

**MASCULINIDADE HEGEMÔNICA E TECNOLOGIA DE GÊNERO: o impacto do
TikTok na constituição subjetiva de adolescentes**

***HEGEMONIC MASCULINITY AND GENDER TECHNOLOGY: the impact of
TikTok on the subjective constitution of adolescents***

Daniella Rosa Pereira
Vinicius Novais Gonçalves de Andrade
Júlio César Borges

RESUMO: Este Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) investiga as práticas discursivas associadas à masculinidade hegemônica em conteúdos produzidos e consumidos por adolescentes na plataforma *TikTok*, entre os anos de 2022 e 2025. O objetivo é analisar como a masculinidade hegemônica é construída e reconstruída por meio das tecnologias de gênero, bem como seus efeitos na constituição subjetiva de adolescentes. Trata-se de uma pesquisa netnográfica qualitativa, de caráter exploratório, baseada na análise de conteúdo de Bardin (2010). Os resultados foram discutidos à luz dos estudos de gênero, com autoras como Valeska Zanello, Judith Butler, Elisabeth Badinter e Raewyn W. Connell, e indicam que há tanto a reprodução de padrões normativos de gênero quanto tensionamentos e ressignificações desses modelos. Conclui-se que as redes sociais desempenham papel relevante na construção das identidades masculinas na adolescência, impactando os processos de subjetivação.

Palavras-chave: masculinidade hegemônica; adolescência; *TikTok*; gênero; subjetividade.

ABSTRACT: *This Final Paper investigates the discursive practices associated with hegemonic masculinity in content produced and consumed by adolescents on the TikTok platform, between the years 2022 and 2025. The objective is to analyze how hegemonic masculinity is constructed and reconstructed through gender technologies, as well as its effects on the subjective constitution of adolescents. This is qualitative netnographic research, of an exploratory nature, based on Bardin's (2010) content analysis. The results were discussed in the light of gender studies, with authors such as Valeska Zanello, Judith Butler, Elisabeth Badinter and Raewyn W. Connell, and indicate that there is both the reproduction of normative gender patterns and tensions and resignifications of these models. It is concluded that social networks play an important role in the construction of male identities in adolescence, impacting the processes of subjectivation.*

Keywords: *hegemonic masculinity; adolescence; TikTok; gender; subjectivity.*

1 INTRODUÇÃO

Este trabalho investiga as práticas discursivas da masculinidade hegemônica na plataforma de entretenimento mais utilizada por adolescentes no Brasil, o *TikTok*. Para tanto, inicialmente, serão apresentados dados relevantes que possibilitem a contextualização do objeto de estudo proposto, bem como os conceitos centrais desta discussão: masculinidade hegemônica e tecnologia de gênero.

Atualmente, a *internet* configura-se como um espaço de construção de repertórios, sobretudo do público que mais consome as plataformas de interação *on-line*: os adolescentes (Prioste, 2013). Nesse sentido, o Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (Cetic.br) realizou, em 2023, a pesquisa *TIC Kids Online Brasil*, que ocorre anualmente e tem como objetivo monitorar o uso da internet por crianças e adolescentes no país. Os dados mais recentes indicam que mais de 95% da população entre 12 e 18 anos é usuária da internet no Brasil, sendo o *TikTok* uma das principais redes utilizadas por adolescentes dessa faixa etária.

O *TikTok* é uma plataforma digital de entretenimento, lançada internacionalmente em 2016 e pertencente à empresa ByteDance. Caracteriza-se por um formato dinâmico e interativo, que permite aos usuários criar, compartilhar e republicar vídeos curtos. Seu principal recurso, o *feed* “Para Você” (*For You Page*), baseia-se em uma rolagem infinita e em um sistema algorítmico de recomendação, responsável por personalizar e entregar conteúdos de acordo com as interações dos usuários (Carvalho, 2024). Diante disso, à luz dos estudos de gênero, a plataforma opera como um dispositivo de tecnologia de gênero, na medida em que veicula produtos culturais que produzem e reproduzem performances de gênero (Lauretis, 1987).

Um segundo aspecto a ser pontuado refere-se à cultura misógina do território brasileiro. De acordo com levantamento de 2024 do Alto Comissariado das Nações Unidas para os Direitos Humanos (ACNUDH), o Brasil ocupa o 5º lugar no *ranking* mundial de feminicídio nos últimos anos, com a média de quatro mulheres assassinadas por dia. A pesquisadora sobre gênero e psicóloga clínica Valeska Zanello aponta que esse cenário alarmante se articula à cultura misógina do país, sobretudo por meio dos discursos de masculinidade hegemônica, os quais se configuram como um fenômeno histórico e cultural sustentado pela virilidade e pelo embrutecimento dos homens (Zanello, 2020).

Segundo a etimologia da palavra, hegemonia refere-se a domínio, liderança ou preponderância sobre outros, descrevendo algo que possui poder de controle ou influência sobre determinados grupos (Houaiss, 2009). O termo hegemonia foi associado à masculinidade pela primeira vez pela cientista social Raewyn Connell, em sua obra *Masculinities*, publicada originalmente em 1995 (Connell, 1995). Para a socióloga australiana, masculinidade hegemônica é um modelo idealizado e culturalmente valorizado, que define o que é ser “homem de verdade”. Esse modelo está vinculado a características como poder, autoridade, heterossexualidade compulsória, força física, embrutecimento e virilidade. Sua função é manter a ordem de gênero e as relações hierárquicas entre homens, entre homens e mulheres e entre as diversas identidades de gênero (Connell, 1995).

Diante disso, ao relacionar os dados sobre a popularidade da plataforma *TikTok* entre adolescentes com a cultura sexista do Brasil, apontada por Zanello (2020), é possível suscitar debates importantes: quais discursos a plataforma tem propagado acerca do que significa “tornar-se homem”? Quais efeitos esses discursos produzem na constituição subjetiva dos adolescentes?

Essa discussão apresenta-se como relevante, uma vez que o processo de subjetivação do “tornar-se pessoa”, na constituição de cada indivíduo, implica em “tornar-se homem” ou “tornar-se mulher”, considerando a lógica binária presente nas sociedades ocidentais ou ocidentalizadas (Zanello, 2020). Nesse viés, gênero é compreendido como uma categoria social; portanto, torna-se importante analisar como os jovens vêm se relacionando com outros sujeitos nas comunidades digitais, visto que esses espaços são atravessados por discursos generificados, que operam sobre a realidade, construindo e reconstruindo o “tornar-se homem”.

Para além do processo de subjetivação, outro elemento que justifica a presente discussão refere-se ao letramento de gênero. Conforme propõe Valeska Zanello (2018), homens e mulheres aprendem, ao longo de suas trajetórias, modos específicos de ser e estar no mundo. Esse processo ocorre de forma contínua, sendo atravessado por diferentes relações de poder e artefatos culturais que ensinam determinadas performances de gênero em detrimento de outras. Na adolescência, as plataformas digitais passam a ocupar um lugar significativo nesse processo, ampliando a circulação de modelos de masculinidade e oferecendo referências que podem ser apropriadas ou reproduzidas.

Desse modo, o presente estudo tem como objetivo geral analisar as práticas

Psicologias em Movimento - v.6, n.1: Jan-Jul, 2026

discursivas da masculinidade hegemônica na plataforma *TikTok* e seus atravessamentos para a constituição subjetiva de adolescentes. Especificamente, busca mapear os principais conteúdos presentes na plataforma que reproduzem tais práticas discursivas e discutir de que maneira esses discursos impactam as subjetividades de adolescentes.

2 METODOLOGIA

O percurso metodológico foi delineado a partir da opção por um estudo de natureza qualitativa e de caráter exploratório. A netnografia foi adotada como método de pesquisa para análise e exploração do ciberespaço, visto que permite investigar os fenômenos sociais presentes em ambientes digitais. Sob esse prisma, Silva (2015) define a netnografia como uma adaptação da etnografia ao contexto virtual, voltada à análise de dados que possibilitam a compreensão e representação de fenômenos observados em redes digitais. Apesar de sua introdução recente no horizonte antropológico, na década de 1990, o método tem se mostrado cada vez mais relevante diante da popularização do meio digital, configurando-se como uma estratégia metodológica apropriada para a investigação das tecnologias de gênero (Silva, 2015).

O aplicativo *TikTok* foi selecionado, em detrimento de outras redes, como a principal fonte de coleta de dados, em virtude de sua ampla utilização pelo público adolescente. Além da popularidade da plataforma, a escolha do campo justifica-se pelo fato de que o algoritmo do *TikTok* é personalizado, aprendendo os interesses do usuário e criando um fluxo contínuo de vídeos dentro de uma mesma esfera temática, o que tende a captar a atenção do indivíduo por períodos prolongados e reforçar a recomendação de conteúdos relacionados aos temas consumidos (Carvalho, 2024).

A amostra foi intencional, em consonância com o conceito de masculinidade hegemônica abordado no recorte temático deste estudo. Foram incluídos conteúdos produzidos por sujeitos que se identificam como homens cisgêneros, heterossexuais, brancos e sem deficiência, uma vez que a masculinidade investigada se concentra predominantemente nas práticas e discursos historicamente privilegiados desse grupo, diferenciando-se das formas de masculinidade subalternizadas (Connell, 1995). O material analisado abrangeu adolescentes com idade entre 12 e 18 anos, faixa etária escolhida por representar um período de transição caracterizado pelo

Psicologias em Movimento - v.6, n.1: Jan-Jul, 2026

desenvolvimento da identidade, do senso de pertencimento e das relações sociais (Soares, 2024).

Os dados foram sistematizados a partir da Análise de Conteúdo proposta por Bardin (2010), organizada em três etapas: pré-análise, busca do material e tratamento dos resultados. Inicialmente, na pré-análise, procedeu-se à escolha dos materiais; em seguida, na exploração do material, os vídeos foram examinados e categorizados conforme critérios previamente definidos; por fim, no tratamento dos resultados, os dados foram organizados e discutidos.

Quadro 1 - Descrição das etapas da Análise de Conteúdo

ETAPAS DE BARDIN (2010)	DESCRIÇÃO DAS ETAPAS
Pré-análise	Escolha de materiais.
Busca do material	Vídeos examinados e categorizados segundo os critérios previamente definidos.
Tratamento dos resultados	Discussão do material coletado.

Fonte: Elaborado pelos autores (2025).

A coleta de dados foi realizada por meio da análise de vídeos públicos publicados na plataforma *TikTok*, selecionados de forma intencional com base em critérios técnicos e éticos previamente estabelecidos. A busca foi conduzida a partir dos descritores “homem de verdade”, “masculinidade e adolescência” e “masculinidade hegemônica”. Foram incluídos vídeos com duração de até um minuto que apresentassem performances ou conteúdos que possibilitassem análises acerca do processo de construção da identidade masculina, sendo excluídos materiais de caráter acadêmico ou teórico. Além disso, com o objetivo de evitar o enviesamento algorítmico, as buscas foram realizadas por meio de uma conta criada especificamente para a pesquisa, sem histórico prévio de acessos ou interações.

Quadro 2 – Critérios de Seleção

Critério 1	Vídeos com duração de até um minuto.
Critério 2	Vídeos publicados entre os anos de 2022 e 2025.
Critério 3	Vídeos publicados por adolescentes com idade entre 12 e 18 anos.

Critério 4	Vídeos publicados por homens cisgêneros, brancos, heterossexuais e sem deficiência.
Critério 5	Vídeos nomeados <i>trends</i> , <i>reacts</i> ou relatos, com exclusão de conteúdos acadêmicos.

Fonte: Elaborado pelos autores (2025).

Em relação aos aspectos éticos, assegurou-se a confidencialidade dos autores dos conteúdos analisados. Embora o material estivesse em domínio público, foram preservados o anonimato e a identidade dos perfis selecionados, garantindo um estudo ético, responsável e seguro. Dessa forma, nomes, perfis e quaisquer informações que possibilitassem identificação não foram divulgados. A condução da pesquisa pautou-se nos princípios do Código de Ética Profissional do Psicólogo e nas recomendações do Conselho Federal de Psicologia (CFP).

3 RESULTADOS E DISCUSSÕES

3.1 Busca do material

Na primeira etapa do método de análise de conteúdo proposto por Bardin (2010), observou-se a predominância de conteúdos em formato de quadros, cortes de *podcasts*, *trends* (tendências), *reacts* (reações) e relatos relacionados à temática da adolescência. A partir do acesso à aba “Para você”, foram identificados conteúdos com significativo número de visualizações. Durante a exploração do material, buscou-se identificar temas recorrentes, padrões discursivos e a linguagem utilizada, sendo os vídeos assistidos repetidas vezes para maior aprofundamento analítico.

De modo geral, verificou-se que a maioria dos conteúdos apresentava o uso de *hashtags* vinculadas a grupos masculinistas, discursos de cunho religioso e termos associados a comunidades digitais específicas, como os grupos “*red pill*”.

3.2 Seleção do material

Na segunda etapa do procedimento metodológico, realizou-se a seleção do material empírico a partir dos critérios definidos, resultando em um *corpus* final composto por seis vídeos, extraídos de um universo de 40 materiais coletados. Dessa

forma, a seleção deu-se a partir de dois eixos de coleta da plataforma: a barra de pesquisa e a aba “Para você”. Em cada um desses espaços, foram selecionados os três primeiros vídeos que atenderam aos critérios de seleção, conforme descrito no Quadro 2.

Nesse sentido, foram identificados 40 vídeos na plataforma *TikTok*, dos quais 34 foram excluídos por não atenderem aos critérios estabelecidos. Todos os vídeos analisados foram publicados a partir do ano de 2022. Entre os principais motivos de exclusão, destacam-se: duração superior a um minuto ($n = 4$), conteúdos de caráter teórico ou acadêmico ($n = 5$), materiais que não correspondiam ao perfil definido ($n = 17$) e vídeos com participantes fora da faixa etária estabelecida ($n = 8$). Ao final do processo, 6 vídeos atenderam integralmente aos critérios de seleção e compuseram a amostra analisada. Dentre esses, 3 foram selecionados por meio de busca por termos específicos na plataforma e 3 foram identificados a partir da aba “Para Você”, contemplando diferentes estratégias de seleção do material.

Quadro 3 – Processo de seleção e composição da amostra de vídeos do *TikTok*

BLOCO 1	Identificação	Vídeos identificados no <i>TikTok</i> : $n = 40$
BLOCO 2	Exclusão	Vídeos excluídos: $n = 34$ • Duração superior a 1 minuto: $n = 4$ • Conteúdos teóricos ou acadêmicos: $n = 5$ • Participantes fora do perfil hegemônico definido: $n = 17$ • Participantes fora da faixa etária: $n = 8$
BLOCO 3	Inclusão	Vídeos incluídos na análise final: $n = 6$
BLOCO 4	Composição da amostra	Distribuição dos vídeos selecionados ($n = 6$): • Selecionados por meio de busca por termos: $n = 3$ • Selecionados via rolagem do “Para Você” (<i>For You</i>): $n = 3$
BLOCO 5	Amostra final	Amostra analisada $n = 6$ vídeos

Fonte: Elaborado pelos autores (2025).

No que se refere às características do material selecionado, observou-se a predominância de conteúdos vinculados a *trends* e *reacts* (reações). Nesse cenário, destacam-se cinco *trends* selecionadas: três associadas à temática “caso ela diga

não” e duas relacionadas a “aprender a ser homem desde cedo”. Além disso, foi incluído um conteúdo no formato de *react* (reação).

Primeiramente, antes da articulação entre os dados coletados e a fundamentação teórica, é relevante pontuar que a proposta discursiva desta análise se ancora em uma perspectiva de compreensão do fenômeno investigado. Nesse sentido, parte-se da premissa de que os fenômenos sociais devem ser analisados à luz dos contextos históricos, sociais, políticos e culturais que os constituem. Assim, não se trata de uma análise orientada por uma lógica de causalidade linear, de causa e efeito, mas de uma abordagem compreensiva que busca levantar problematizações acerca das formas pelas quais determinadas construções de masculinidade vêm sendo produzidas e significadas no contexto analisado (Weber, 1999).

Ressalta-se, ainda, que não se pretende oferecer respostas totalizantes ou universais sobre o fenômeno, tampouco afirmar a existência de uma única forma de constituição das masculinidades, reconhecendo-se a pluralidade de experiências possíveis. Contudo, este estudo delimita-se à análise de manifestações associadas à masculinidade hegemônica, reconhecendo-se, ainda, a existência de outras formas de masculinidade, como as subalternizadas, que não constituem o foco desta investigação.

3.3 A *trend* “caso ela diga não” como tecnologia de gênero na produção da masculinidade hegemônica

Inicialmente, os três primeiros vídeos selecionados para discussão teórica pertencem à *trend* “caso ela diga não”. As *trends* na plataforma *TikTok* consistem em um padrão de conteúdo que se populariza rapidamente, sendo replicado por diversos usuários. A *trend* analisada foi publicada no *TikTok* Brasil entre os anos de 2023 e 2025, alcançando, em média, cerca de um milhão de visualizações. Nesses conteúdos, homens utilizam a premissa da *trend* para simular uma atuação performática de agressões físicas contra mulheres que recusam pedidos de namoro ou casamento. As cenas incluem simulações de chutes, facadas e ameaças com armas, frequentemente tratadas como uma “brincadeira” ou como uma suposta “preparação” diante da negativa feminina.

A *trend* teve origem nos Estados Unidos, associada ao termo “*If she says no*”, derivada de *memes* que envolviam a simulação de reações violentas, entre os anos

de 2023 e 2024. Suas adaptações no Brasil surgem nesse mesmo período; contudo, observa-se que a *trend* passou a ganhar maior visibilidade e viralização no *TikTok* a partir da primeira semana de março de 2026, intensificando-se no período próximo ao Dia Internacional da Mulher.

No que se refere ao conteúdo dos vídeos analisados, observa-se a recorrência de encenações que articulam pedidos afetivo-românticos à simulação de reações violentas diante da recusa feminina, sendo todos os materiais produzidos por adolescentes. No primeiro vídeo, um adolescente simula um pedido de casamento direcionado à câmera, representando a interlocutora como uma possível parceira; diante da negativa, o sujeito introduz uma faca no enquadramento, passando-a em frente à câmera, em um gesto que sugere ameaça.

No segundo vídeo, ainda dentro da mesma lógica, o adolescente realiza um pedido de casamento e, frente à recusa, passa a desferir socos contra um saco de boxe, como forma de expressar uma reação física à rejeição. No terceiro vídeo, observa-se dinâmica semelhante: após simular um pedido de namoro à câmera e representar a negativa, o sujeito aponta uma arma em direção ao enquadramento, sugerindo que a ação seria direcionada à figura feminina representada.

Cabe destacar que, no início do ano de 2026, a Polícia Federal iniciou uma investigação acerca de diversos perfis que produziram conteúdos relacionados à referida *trend*. A plataforma *TikTok*, por sua vez, suspendeu algumas contas de criadores que também reproduziram a “brincadeira” em seus perfis e passou a exibir um comunicado ao se pesquisar o nome da *trend*: “Se você ou alguém que você conhece é vítima de violência de gênero, há ajuda sempre disponível”. Apesar dessas medidas institucionais, cabe aqui uma análise crítica desse material, considerando que tais conteúdos circularam por um período prolongado de cinco anos nas redes sociais.

A primeira discussão a ser desenvolvida refere-se à articulação entre o construcionismo social e a construção do ideal de masculinidade. O construcionismo social constitui um movimento teórico que compreende que as práticas sociais e os significados são constantemente criados e recriados pelos sujeitos em suas interações. Nessa perspectiva, o mundo social não é entendido como algo fixo ou dado, mas como uma construção contínua, produzida por meio das relações de poder, da linguagem, dos discursos e das especificidades culturais e históricas que atravessam os modos de conhecer e interpretar a realidade (Gergen, 2009).

Tendo em vista essa abordagem, a lógica binária do que é feminino e masculino também pode ser compreendida como uma construção social, e não como um dado natural. Assim, o que se entende como “ser homem” ou “ser mulher” é resultado de processos históricos, culturais e relacionais, mediados pela linguagem e pelas interações sociais (Butler, 1990). Esses significados não apenas refletem a realidade, mas também atuam sobre ela, orientando formas de subjetivação. Desse modo, a masculinidade se configura como uma construção situada, que se transforma ao longo do tempo e varia conforme os contextos, sendo continuamente produzida e reproduzida nas relações sociais.

Nessa direção, Lauretis (1987) contribui para essa discussão ao propor o conceito de tecnologias de gênero, compreendidas como os meios simbólicos, culturais e institucionais por meio dos quais os papéis de gênero são produzidos, regulados e reproduzidos. Para a autora, tais tecnologias operam por meio de diferentes dispositivos, como mídias, práticas discursivas e produtos culturais, que atuam diretamente na constituição das identidades e subjetividades dos sujeitos.

Desse modo, os vídeos anteriormente descritos, veiculados no *TikTok*, podem ser compreendidos como tecnologias de gênero contemporâneas. Isso porque funcionam como espaços nos quais adolescentes entram em contato com determinados modelos de masculinidades, aprendem padrões de comportamento, os normalizam e os reproduzem em suas próprias práticas. Nesse movimento, tais conteúdos não apenas refletem concepções já existentes sobre o que é “ser homem”, mas também participam ativamente da construção e manutenção desses ideais, contribuindo para a produção de sentidos associados à virilidade, ao poder e às formas de responder à rejeição no contexto das relações de gênero (Lauretis, 1987).

A partir da construção social do que significa se tornar homem, produzida, entre outros meios, por tecnologias de gênero, como as redes sociais, observa-se que o ideal de performance associado ao “ser um homem de verdade” é constantemente reiterado, almejado e validado. Nesse processo, determinados padrões de masculinidade ganham legitimidade e passam a orientar as formas de agir e de se posicionar dos sujeitos, resultando naquilo que é compreendido como masculinidade hegemônica (Connell, 1995).

No que diz respeito à análise dos aspectos subjetivos que atravessam os adolescentes, é pertinente conduzi-la à luz das contribuições de Zanello (2018). A autora propõe que os processos de subjetivação estão diretamente relacionados aos

Psicologias em Movimento - v.6, n.1: Jan-Jul, 2026

dispositivos de gênero que operam na cultura, produzindo expectativas sociais sobre como homens e mulheres devem ser e se comportar. Nesse sentido, diante de toda construção social, performances de gênero são continuamente exigidas dos sujeitos; quando tais expectativas não são correspondidas, estes podem ser alvo de diferentes formas de violência, tanto em nível micro quanto macro (Zanella, 2018).

Nesse cenário, observa-se que as mulheres figuram como as principais vítimas dessas dinâmicas, o que se evidencia no aumento dos índices de violência de gênero no Brasil. Em 2025, segundo o Alto Comissariado das Nações Unidas para os Direitos Humanos (ACNUDH), o país registrou o maior número de feminicídios da última década, com 1.568 mulheres assassinadas em razão de sua condição de gênero. Esses dados indicam a persistência de um contexto estrutural de violência, no qual desigualdades de gênero seguem sendo produzidas e reforçadas socialmente. De acordo com Zanella (2018), esse cenário está relacionado a uma cultura marcada por traços misóginos, patriarcais e sexistas, que atravessam o contexto brasileiro.

Nesse contexto, o perigo dessa construção da masculinidade reside no fato de que, ao serem socializados a reprimir suas emoções, a partir de discursos difundidos, como a ideia de que “homem não chora”, comentário existente em um dos vídeos da referida *trend*, muitos adolescentes não desenvolvem recursos para elaborar e expressar seus sentimentos de maneira saudável. Conforme aponta Zanella (2018), essa limitação pode levar à busca por outras formas de expressão, frequentemente marcadas pelo embrutecimento e pela externalização da violência (Zanella, 2020).

Portanto, os vídeos analisados evidenciam como esses processos de subjetivação se expressam nas práticas cotidianas dos adolescentes. Diante de situações de recusa, como nos pedidos de namoro ou casamento encenados, observa-se que, na ausência de recursos para elaborar e expressar emoções como frustração ou rejeição, os sujeitos recorrem a formas de reação socialmente aprendidas e validadas.

3.5 *Trend*: “Quando a vida obriga a ser homem cedo” e a performatividade da masculinidade hegemônica

O segundo material analisado refere-se a dois vídeos publicados na plataforma *TikTok*, no ano de 2025, especificamente nos meses de setembro e dezembro. No momento da coleta, um dos materiais audiovisuais apresentava cerca de 267 curtidas

Psicologias em Movimento - v.6, n.1: Jan-Jul, 2026

e 22 compartilhamentos, enquanto o outro contabilizava aproximadamente 3.931 curtidas e 252 compartilhamentos. Ambos os vídeos fazem referência a uma *trend* intitulada “quando a vida obriga a ser homem cedo”.

Essa *trend* popularizou-se no final de 2025, sendo reproduzida por um público majoritariamente jovem. Nela, observam-se adolescentes engajados em atividades associadas ao trabalho braçal, como atuação em construções, carregamento de peso, execução de serviços manuais pesados e outras tarefas vinculadas à ideia de esforço físico e responsabilidade precoce. No campo das interações, destacam-se comentários como “aí está sendo forjado um homem!” e “isso me resume como pessoa, desde os 3 anos ou até antes”.

Articulando o material coletado com a fundamentação teórica, inicia-se a análise a partir das contribuições de Butler (1990). A autora propõe o conceito de performatividade de gênero, segundo o qual o gênero não constitui uma essência fixa, mas uma construção produzida por meio de atos reiterados, orientados por normas e expectativas sociais (Butler, 1990). Nessa mesma direção, Zanello (2018) aponta que, quanto maior a validação e o sentimento de pertencimento do sujeito em relação à sua performance de gênero, maior tende a ser a consolidação de sua identidade, bem como a reprodução de crenças associadas a essa performance.

Nesse sentido, o comando da *trend* “quando a vida obriga a ser homem cedo” sugere uma concepção de masculinidade associada à performance de força, virilidade e ao papel de provedor. Contudo, destaca-se que tais performances não se reduzem a expressões espontâneas dos sujeitos, mas a práticas atravessadas por mecanismos de regulação social. Dessa forma, o material analisado conduz à discussão não apenas da dimensão performática da masculinidade, mas, sobretudo, do caráter normativo de sua construção e normalização, na medida em que os sujeitos são interpelados a reiterar padrões hegemônicos.

Os estudos da filósofa francesa Élisabeth Badinter (2010) discutem a construção do masculino a partir de uma dimensão imperativa, que se refere à necessidade de o sujeito reafirmar sua masculinidade (Badinter, 2010). Nesse sentido, o *TikTok* apresenta-se como uma tecnologia de gênero, configurando-se como um espaço de reafirmação do ideal masculino, no qual os sujeitos podem tanto se identificar com os padrões hegemônicos quanto contribuir para a sua reprodução. Assim, esses atravessamentos atuam na produção de subjetividades, na medida em que podem sugerir como os adolescentes se percebem, sentem e agem na sociedade.

3.4 React: “Isso é coisa de menina” e a negação da performance feminina

O último material audiovisual analisado consiste em um vídeo publicado em 2022 na plataforma *TikTok*, no formato de *react* (reação), no qual um cabeleireiro registra as reações de jovens clientes durante atendimentos em seu estabelecimento. No momento da coleta, o vídeo apresentava aproximadamente 426 curtidas e cerca de 100 compartilhamentos. O conteúdo central do material envolve a interação entre o profissional e adolescentes que, ao se prepararem para o corte de cabelo, deparam-se com o uso de uma capa de proteção na cor rosa, associada ao desenho “Barbie”.

No decorrer do vídeo, são apresentadas as reações de quatro adolescentes diante da utilização da referida capa. Observa-se que as respostas manifestadas são predominantemente negativas, marcadas por expressões de recusa e estranhamento em relação à cor do objeto. Destaca-se que não há falas explícitas no vídeo, sendo o conteúdo constituído por reações não verbais dos participantes. As expressões corporais e faciais evidenciam um posicionamento de rejeição ao uso da capa rosa, sendo possível identificar manifestações de repúdio à situação proposta.

No campo das masculinidades, essa dinâmica pode ser relacionada àquilo que Badinter (2010) denomina como a via negativa de construção do masculino. Segundo a autora, a masculinidade é constituída não apenas pela reafirmação, mas também pela negação de tudo aquilo que é associado ao feminino. Assim, gestos, expressões, objetos e até mesmo cores passam a ser regulados por esse imperativo de diferenciação, como evidenciado no material analisado, em que a cor rosa e a referência à “Barbie” são alvo de rejeição (Badinter, 2010).

Nessa perspectiva, é possível considerar que tais manifestações de recusa não se restringem a uma dimensão individual, mas dialogam com uma cultura mais ampla, na qual o feminino é frequentemente colocado em posição de inferioridade. Esse processo pode contribuir para a reprodução de padrões misóginos e, em determinados contextos, também homofóbicos, uma vez que qualquer aproximação com o feminino tende a ser sancionada negativamente (Badinter, 2010). Dessa forma, o material analisado permite problematizar como esses marcadores de gênero são aprendidos e atualizados nas interações cotidianas, sobretudo entre adolescentes (Zanella, 2018; Badinter, 2010).

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Diante dos resultados apresentados e das discussões realizadas, cabe, neste momento conclusivo, retomar as perguntas-problema formuladas no contexto introdutório, oferecendo uma devolutiva analítica. Inicialmente, observa-se que os discursos veiculados pela plataforma acerca do que significa “tornar-se homem” ancoram-se em uma lógica construtiva e reconstrutiva da masculinidade hegemônica. Tal construção opera por vias imperativas e negativas na constituição do adolescente.

Portanto, a masculinidade, sobretudo no contexto juvenil, é frequentemente construída a partir da valorização da virilidade, do embrutecimento e da força.

No que se refere aos efeitos que os discursos de masculinidade hegemônica produzem na constituição subjetiva dos adolescentes, o material analisado sugere que esses conteúdos operam como tecnologias de gênero, supervalorizando um padrão idealizado de ser homem na sociedade. Esse discurso nos conduz à compreensão de que essas produções não apenas normalizam normas de gênero, mas também atuam na regulação das formas de sentir, agir e se reconhecer enquanto sujeito.

Por fim, é válido pontuar que os objetivos desta pesquisa foram alcançados, visto que as práticas discursivas da masculinidade hegemônica na plataforma *TikTok* e seus atravessamentos para a constituição subjetiva de adolescentes foram analisados. Nesse sentido, a presente pesquisa se insere como uma contribuição inicial, que poderá ser aprofundada em investigações futuras, inclusive em nível de pós-graduação, ampliando o escopo teórico e metodológico aqui mobilizado. Assim, busca-se não encerrar o debate, mas abrir possibilidades de problematização e de produção de novos olhares sobre letramento de gênero, em consonância com uma perspectiva crítica e eticamente comprometida com a complexidade dos fenômenos sociais.

REFERÊNCIAS

BADINTER, Elisabeth. **Le conflit**: la femme et la mère. [S. l.]: Le Livre de Poche, 2010.

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. São Paulo: Edições 70, 2011.

BUTLER, Judith. **Problemas de gênero**: feminismo e subversão da identidade. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2003.

CARVALHO, Yasmim Dourado de; SILVA, Júlia Sampaio; MENDES, Maria das Dores Nogueira. O algoritmo do TikTok como ferramenta na formação e na seletividade literária nos adolescentes. **Linguagem em Pauta**, Sobral, v. 4, n. 2, p.78-96, mar./abr. 2024.

CENTRO REGIONAL DE ESTUDOS PARA O DESENVOLVIMENTO DA SOCIEDADE DA INFORMAÇÃO. **TIC Kids Online Brasil 2023**: crianças estão se conectando à internet mais cedo no país. São Paulo: Cetic.br, 24 out. 2023. Disponível em: <https://cetic.br/pt/noticia/tic-kids-online-brasil-2023-criancas-estao-se-conectando-a-internet-mais-cedo-no-pais/>. Acesso em: 12 nov. 2025.

CONNELL, R. W. **Masculinities**. 2nd ed. Berkeley: University of California Press, 1995.

GERGEN, Kenneth J. O movimento do Construcionismo Social na Psicologia moderna. **Interthesis**, Florianópolis, v. 6, n. 1, p. 299-325, 2009.

HOUAISS, Antônio. **Dicionário Houaiss da língua portuguesa**. Rio de Janeiro: Objetiva, 2009.

LAURETIS, Teresa de. **Technologies of gender**: essays on theory, film, and fiction. Bloomington: Indiana University Press, 1987.

PRIOSTE, Cláudia Dias. **O adolescente e a internet**: laços e embaraços no mundo virtual. 2013. Tese (Doutorado em Educação) – Faculdade de Educação, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2013.

SCHULTZ, Duane P.; SCHULTZ, Sydney Ellen. **História da psicologia moderna**. 4. ed. São Paulo: Cengage Learning, 2019.

SILVA, S. A. Desvelando a netnografia: um guia teórico e prático. **Intercom**: Revista Brasileira de Ciências da Comunicação, São Paulo, v. 38, n. 2, p. 339-342, jul./dez. 2015.

SOARES, Raquel. **Adolescência na Psicologia**: compreendendo uma fase crucial do desenvolvimento. Rio de Janeiro, 2024. Disponível em: <https://psicologaraquelsoares.com.br/adolescencia-na-psicologia-compreendendo-uma-fase-crucial-do-desenvolvimento/>. Acesso em: 18 set. 2025.

UOL. **Feminicídio**: Brasil é o 5º país em mortes violentas de mulheres no mundo. [s.l.], 2025. Disponível em: <https://vestibular.uol.com.br/resumo-das-disciplinas/atualidades/feminicidio-brasil-e-o-5-pais-em-morte-violentas-de-mulheres-no-mundo.htm>. Acesso em: 18 set. 2025.

VALOR ECONÔMICO. **Brasil é o terceiro maior mercado da plataforma**. [S. l.], 13 ago. 2024. Disponível em: <https://valor.globo.com/empresas/noticia/2024/08/13/brasil-e-o-terceiro-maior-mercado-da-plataforma.ghtml>. Acesso em: 12 set. 2025.

WEBER, Max. **Economia e sociedade**: fundamentos da sociologia compreensiva. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 1999.

ZANELLO, Valeska. **Saúde mental, gênero e dispositivos**: cultura e processos de subjetivação. Curitiba: Appris, 2020.

BIODADOS

Daniella Rosa Pereira

Acadêmica do 10º período do curso de Psicologia do Centro Universitário Alfredo Nasser, no semestre letivo 2026/1. E-mail: daniellarosa2024@gmail.com

Vinicius Novais Gonçalves de Andrade

Pós-doutor em Psicologia. Doutor em Psicologia pela PUC Goiás (com período de doutorado sanduíche na Universidade do Porto na Faculdade de Psicologia e Ciências da Educação). Mestre em Psicologia (PUC Goiás). Psicólogo graduado pela Pontifícia Universidade Católica de Goiás. Psicanalista. Coordenador do curso de Psicologia do Centro Universitário Alfredo Nasser e docente da mesma instituição. E-mail: viniciusnovais@unifan.edu.br

Júlio César Borges

Doutorado em Antropologia Social. Graduado em Ciências Sociais. Docente do curso de Psicologia do Centro Universitário Alfredo Nasser. E-mail: juliocesar@unifan.edu.br