é muito prejudicial às mulheres no exercício da linguagem (WITTIG, p.95-97).

É assim que o vídeo selecionado de Moana, clipe agora do canal DisneyMusic explicita na pergunta-título “Saber que sou”. A personagem canta tentar não causar nenhuma mágoa, ter que obedecer, não questionar. Mas confessa e promete que um dia vai tentar, “saber quem sou”. O cenário da ilha onde vive Moana é simbólico das limitações do feminino, também na tela, enquanto o mar aparece no clipe como um possível porvir, de ampliação de espaços, e papéis. Essa perspectiva de um vir a ser mais amplo, libertador também é o tom da indicação da personagem Valente; o vídeo de 2'06" do canal Disney apresenta o clipe da música “O céu eu vou tocar”. A personagem na tela cavalga, atira flexas com seu arco, e sonha com novos horizontes.

Já no caso do vídeo da animação Doutora Brinquedos o episódio indicado mostra uma outra forma mágica de transporte, um passaporte repassado pela avó da personagem título, que insere uma historicidade na trama audiovisual, também do canal Disney. A última animação da playlist analisada que não integra o universo Turma da Mônica é a

vinheta de abertura da série Meninas Poderosas, em que o empoderamento está explicitado já no título.

As cinco indicações da playlist que não se caracterizam como animações se dividem entre um comercial, dois clipes musicais, e dois vídeos com histórias de vida. O comercial da marca Dove tem como título “Ame seus cachos” e tem um tom documental. Mostra inicialmente depoimentos de meninas entre sete e 12 anos que relatam ter problemas com seus cabelos cacheados, seguidos por uma mensagem em tela destacando a importância de estimular a auto-aceitação a partir do exemplo, também familiar de valorização de suas características. O vídeo é encerrado por um clipe musical em clima de celebração da diferença, e da auto estima das mulheres que sorriem na tela.

Já os clipes apresentam produções de duas mulheres negras, MC Sofia e Karol Conká. A primeira teve como indicação o clipe Menina Pretinha, que canta e denuncia:

Menina pretinha  
Exótica não é linda  
Você não é bonitinha  
Você é uma rainha

O meu cabelo é chapado, sem precisar de chapinha  
Canto rap por amor essa é minha linha  
sou criança sou negra, também sou resistência  
racismo aqui não se não gostou paciência.

Patrocinado pela Nestlé, o vídeo-clipe de Karol Conká também narra de uma perspectiva de empoderamento, associando também a dimensão do esporte. As meninas do volêi Nestlé participam do material, que tem direção de Kondzilla. A música tem o título “O rolê é nosso” e acena com um horizonte a construir: “O mundo é meu, eu sonho, eu faço, eu posso”.

Os outros dois vídeos narram histórias de meninas empoderadas, como a personagem de Maurício de Sousa. Carolina Monteiro possui um canal no Youtube com 35,6 mil inscritos; o material que integra a playlist é um vídeo 2'08” em que ela afirma que seu cabelo não é duro, e recusa a concepção de “pessoas que insistem em querer mudar o formato de seu cabelo”. Já Rayssa Leal, então com sete anos (2015), é apresentada em um vídeo do canal da Trip TV como a fadinha do skate. O material mostra imagens de Rayssa realizando manobras na Praça Roosevelt, em São Paulo, onde a personagem e seu pai são entrevistados. Nesse vídeo, embora a personagem e a produção sejam de mulheres, chama a atenção a voz de encerramento masculina (pai de Rayssa), além da edição realizada por um homem.

Os cinco materiais de produção da Turma da Mônica, quatro da Mônica Toy e uma Turma da Mônica podem ser caracterizados como pílulas audiovisuais, já que tem durações inferiores a 80”. Segundo vídeo da playlist, o episódio 04 da temporada 04 da série Mônica Toy tem como título “O balanço das meninas” e narra a questão da sororidade, embora sem que o termo seja explicitado. Segundo a descrição disponível na postagem: “Esse episódio só nos faz concluir o óbvio: meninas unidas jamais serão trolladas! o/º #DonasdaRua”.

Por sua vez o episódio 12 da mesma temporada (04) mostra a atuação de Mônica no papel de cuidadora do Sansão. No vídeo de 36” Nana Nenê, homenagem ao Dia das Mães, Mônica conta com a ajuda do Cebolinha nos cuidados com o coelhinho-filho, em uma sinalização de que os deveres devem ser compartilhados entre Mãe e Pai.

Já os dois vídeos da temporada 02 da série Mônica Toy, episódios 10 e 12, referem-se à participação de Mônica, e dela junto à Magali em um universo esportivo durante muitos anos interditado à participação de mulheres, o futebol. No episódio 10 Mônica tenta jogar bola com Cebolinha e Cascão, sem sucesso; acaba brincando sozinha, demonstrando maior domínio da bola que os dois personagens masculinos ao praticar freestyle. Por sua vez o episódio 12 da mesma temporada mostra Mônica e Magali jogando bola entre elas, também depois de tentarem sem sucesso participar da brincadeira com os meninos da turma.

O último vídeo de animação da Turma da Mônica que integra a playlist tem duração de 1'19” e tem como título “As Donas da Rua da Turma”. Ele narra a criação da Mônica, em 1963, a primeira personagem feminina de Maurício de Sousa, que surgiu na tirinha do Cebolinha mostrando “a força das meninas”. O material se assemelha a um promocional da própria playlist, e enuncia em arte nas cenas seguintes o slogan anunciado por Mônica Sousa no primeiro vídeo; “As meninas fortes de hoje serão as mulheres incríveis de amanhã” e completa:

As donas da rua estão  
em todo lugar  
em toda menina  
em toda mulher  
Nós acreditamos  
que garotão são  
heroínas natas  
como a Mônica  
E o nosso projeto  
foi criado para  
encorajar essa  
força feminina  
a ganhar mais voz.



Toda menina é uma  
Dona da Rua!

O vídeo segue com a apresentação das imagens e nomes das personagens femininas da Turma, a partir de Mônica. O encerramento conta com uma arte da campanha e pela sua assinatura, conforme imagens a seguir reproduzidas.



Arte da campanha



Assinatura

Por meio dos vídeos selecionados pela Mônica curadora, que seleciona indicações para integrar um imaginário potente e um futuro possível para mulheres, podemos associar as produções audiovisuais tomadas como objeto empírico como associadas ao feminismo como política transformacional, como conceitua bell hooks:

Enfatizar os paradigmas de dominação que convocam a atenção para a capacidade da mulher dominar é uma maneira de desconstruir e desafiar a noção simplista de que o homem é o inimigo, a mulher a vítima; a noção de que os homens sempre foram os opressores. Tal pensamento permite-nos examinar o nosso papel como mulheres na perpetuação e manutenção de sistemas de dominação. Para entender a dominação, devemos entender que a nossa capacidade como mulheres e homens de sermos dominados ou dominadores é um ponto de conexão (hooks, 2018, p. 169).

Acredita-se que as tramas de Mônica e das personagens fictícias e reais por ela selecionadas para a playlist elaborada em comemoração ao Dia Internacional da Mulher, mostram novas capacidades, e futuros possíveis, com base em uma memória potente de ações de mulheres inspiradoras.

### Considerações finais

O percurso da personagem Mônica, das tirinhas que tinham outro título, ao papel de dona da rua, e de curadora de vídeos a integrarem uma playlist inspiradora, narra a busca por protagonismo das mulheres, também na produção audiovisual. O desenho animado Turma da Mônica, inspirado nos gibis, já teve 25 temporadas, foi veiculado por emissoras

abertas, comercializado por meio de DVDs da Mauricio de Sousa Produções e atualmente está disponível em canais de televisão por assinatura e no YouTube da Turma da Mônica.

Nesse texto, como autoras que construíram sua identidade de gênero também a partir da leitura e do acesso ao material em vídeo da personagem, buscamos analisar o papel da Mônica como curadora de produções audiovisuais capazes de construir um repertório de boas práticas, inspiradoras para mulheres de diferentes idades. A reflexão foi realizada a partir do diálogo com autoras importantes para o feminismo, tais como Simone de Beauvoir, bell hooks e Mônica Wittig.

As materialidades audiovisuais analisadas constroem sentidos que enfatizam a potência de mulheres, ou melhor, sua pluralidade de capacidades, desejos, perspectivas. Por meio da música, do esporte, do brincar, do (re)conhecer-se, as personagens em tela, apresentam um repertório de memórias audiovisuais para o empoderamento feminino. Além da questão de gênero há um diálogo interseccional nos vídeos selecionados a partir da curadoria de Mônica Sousa. O debate sobre a questão racial aparece na seleção do clipe Menina Pretinha, no comercial da marca Dove e no vídeo de Carolina Monteiro, que reafirma sua identidade e resistência, ao falar do seu cabelo.

As personagens que são dadas a conhecer nos vídeos da playlist, seja em materiais de animação ou em gravações com mulheres reais, no cotidianos, mostram que são donas da rua, da música, do esporte, de seu próprio cabelo, do mar e de diferentes habilidades. Elas mostram novas posições de sujeito como possibilidade, assumem um protagonismo na tela e inspiram novos futuros para espectadoras e também espectadores, a partir da referência de mulheres diversas, e poderosas.

## Referências bibliográficas

ACERVO FOLHA. **Primeira tirinha da Mônica na Folha completa 55 anos**. 2018. Disponível em <https://acervofolha.blogfolha.uol.com.br/2018/03/03/monica-completa-55-anos-de-sua-primeira-vez-em-tirinhas-na-folha/>. Acesso em 12/06/2021.

BEAUVOIR, Simone. Feminilidade: uma armadilha. In BAPTISTA, Maria Manuel (org). **Gênero e performance** - textos essenciais 1. Coimbra: Gracioso Editor, 2018. pp.53-60.

COUTINHO, Iluska. Compreender a estrutura e experimentar o audiovisual: Da dramaturgia do telejornalismo à análise da materialidade. In EMERIM, C.; FINGER, C. & COUTINHO, I (Orgs). **Epistemologias do telejornalismo brasileiro**. Florianópolis: Insular, 2018. pp. 175-194.

hooks, bell. Feminismo: uma política transformacional. In BAPTISTA, Maria Manuel (org). **Gênero e performance** - textos essenciais 1. Coimbra: Gracio Editor, 2018. pp.167-168.

Mônica recomenda: Playlist especial Dia Internacional da Mulher no YouTube Kids! #DonasdaRua. Disponível em [https://www.youtube.com/watch?v=BV-d6L34-Tc&list=PLWduEF1R\\_tVbqLRX3aUnTZPACez6ilGhU](https://www.youtube.com/watch?v=BV-d6L34-Tc&list=PLWduEF1R_tVbqLRX3aUnTZPACez6ilGhU). Acesso: 19/06/2021.

Playlist Donas da Rua #DiaInternacionaldaMulher para YouTube Kids. Disponível em [https://www.youtube.com/playlist?list=PLWduEF1R\\_tVbqLRX3aUnTZPACez6ilGhU](https://www.youtube.com/playlist?list=PLWduEF1R_tVbqLRX3aUnTZPACez6ilGhU). Acesso: 11/06/2021.

WITTIG, Mônica. A marca do gênero. In BAPTISTA, Maria Manuel (org). **Gênero e performance** - textos essenciais 1. Coimbra: Gracio Editor, 2018. pp.93-104.

SOMOS TODAS DONAS DA RUA. Disponível em <https://turmadamonica.uol.com.br/donasdarua/>. Acesso: 20/06/2021.

TURMA DA MÔNICA. Canal do YouTube. Disponível em [https://www.youtube.com/channel/UCV4XcEqBswMCryorV\\_gNENw](https://www.youtube.com/channel/UCV4XcEqBswMCryorV_gNENw). Acesso: 12/06/2021.