



**“LAMBO, MULHER, PISCINA E DINHEIRO...”: PEDAGOGIAS DAS  
MASCULINIDADES (RE)PRODUZIDAS ENTRE VICIADOS EM GRAND THEFT  
AUTO (GTA)**

**“LAMBO, MUJER, PISCINA Y DINERO...”: PEDAGOGÍAS DE LAS  
MASCULINIDADES (RE)PRODUCIDAS ENTRE ADICTOS A GRAND THEFT  
AUTO (GTA)**

**“LAMBO, WOMAN, POOL AND MONEY...”: PEDAGOGIES OF  
MASCULINITIES (RE)PRODUCED AMONG GRAND THEFT AUTO (GTA)  
ADDICTS**

*Mauricio Nazarete Lopes<sup>1</sup>*  
*Paula Regina Costa Ribeiro<sup>2</sup>*  
*Juliana Ribeiro de Vargas<sup>3</sup>*

## RESUMO

No presente texto, buscamos produzir uma análise cultural sobre as pedagogias das masculinidades (re)produzidas em publicações feitas por homens membros do grupo *Viciados em GTA*. Este é um dos maiores grupos do Facebook dedicado a jogadores/as

<sup>1</sup> Doutorando em Educação em Ciências no Programa de Pós-Graduação em Educação em Ciências (PPGEC) da Universidade Federal do Rio Grande/FURG. Mestre em Educação em Ciências (PPGEC/FURG) e Membro do Grupo de Pesquisa Sexualidade e Escola (GESE/FURG), Rio Grande, Rio Grande do Sul, Brasil.

<sup>2</sup> Professora titular do Instituto de Educação e do Programa de Pós-Graduação Educação em Ciências da Universidade Federal do Rio Grande – FURG. Doutora em Ciências Biológicas pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul – UFRGS e Pós-doutora pela Escola de Educação de Coimbra. Editora da Revista Diversidade e Educação. Líder do Grupo de Pesquisa Sexualidade e Escola (GESE), atuando principalmente nos seguintes temas: corpos, gêneros e sexualidades. Bolsista produtividade 1C do CNPq.

<sup>3</sup> Mestre e Doutora em Educação (PPGEDU/UFRGS). Realizou Pós-Doutorado no Programa de Pós-Graduação em Educação e Ciências, da Universidade Federal de Rio Grande (FURG). Docente da área de Educação de Jovens e Adultos, na Faculdade de Educação (FACED/UFRGS) e no Programa de Pós-Graduação em Educação (PPGEDU/UFRGS), na Linha de Pesquisa Educação, Sexualidade e Relações de Gênero. Pesquisadora do Grupo de Estudos de Educação e Relações de Gênero (GEERGE/UFRGS), do Grupo de Pesquisa Sexualidade e Escola (GESE/FURG) e do Grupo de Estudos e Pesquisa em Juventudes e Educação (GEPEJE/IFSul).

de Grand Theft Auto, com cerca de 176,1 mil membros. Produzimos nossas análises filiados/as aos campos teóricos dos Estudos Culturais e Estudos das Masculinidades, em suas vertentes pós-estruturalistas, em que os gêneros e as masculinidades são problematizados/analisados como construções sociais e culturais. Como material empírico, cinco publicações presentes ao longo da *timeline* de discussão do grupo foram analisadas. Os resultados encontrados apresentaram (re)produções de masculinidades associadas a performances masculinistas e significações de masculinidade associadas à supremacia branca. Além disso, é possível observar pedagogias que (re)produzem masculinidades constituídas através de uma esfera de dominância econômica e de dominação sexual de homens sobre as mulheres.

**PALAVRAS-CHAVE:** Masculinidades. Jogos eletrônicos. Ciberculturas. GTA.

## RESUMEN

En el presente texto buscamos producir un análisis cultural sobre las pedagogías de las masculinidades (re)producidas en publicaciones realizadas por hombres miembros do grupo *Viciados en GTA*. Este es uno de los grupos más grandes de Facebook dedicado a jugadores/as de Grand Theft Auto, con aproximadamente 176,1 mil miembros. Producimos nuestros análisis vinculados a los campos teóricos de los Estudios Culturales y los Estudios de las Masculinidades, en sus vertientes posestructuralistas, en las que los géneros y las masculinidades son problematizados/analizados como construcciones sociales y culturales. Como material empírico, se analizaron cinco publicaciones presentes a lo largo de la línea de tiempo de discusión del grupo. Los resultados encontrados presentaron (re)producciones de masculinidades asociadas a performances masculinistas y significaciones de masculinidad asociadas a la supremacía blanca. Además de pedagogías que (re)producen masculinidades constituidas a través de una esfera de dominancia económica y de dominación sexual de hombres sobre las mujeres.

**PALABRAS-CLAVE:** Masculinidades. Videojuegos. Ciberculturas. GTA.

## ABSTRACT

In this text, we aim to produce a cultural analysis of the pedagogies of masculinities (re)produced in posts made by male members of *Viciados em GTA* (GTA Addicts) group. This is one of the largest Facebook groups dedicated to Grand Theft Auto players, with approximately 176.1 thousand members. Our analysis is aligned with the theoretical fields of Cultural Studies and Masculinity Studies, in their post-structuralist strands, where genders and masculinities are problematized/analyzed as social and cultural constructions. As empirical material, five posts from the group's discussion timeline were analyzed. The findings revealed (re)productions of masculinities associated with masculinist performances and meanings of masculinity linked to white supremacy. In addition, pedagogies (re)produce masculinities constituted through a sphere of economic dominance and sexual domination of men over women.

**KEYWORDS:** Masculinities. Electronic Games. Cybercultures. GTA.

\* \* \*

## Introdução

Este estudo tem o objetivo de produzir uma análise cultural sobre as pedagogias das masculinidades (re)produzidas em publicações feitas por homens membros de um grupo

do Facebook, denominado *Viciados em GTA*. Um dos maiores grupos da rede social Facebook dedicado a jogadores/as da franquia de jogos eletrônicos *Grand Theft Auto*, da produtora Rockstar Games. Para tanto, utilizamo-nos dos campos dos Estudos Culturais e Estudos das Masculinidades numa perspectiva pós-estruturalista, em que analisamos a constituição de sujeitos pela cultura através de uma série de práticas que atuam em suas subjetividades e, assim, também, na constituição de suas masculinidades.

O campo dos Estudos Culturais, em sua vertente pós-estruturalista, tem se desenvolvido no Brasil desde os anos 1990. Ao longo desse período, também acompanhamos o desenvolvimento do universo tecnológico digital, juntamente com uma facilidade ao seu acesso, o que possibilitou uma cultura e/ou cibercultura<sup>4</sup> dos jogos eletrônicos, ou seja, houve uma explosão de tecnologias, tais como: computadores, videogames em consoles e/ou portáteis e, mais para a atualidade, os smartphones (Araujo, 2018). Posteriormente, mas não menos importante, houve também um desenvolvimento tecnológico associado à internet.

Assim, com o advento da internet e o seu melhoramento tecnológico ao longo dos anos, houve uma democratização ao seu acesso. As empresas produtoras dos jogos eletrônicos se beneficiaram desse melhoramento tecnológico e começaram a desenvolver jogos que permitissem ao jogador jogar de modo online conectado com diversas partes do mundo (Schmidt; Gusso; Carelli, 2021). Essas empresas de tecnologia construíram plataformas digitais que possibilitam a interação e comunicação entre pessoas, rompendo com as barreiras geográficas. As redes sociais passaram a atuar como ciberespaços, propiciando a socialização de sujeitos, em que usuários/as passaram a criar perfis, conectando-se com outras pessoas e interagindo por meio de mensagens, compartilhamento fotos, vídeos, além de participar de comunidades associadas aos seus interesses em comum (Klein; Santos, 2021).

No âmbito digital, os ciberespaços, constituídos pelas redes sociais, tornam-se locais potentes para que pedagogias culturais circulem e produzam significados para a constituição de sujeitos (Magalhães; Vargas; Ribeiro, 2024). Partindo desse entendimento, analisamos o grupo *Viciados em GTA* como um espaço que se torna

<sup>4</sup> Pierre Lévy (1999) introduz ao campo acadêmico os conceitos de ciberespaços e ciberculturas. Os ciberespaços são os ambientes virtuais que ocorrem a comunicação e interação de seus/suas usuários/as. Já a cibercultura está relacionada às práticas e valores que emergem nesse contexto de ambientes virtuais.

potente para problematizar as pedagogias sobre masculinidades que são (re)produzidas na cibercultura da série de jogos eletrônicos GTA.

Os artefatos culturais, aqui, os jogos eletrônicos, são instâncias culturais que possuem “currículo, exercem pedagogias, realizam governo e produzem sujeitos” (Maknamara, 2025, p. 182). A série de jogos *Grand Theft Auto* é um produto cultural construído no interior de uma maquinaria pedagógica em que seus elementos informam, produzem, compartilham saberes e educam. São espaços pedagógicos que ensinam alguma coisa, para além do entretenimento, exercem um currículo cultural que, conforme Costa (2005, p. 144), são pensados “de acordo com as forças que regem a dinâmica comercial, política, cultural predominante no mundo contemporâneo”. Além disso, disputam espaço na produção de sentidos e de sujeitos, querendo contribuir para a formação das pessoas (Paraíso, 2007). Dessa maneira, voltamos nossos olhares para o grupo *Viciados em GTA*, a fim de analisar quais são os significados acerca das masculinidades que são produzidos, ensinados e compartilhados entre os membros homens e mulheres desse grupo.

### **O campo dos Estudos das Masculinidades e os jogos eletrônicos**

Nesta seção, buscamos dialogar sobre como as masculinidades vêm sendo discutidas dentro dos campos dos Estudos de Gênero e de Estudos das Masculinidades, em suas vertentes pós-estruturalistas, juntamente com demais autores/as desses campos de estudos, tais como: Raewyn Connell (1995), Judith Butler (2014), Leandro Teófilo de Brito (2025), Carin Klein e Alison dos Santos (2019), Anselmo Lima de Oliveira (2024). Além disso, iremos dialogar junto a pesquisadores/as que produziram estudos voltando seus olhares para as culturas dos jogos eletrônicos e como essas são atravessadas pelas relações de gênero, sobretudo a respeito das masculinidades. tais como: Filomena Moita (2006), Jéssica Nascimento (2016), Aline Gasoto e Telma Vaz (2018), Sérgio Araújo (2018); Dino Horvat (2022), Rinaldo Correr e colaboradores/as (2023).

Desde a década de 1990, no Brasil, os textos da autora australiana Raewyn Connell, tais como *Políticas da Masculinidade*, traduzido por Tomaz Tadeu da Silva, e publicado pela revista Educação & Realidade, em 1995, têm sido um alicerce para pesquisadores/as desses campos produzirem suas pesquisas. Para Raewyn Connell (1995, p. 188), a masculinidade atua como “configuração de práticas em torno da posição dos homens na estrutura das relações de gênero”, destacando tanto as relações de poder entre homens e mulheres quanto as relações de poder também entre homens com outros homens. Dessa

maneira, a autora propõe uma análise das relações de poder que atuam nos processos de constituição dos sujeitos e de suas masculinidades.

Durante a década de 1980, na Austrália, a autora cunhou o termo masculinidade hegemônica, “primeiramente proposto em relatórios de um estudo de campo sobre desigualdade social nas escolas australianas [...] relacionado a construção das masculinidades e a experiência dos corpos de homens” (Connel; Messerschmidt, 2013, p. 242). Para além disso, a masculinidade hegemônica é analisada/problematizada nos textos advindos das pesquisas australianas como um padrão de práticas que possibilitaram a dominação do patriarcado. É um tipo de masculinidade que normatiza e incorpora os modos de ser homem nas sociedades, exigindo que todos os outros homens se posicionem em relação a ela e que haja uma subordinação global das mulheres aos homens (Connell; Messerschmidt, 2013). A autora e o autor ainda mencionam que “a hegemonia não significava violência, apesar de poder ser sustentada pela força; significava ascendência alcançada através da cultura, das instituições e da persuasão” (Connell; Messerschmidt, 2013, p. 245).

Judith Butler (2014), com seu livro *Problemas de Gênero: Feminismo e a Subversão da Identidade*, apresenta teorizações a respeito do conceito de Performances de Gênero. Em seu ponto de vista, a cultura é um dos principais fatores que está presente nos processos de construção e produção das masculinidades e das feminilidades nas sociedades. Na cultura, ocorre uma série de práticas e aprendizagens, em diferentes momentos e instâncias, produzindo uma subjetividade coletiva e individual sobre o que é pertencente ao universo dos homens ou o que não é pertencente. Ainda sobre o conceito de Performatividade de Gênero, Butler (2014) desenvolve sua teoria não no sentido dessa performance ser uma atuação, mas um processo que está em constante produção das masculinidades e feminilidades através de atos, gestos e discursos presentes na cultura. É um conceito que foi inicialmente agregado às teorizações *Queer* e dos Estudos de Gênero, buscando romper com as noções binárias de gênero.

No Brasil, temos acompanhado dentro desse campo de estudos das masculinidades, a emergência de uma noção discursiva de masculinidades plurais, buscando analisar as masculinidades que se distanciam de modelos rígidos historicamente associados a uma única forma masculina de ser/estar no mundo (Oliveira; Brito; Lopes, 2023; Lopes, Vargas, Ribeiro, 2024; Brito, 2025). A partir dessa perspectiva plural de se olhar para as masculinidades, busca-se compreender as interseccionalidades que atuam

nos modos de subjetivação de meninos e homens. Ou seja, as análises/problematizações relacionadas às constituições de suas masculinidades ocorrem associadas a outros fatores como: sexualidade, raça/etnia, geração, idade, relações de trabalho e condições socioeconômicas, entre outras marcadores sociais da diferença.

Esse olhar para as masculinidades plurais, auxilia pesquisadores/as a analisarem as relações de poder que envolvem o que é “ser homem”. O que buscamos, a partir dessa perspectiva, é romper com a masculinidade dada como algo fixo/dado/pronto e problematizar as masculinidades que estão sempre em disputa na cultura através de um jogo de relações de poder. Quando aceitamos que existem formas plurais de ser homem, podemos tensionar as masculinidades que são tidas como fixas, hegemônicas, tradicionais, aceitas de forma ampla pelas sociedades e, assim problematizá-las como construções que podem e devem ser questionadas. Tendo em vista que temos o objetivo, nesta pesquisa, de voltar nossos olhares às masculinidades que estão presentes em uma cibercultura relacionada ao jogo eletrônico GTA, filiamo-nos a essa vertente teórica sobre as masculinidades plurais para analisar as pedagogias e significações sobre “o ser homem” nesse ciberespaço.

Quando nos questionamos a respeito de estudos que analisam os gêneros e as masculinidades dentro de ciberespaços como as redes sociais nas literaturas acadêmicas, encontramos: Carin Klein e Alison dos Santos (2019), que buscam investigar a produção e a veiculação de masculinidades e feminilidades em uma página do Facebook, denominada *Orgulho de ser Hétero*. Para esse/a autor/a, as representações presentes nessa página eram associadas à constituição de uma família nuclear, em que o homem necessita ser bem-sucedido, além de exercer a autoridade e o comando nas relações, visando dar sentido à masculinidade que é divulgada por essa página, a masculinidade hegemônica. Outro trabalho relacionado ao ciberespaço das redes sociais é a tese de doutorado de Anselmo Lima de Oliveira (2024), intitulada *Um alfaiate na ilha distópica de Zuck: entre as linhas do dispositivo da masculinidade hétero*. O autor investiga o papel da rede social Instagram na fabricação da masculinidade cis-heterossexual em uma sociedade de controle, entendendo a plataforma como um dispositivo da sexualidade que modula subjetividades e regula comportamentos. Assim, o autor analisa o Dispositivo da Masculinidade Hétero presente no Instagram, pois argumenta que essa rede social atua como uma grande maquinaria para produção de uma masculinidade cis-heterossexual.

Partindo para as pesquisas relacionadas a investigar/analisar/problematizar as culturas digitais dos jogos eletrônicos, encontramos trabalhos que possuem

atravessamentos de questões relacionadas aos estudos de gênero e de masculinidades. Como o trabalho de Filomena Moita (2006) que analisou o currículo presente nos games, buscando analisar as produções de saberes, habilidades, valores, atitudes em que esses artefatos culturais se articulavam nas constituições e comportamentos de homens jovens frequentadores de *Lan Houses*. Direcionado ao jogo *Grand Theft Auto*, encontramos as pesquisas de Sérgio Araújo (2018) que buscou analisar as estratégias usadas pelo GTA V para capturar seus jogadores; e Dino Horvat (2022) que tinha como objetivo analisar as representações sociais que estão de forma satirizada dentro das histórias desse jogo eletrônico.

Já as pesquisas de Jéssica Nascimento (2016), Aline Gasoto e Telma Vaz (2018) e Rinaldo Correr e colaboradores/as (2023), são trabalhos que tinham como objetivo problematizar as representações de mulheres personagens e mulheres jogadoras de jogos eletrônicos, assim como as relações de gênero que ocorrem dentro dessas ciberculturas. Apesar de serem trabalhos voltados às feminilidades, muito de suas análises nos auxiliam a analisar/problematicar as masculinidades que estão presentes dentro do ciberespaço de *Viciados em GTA*.

### O ciberespaço de *Viciados em GTA* no Facebook

Buscamos produzir uma análise cultural sobre masculinidades (re)produzidas em publicações e comentários feitos por membros homens do grupo *Viciados em GTA DO FACEBOOK*. Como o próprio nome do grupo anuncia, trata-se de um grupo dedicado a jogadores/as da série de jogos eletrônicos de ação-aventura *Grand Theft Auto*<sup>5</sup>, conhecido popularmente como GTA, produzida pela Rockstar Games.

O Facebook se destaca como um ciberespaço que permite a aproximação de seus usuários/as para criar ou consumir conteúdos que são relacionados a diversas áreas temáticas por meio de grupos e páginas. Para o Facebook, as páginas são os locais que artistas, figuras públicas, empresas, marcas, organizações e organizações sem fins lucrativos usam para se conectar com clientes, consumidores/as e fãs. Em relação aos grupos, a rede social destaque que os grupos são “espaços para as pessoas conversarem

<sup>5</sup> O nome Grand Theft Auto faz referência ao roubo de veículos motorizados, que é uma das principais atividades criminosas que estão possibilidades durante o jogo. É uma série de jogos que seus fãs classificam em três diferentes eras: a era 2D, durante a década dos anos 1990; a era 3D, durante o início dos anos 00's, tendo o GTA San Andreas um dos principais jogos da história; e por fim a Era HD, com GTA IV e GTA V (Flow Games, 2025).

sobre interesses em comum” (FACEBOOK, 2021). Assim, usuários/as dessa rede social podem criar grupos para qualquer temática, como reuniões familiares, sobre clubes de leitura, grupos para comercializar itens, e grupos direcionados à cultura dos jogos eletrônicos, como no caso o grupo *Viciados em GTA*.

A série de jogos de GTA é baseada em gameplays que apresentam um conceito de mundo aberto, em que seus/suas jogadores/as possuem diversas possibilidades de interações tanto com os/as personagens protagonistas, além de interações com demais jogadores em um modo online ou, ainda, explorar diferentes locais e objetos que estão presentes dentro de seus mapas de jogo. Historicamente, a série de jogos é destinada a maiores de 18 anos devido às suas histórias e missões apresentarem uma linguagem violenta do universo do crime, com violências físicas e psicológicas, conteúdos sexuais, consumo de drogas e bebidas alcoólicas.

O grupo *Viciados em GTA* (Figura 1), que foi criado durante o ano de 2013, juntamente com o lançamento de GTA V, é um dos maiores grupos do Brasil destinado ao consumo da cibercultura desse jogo eletrônico, tendo cerca de 176,1 mil membros em julho de 2025. Entre os membros dessa comunidade virtual, encontramos homens e mulheres de diferentes regiões do Brasil, distintas idades e classes sociais.

**FIGURA 1.** Captura de tela da capa do grupo Viciados em GTA no Facebook



Fonte: Captura de tela produzida pelo/as autor/as.

Como podemos inferir a partir da Figura 1, há diferentes possibilidades de interações dentro de *Viciados em GTA*: informações sobre o grupo, procurar jogadores/as, ver informações sobre membros, procurar eventos presentes dentro dessa comunidade, encontrar arquivos compartilhados, além da seção de discussão que é o segmento em que há a maior parte de interações entre membros desse grupo e local onde encontramos as publicações que foram analisadas neste trabalho.

Na seção de discussão, as publicações produzidas pelos membros, são relacionadas aos modos/gameplays dos diferentes jogos já lançados pela série, convites para marcar encontros virtuais dentro do modo online de GTA V. Esta é a única edição do jogo da série que possibilita partidas *online*. Portanto, nessa seção de discussão, podemos encontrar uma série de publicações, interações, comentários, fotos, imagens, vídeos, tanto de discussões de cenas ou, ainda, de notícias relacionadas ao universo de GTA. Assim, ressaltamos que são essas publicações e comentários que constituem o material empírico deste texto e que nos possibilitam analisar as (re)produções de masculinidades presentes nas subjetivações dos sujeitos homens membros dessa comunidade virtual.

### Caminhos metodológicos

Dentro do campo dos Estudos Culturais, temos analisado e/ou problematizado a cultura a partir de uma dimensão subjetiva, que está relacionada “à forma como indivíduos podem ser interpelados, consumir, receber, interpretar, ressignificar e fazer agenciamentos com base nos elementos que ela produz, demanda e faz circular” (Maknamara, 2025, p. 182). Na atualidade, os ciberespaços são um dos terrenos em que se sobressaem as disputas sociais e culturais. A internet proporcionou o rompimento de barreiras geográficas, potencializando a globalização cultural, possibilitando uma aproximação de sujeitos de forma virtual ao redor do mundo.

A partir disso, temos acompanhado uma série de transformações sociais relacionadas aos diferentes artefatos culturais que circulam em diferentes ciberespaços (Oliveira; Silva-Silva; Sales, 2024). Sabemos que o Brasil é um dos países em que a população mais consome redes sociais, e que a indústria dos jogos eletrônicos, desde os anos 1990, ganhou o público brasileiro (Araujo, 2018). Nesse sentido, buscando produzir uma análise cultural sobre as masculinidades (re)produzidas em publicações feitas por homens membros do grupo *Viciados em GTA*, utilizamos esse ciberespaço como campo empírico, o qual contém publicações e comentários.

Utilizamos a seção de discussão do grupo para a produção dos dados empíricos. Ao rolar para baixo a *timeline* de publicações presentes nessa seção fomos selecionando aquelas publicações, comentários e interações que apresentassem elementos para uma análise e discussão a respeito das masculinidades que são (re)produzidas nesse ciberespaço. As publicações selecionadas para este artigo são: duas do ano de 2019, uma de 2023 e três publicações de 2025, que estão presentes em nossa seção de análise desse texto.

Como método de produção de registros, foram utilizadas as capturas de telas (*prints*) das publicações selecionadas juntamente com todos os seus comentários e interações. Esses *prints* foram salvos em um arquivo *powerpoint*, como um banco de imagens capturadas. Ao se desenvolver uma análise cultural em redes sociais, a metodologia de produção de registros auxilia pesquisadoras/es a manter seus dados, potenciais a serem analisados, armazenados. As redes sociais são ciberespaços dinâmicos, nos quais publicações e comentários podem ser removidos a qualquer momento, resultando, assim, em potencial perda de dados (Magalhães; Vargas; Ribeiro, 2024).

Como mencionado anteriormente, o grupo *Viciados em GTA* é um dos maiores grupos presentes no Facebook. É um ciberespaço no qual circulam e se entrecruzam discursos, valores, subjetividades e performances, relacionadas às masculinidades, dentro do universo cibercultural de GTA, e que estão em constante processo de disputa. Além disso, salientamos que, nas publicações e comentários analisados, os nomes dos participantes do grupo foram suprimidos, de modo a preservar o anonimato dos perfis dos integrantes de *Viciados em GTA*.

A Análise Cultural é empregada como metodologia de análise, com a finalidade de perceber e problematizar as práticas culturais e sociais, pertencentes a um determinado espaço e tempo, e que estão articuladas por meio de relações de saber-poder (Amaral, 2017). Ademais, essa metodologia contribui para a desnaturalização de significados, verdades sociais, que estão presentes na vida cotidiana e que, por serem “naturais/naturalizadas”, não são mais questionadas. Muitos desses significados têm origem em produções culturais que atuam como dispositivos de subjetivação, e, assim, produzem nas sociedades a legitimação de certos modos de existir e/ou a marginalização de outros (Amaral, 2017).

Por fim, ainda mencionamos que é uma metodologia que auxilia na análise de mecanismos de poder que estão operando para a produção de subjetividades que irão considerar o que é normal ou desejável para determinados contextos sociais. É através da

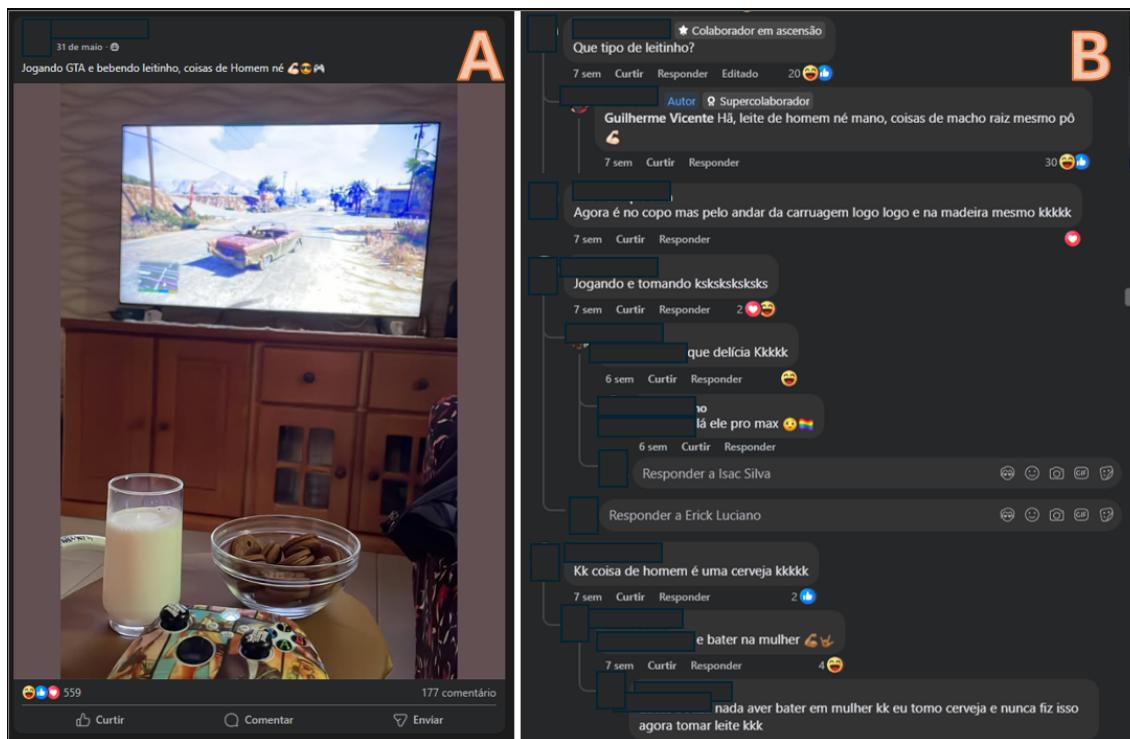
linguagem, dos discursos, e, das diferentes significações que estão presentes nos currículos, pedagogias e artefatos culturais, que a análise cultural auxilia pesquisadores/as a problematizar as construções de sentidos e versões do mundo, dos objetos e dos sujeitos, que os posicionam socialmente, regulam suas condutas e constroem suas subjetividades (Magalhães; Vargas; Ribeiro, 2024).

### **O currículo cultural gamer: as pedagogias sobre masculinidades**

Nesta seção do texto, apresentamos nossas análises e discussões a respeito das publicações, comentários e interações presentes em *Viciados em GTA*, e, que apresentam pedagogias sobre masculinidades que circulam nesse ciberespaço. Grand Theft Auto, ao longo de sua história, enquanto um artefato cultural, tem sido uma série de jogos eletrônicos constituída: 1) por uma linguagem violenta do mundo do crime, o jogo; 2) apresenta uma linguagem consumista do capitalismo associada ao “Sonho Americano”; e 3) diretamente relacionado às relações de poder entre as relações de gênero e as constituições de masculinidades e feminilidades, a série de jogos, historicamente, vem posicionando as mulheres de maneira sexista e misógina, através de enredos que as sub-representam e as sexualizam (Horvat, 2022).

Partindo para a nossa primeira análise, voltamos nossos olhares para a publicação de um membro homem do grupo *Viciados em GTA* juntamente com um recorte de comentários (Figura 2).

**FIGURA 2.** Em A, a captura de tela da publicação "Jogando GTA e bebendo leitinho, coisas de Homem né". E em B, apresentamos um recorte de comentários presentes nessa publicação



Fonte: Captura de tela produzida pelo/as autor/as.

Como podemos analisar na Figura 2A, na publicação, há uma imagem que ao fundo apresenta o jogo GTA V em uma televisão, e, à frente, em uma mesa, há um copo de leite, uma tigela de biscoitos e a frente de ambos um controle de videogame. Como texto de sua publicação, o membro diz: “Jogando GTA e bebendo leitinho, coisas de Homem né”, mais a inserção de três emojis: um braço forte, um emoji de óculos escuro e um controle de videogame (Figura 2A). Voltando nossos olhares, inicialmente, só para a publicação, essa já nos provoca a pensar o quanto as práticas sociais e culturais, mesmo que banais, como no caso dessa publicação, jogar videogame e beber leite, estão atravessadas por discursos que (re)produzem os sujeitos.

Em um primeiro lugar, analisamos o movimento do membro autor da publicação de mobilizar de forma irônica outros membros do grupo mediante a noção de “coisas de homem né”. Em segundo lugar, podemos analisar os significados associados ao copo de leite e “bebendo leitinho” a ejaculação masculina. Em terceiro lugar, os simbolismos/significados que podem estar associados ao copo de leite branco. A exemplo, pode-se mencionar os movimentos de extrema direita e de White Power, Neonazistas e/ou Neofacistas. Conforme reportagem da jornalista Camila Zarur (2021)

no jornal O Globo, os grupos associados a esses movimentos “costumam usar gestos e sinais que parecem inofensivos, mas podem ter significados racistas e xenófobos dentro de contextos específicos [...] como forma de exaltar a percepção preconceituosa de uma pretensa supremacia branca”.

Conforme podemos observar ainda na Figura 2A, ele obteve sucesso em sua provocação, pois houve um total de 599 reações a sua publicação e 177 comentários. Na Figura 2B, apresentamos um recorte de comentários em que homens dizem: “*que tipo de leitinho?*”; “*Hã, leite de homem né mano, coisas de macho raiz mesmo pô*”; “*Agora é no copo, mas pelo andar da carruagem, logo, logo, é na madeira mesmo kkkk*”; “*Jogando e tomando ksksksksks*”; “*que delícia kkkkk*”; “*La ele pro max*”; “*KK coisa de homem é uma cerveja kkkk*”; “*e bater na mulher*”; “*nada a ver bater em mulher kk eu tomo cerveja e nunca fiz isso, agora tomar leite kkk*”.

Todos os comentários são produzidos por homens, que também buscam responder através de discursos que mobilizam sentidos possíveis ao que “é ser homem” e ser dessa cibercultura. Ou seja, por mais que a publicação, como os comentários, apresente-se de forma irônica, os discursos presentes nessas enunciações revelam uma série de pedagogias culturais a respeito do que é ser homem na cultura ocidental dentro dessa cibercultura de *Viciados em GTA*. Além disso, há um processo de hierarquização existente entre as masculinidades aqui analisadas, em que a ideia de beber leitinho está associada à ejaculação masculina e, que assim, posiciona homens que fogem/rompem dos “padrões” da masculinidade cis-heteronormativa há margem ou a uma posição subalternizada de homens (Connel, 1995).

E se incluirmos nessa análise de hierarquização masculina o significado do copo de leite junto à linguagem de supremistas brancos, há também uma significação que posiciona e desloca as masculinidades negras a posições marginalizadas e subalternizada em relação às masculinidades brancas. Nesse sentido, ao pensarmos as masculinidades de forma interseccional, podemos analisar o racismo como uma ideologia que busca uma manipulação por meio da biologia racializar os homens e, assim, produzir hierarquizações entre masculinidades brancas (colonizadoras/superiores) e masculinidades negras (colonizadas/inferiorizadas) (Pereira, 2021).

Partindo para uma análise performativa sobre as masculinidades presentes na publicação e nos comentários: “entende-se que as masculinidades são produzidas por efeitos performativos, que dependem da repetição, da força e, ao mesmo tempo, da

ruptura das normas, assim como do contexto e de suas convenções” (Brito, 2025, p. 4). Dentro dessa perspectiva, em nossa cultura ocidental, certas práticas e/ou performances de masculinidades são avaliadas pela sociedade como “não aceitáveis” ou desviantes quando não se alinham às performances aceitas ou, ainda, às formas hegemônicas, para o masculino. Nesse contexto, o ato de beber leite se distancia daquilo que é “coisa de homem né” entre os homens membros desse grupo. Segundo Anselmo Oliveira (2024), “a masculinidade cis-heterossexual é retratada como algo que pode ser aprimorado através de técnicas de controle”, em que o autor se alia a Michel Foucault (2008) e a analisa como parte de um processo disciplinar da sexualidade.

Judith Butler (2023) nos ajuda a analisar que desde muito novos somos ensinados através da cultura o que são práticas, atos, gestos e discursos, tidos como dos homens e/ou das mulheres. Nesse sentido, os discursos empregados entre os membros que participam dessa publicação e comentários, são discursos que buscam reforçar práticas culturais masculinistas, pois buscam divulgar, ensinar e prescrever um modo dado como o correto de ser homem. Assim, aqueles sujeitos homens que apresentarem práticas que se distanciam dessas expectativas serão vinculados à homossexualidade de forma pejorativa, ou seja, a sua performance de gênero estará em articulação com a sua sexualidade (Oliveira; Sales, 2022). Tal como nos seguintes comentários: “*que tipo de leitinho?*”; “*Hã, leite de homem né mano, coisas de macho raiz mesmo pô*”; “*Agora é no copo, mas pelo andar da carruagem, logo, logo, é na madeira mesmo kkkk*”; “*Jogando e tomando ksksksksks*”; “*que delícia kkkkk*”; “*La ele pro max*<sup>6</sup>”.

Nesse mesmo recorte de comentários, ainda encontramos aqueles que normatizam a “coisa de homem”, como no comentário: “coisa de homem é uma cerveja”. Ao longo de décadas, desde o surgimento da publicidade, na cultura se construiu a ideia da cerveja como uma bebida alcoólica masculina e o que seriam os drinks alcoólicos associados às mulheres. Outro fator analisado, nesse recorte, é a resposta de um membro a esse comentário, que diz: “e bater na mulher”. Se juntarmos os dois comentários seria “*coisa de homem é uma cerveja e bater na mulher*”. Ao produzirmos uma análise pós-estruturalista, filiada às teorizações foucaultianas de discurso, analisamos que as coisas ditas dentro desse ciberespaço atuam como “ditos, discursividades, relações de poder-saber e regimes de verdade localizados” (Oliveira; Sales, 2023).

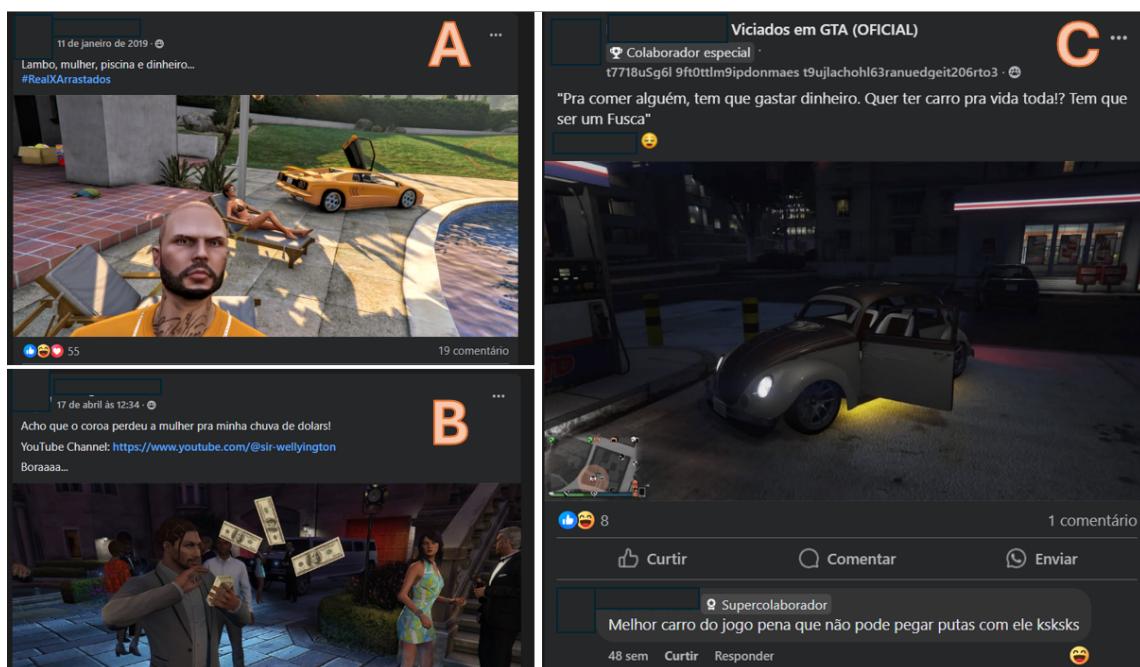
---

<sup>6</sup> Aqui, o significado de *pro max* apresenta um sentido de ao máximo.

Cabe evidenciar que, no Brasil, os dados mais recentes do Atlas da Violência de 2025, juntamente com o Sistema de Informação de Agravos de Notificação (SINAM), demonstram que a violência física de homens contra as mulheres em dados notificados gira em torno dos 200 mil a 300 mil. Os autores do Atlas da violência ainda destacam que esses dados ainda são muito subnotificados, seja pela dificuldade de cobertura do sistema ou mesmo pela dificuldade de garantir o preenchimento da ficha de notificação pelo profissional de saúde. Ainda em relação à violência contra as mulheres, quando deslocamos nossos olhares para o número de feminicídios, no Brasil, segundo o Mapa Nacional da Violência de Gênero, foram registrados 718 assassinatos a mulheres somente no primeiro semestre de 2025. Além disso, no Rio Grande do Sul, segundo dados da Secretaria Estadual de Segurança Pública, os feminicídios apresentaram um aumento em relação ao ano anterior, de 30 para 36 no período de janeiro a junho de 2025. Esses dados veiculados pelas instituições Atlas da Violência, Mapa Nacional de Violência de Gênero e Secretaria de Segurança Pública do RS demonstram como a violência física dos homens contra as mulheres é um dos principais problemas sociais/culturais do país. Muitos homens (re)produzem suas constituições de masculinidades associadas à violência física contra as mulheres, em geral, suas companheiras. Além disso, os homens também (re)produzem, em suas masculinidades, sentidos/significados que posicionam as mulheres como uma propriedade, como um objeto e que, assim, sentem-se autorizados a fazer o que bem entenderem.

Seguindo essa lógica das mulheres como objeto de consumo e/ou propriedade, partimos para a próxima análise, na Figura 3, em que apresentamos três publicações que estão ao longo da *timeline* de discussão do grupo:

**FIGURA 3.** Em A, o print da publicação que é utilizada como título desse eixo analítico "Lambo, mulher, piscina e dinheiro...". Em B, o *print* de "Acho que o coroa perdeu a mulher pra minha chuva de dinheiro". Em C, o *print* "Pra comer alguém tem que gastar dinheiro."



Fonte: Captura de tela produzida pelo/as autor/as.

As três publicações são relacionadas ao jogo GTA V. Na Figura 3A, um membro do grupo faz a seguinte publicação: “*Lambo, mulher, piscina e dinheiro...*”, em que seu avatar do modo online do jogo está ao lado de uma piscina, com uma personagem mulher deitada de biquíni em uma cadeira espreguiçadeira de piscina e, um carro Lamborghini, ao fundo. Na Figura 3B, analisamos a publicação de um membro do grupo que coloca uma imagem de um personagem fazendo uma ação de chuva de dinheiro e ao lado há um casal em que a personagem feminina está olhando para o movimento, como texto da publicação ele utiliza a seguinte enunciação: “*Acho que o coroa perdeu a mulher pra minha chuva de dinheiro*”. O terceiro *print* analisado, Figura 3C, um membro do grupo coloca a imagem de um carro modelo Fusca com o seguinte texto: “*Pra comer alguém, tem que gastar dinheiro. Quer ter carro pra vida toda? Tem que ser um Fusca*”. Nessa terceira publicação, também destacamos um dos comentários em que um membro diz: “*melhor carro do jogo, pena que não pode pegar putas com ele ksksks*”.

Nessas três publicações, analisamos de forma conjunta, as pedagogias sobre as quais estão se constituindo as masculinidades dos sujeitos homens que produziram tais postagens. Os três membros do grupo (re)produzem pedagogias sobre as masculinidades que estão associadas a relações de poder em uma esfera econômica e

de dominação sexual dos homens em relação as mulheres. Os três discursos (re)produzidos estão ligados ao consumo, à posse de dinheiro, e tendo isso como uma forma de consequência natural dessa acumulação de bens será a conquista de mulheres.

Juarez Dayrell (2002) analisa que, há décadas, jovens brasileiros têm se associado a marcadores sociais consumistas, assim, ampliando mercado de bens materiais e simbólicos, entretanto, esse padrão consumista não é acompanhado de uma modernização social. Nesse sentido, muitos homens jovens – inclusive de classes sociais mais baixas, impulsionados pelos diferentes artefatos culturais, tais como músicas, filmes, novelas, e no caso de homens pertencentes aos *Viciados em GTA*: os jogos eletrônicos – são subjetivados a adentrarem em uma cultura do consumo, que estimula sonhos e fantasias, além de variados valores, saberes e posições de sujeito que estão presentes em suas constituições de masculinidades. Nesse caso, masculinidades consumistas.

Seguindo nessa lógica consumista, as pedagogias culturais sobre as masculinidades, nesse contexto, reiteram práticas masculinistas de objetificação das mulheres, que (re)produzem noções de masculinidades que associam/colocam o dinheiro como mediador das relações de gênero. Ou seja, as (re)produções de masculinidades consumistas aqui reiteram práticas que posicionam a mulher como objeto de consumo. Conforme Anselmo Oliveira (2024, p. 121), “isso reflete uma concepção de poder que opera por meio da sexualização do corpo feminino, reforçando, assim, uma hierarquização de gênero na qual o homem é o sujeito ativo e a mulher é o objeto passivo do prazer”. São relações de poder que operam no comportamento de sujeitos homens, que estão impregnados na sociedade, mas que se transcrevem para dentro dos ciberespaços, também atuando sobre os corpos das mulheres, através dessas práticas de objetificação.

Além do mais, o que está em jogo nessas enunciações presentes nas três publicações é que dentro de uma lógica cis-heteronormativa de masculinidade, esses homens precisam mostrar muito a sua ostentação de bens e de consumo, e que esse acúmulo de determinados bens materiais resulta: em uma companhia de belas mulheres e a elevação de um status frente aos demais homens. Como nos exemplos das publicações que “Acho que o coroa perdeu a mulher pra minha chuva de dinheiro” e “Pra comer.alguém, tem que gastar dinheiro”.

Nesse caso, relacionado ainda à sexualidade, a mulher aqui estaria interessada pelo bem material e não pelo homem, mas o bem material irá fazer com que ela fique com esse homem. Assim, entre as três publicações há um interesse e uma disponibilidade da

mulher em ter um contato com íntimo, afetivo e/ou sexual com esses homens que ostentam tais bens referidos. Podemos analisar que essa associação produzida por esses homens está relacionada a uma comparação da sexualidade feminina a uma relação de proveitos materiais, em que em razão desses bens apresentados, as mulheres “escolheriam” ficar/relacionar com esses homens (Vargas, 2015).

Dando seguimento em nossas análises, na Figura 4, apresentamos uma publicação e comentários que também apresentam práticas de objetificação e sexualização das mulheres. No caso dessa postagem, são práticas relacionadas a primeira personagem mulher protagonista de uma história de GTA, Lucía que foi apresentada durante dois trailers de divulgação de GTA VI. Este futuro jogo da série tem previsão de lançamento para o mês de maio de 2026.

**FIGURA 4.** Em A, o print da publicação "Que se fod@## a minha mulher eu vou usar muito essa aqui". Em B, um print com recortes de comentários da publicação em A.



Fonte: Captura de tela produzida pelo/as autor/as.

Como podemos analisar na Figura 4A, um membro do grupo faz a publicação de uma captura de tela do trailer de GTA VI em que se destaca a presença de Lucía, com a seguinte enunciação: “*Que se fod@## a minha mulher eu vou usar muito essa aqui kkkk*”. Nessa publicação, salientamos as práticas discursivas que (re)produzem masculinidades que são constituídas através de significações de objetificação e sexualização feminina.

“*Que se foda a minha mulher, eu vou usar essa aqui*” é uma expressão que pode ser analisada por três caminhos: um primeiro, em que a nova versão do jogo irá possibilitar aos jogadores usarem personagens/avatares femininas, como no caso a

protagonista Lucía, entretanto, a sua escolha se dá através da “performance” de beleza, sensualidade e sexualização e não por apenas um ato de jogar os modos do jogo; em segundo, há uma reiteração de posicionamento feminino como um lugar de objeto de uso, consumo e prazer; e por fim, em terceiro, a sua companheira é desvalorizada e descartada em nome de um fetiche/sexualização de uma personagem virtual em GTA VI.

Se analisarmos historicamente a cultura dos jogos eletrônicos, podemos perceber que se constituíram enquanto uma cultura predominantemente masculina. Desde a sua produção, em que, quem produzia os jogos eram os homens, ou seja, seus roteiristas, desenvolvedores, programadores, publicitários que os produziam, faziam-no pensando em seu público consumidor constituído também por homens. Por ser um ambiente cultural construído por meio dessa lógica de homens para homens, essa cultura se construiu em meio a valores e práticas patriarcais. Essa dinâmica contribuiu para a consolidação de práticas de objetificação e sexualização das personagens femininas presentes nas histórias e gameplays dos jogos (Moita, 2006; Gasoto; Vaz, 2018; Correr et al, 2023).

Assim, as publicações aqui analisadas mostram como os homens que as publicaram (re)produzem pedagogias a respeito desse corpo feminino. Muito pautado em uma construção discursiva em que se reduz a mulher ao seu objeto de desejo e/ou prazer sexual, e quando não há esse desejo, há o seu descarte como no caso de “*que se foda minha mulher*”. São falas que associam esses homens às noções hegemônicas e/ou performances de masculinidade que buscam por práticas de virilidade e de poder masculino como práticas centrais na submissão das mulheres para o seu “consumo” pessoal/sexual (Connel, 1995).

Ainda relacionado a esta publicação “Que se foda a minha mulher, eu vou usar essa aqui”, uma das respostas em forma de comentário presentes na Figura 4B foi a imagem do ator José Wilker, com seu personagem Coronel Jesuíno<sup>7</sup>, na novela Gabriela da Rede Globo, em que diz: “*mulher não casa para ser feliz, casa para obedecer ao marido*”. Essa referência ao personagem Coronel Jesuíno direciona para uma análise da

<sup>7</sup> Coronel Jesuíno Mendonça é um personagem que viveu em Ilhéus (cidade que se passa à história da novela) durante os anos 1920 e é um personagem que apresenta práticas machistas, de violência psicológica e física com suas esposas. Conforme o seu perfil apresentado no portal Gshow: Jesuíno é um homem bruto que mata sua esposa e seu amante juntos a tiros. Além disso, durante a nova versão da novela em 2012, suas falas viralizaram, tais como: “*mulher lave-se que hoje vou lhe usar*”.

Link: <https://gshow.globo.com/novelas/gabriela/personagem/coronel-jesuino-mendonca.html>. Acesso: 27 ago. de 2025.

potencialidade dos artefatos culturais em não operar “somente na ordem do trivial, do pragmático, do utilitário, do lúdico, do prazer, da distração ou do entretenimento: eles têm currículo, exercem pedagogias, realizam governo e produzem sujeitos” (Maknamara, 2025, p. 182). Dessa maneira, operam como transmissores de pedagogias culturais que acabam por legitimar desigualdades de gênero.

### Considerações Finais

Para finalizar as discussões relacionadas às pedagogias culturais sobre as masculinidades que circulam nesse ciberespaço de *Viciados em GTA*, analisamos a capacidade dessas pedagogias em “estimular sensações, favorecer percepções e proporcionar aprendizagens nos moldes de uma cultura” (Maknamara, 2025, p. 183). Vimos que os membros homens desse grupo (re)produzem seus ensinamentos sobre “o ser homem” por meio de enunciações que buscam atacar aqueles que performam masculinidades que se apresentam de formas desviantes e/ou não são aceitáveis, a exemplo, atacando de forma pejorativa a sexualidade de homens homossexuais em que associam/relacionam o ato de beber leite há uma prática sexual relacionada à ejaculação masculina. Ainda relacionado a essa análise, há também uma possibilidade de produção de sentidos/significados racistas através da utilização simbólica de um copo de leite. Tendo em vista que esse tem sido utilizado como símbolo de supremacia branca por movimentos de extrema direita.

Entre as publicações e comentários que foram aqui analisados, encontramos aqueles que possuem “a vontade de fazer aprender de um artefato cultural” (Maknamara, 2025, p. 183) e compartilham seus aprendizados relacionados às suas constituições de masculinidade e sobre suas relações de poder em esferas econômicas e de sexualidade em relação a outros homens, mas principalmente, em relação às mulheres. Essas pedagogias já estão presentes em gameplays de diferentes séries de jogos de GTA. Nesse sentido, essa cibercultura se constitui como um currículo cultural que produz significados sobre construções de masculinidades associadas à questão do consumo, de bens materiais de alto valor, de propriedade sobre a mulher e que, além disso, essa aquisição desses bens de algo valor de consumo, terá um resultado positivo na construção/constituição dos relacionamentos. As figuras analisadas neste artigo mostram justamente essa “vontade de aprender” de alguns homens presentes nesse ciberespaço de *Viciados em GTA*, tendo em vista que nessas publicações/comentários estavam presentes enunciações que

evidenciavam discursos sobre a sexualidade das mulheres estar intimamente relacionada aos benefícios/privilégios provocados pelos bens materiais.

Como mencionado anteriormente, filiamo-nos à perspectiva teórica dos estudos das masculinidades plurais. A partir dessa perspectiva, buscamos romper com a masculinidade dada como algo fixo/dado/pronto e problematizar as masculinidades que estão sempre em disputa na cultura através de um jogo de relações de poder. Quando aceitamos que existem formas plurais de ser homem, podemos tencionar as masculinidades que são tidas como fixas, hegemônicas, tradicionais, aceitas de forma ampla pelas sociedades e, assim, problematizá-las como construções que podem e devem ser questionadas, tais como as (re)produções de pedagogias culturais sobre as masculinidades presentes nas publicações analisadas neste trabalho.

## Referências

AMARAL, Caroline. **Literatura juvenil contemporânea LGBTI: Significados sobre identidades de gênero e sexuais**. 2017. Dissertação de Mestrado – Universidade Federal do Rio Grande, Programa de Pós-Graduação em Educação, 2017.

ARAUJO, Sérgio. **Grand Theft Auto: torne-se um cidadão de Los Santos. Um estudo sobre jogos eletrônicos, violências, governo e subjetividades**. 2018. Dissertação de Mestrado – Universidade de São Paulo, Faculdade de Educação, 2018.

BRITO, Leandro Teófilo de. “Esquerdomacho também tem sentimento”: masculinidade, juventude e diferença no movimento estudantil contemporâneo. **Revista Teias**, [s. l.], v. 26, n. 81, p. 1–13, 2025. Disponível em: <https://www.e-publicacoes.uerj.br/revistateias/article/view/90440>. Acesso em: 27 ago. 2025.

BUTLER, Judith. **Problemas de gênero: feminismo e subversão da identidade**. 3<sup>a</sup>. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2003.

CONNEL, Robert. Políticas da masculinidade. **Educação & Realidade**, [s. l.], v. 20, n. 2, p. 1–22, 1995. Disponível em: <https://seer.ufrgs.br/index.php/educacaoerealidade/article/view/71725>. Acesso em: 26 maio 2024.

CONNEL, Robert; MESSERSCHMIDT, James. Masculinidade hegemônica: repensando o conceito. **Revista Estudos Feministas**, [s. l.], v. 21, n. 1, p. 241–282, 2013.

CORRER, Rinaldo; SENEM, Cleiton José; SOUFEN, Camila; NETO, Mario de Oliveira; MATOS, Juliana Marques. Representações sociais de mulheres universitárias jogadoras de GTA: gênero, violência e sexualidade. **Educação: Teoria e Prática**, [s. l.], v. 33, n. 66, p. 1–31, 2023. .

COSTA, Marisa Vorraber. oder, discurso e política cultural: contribuições dos Estudos Culturais ao campo do currículo. In: LOPES, Alice Casimiro; MACEDO, Elisabeth (orgs.). **Curriculum: debates contemporâneos**. São Paulo: Editora Cortez, 2005. p. 133–149.

DAYRELL, Juarez Tarcisio. O rap e o funk na socialização da juventude. **Educação e Pesquisa**, [s. l.], v. 28, n. 1, p. 117–136, 2002. .

GASOTO, Aline Chancaré Garcia; VAZ, Telma Romilda Duarte. A mulher gamer: uma análise da presença das mulheres nos jogos virtuais. In: II ENCONTRO INTERNACIONAL DE GESTÃO, DESENVOLVIMENTO E INOVAÇÃO, 2018. Naviraí - MS: [s. n.], 2018. p. 1–21.

HORVAT, Dino. **Satire in GTA V**. 2022. Dissertação de Mestrado – University of Zadar, 2022.

KLEIN, Carin; SANTOS, Alison dos. “Orgulho de ser hétero”? disputas em torno das masculinidades em uma página do Facebook. **Revista Teias**, [s. l.], v. 22, n. 64, p. 2021, [s. d.]. Disponível em: <https://www.e-publicacoes.uerj.br/revistateias/article/view/49609>. Acesso em: 27 ago. 2025.

LOPES, Mauricio Nazarete; RIBEIRO, Paula Regina Costa; VARGAS, Juliana Ribeiro de. Temos nossas cores, nossas forças e nossa arte: um olhar para masculinidades juvenis contemporâneas visibilizada em seis videoclipes de rock e rap. **Revista Diversidade e Educação**, [s. l.], v. 12, n. 1, p. 498–523, 2024. Disponível em: <https://periodicos.furg.br/divedu/article/view/17365>. Acesso em: 23 jun. 2025.

MAGALHÃES, Joanalira Corpes; VARGAS, Juliana Ribeiro de; RIBEIRO, Paula Regina Costa. Análise cultural no Instagram: uma estratégia metodológica potencial para pesquisar no ciberespaço. In: OLIVEIRA, Danilo Araujo de; SILVA - SILVA, Luiza Cristina; SALES, Shirlei (orgs.). **Metodologias de Pesquisas Científicas no Ciberespaço/Cibercultura**. Curitiba: Appris Editora, 2024.

MAKNAMARA, Marlécio. Formação como subjetivação: docentes de ciências diante da cultura ecologista em espaços verdes urbanos. **Sisyphus, Journal of Education**, [s. l.], v. 13, n. 1, p. 176–196, 2025. Disponível em: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=10076926>. Acesso em: 23 jun. 2025.

MOITA, Filomena Maria Gonçalves da Silva Cordeiro. **Games: contexto cultural e curricular juvenil**. 2006. Tese de Doutorado – Universidade Federal da Paraíba, Programa de Pós-Graduação em Educação, 2006.

NASCIMENTO, Jéssica. **Estereótipos femininos nos jogos eletrônicos online: um estudo sobre representações de gênero em League of Legends**. 2016. Trabalho de Conclusão de Curso – Universidade Federal da Bahia, Faculdade de Comunicação, 2016.

OLIVEIRA, Antonio Carlos; BRITO, Leandro Teófilo; LOPES, Paulo Victor Leite. Masculinidades Plurais. **O Social em Questão**, [s. l.], v. 16, n. 55, p. 1–12, 2023. Disponível em: <https://www.maxwell.vrac.puc-rio.br/61434/61434.PDF>. Acesso em: 23 jun. 2025.

OLIVEIRA, Anselmo Lima de. **Um alfaiate na ilha distópica de Zuck: Entre as linhas do dispositivo da masculinidade hétero.** 2024. Tese de Doutorado – Universidade Federal do Sergipe, Programa de Pós-Graduação em Educação, 2024. Disponível em: <https://ri.ufs.br/handle/riufs/20742>. Acesso em: 27 ago. 2025.

OLIVEIRA, Danilo Araujo de; SILVA-SILVA, Luiza Cristina; SALES, Shirlei Rezende. Pistas metodológicas: possibilidades inventivas para pesquisas na internet. **Metodologia de pesquisas científicas no ciberespaço/cibercultura.** Curitiba: Appris Editora, 2024.

PARAISO, Marlucy. **Curriculum e mídia educativa brasileira: poder, saber e subjetivação.** Chapecó: Argos, 2007.

SALES, Shirlei; OLIVEIRA, Danilo Araujo de. Ferramentas pós-críticas educacionais e curriculares para pesquisar e analisar vídeos. **Acta Scientiarum**, [s. l.], v. 45, n. e65751, p. 1–13, 2023. Disponível em:  
<https://periodicos.uem.br/ojs/index.php/ActaSciEduc/article/view/65751>. Acesso em: 27 ago. 2025.

SCHMIDT, Albano Francisco; GUSSO, Luana de Carvalho; CARELLI, Mariluci Neis. As mutações dos jogos digitais e analógicos nos últimos 50 anos: fliperamas, lan houses e luderias e a pandemia do covid-19. **Revista Tropos: Comunicação, Sociedade e Cultura**, [s. l.], v. 10, n. 1, p. 1–24, 2021. Disponível em:  
<https://periodicos.ufac.br/index.php/tropos/article/view/4816>. Acesso em: 27 ago. 2025.

Recebido em agosto de 2025.

Aprovado em setembro de 2025.