



***“TODOS SOMOS KEN”: REDES, TORÇÕES CURRICULARES E  
MASCULINIDADES EM VÍDEOS NO YOUTUBE SOBRE O FILME DA BARBIE  
(2023)***

***“TODOS SOMOS KEN”: REDES, GIROS CURRICULARES Y  
MASCULINIDADES EN VIDEOS DE YOUTUBE SOBRE LA PELÍCULA DE  
BARBIE (2023)***

***“WE ARE ALL KEN”: NETWORKS, CURRICULAR TWISTS, AND  
MASCULINITIES IN YOUTUBE VIDEOS ABOUT THE BARBIE MOVIE (2023)***

*Sidney Ferreira da Silva<sup>1</sup>*

*Silas Miquéias da Silva Boldo<sup>2</sup>*

*Tiago Duque<sup>3</sup>*

**RESUMO**

O estudo analisa quatro vídeos do YouTube que comentam o filme “Barbie” (2023), com foco nas representações de masculinidades conservadoras. Utilizando etnografia digital e estudos pós-críticos em Educação, a pesquisa mostra como influenciadores de direita usam o filme como oportunidade para expressar e reforçar discursos antifeministas, homofóbicos e misóginos. Através da análise, observa-se um currículo e uma pedagogia cultural conservadora que tenta restaurar valores binários de gênero por meio da heterocompulsividade, mostrando como artefatos culturais na internet são espaços de disputa de poder, torções de significados e aprendizados sobre masculinidades.

**PALAVRAS-CHAVE:** Artefatos midiáticos. Masculinidades. Currículo. Pedagogia Cultural.

**RESUMEN**

Este estudio analiza cuatro videos de YouTube que comentan la película “Barbie” (2023), centrándose en las representaciones de masculinidades conservadoras. Mediante la

---

<sup>1</sup> Bacharel em Ciências Sociais. Universidade Federal de Mato Grosso do Sul, Campo Grande, Mato Grosso do Sul, Brasil.

<sup>2</sup> Mestrando em Educação. Universidade Federal de Mato Grosso do Sul, Campo Grande, Mato Grosso do Sul, Brasil.

<sup>3</sup> Doutorado em Ciências Sociais. Universidade Federal de Mato Grosso do Sul, Campo Grande, Mato Grosso do Sul, Brasil.

etnografia digital y los estudios proscriticos en educación, la investigación muestra cómo influencers de derecha utilizan la película como una oportunidad para expresar y reforzar discursos antifeministas, homofóbicos y misóginos. El análisis revela un currículo conservador y una pedagogía cultural que intentan restaurar los valores binarios de género a través de la compulsión heterosexual, demostrando cómo los artefactos culturales en internet son espacios para luchas de poder, significados distorsionados y el aprendizaje sobre masculinidades.

**PALABRAS-CLAVE:** Artefactos mediáticos. Masculinidades. Currículo. Pedagogía cultural.

#### **ABSTRACT**

This study analyzes four YouTube videos commenting on the film “Barbie” (2023), focusing on representations of conservative masculinities. Using digital ethnography and post-critical studies in education, the research shows how right-wing influencers use the film as an opportunity to express and reinforce anti-feminist, homophobic, and misogynistic discourses. The analysis reveals a conservative curriculum and cultural pedagogy that attempts to restore binary gender values through heterosexual compulsiveness, demonstrating how cultural artifacts on the internet are spaces for power struggles, twisted meanings, and learning about masculinities.

**KEYWORDS:** Media artifacts. Masculinities. Curriculum. Cultural Pedagogy.

\*\*\*

#### **Introdução: “Ela é tudo. Ele é só o Ken”**

O presente artigo tem como objetivo analisar como vídeos do YouTube que comentaram o filme *Barbie* (2023) produziram e difundiram representações de masculinidades conservadoras. A partir de uma perspectiva pós-crítica em Educação e do uso da etnografia digital, buscamos compreender de que modo esses influenciadores recorreram ao filme para reforçar discursos antifeministas, homofóbicos e misóginos, configurando um currículo e uma pedagogia cultural orientados à manutenção de padrões de gênero. Para tanto, tratamos os materiais analisados como artefatos culturais, isto é, dispositivos discursivos que capturam e interpelam sujeitos, produzindo modos de perceber, sentir e agir no mundo, de se relacionar consigo mesmos e com os outros (Silva, 2013). Consideramos, assim, que os processos educativos extrapolam os limites do ambiente institucional formal da escola, sendo também constituídos por práticas culturais midiáticas que participam na produção das diferenças (Maknamara, 2020).

A boneca Barbie, lançada em 1959 pela Mattel e idealizada por Ruth Handler, representou uma inovação no universo infantil. Inspirada na Bild Lilli, uma boneca alemã destinada a adultos, Barbie foi concebida para oferecer às meninas um modelo de brincadeira que transcendesse os “papéis de gênero” convencionais da época (Gregory

Felipe, 2023). Promovida com o slogan “Você pode ser tudo o que quiser”, a boneca rapidamente se tornou um símbolo de liberdade e possibilidades. Contudo, essa construção idealizada ocultava contradições, especialmente no campo da sexualidade. Em 1961, a introdução de Ken consolidou ideais heteronormativos e românticos, ao mesmo tempo em que ignorava a diversidade de desejos e afetividades, refletindo os valores restritivos da época.

Com o tempo, a Barbie foi se adaptando às mudanças sociais e culturais, principalmente diante da crescente demanda por representatividade corporal, étnica e estética (Priscilla Peixoto, 2021). No entanto, essas transformações não ocorreram de forma espontânea, mas foram impulsionadas por lutas sociais e avanços no campo dos direitos, que geraram demandas no mercado. Um exemplo do potencial de ressignificação desses produtos culturais ocorreu em 1993, quando o boneco Ken, tradicionalmente retratado como heterossexual, foi reinterpretado por parte do público homossexual como um ícone da diversidade. Essa associação foi impulsionada por elementos de seu figurino, como o brinco, a camisa de malha e o colete lavanda, características que, na época, remetiam à estética gay da cena noturna norte-americana (Scottie Andrew, 2023). Esse episódio demonstra que os significados de bonecos e produtos culturais não são fixos, emergindo de disputas sociais e dinâmicas de poder, com a intervenção ativa de quem os ressignifica e contribui para sua produção (Naire Sousa; Norma Costa, 2018).

Seguindo essa dinâmica de disputa significativa, o filme *Barbie* (2023), dirigido por Greta Gerwig, retoma as tensões em torno dos significados associados à boneca, oferecendo uma crítica satírica às expectativas de gênero impostas a Barbie e Ken. A narrativa, escrita por Gerwig e Noah Baumbach, aborda as pressões sociais em torno dos “papéis de gênero” tradicionais, desafiando estereótipos e refletindo sobre a instabilidade dos direitos das mulheres. Desde o cartaz do filme, a mensagem de subversão e reflexão é clara: Barbie, interpretada por Margot Robbie, é apresentada como a personificação de uma feminilidade idealizada, confiante e poderosa. No icônico carro da Barbie, ela exibe uma imagem de beleza convencional — loira, com dentes brancos e magra — alinhada aos padrões norte-americanos de estética.

Em consonância, Ken, interpretado por Ryan Gosling, é apresentado como loiro, malhado e branco, mas ocupa uma posição submissa e secundária, reforçando o desequilíbrio de poder nas relações de gênero e sexualidade. A frase no topo do cartaz, “Ela é tudo. Ele é só o Ken”, destaca essa dinâmica histórica de poder entre Barbie e Ken, refletindo as tensões contemporâneas em torno das masculinidades e feminilidades. Além

disso, a frase parece destacar como os significados simbólicos atribuídos pela marca estimulam as posições que os personagens podem desempenhar no universo do brincar para as crianças.

Na trama de *Barbie* (2023), a perfeição de “Barbilândia” começa a ruir quando “Barbie Estereotipada” — uma versão genérica que vem à mente quando se pensa em Barbie (como dito no filme) — começa a refletir sobre as normas e expectativas que definem sua existência. Durante uma festa ao som de “*Dance The Night*”, de Dua Lipa, Barbie, interpretada por Margot Robbie, experimenta uma sensação de inquietação. Embora viva em um mundo aparentemente perfeito e livre de contradições, a personagem começa a perceber que algo essencial está faltando: a humanidade, simbolizada pela consciência da finitude e da “morte”.

Esse despertar a leva a questionar e desconstruir os ideais de perfeição aos quais, por décadas, a boneca foi associada. Antes segura e confiante, “Barbie Estereotipada” começa a se ver como “defeituosa”, confrontando imperfeições como celulite, pés planos e outras características que desafiam os rígidos padrões de feminilidade, como o uso constante de saltos altos. Esse desconforto se torna o ponto de partida de sua jornada de autodescoberta no “mundo real”, onde ela tenta se desvincular das projeções e das expectativas que as crianças, ao brincarem com a boneca, transferem para ela. Durante esse processo, Barbie estabelece uma conexão quase mística e física com a menina que brinca com boneca, buscando encontrar uma versão mais autêntica de si mesma. Enquanto isso, Ken, ao reconhecer o colapso da ordem estabelecida, busca subverter as dinâmicas de poder em Barbilândia, tentando reverter as relações dominantes que antes eram controladas pelas Barbies.

No Brasil, na exibição no cinema, o clima de quem assistia ao filme era marcado por um forte saudosismo, coletividade e até disputas por assentos, com sessões lotadas, mesmo após a abertura de novas salas extras em diversas localidades do país (Beatriz Queiroz; Gabriel Lima; Rafael Campos, 2023). Durante esses momentos, os espectadores iam vestidos de rosa e posavam ao lado de banners promocionais, reforçando a imersão no universo das Barbies e Kens. Nas redes sociais, a viralização gerou memes, análises e uma forte expectativa coletiva em torno do filme, além de impulsionar um aumento de 25% nas vendas de bonecas nos EUA. O CEO da Mattel, Ynon Kreiz, nesse período, informou que o primeiro lote de produtos relacionados ao filme esgotou rapidamente. A empresa destacou planos para novas produções e parcerias com mais de 165 marcas,

oferecendo itens como roupas, móveis e até “sushi inspirado na boneca” (Parija Kavilanz, 2023).

Em geral, essa imensa comoção em torno da obra de Greta Gerwig resultou em um marco histórico nas bilheteiras, com a arrecadação de US\$ 1,34 bilhão, tornando “*Barbie*” o filme mais lucrativo da Warner Bros., superando sucessos como “*Harry Potter e as Relíquias da Morte, Parte 2*” e “*Batman, O Cavaleiro das Trevas*” (“*Barbie*” [...], 2023). O longa também recebeu oito indicações ao Oscar, incluindo categorias como Melhor Ator Coadjuvante, com Ryan Gosling pelo seu papel como Ken, e Melhor Roteiro Adaptado, assinados por Greta Gerwig e Noah Baumbach. No entanto, Margot Robbie, intérprete da “*Barbie Estereotipada*” e protagonista da trama, não recebeu nenhuma indicação ao Oscar, o que gerou forte repercussão nas redes sociais (Henrique Nascimento, 2024).

Apesar das indicações, “*Barbie*” (2023) recebeu apenas o prêmio de Melhor Canção Original, com “*What Was I Made For?*”, trilha composta por Billie Eilish. A maioria das premiações do Oscar foram para “*Oppenheimer*” (2023), filme dirigido por Christopher Nolan que aborda a criação da bomba atômica e suas consequências, enfrentadas pelo físico Robert Oppenheimer e sua relação com o Projeto Manhattan (Mateus Mognon, 2024). A derrota do longa gerou intensos debates e polarizações, mas a performance cômica de Ryan Gosling, com a música “*I’m Just Ken*”, premiada como Melhor Música Original no 29º *Critics’ Choice Awards*, foi festejada (Pedro Figueiredo, 2024). A canção, repleta de ironia e crítica, busca no filme a problematização do dilema em torno das expectativas relacionadas às masculinidades, aprofundando debates sobre gêneros e outras diferenças.

No entanto, para parte do público, essas performances cênicas foram interpretadas como normas desejáveis. No YouTube, por exemplo, surgiu o “efeito Ken”, com homens expressando desconforto com a representação negativa do personagem. Diante disso, este estudo qualitativo investiga como vídeos na plataforma promovem um currículo cultural e uma pedagogia centrada em “masculinidades conservadoras” associadas ao Ken de “*Barbie*”. A pesquisa analisa os tipos de homens que esses artefatos midiáticos buscam produzir, explorando dinâmicas performativas de gênero em diálogo com marcadores sociais de diferença, como raça e sexualidade.

Seguindo a perspectiva de Tiago Falcão, Tarcizio Macedo e Gabriela Kurtz (2021), compreendemos o conservadorismo como uma visão que valoriza a manutenção das estruturas sociais e culturais estabelecidas, defendendo o passado como referência para o

futuro. Trata-se de uma lógica que busca preservar tradições, valores, normas e padrões, considerando-os como legítimos e indispensáveis para a condução da sociedade. No entanto, conforme Falcão, Macedo e Kurtz (2021), o conservadorismo pode se tornar “tóxico” quando é aplicado de forma rígida e autoritária, promovendo uma ordem social que exclui e marginaliza diferentes grupos, ideias ou formas de existência. No contexto digital, o conservadorismo muitas vezes se manifesta como uma resistência às mudanças e transformações culturais, promovendo discursos que reforçam desigualdades e hierarquias de poder. Esse processo está frequentemente ligado à valorização de uma identidade normativa que tende a ser excludente.

Para Michel Foucault (1988), a emergência de discursos que criam “verdades” intrínsecas à sociedade está ligada ao “fato discursivo”, ou seja, às condições sociais e materiais que possibilitam a produção, difusão e legitimação de certos discursos em detrimento de outros. Com os estudos de Rose (2001), ao examinarmos esses discursos, não se buscaria o que está por trás dessas “engrenagens”, mas entender como os discursos conservadores se sustentam, moldam identidades e realidades, contribuindo para a manutenção de certas normas. Foucault (2007) enfatiza ainda que esses discursos não estão soltos ou isolados no mundo, mas operam em redes, conferindo um caráter de naturalidade e veracidade às normas que produzem, como se fossem verdades “imutáveis e universais”.

Nisso, conforme Marlucy Paraíso (2010), os discursos que compõem esses materiais culturais são vistos como componentes de um currículo que se estende tanto no espaço escolar quanto fora dele, configurando-se como elementos centrais no campo cultural para a formação social. Para a autora, o currículo é um espaço de múltiplas vozes e saberes, em que o conhecimento é continuamente produzido e reconfigurado, influenciando e sendo influenciado pelas interações das pessoas com ele, em processos de aprendizagem e ensino voltados à formação de indivíduos com características específicas.

Isso pressupõe que o currículo não é estático ou definitivo, mas que está em constante negociação e disputa por significados, cujas concepções se transformam continuamente nas interações sociais, permeadas por “jogos de poder” e hierarquias. Elas operam por meio de rearranjos e interpretações, permitindo a emergência de novas “verdades” produzidas por processos discursivos e curriculares (Tomaz Silva, 2013). Essas “torções curriculares” referem-se às reconfigurações dos significados a partir de disputas que podem tanto desafiar como reforçar as normas estabelecidas. Ou seja,

revelam tensões em torno da produção de cidadania, visto que os significados atribuídos são disputados e podem perpetuar ou desafiar desigualdades estruturais em busca de direitos mais equitativos (Tiago Duque, 2023).

A pedagogia cultural, conforme Ruth Sabat (2001), entendemos como um conjunto de métodos educacionais que, no contexto da internet e em suas diferentes formas de habitação digital, se tornam mais complexos devido aos meios de circulação dos saberes curriculares. Isso sugere que, dependendo da plataforma digital ou do conteúdo a ser abordado, o modo de ensinar pode variar, sendo distinto, semelhante ou até o mesmo, dependendo das dinâmicas e contextos de uso. No caso do YouTube, entendemos que esses processos não se limitam ao vídeo, que é o principal formato de circulação, mas também se estendem aos comentários que interagem com o conteúdo. Isso acontece porque a pedagogia cultural não se restringe a indivíduos isolados, mas envolve grupos socialmente reconhecidos como portadores de uma “autoridade pedagógica”.

Com base nas reflexões de Elizabeth Ellsworth (2001), contestamos o endereçamento desses materiais culturais, buscando responder à seguinte questão: “Quem este filme [*ou artefato cultural*] pretende que você seja?” (Ellsworth, 2001, p. 11). A partir dessa perspectiva, buscamos entender os recursos mobilizados para capturar afetos e pensamentos específicos, enquanto excluem outras possibilidades. Stuart Hall (2016) descreve que essas abordagens de produção de significado, em sua multiplicidade, buscam construir experiências educativas que, embora pareçam únicas, são, na verdade, resultados de processos coletivos. Esses processos estão permeados por relações de poder que, de forma contínua, reconfiguram as representações da “realidade” enquanto simultaneamente a produzem.

Posto isto, este estudo responderá às seguintes: qual é o currículo e a pedagogia cultural das “masculinidades conservadoras” presentes em artefatos midiáticos do YouTube que contém críticas ao personagem Ken do filme “Barbie”? Como esses currículos funcionam em sua operacionalização pedagógica e como se mantêm em constante transformação nas relações sociais produzidas na plataforma, onde esses vídeos são amplamente disseminados? Paralelamente, buscamos compreender como esses processos de significação estão sujeitos a torções, especialmente no contexto global de propagação do filme e das ideias de diferenciação e equidade entre homens e mulheres. Além disso, procuramos responder também a quem se interessa por essas narrativas e como ocorrem significações alternativas, em que “verdades” distintas são “torcidas”, formuladas e sustentadas. Por isso, foi relevante analisar quem comenta, curte,

compartilha e assiste a esse tipo de conteúdo, já que esses sujeitos participam ativamente na construção e no ensino dos discursos curriculares que permeiam esses artefatos.

### **Procedimentos Metodológicos: sobre como pesquisar cinema e masculinidades no YouTube**

Partindo da perspectiva pós-crítica em Educação, que se caracteriza por ser inventiva, localizada e inspiracional (referência), o início desta pesquisa consistiu na “perambulação digital”, uma abordagem etnográfica que explora ambientes virtuais de forma análoga ao conceito de *flâneur*, que circula casualmente por espaços urbanos, observando e interagindo com o entorno (Débora Leitão; Laura Gomes, 2022). A perambulação digital é parte do processo etnográfico, no qual o pesquisador observa e obtém dados em ambientes virtuais, como redes sociais, fóruns e outras plataformas digitais, permitindo a análise das dinâmicas culturais e sociais de grupos específicos (Felipe Padilha; Lara Facioli, 2018). Partindo disso, foram mapeados termos e *hashtags* relacionados ao filme “*Barbie*” na barra de buscas do YouTube, com o intuito de identificar vídeos produzidos por perfis que disseminam mensagens conservadoras, sejam religiosos ou *youtubers*.

Os vídeos selecionados foram aqueles que contêm críticas ao filme, em especial ao personagem Ken, independentemente de os produtores terem assistido ou não ao filme. A obtenção dos dados foi realizada pelo primeiro autor entre 16 de dezembro de 2022, data do lançamento do teaser do filme, e 20 de agosto de 2023 — período em que o filme saiu de cartaz em várias regiões do país. A sistematização das informações foi feita por meio de fichas etnográficas, que registravam detalhes como a duração dos vídeos, comentários, trechos com críticas ao filme, descrição das imagens e anotações dos comentários deixados pelos espectadores.

Ruth Reis, Daniela Zanetti e Luciano Frizzera (2019) demonstram que o YouTube utiliza dados dos usuários para recomendar vídeos com base em suas atividades, influenciando diretamente a escolha de conteúdos que prendem a atenção dos espectadores. Com isso em vista, a pesquisa de campo foi iniciada com a criação de um novo perfil, exclusivo para evitar qualquer interferência dos algoritmos da plataforma com os hábitos ou preferências do pesquisador. O autor principal deste texto foi o autor que fez a pesquisa etnográfica. O processo de criação da conta Google apresentou etapas burocráticas que exigiram o fornecimento de diversas informações. A primeira delas foi

a escolha do tipo de conta: “para uso pessoal”, já que a opção “para uma criança” impõe restrições de idade e a opção “para trabalho ou empresa” seria paga. Na etapa de preenchimento da data de nascimento, optou-se por uma data aleatória (01/01/2000), garantindo que o usuário tivesse mais de 18 anos, conforme exigido pela plataforma, mas sem qualquer implicação adicional. Em seguida, na seção de gênero, optou-se por “Prefiro não dizer”, dado que o Google utiliza essas informações para personalizar o conteúdo e fornecer anúncios direcionados, o que poderia influenciar a pesquisa de campo, já que o objetivo era garantir a “neutralidade” e evitar uma possível restrição. Por fim, a plataforma exigiu a informação de um número de telefone ativo para o “Confirme que você não é um robô”, mesmo que o Google informe que essa etapa é opcional, mas recomendada.

No primeiro acesso à conta, foi observada uma ampla diversidade de temas e públicos na plataforma, incluindo desde as músicas mais tocadas no Brasil e no mundo até os *Shorts* — vídeos curtos e de fácil consumo. No entanto, não foi possível encontrar conteúdos diretamente relacionados ao filme da Barbie nas categorias disponíveis. Na aba “Em Alta”, por exemplo, eram exibidos vídeos sobre videogames, futebol, notícias, comédias, *videocasts* e clipes musicais. Diante dessa ausência, optou-se por realizar uma busca mais direcionada, utilizando a expressão “Ken do filme da Barbie”, que se mostrou mais específica para a temática da pesquisa. A partir dessa busca, foram encontrados vídeos reacionais, análises opinativas, paródias, cenas do filme e até o próprio filme, evidenciando que a expressão escolhida proporcionou conteúdos mais relevantes para a investigação. Três buscas adicionais foram realizadas na barra de pesquisa do YouTube: a segunda, com a *hashtag* #TeamKen, citada por um canal cujo vídeo será analisado nas próximas seções; a terceira, utilizando o nome do personagem Ken, que se revelou genérica e devolveu vídeos que não estavam diretamente relacionados ao filme de 2023; e, por fim, a quarta busca, que combinou o nome Ken com o filme e mostrou-se irrelevante, devido a quantidade de vídeos focados em paródias e músicas que se afastam do foco da pesquisa.

Como o objetivo central da pesquisa é analisar o currículo cultural e a pedagogia presentes nesses artefatos midiáticos, optou-se por não citar os nomes dos youtubers ou quem comenta nos vídeos selecionados. Conforme descrito, o foco da análise concentra-se no conteúdo curricular e nas formas de captura e sensibilidade descritas nesses materiais, em vez de nas identidades individuais daqueles que participam desses processos curriculares e pedagógicos (Duque, 2024). Assim, o interesse está nas

dinâmicas e nos discursos culturais veiculados, buscando compreender como esses artefatos se relacionam e influenciam os processos de ensino e aprendizagem, sem atribuir ênfase às figuras que aparecem ou comentam nos conteúdos selecionados (Duque, 2023). Dessa forma, considerando que os quatro vídeos analisados apresentam abordagens distintas de ensino, embora os conteúdos curriculares estejam interligados em redes discursivas, optou-se por atribuir códigos de identificação ao longo das análises para facilitar a organização e a descrição. Os códigos foram escolhidos de forma neutra (V01, V02, V03 e V04) para garantir uma classificação objetiva e padronizada, evitando a ênfase em qualquer identidade específica. Para registrar os dados obtidos durante o processo etnográfico digital, todos os vídeos foram gravados utilizando a ferramenta de captura de tela OBS, evitando interrupções que poderiam dificultar a verificação futura das informações, se necessário. Além disso, optou-se por capturar *prints* dos comentários dos vídeos, pelos mesmos motivos.

Em relação aos canais dos vídeos, os três primeiros (V01, V02 e V03) estão associados ao universo gamer e geek. Já o quarto vídeo (V04) foi produzido por um indivíduo que aparenta ser um coach, devido ao conteúdo relacionado a “inteligência emocional, hábitos e masculinidade”, conforme indicado na capa do canal. No caso do terceiro vídeo (V03), trata-se de uma pessoa cuja identidade de gênero é indeterminada, pois o rosto não aparece em nenhum momento, sendo identificada apenas pela voz, o que reforça as nuances de masculinidade presentes no canal. Isso também está refletido nas escolhas de identidade visual, como a foto de perfil com barba encorpada e a postura épica, que contribuem para a construção de uma imagem associada a padrões viris de masculinidade (Benedito Medrado; Jorge Lyra; Marcos Nascimento; Adriano Beiras; Áurea C de P. Corrêa; Eic C. Alvarenga; Maria L. C. Lima, 2021; Leandro Brito, 2022).

O canal que produziu o vídeo conta com mais de 500 mil inscritos, evidenciando um impacto significativo na formação da opinião pública, mesmo que a pessoa que fala nunca apareça. Além da voz que guia o conteúdo, cenas curtas do filme são intercaladas para dar ênfase ao que está sendo discutido de forma didática, facilitando a compreensão do público sobre os pontos abordados. Observou-se que o próprio criador do canal também participa ativamente, comentando e curtindo os comentários de seus seguidores, o que reforça a “autoridade pedagógica” da mensagem transmitida. Isso ocorre porque o que está sendo ensinado no comentário e validado pelo youtuber reforça a perspectiva defendida no conteúdo do vídeo analisado.

Durante o período de obtenção de dados por meio da etnografia digital, o V02 acumulava 70 mil visualizações e mais de mil comentários, destacando-se em termos de relevância numérica em comparação ao V01. A atenção também foi captada pela apresentação de dois homens com o mesmo sobrenome, mas com diferentes tons e identidades visuais. Ambos utilizavam trajes que evocam elementos da cultura geek — um como Chapolin e o outro como Homem-Aranha —, mas também trazem à tona diferentes dimensões de virilidade.

No vídeo, os youtubers utilizam trechos de críticas de especialistas sobre o filme “Barbie” como parte de suas análises e argumentos. Eles selecionam e destacam essas opiniões, conferindo peso e autoridade às “verdades” que propagam, reforçando e legitimando suas próprias interpretações. Este vídeo também se destaca pela popularização da frase “Todos Somos Ken” e da hashtag #TeamKen, que refletem a percepção de que o público se identifica mais com o personagem Ken em comparação à Barbie. A personagem Barbie é associada a uma representação considerada “militante” e “feminista”, sendo assim descrita pelos próprios apresentadores como menos atraente e desconfortável. Esse discurso promove a ideia de que a figura do Ken, com características voltadas à masculinidade tradicional, seria mais acessível e menos controversa em comparação à Barbie, causando a valorização de performances de gênero centradas em normas conservadoras.

Além disso, observa-se que o canal apresenta características associadas à promoção de “rendas extras”, com a presença recorrente de patrocinadores e menções a conteúdos sobre investimentos e ganhos financeiros. Esse contexto reflete um padrão amplo de canais que promovem práticas e discursos que interligam o campo da produção de masculinidades, valorizando aspectos relacionados à independência econômica e idealização da figura do homem como provedor. Tal cenário constrói representações de masculinidades que associam o sucesso financeiro à performance de gênero, influencia normas e expectativas em relação a como os sujeitos devem se posicionar em termos de identidade e outras diferenças (Juliana do Prado, 2020).

Nesse canal (V02), temos a mesma estética predominante dos vídeos 1, 3 e 4. O apresentador, como no vídeo 3, tem uma voz grave e uma abordagem rápida, também intercala trechos do filme e com uma estética “nerd” com personagens de super-heróis e discussões nos comentários sobre a mesma temática — padrões de linguagem típicos desses espaços. Diferente do vídeo 4, em que o apresentador é negro, aqui, como nos vídeos anteriores (V02 e V03), ele é branco, com cabelo aparado e vestindo uma camiseta

preta. Ao longo do vídeo, em rede com os outros artefatos culturais analisados, o youtuber (V01) sustenta a ideia de que o filme da Barbie promove uma perspectiva “feminista” e, portanto, “anti-homem”. Esses padrões curriculares serão aprofundados nas próximas seções de análise.

### **Um herói chamado Ken**

De acordo com Judith Butler (2019), sob uma perspectiva pós-estruturalista queer, a produção do sujeito ocorre por meio de processos de generificação que envolvem constante reiteração e constrangimento, manifestando-se na linguagem e nas práticas discursivas. Esses processos contribuem para a formação do que é entendido como “natural”, configurando a noção de sexo-gênero-sexualidade como algo não fixo, mas construído socialmente. Trata-se de uma “performatividade”, isto é, a produção de identidades de gênero e sexualidade por meio de ações reiteradas, como falas, gestos e comportamentos que naturalizam e consolidam expectativas culturais em torno do que significa ser “masculino” ou “feminino” (Butler, 2019). Dessa forma, estabelece-se um sistema que delimita as fronteiras da inteligibilidade e da visibilidade, reforçando normas sociais e padrões de gênero. Paul Preciado (2014) argumenta que gênero e sexualidade não se limita a efeitos discursivos da linguagem, pois são fenômenos protéticos enraizados na materialidade do corpo e moldados por dispositivos culturais específicos, que ele conceitua como “próteses de gênero”.

Com base nessa perspectiva, é possível perceber que, ao longo do filme, Ken exerce uma forma de agência ao se apropriar de diversas “próteses de gênero” oriundas do “mundo real”. Essa agência se refere à capacidade do sujeito de agir, interagir e influenciar ativamente — consciente ou não — dentro dos limites culturais e sociais que o circunscrevem (Adriana Piscitelli, 2002). Esses elementos incluem roupas extravagantes, carros potentes em tons escuros, cavalos selvagens e uma estética marcada pelo rock. Tais escolhas representam um processo de construção performativa e protética da masculinidade que, como aponta Lydia Spencer-Elliott (2023), reflete uma assimilação de poder desprovida de fundamentação crítica. Sandra Takakura (2017) complementa essa análise ao destacar que a produção de masculinidades é marcada por um caráter intrinsecamente inacabado e insatisfatório, configurando-se como uma busca interminável por um ideal inalcançável.

Essas análises dialogam diretamente com as críticas apresentadas no filme, que satiriza e problematiza a figura de Ken como um contraponto cômico à Barbie. No filme,

Ken, em sua representação central, reforça estereótipos que legitimam a masculinidade com base em características amplificadas e desassociadas de qualquer expressão de vulnerabilidade. Contudo, para os interlocutores que aprendem e ensinam por meio do currículo cultural apresentado nos vídeos analisados, essas características são valorizadas positivamente, sendo associadas a uma expressão de “ser homem de verdade”. Ou seja, eles identificam na performance de Ken um modelo de poder e autoridade desejável em relação às diferenças de gênero e sexualidade. Um exemplo citado pelos interlocutores ocorre na cena em que Ken, vestindo um casaco de pele branco, sobe em um carro off-road cinza e proclama: “Segura, bebê, porque a *Barbielândia* agora é *Kenlândia*”.

A cena marca um revés na narrativa, simbolizada pela transformação da *Dreamhouse* (casa da Barbie) em *Mojo Dojo Casa House* (casa dos Ken), um espaço que reflete um estilo de caubói com elementos de cervejas, cavalos e outros símbolos-próteses de masculinidades conservadoras norte-americanas, fundamentados em valores de violência e reações autoritárias. A imagem de Ken é vinculada ao “hétero top” (homens heterossexuais que “exageram” sua atração pelo sexo oposto) manifestando-se em comportamentos e estereótipos amplificados, como a ênfase em conquistas, posturas de dominância e a adoção de estilos de vida que exaltam traços tradicionalmente associados ao ideal virilidade (Maiza Santos, 2022). No currículo cultural apresentado pelos materiais analisados, essa perspectiva é amplamente reforçada, com os criadores de conteúdo defendendo que ser um hétero top é sinônimo de “ser homem”.

Segundo os produtores de conteúdo em seus vídeos, no currículo analisado, mesmo em discursos de “militância”, as mulheres, paradoxalmente, continuam preferindo homens que se alinham a essas características. Isso ocorre porque acreditam que esses homens representam uma forma de masculinidade que complementa a posição feminina, fornecendo valores performativos como proteção, estabilidade e confiança. Como destaca um usuário nos comentários do V02: “Eles queriam exaltar a Barbie como feminista e acabaram transformando o Ken, que sempre foi visto como um acessório da Barbie, em algo legal e que pode se tornar um meme positivo, um símbolo kkkkk, o famoso ‘efeito Capitão Nascimento’ kkkk”. O chamado “efeito Ken”, também mencionado no vídeo, assim como a alusão ao “efeito Capitão Nascimento”, pode ser compreendido como uma inversão imprevista dos significados originalmente projetados nas obras.

Em “Tropa de Elite” (2007), Capitão Nascimento é uma figura marcada pela brutalidade, autoritarismo e uma postura militarista, reforçando estereótipos de masculinidades que priorizam o controle, a força e a dominância. O filme dirigido por

José Padilha busca, nas entrelinhas, criticar a atuação do Batalhão de Operações Policiais Especiais (BOPE) nas favelas do Rio de Janeiro, destacando o uso da força como método legítimo de controle e segurança, mas que, na prática, reforça a violência e a opressão em contextos urbanos complexos. No entanto, nas dinâmicas da internet e nas interações culturais contemporâneas, essa imagem foi desconstruída e ressignificada. A figura do Capitão Nascimento virou um modelo de masculinidade que promove atributos como liderança, força, proteção e até mesmo o papel de provedor e pai de família — características tradicionalmente associadas à hegemonia masculina no contexto brasileiro (Paulo Menezes, 2013).

Com isso, os dados obtidos nos artefatos selecionados tematizam o filme “*Barbie*” como “trabalhando contra o homem” e “retrata o sexo masculino como figuras imbecis, escrotas e idiotas” (V02), descrevendo-o como “feminista” e, conseqüentemente, “anti-homem”. Tal entendimento “torce” o significado do feminismo, funcionando de maneira lógica no contexto analisado, ao posicioná-lo como uma ideologia que busca excluir ou desvalorizar os homens, em vez de promover a equidade entre os gêneros, como recorda historicamente Piscitelli (2002). Segundo os interlocutores, esse enquadramento desvaloriza o filme aos “olhos de certos espectadores”, que rejeitam sua abordagem explícita sobre questões de gênero, considerando-a incompatível com suas próprias perspectivas.

Nas redes discursivas, como no vídeo V04, a crítica se centra na ideia de que os homens detêm todos os privilégios, ignorando como as desigualdades de gênero também afetam os homens no “mundo real”. Os interlocutores argumentam que a diretora Greta Gerwig teria omitido questões como as altas taxas de suicídio entre homens, o desemprego e os trabalhos braçais mal remunerados. Para reforçar essa visão, o vídeo combina pedagogicamente cenas do filme com notícias de jornais, buscando fortalecer a argumentação e conferir maior autoridade às críticas apresentadas. Essa perspectiva surge da ideia de que, enquanto o filme celebra as posições de poder invertido das mulheres, os homens, na realidade, enfrentam desafios mais graves e complexos na “realidade”.

O *youtuber* completa, afirmando que os homens não reagem: “Você não vê um cara reclamando sobre isso, porque é assim que as coisas funcionam”, sugerindo que as mulheres reclamam muito e culpam muito os homens por algo que eles, supostamente, seriam igualmente afetados. Em conexão com os currículos analisados, no V01, o *youtuber* afirma que a mensagem do filme, abordada também nos outros vídeos citados, é a seguinte: “As mulheres são melhores que os homens”, e complementa: “Todos os

homens são do mal. O único cara maneirinho é o gay” — referindo-se ao boneco Alan, interpretado por Michael Cera. Alan, o antecessor do Ken na história dos bonecos, no filme “Barbie”, é retratado como desajustado, estranho e menos normativo. Vale ressaltar que, no filme, a intenção dessa representação parece ter sido a de refletir estereótipos frequentemente atribuídos a figuras masculinas que não seguem o padrão hegemônico de “ser homem” (Medrado *et al.*, 2021; Brito, 2022).

No artefato analisado (V01), essa representação é configurada como a de uma sexualidade dissidente, sustentada pela performance de gênero do personagem em relação aos outros Kens. Seguindo os apontamos de Takakura (2017) sobre a produção das masculinidades, isso ressalta a fluidez e a complexidade das masculinidades, que não se restringem a normas universais, mas se transformam a partir de contextos sociais e culturais variados. Nesse sentido, Almeida (1996) define as masculinidades e feminilidades como “metáforas do poder”, configurando-se como ações sociais que os sujeitos exercem, de forma consciente ou não, a partir dessas representações. Isso quer dizer que essa significação do personagem Alan está localizada no contexto do canal, mas não é necessariamente definida ou centralizada no filme. Assim, a interpretação e a resignificação dos personagens acontecem na esfera da internet e nas redes discursivas, sendo moldadas pelos sujeitos em suas interações sociais e culturais.

O vídeo (V04), persuadiu mães a impedir que suas filhas assistam ao filme usando um pânico moral, argumentando que ele promovia uma visão de mundo na qual seria necessário “odiar os homens” para alcançar uma sociedade mais favorável às mulheres. Nesse contexto, o autor classifica o filme como uma forma de “doutrinação feminista”. Tal comparação reforça a ideia de que os discursos em torno do filme e do feminismo seriam “torcidos” e desproporcionais. Para Richard Miskolci (2016), o pânico moral é uma reação exacerbada e irracional a ameaças à valores, normas ou formas de vida tradicionais, alimentando medos infundados e desproporcionais em relação à influência de certas ideologias, como o feminismo, em contextos sociais. Contudo, o pânico moral não é gerado pelas plataformas digitais em si, mas pelos interlocutores dos vídeos e pelos comentários que empregam estratégias discursivas para descredibilizar o discurso do filme e sustentar suas próprias ideias.

Nesse sentido, Miskolci (2023) descreve que essas narrativas não devem ser confrontadas diretamente, mas sim desconstruídas, a fim de dismantelar seu potencial de disseminação, já que acabam se consolidando como “verdades” devido à sua capacidade de influenciar e moldar percepções. Nos vídeos analisados, essa dinâmica se evidencia

com interlocutores utilizando estratégias discursivas, como a montagem de cenas do filme e a “torção” dos argumentos apresentados, para sustentar suas ideias e desconstruir a narrativa original. Tais práticas não se limitam à análise direta das cenas, mas também incluem o uso de dados científicos, notícias, validação pública e citações de críticas cinematográficas, fortalecendo perspectivas contrárias e afastando-se da leitura esperada pelo filme.

Em outro momento, por exemplo, o interlocutor do V04 diz que mulheres são suscetíveis a sentimentos e à “militância” feminista, uma construção discursiva que, segundo o autor do vídeo, se fundamenta em lógicas simplificadas e estereotipadas da relação entre homens e mulheres. Tal visão, embora se apresente como uma argumentação lógica, é, na verdade, uma torção que carece de fundamento, uma vez que não reflete a complexidade das dinâmicas sociais. Para descrever essa “visão torcida”, ele recorre à apresentação de uma imagem amplamente disseminada nas redes sociais — um meme. O meme, enquanto fenômeno cultural da linguagem, é definido como um elemento multimodal que transmite ideias frequentemente de forma humorística e irônica, funcionando como veículo para reforçar discursos de fácil assimilação (Myllena do Nascimento; Amanda Braga, 2022).

Na análise, o *youtuber* não cita a fonte do meme ou o contexto em que foi gerado, mas o apresenta como algo amplamente conhecido e disseminado, influenciado pelo tom e pela linguagem característica de conteúdos que circulam em produtos culturais digitais. É relevante observar que, embora o tom do conteúdo seja formalmente educativo, ele tende a provocar risos ao criticar, sugerindo que, no riso, coexistem formas e métodos de ensino, bem como conteúdos que devem ser assimilados e internalizados (Tiago Duque, 2019, 2021). No momento em que o meme é empregado, vemos uma boneca Barbie, com descritores que destacam os efeitos subjetivos nas percepções de como as mulheres se relacionam com o mundo exterior, em função das representações históricas associadas à boneca. Trata-se de um material que enfatiza uma leitura feminista em torno da Barbie, algo ressaltado quando afirma que a boneca tem sido alvo de críticas intensas pelo “movimento feminista” no singular, homogeneizado, generalizando a pauta.

Por outro lado, temos o boneco He-Man, cujas características físicas — como o corpo hipertrofiado, a espada, a sunga e o colete com o machado — simbolizam uma imagem heroica e combativa. Nesse contexto, alguém comenta no vídeo, colaborando com a experiência currículo-pedagógica proposta: “Garotas: ‘aff, essa boneca não parece comigo’; Garotos: ‘Carraca! Olha o Goku SSJ3 com cabelo loiro comprido e sem

sobrancelha, literalmente eu””. Esse comentário, com 117 curtidas, ilustra o impacto gerado pela provocação proposta no vídeo, estabelecendo uma relação discursiva que desafia as noções tradicionais associadas às bonecas e cria uma “verdade em rede” com outros artefatos analisados.

O autor do vídeo (V04) também recorre à utilização de imagens de bonecas que, segundo ele, foram amplamente viralizadas na internet. Nessas imagens, observa-se a representação de bonecas Barbie com formatos corporais que refletem os “corpos reais” das mulheres. Esses conteúdos parecem ter sido criados para reimaginar as representações de corpos femininos, questionando o padrão estético predominante das bonecas e promovendo um brincar que busca ressignificar as noções tradicionais de beleza. As palavras curriculares destacam a tentativa de vincular os padrões estéticos representados por brinquedos, frequentemente descritos como “proporções exacerbadas”, a uma suposta “busca por autoestima” que mulheres teriam ao se verem a partir dessas imagens, apontando, assim, para uma percepção de fragilidade.

O autor argumenta que, ao contrário dos homens, que cresceram influenciados por personagens “extremamente musculosos, com testosterona elevada e empenhados em derrotar vilões em clássicas batalhas entre o bem e o mal”, as mulheres foram, segundo ele, mais afetadas por essas representações. Tais personagens promoviam uma visão binária de moralidade e incutiam valores de “certo e errado” nas crianças, mas não teriam enfraquecido as capacidades de abstração dos meninos como, supostamente, teriam enfraquecido as das meninas. Essa narrativa, do *youtuber*, legitima a “doutrinação” de que as mulheres foram influenciadas de forma ingênua por representações corporais da boneca Barbie, sendo alvos de uma “ideologia feminista” que enfraqueceu seus pensamentos críticos e percepções da realidade.

Nos comentários, mais uma vez interligados com os discursos disseminados no vídeo, um usuário reforça essa lógica com uma citação bíblica: “Ensina a criança no caminho em que deve andar, e, ainda quando for velho, não se desviará dele” (Provérbios 22:6); a interação recebeu 38 curtidas. Essa citação, ao apelar à religião, não apenas reforça uma perspectiva conservadora que busca fixar normas de gênero, mas também instrumentaliza a moralidade religiosa para naturalizar e estabilizar certos padrões de comportamento, ignorando a pluralidade e a complexidade das experiências humanas. Tal formulação simplifica as dinâmicas sociais ao reduzir as expressões de gênero e sexualidade a desvios que precisam ser corrigidos ou disciplinados (Antonio Xavier, 2023).

Essa abordagem desconsidera as formas múltiplas e interligadas de construção cultural que influenciam tais experiências, afastando-se de uma compreensão mais crítica que reconheça a complexidade das interações sociais e as tensões históricas, sociais e políticas subjacentes (Miskolci, 2005). Essas imagens, como símbolos culturais, não podem ser dissociadas dos contextos políticos e sociais em que surgem e se desenvolvem. Elas operam como elementos que reiteram e solidificam diferenças específicas, ao mesmo tempo em que sustentam hierarquias de gênero e corporalidade. Portanto, a noção de “doutrinação feminista” não se limita a uma crítica superficial, mas a um mecanismo discursivo que reconfigura e restringe narrativas em torno de Barbie e do feminismo, colocando-as como desestabilizadoras de uma ordem natural única e inalterável.

### **Considerações Finais**

Nos materiais curriculares e pedagógicos analisados, evidenciou-se que os vídeos e comentários constroem um currículo que orienta “homens” a se inspirarem em representações como as do Ken e de personagens semelhantes, baseando-se na “analogia de proximidade”. Essa abordagem implica que tais referências se tornam modelos inconscientes, reforçando padrões de gênero e sexualidade. A analogia de proximidade funciona, portanto, como um mecanismo que busca naturalizar e legitimar identidades limitadas, em vez de reconhecer a complexidade e a pluralidade das experiências sociais. Assim, essas referências contribuem para a perpetuação de padrões de gênero e sexualidade que evitam confrontar as múltiplas dinâmicas culturais e sociais que as atravessam.

Como observado, esses discursos são operacionalizados por meio de uma série de recursos discursivos que, “torcidos”, atravessam o campo multifacetado da linguagem, especialmente nas dinâmicas da internet. No caso do YouTube, esses recursos visuais não se limitam apenas aos vídeos, mas também se estendem aos comentários, que incorporam expressões e palavras cuidadosamente selecionadas. Esses elementos dialogam com outros artefatos culturais mais amplos, acionando redes discursivas que mobilizam um “saber conservador” específico no contexto cultural analisado. Esse saber, embora localizado, não está desconectado do cenário nacional brasileiro, refletindo uma temporalidade marcada por resistências à garantia de direitos e ao reconhecimento das múltiplas diferenças sociais.

Entre esses grupos, destacam-se as mulheres cujos conteúdos curriculares analisados reforçam o contexto binário de produção das feminilidades. Nesse contexto,

ser mulher “inadequada” — atravessada pelo contexto curricular do filme “*Barbie*” — parece uma forma estereotipada e reducionista, associada à ideia de “militância feminista”, vista como alguém que rejeita os homens e adota uma postura antagonista em relação ao gênero masculino. Essas representações, portanto, operam dentro de uma lógica de heterocompulsividade, em que o apelo discursivo pela desinformação e o pânico moral são acionados para sustentar ideais conservadores. Para isso, os vídeos analisados são direcionados a públicos específicos de homens que se sentem desprezados por mulheres e que, por isso, procuram validações em conteúdo que promovem uma visão tradicional e hierárquica das relações de gênero. Esses públicos, no entanto, não correspondem ao público-alvo que o filme “*Barbie*” procura atrair ou dialogar.

Em vez disso, assistem o filme com o intuito de criticá-lo, usando-o como meio de reforçar discursos estabelecidos e para mobilizar estereótipos ironizados, que validam preceitos promovidos nesses canais sobre o que significa “ser homem” ou “ser mulher”. Funcionam, assim, como ferramentas para demarcar fronteiras simbólicas, definindo quem é legitimado ou excluído no campo das diferenças. Nesse contexto, as mães conservadoras aparecem como guardiãs de valores tradicionais, defendendo um modelo familiar estruturado em hierarquias e relações de subordinação — uma postura que se opõe frontalmente à mensagem transmitida pelo enredo do filme.

Os dados analisados indicam que esses discursos não se limitam à afirmação de identidades individuais, mas respondem a uma demanda coletiva por narrativas que reafirmam um conservadorismo excludente, comprometido com a marginalização de experiências humanas que desafiam a hegemonia. Paralelamente, a figura de Ken emerge como um símbolo do “homem ideal”, exaltado como herói capaz de resistir às supostas ameaças e incompreensões do feminismo contemporâneo. Embora central à narrativa, a racialidade de Ken — um homem branco, de corpo esculpido, cabelo alinhado e loiro — permanece invisível e pouco problematizada nos vídeos que criticam a representação do personagem no filme dirigido por Gerwig. Um dos interlocutores do vídeo V04, por exemplo, o youtuber negro, reforça essas dinâmicas ao interpretar Ken como uma resposta às “crises” das novas gerações. Para ele, a falta de sentido que permeia a juventude estaria associada à ausência de referências sólidas como o corpo e a performance de Ken — apresentados como a personificação de um equilíbrio entre força, atratividade e autoridade. Essa leitura, entretanto, ignora as limitações implícitas no modelo representado pelo personagem, que, ao mesmo tempo em que é exaltado como inspiração, silencia outras formas de masculinidade e perpetua exclusões baseadas em

raça, classe e orientação sexual. Ken, portanto, nesses contextos educativos, resiste às críticas feministas e serve como um veículo para consolidar discursos conservadores que reafirmam a centralidade de uma masculinidade branca e hegemônica como padrão a ser almejado e protegido.

## Referências

ALMEIDA, Miguel V. Gênero, masculinidade e poder: revendo um caso do Sul de Portugal. **Anuário Antropológico/95**, Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, p: 161–190, 1996.

ANDREW, Scottie. Ele é só o Ken: conheça a história do boneco companheiro da Barbie. **CNN Brasil**, 27 jul. 2023. Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/entretenimento/ele-e-so-o-ken-conheca-a-historia-do-boneco-companheiro-da-barbie/>. Acesso em: 28 dez. 2024.

“BARBIE” é o filme de maior faturamento da Warner Bros., com R\$ 6,3 bilhões. **Forbes Brasil**. 29 ago. 2023. Disponível em: <https://forbes.com.br/forbes-mulher/2023/08/barbie-e-o-filme-de-maior-faturamento-da-warner-bros-com-r-63-bilhoes/>. Acesso em: 28 dez. 2024.

BRITO, Leandro T. “Enfrentar o vírus como homem e não como moleque”: quando a masculinidade tóxica se torna genocida. **Revista Docência e Cibercultura**, v. 6, n. 2, p. 150–162, 2022.

BUTLER, Judith. **Corpos que importam: os limites discursivos do “sexo”**. São Paulo: n-1 Edições, 2019.

DUQUE, Tiago. A travesti, a onça-pintada e a sucuri: reflexões sobre regime de visibilidade no Pantanal, MS. **Século XXI** — Revista de Ciências Sociais, v. 9, n. 1, p. 93–122, 2019.

DUQUE, Tiago. “Se me ataca, eu vou atacá”: currículo, pedagogia cultural e a produção das diferenças em Inês Brasil. In: MACHADO, Jaqueline (org.) **XII FONAVID: Violência de gênero e Covid-19**. 1ª ed. Campo Grande: Tribunal de Justiça de MS – Funjecc, 2021, v. 1, p. 163–178.

DUQUE, Tiago. O Quadro Preso e a Proibição da Linguagem Neutra: ofensiva anti-igualitária em Mato Grosso do Sul. **Revista da FAEBA** — Educação e Contemporaneidade, [S. l.], v. 32, n. 72, p. 31–49, 2023.

DUQUE, Tiago. Deve o pesquisador beber catuaba? Experiências teórico-metodológicas na era digital. In: OLIVEIRA, Danilo. A. de; SILVA-SILVA, Luiza. C.; SALES, Shirlei. (Org.). **Metodologias de pesquisas científicas no Ciberespaço/Cibercultura**. 1. ed. Curitiba: Appris, p. 41–60, 2024.

ELLSWORTH, Elizabeth. Modos de Endereçamento: uma coisa de cinema; uma coisa de educação também. In: SILVA, Tomaz T. da. **Nunca fomos humanos – nos rastros do sujeito** (org. e trad.), Belo Horizonte: Autêntica, 2001.

FALCÃO, Tiago; MACEDO, Tarcizio; KURTZ, Gabriela. Conservadorismo e masculinidade tóxica na cultura gamer: uma aproximação a Magic: The Gathering. **Matrizes**. 2021, v. 15, n. 2, p. 251–277, 2021.

FELIPE, Gregory. Barbie: Conheça a criadora e a origem da boneca. **Terra**, 27 jul. 2023. Disponível em: <https://www.terra.com.br/byte/barbie-conheca-a-criadora-e-a-origem-da-boneca,66f53924e3ce7b1aa3c0b84b9265d141h7byxw2x.html>. Acesso em: 28 dez. 2024.

FIGUEIREDO, Pedro. Mark Ronson agradece Greta Gerwig por “I’m Just Ken” no Critics’ Choice Awards. **Rolling Stone Brasil**, São Paulo, 15 jan. 2024. Disponível em: <https://rollingstone.com.br/noticia/mark-ronson-agradece-greta-gerwig-por-im-just-ken-no-critics-choice-awards/>. Acesso em: 28 dez. 2024.

FOUCAULT, Michel. **História da sexualidade: I, A vontade de saber**. 29. ed. Rio de Janeiro: Graal, 1988.

FOUCAULT, Michel. **A Arqueologia do Saber**. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2007.

HALL, Stuart. **Cultura e representação**. Organização e revisão técnica: Arthur Ituassu; Tradução: Daniel Miranda e William Oliveira. Rio de Janeiro: PUC-Rio; Apicuri, 2016.

KAVILANZ, Parija. Vendas de brinquedos da Barbie nos EUA aumentam 25% após lançamento do filme. **CNN Brasil**, Nova Iorque, 13 set. 2023. Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/economia/macroeconomia/vendas-de-brinquedos-da-barbie-nos-eua-aumentam-25-apos-lancamento-do-filme/>. Acesso em: 28 dez. 2024.

LEITÃO, Débora K.; GOMES, Laura Gomes. Etnografia em ambientes digitais: perambulações, acompanhamentos e imersões. **Antropolítica** — Revista Contemporânea de Antropologia, v. 1, n. 42, p. 41–65, 2022.

MAKNAMARA, Marlécio. Quando artefatos culturais fazem-se currículo e produzem sujeitos. **Reflexão e Ação**, v. 27, n. 1, p. 58-73, 2020.

MEDRADO, Benedito.; LYRA, Jorge; NASCIMENTO, Marcos; BEIRAS, Adriano; CORRÊA, Áurea C. de P.; ALVARENGA, Eic C.; LIMA, Maria L. C. Homens e masculinidades e o novo coronavírus: compartilhando questões de gênero na primeira fase da pandemia. **Ciência & Saúde Coletiva**, v. 26, n. 1, p. 179–183, jan. 2021.

MENEZES, Paulo. Tropa de elite: perigosas ambiguidades. **Revista Brasileira de Ciências Sociais**, v. 28, n. 81, p. 63–75, 2013.

MISKOLCI, Richard. Do desvio às diferenças. **Teoria & Pesquisa: revista de teoria política**, São Carlos, v. 01, n. 47, p. 09–41, 2005.

MISKOLCI, Richard. Pânicos morais e controle social — reflexões sobre o casamento gay\*. **Cadernos Pagu**, Campinas, SP, n. 28, p. 101–128, 2016.

MISKOLCI, Richard. Muito além do Negacionismo: desinformação durante a pandemia da Covid-19. **Sociologias**, v. 25, p. 1–26, 2023.

MOGNON, Mateus. Oppenheimer vence prêmio de Melhor Filme no Oscar 2024. **Tecmundo**, 10 mar. 2024. Disponível em: <https://www.tecmundo.com.br/minha-serie/280778-oppenheimer-vence-premio-melhor-filme-oscar-2024.htm>. Acesso em: 28 dez. 2024.

NASCIMENTO, Henrique. Oscar 2024: Barbie, de Greta Gerwig, pode surpreender na premiação. **Rolling Stone Brasil**, São Paulo, 27 jan. 2024. Disponível em: [https://rollingstone.com.br/cinema/oscar-2024-barbie-greta-gerwig/#google\\_vignette](https://rollingstone.com.br/cinema/oscar-2024-barbie-greta-gerwig/#google_vignette). Acesso em: 28 dez. 2024.

NASCIMENTO, Myllena A. do; BRAGA, Amanda B. O homem viril em evidência: o funcionamento do dispositivo da virilidade em memes da direita alternativa brasileira. **Caderno de Letras**, n. 41, p. 347–360, 20 fev. 2022.

PADILHA, Felipe; FACIOLI, Lara. Sociologia Digital: apontamentos teórico metodológicos para uma analítica das mídias digitais. **Ciências Sociais**, Unisinos, v. 54, n. 3, p. 305–316, 2018.

PARAÍSO, Marlucy. A. Diferença no currículo. **Cadernos de Pesquisa**, v.40, n. 140, p. 587–604, 2010.

PEIXOTO, Priscilla. Em busca de representatividade, Mattel lança Barbies em diversos tons de pele e estereótipos. **Agência Cenarium**, 13 mar. 2021. Disponível em: <https://agenciacenarium.com.br/em-busca-de-representatividade-mattel-lanca-barbies-em-diversos-tons-de-pele-e-estereotipos/>. Acesso em: 28 dez. 2024.

PISCITELLI, Adriana. Re-criando a (categoria) mulher? **Prática Feminina**, 2002, p. 1–25.

PRADO, Juliana do. Nas empresas de garagem: reflexões sobre masculinidades, empreendedorismo e mídias digitais. **Estudos de Sociologia**, v. 25, n. 48, p. 115–136, 2020. Disponível em: <https://periodicos.fclar.unesp.br/estudos/article/view/13495/9351>. Acesso em: 22 nov. 2024.

PRECIADO, Paul B. **Manifesto contrassexual: práticas subversivas de identidade sexual**. Maria Paula Gurgel Ribeiro. São Paulo: n-1 edições, 2014.

QUEIROZ, Beatriz; LIMA, Gabriel; CAMPOS, Rafael. Barbie: fãs coloriram cinema de rosa para ver filme em Brasília. **Metrópoles**, Brasília, 20 jul. 2023. Disponível em: <https://www.metropoles.com/entretenimento/barbie-fas-colorem-cinema-de-rosa-para-ver-filme-em-brasilia>. Acesso em: 28 dez. 2024.

REIS, Ruth; ZANETTI, Daniela; FRIZZERA, Luciano. Algoritmos e desinformação: o papel do YouTube no cenário político brasileiro. **Compólitica** 8, p. 1–19, 2019.

- ROSE, Nicolas. “Inventando nossos eus”. In: SILVA, T. T. (Org.). **Nunca fomos humanos**. Belo Horizonte: Autêntica, p. 137–204, 2001.
- SABAT, Ruth. Pedagogia cultural, gênero e sexualidade. In: **Estudos Feministas**, v. 9, n. 1, p. 04–21, 2001.
- SANTOS, Maiza. Veja o que é ‘Hétero top’, termo usado no ‘BBB’ para citar masculinidade tóxica. **O Liberal**. 2022. Disponível em: <https://www.oliberal.com/cultura/bbb/veja-o-que-e-hetero-top-termo-usado-no-bbb-para-citar-masculinidade-toxica-1.495458>. Acesso em: 09 maio 2024.
- SILVA, Tomaz Tadeu. da. Currículo e identidade social: territórios contestados. In: SILVA, Tomaz Tadeu da. (Org). **Alienígenas na sala de aula: uma introdução aos estudos culturais em educação**. Petrópolis: Vozes, 2013, p. 185–201.
- SOUSA, Naire Gomes de. COSTA, Norma Cristina Vieira. “Brincadeira Livre”: O brincar e as relações de gênero na Educação Infantil. **Anais eletrônicos do VII Seminário Corpo, Gênero e Sexualidade, do III Seminário Internacional Corpo, Gênero e Sexualidade e do III Luso-Brasileiro Educação em Sexualidade, Gênero, Saúde e Sustentabilidade** [recurso eletrônico] Rio Grande: Ed. da FURG, 2018.
- SOUZA, Rolf M. Falomaquia: homens negros e brancos e a luta pelo prestígio da masculinidade em uma sociedade do Ocidente. **Antropolítica** — Revista Contemporânea de Antropologia, n. 34, 31 jan. 2014.
- SPENCER-ELLIOT, Lydia. Right, this is why Ken is so obsessed with horses in the Barbie movie. **The Tab**, Londres, 2023. Disponível em: <https://thetab.com/uk/2023/07/26/ken-barbie-movie-horses-319285>. Acesso em: 09 maio 2024.
- TAKAKURA, Sandra Mina. Masculinidade como homofobia: Medo, vergonha e silêncio na construção de identidade de gênero. **Equatorial** — Revista do Programa de Pós-Graduação em Antropologia Social, [S. l.], v. 3, n. 4, p. 97–124, 2017.
- XAVIER, Antônio J. B. “**Ali é o satanás que está manifestado**”, “**vira homem, tenta ficar com uma menina**”: masculinidades, docência e pertencimento religioso na cidade sol. Tese (Doutorado em Educação) — Faculdade de Educação, Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS). 2023.

Recebido em agosto de 2025.

Aprovado em setembro de 2025.