

## CARTOON NETWORK E MASCULINIDADE HEGEMÔNICA: PERCEPÇÕES DE JOVENS ESTUDANTES

MELLO, Gabriel Porto Ribeiro<sup>1</sup>  
MACHADO, Thiago Pereira<sup>2</sup>

<sup>1</sup> Graduando do Curso de Psicologia da Faculdade Multivix Cachoeiro de Itapemirim-ES, gabrielporto@outlook.com

<sup>2</sup> Professor orientador: Doutor e Mestre em Psicologia Institucional PPGPSI/UFES. Docente da Faculdade Multivix Cachoeiro de Itapemirim-ES – thiagopmachadopsi@gmail.com

### 1 INTRODUÇÃO

Desde seu surgimento, segundo Moraes (2019), desenhos animados, exerceram influências diretas no desenvolvimento psíquico de crianças e adolescentes, por meio de experiências subjetivas e contribuindo para a construção da identidade social e de gênero. Assim, processos subjetivos não acontecem de maneiras isoladas, sendo mediadas por representações simbólicas que agem como moldes para comportamentos, percepções e formas de ser ou agir.

De acordo com Goulart (2017), a mídia tem um espaço privilegiado na construção de sentidos e subjetividade, tendo a possibilidade de influenciar comportamentos, escolhas e até na formação da autoimagem.

A emissora norte americana Cartoon Network obteve destaque, principalmente durante os anos de 2010 a 2015, apresentando uma variedade de conteúdos animados que misturavam humor, críticas sociais e estéticas divergentes. Com foco na animação brasileira Irmão do Jorel, feita por Juliano Enrico, que com ironia e sutileza, incorpora modelos de masculinidade, que são conceitos propostos por Connel e Messerschmidt (2013), referindo a noção de masculinidade hegemônica, sendo o “homem ideal” — forte, dominante e resolutivo.

Com o olhar da psicologia, em especial os estudos de gênero e mídia, urge a necessidade de analisar de que forma os desenhos animados e animações da mídia influenciam adolescentes na formação de uma identidade própria. Levando em consideração que, segundo Guida e colaboradores (2024), o momento do fim da adolescência e começo da fase adulta, períodos esse em que os valores sociais estão sendo consolidados. O impacto dessas mídias de animação não se prende ao

momento da infância, mas em práticas e discursos de vivenciar o “ser homem”, repetidas vezes reproduzidas pelos próprios jovens.

O presente estudo busca compreender a maneira com que animações infantis da emissora americana “CARTOON NETWORK” contribuíram para a propagação de estereótipos de masculinidade hegemônica nos jovens em etapa finalista do ensino médio em escolas estaduais do município de Jerônimo Monteiro-ES.

## **2 MATERIAL E MÉTODOS**

O texto em questão é um resumo expandido fundamentado em uma revisão bibliográfica que aborda os conceitos de masculinidade hegemônica abordados por Connel e Messerschmidt (2013) e Butler (2019) e maneira que tais conceitos impactam na formação dos jovens e adolescentes.

Para elaboração desse texto, foram revisados 33 artigos, dos quais 19 foram utilizados devido sua maior relevância durante o estudo.

A pesquisa é de caráter qualitativo, que se concentra na análise de fenômenos subjetivos relacionados a formação de identidade de gênero durante a adolescência, a partir do contato com conteúdo midiáticos, no caso, desenhos animados. De acordo com Minayo (1994) a metodologia qualitativa permite o acesso ao credo do sujeito, investigando crenças, atitudes e valores. Aspectos essenciais na formação psíquica de adolescentes.

As palavras-chaves aplicadas foram: Desenhos animados; Identidade de gênero; Masculinidade hegemônica; Adolescência; Mídia; Subjetividade; Estereótipos de gênero; Cartoon Network; Educação; Psicologia social.

## **3 DESENVOLVIMENTO**

### **Gênero, identidade e a rejeição da feminilidade nas práticas masculinas**

A masculinidade hegemônica se sustenta sobre um alicerce binário. Ser homem, nesse modelo, implica apresentar traços como força, objetividade ou domínio (Santos, 2018). Esse processo de diferenciação se inicia já na infância, quando os meninos são desencorajados a brincar com bonecas, chorar em público ou expressar afeto. A virilidade, portanto, é construída como uma fronteira constantemente vigiada, onde a feminilidade se transforma em ameaça à identidade masculina. Como observa Nolasco (1993), o corpo masculino é adestrado para não cair naquilo que se

convencionou chamar de “fraqueza”, sendo a feminilidade tratada como desvio, fragilidade ou inferioridade.

As mulheres costumam ser associadas a características como delicadeza, sensibilidade, romantismo, vaidade, dedicação e atenção aos detalhes, enquanto os homens são frequentemente identificados como mais racionais, objetivos e propensos a comportamentos agressivos (Felipe, 2012, apud Sotolani; Xavier Filha, 2021). Nessa ótica, Connell (2005) reflete que a narrativa convencional ocidental, sendo viável considerar o homem como um alguém forçado a se distanciar de tudo que representa o feminino. E essa imposição provém da mídia, do sistema educacional, da família, amigos e superiores, resultando em uma contenção de emoções nessa pessoa.

Além disso, de acordo com Pimenta e Natividade (2012), negação sistemática da feminilidade nas práticas masculinas não apenas restringe as formas legítimas de ser homem, mas também gera importantes consequências subjetivas. Homens são levados a reprimir emoções e vivências consideradas “impróprias” para seu gênero, o que pode resultar em sofrimento psíquico, dificuldade de estabelecer vínculos afetivos e impulsos agressivos como formas de afirmação identitária

### **Corpo e poder na construção psíquica da masculinidade hegemônica**

A masculinidade hegemônica, termo desenvolvido principalmente por Connell, é um conceito sociológico que se refere ao modelo dominante de masculinidade em uma determinada cultura ou sociedade — aquele que é socialmente valorizado e que exerce poder sobre outras formas de masculinidade e sobre as mulheres. Connell (2013) explica que a masculinidade hegemônica não representa todos os homens, mas sim um ideal que reforça normas patriarcais. Para Connell e Messerschmidt (2013).

A ideia a respeito da masculinidade, é construída por normas que acabam por definir quem pode ou não ser reconhecido como um sujeito. Como apontado por Butler (2003), que reflete que o gênero atua como um elemento que confere reconhecimento social ao corpo humano. É a partir da resposta à pergunta “é menino ou menina?” que o bebê passa a ser percebido como humano. Corpos que não se adequam a essas categorias binárias de gênero são excluídas desse reconhecimento, sendo considerados fora da norma, desumanizados e marginalizados, o que, paradoxalmente, reforça a própria definição social do que se entende por humano.

Butler (2003), ao refletir sobre o gênero como performatividade, aponta que os sujeitos se constituem por meio da repetição de normas que os precedem, o que implica dizer que a masculinidade hegemônica se consolida como um script social continuamente reforçado por meio de práticas cotidianas. Assim, o corpo masculino não é apenas treinado fisicamente para a força ou a virilidade, mas também psiquicamente para a negação de aspectos considerados “não viris”, o que produz subjetividades muitas vezes marcadas por insegurança, agressividade e necessidade de afirmação constante.

A mídia, de acordo com Santos (2018), exerce um papel central na difusão e consolidação de modelos de masculinidade hegemônica. Esses produtos culturais funcionam como dispositivos de normalização, promovendo heróis musculosos, agressivos e destemidos como arquétipos desejáveis e legítimos de ser homem.

Essa representação não apenas define o ideal de masculinidade, mas também relega ao campo do desvio ou do ridículo os homens que não se encaixam nesse padrão.

Assim, para Amanda Nogueira de Oliveira e Nayra Veras Oliveira de Araújo (2020), os algoritmos atuam como agentes que contribuem para a invisibilização de certos conteúdos, seja pela maneira como os interpretam, seja pelas informações que disponibilizam ao usuário. Com isso, acabam influenciando diretamente a forma como as questões de gênero são tratadas.

De acordo com Nader e Hackbardt (2024), os papéis de gênero não são naturais, mas construções sociais e culturais alimentadas por discursos que se perpetuam por meio dessas mídias. Ao consumir repetidamente essas imagens, meninos e homens passam a internalizar normas sobre como devem agir, reagir e se apresentar, em um processo contínuo de vigilância e autocorreção. Isso restringe a pluralidade das masculinidades possíveis, promovendo a exclusão de corpos dissidentes e subjetividades não alinhadas ao modelo dominante.

### **O papel escolar na construção de gênero**

A variedade dentro da escola, principalmente em relação à sexualidade e aspectos sociais, faz com que os conflitos sejam não apenas inevitáveis, mas também fundamentais para o desenvolvimento da identidade escolar. Esses confrontos podem

levar a reflexões ou expressar formas de agressão, destacando comportamentos e ideologias relacionadas ao gênero (Ricardo; Silva, 2020).

Nesse contexto, Louro (2014) aponta sobre como o espaço da instituição não é apenas de aprendizagem formal, mas onde se repetem normas sociais, incluindo de gênero. Assim, o autor reflete que a escola, além de ensinar conteúdos, também organiza simbolicamente os papéis sociais. Por meio de sua arquitetura, regras e símbolos, ela delimita comportamentos esperados e reforça distinções, como as de gênero e idade. Assim, contribui para a formação de identidades e para a reprodução de normas sociais no cotidiano escolar.

De acordo com Elliott (2018, apud Souza et al, 2023), A representação da masculinidade com a qual os jovens entram em contato por meio da mídia, da cultura popular, dos livros didáticos e de outros elementos do currículo escolar é limitada, centrando-se principalmente em características da masculinidade tradicional, como a força física e o poder.

Nesse mesmo viés, para Juliane Costa Silva e Jane Adriana Vasconcelos Pacheco Rios (2019), desde o começo da infância do indivíduo, os corpos vivenciam a influência de diferentes intuições, em ordem a família e depois a escola. Segundo Silva e Rios (2019), para a mãe, seu comportamento sensível era algo natural e passageiro, algo que mudaria com o tempo. Já o pai, por outro lado, exige que o filho demonstrasse características consideradas masculinas desde o nascimento, reforçando um modelo rígido de masculinidade.

#### **4 CONSIDERAÇÕES FINAIS**

A partir das análises, foi revelado como animações infantis, voltadas especificamente para as apresentadas pela emissora Cartoon Network, contribuem para o reforço de estereótipos de masculinidade hegemônica entre jovens e adolescente, contribuindo para comportamentos, emoções e na construção da identidade de gênero. O estudo demonstra como essas representações presentes nas mídias de animação não apenas limitam de maneiras legítimas de “ser homem”, como contribuem para gerar sofrimento psíquico e dificultar o desenvolvimento de relações mais saudáveis entre os jovens.

Esse estudo contribui destacando a importância das práticas de educação e midiáticas mais críticas e inclusivas, promovendo diversidade e visando questionar os

padrões normativos. As limitações valem ressaltar o foco em um contexto escolar específico e o uso abrangente de revisões bibliográficas. Em próximas pesquisas, será visado a ampliação do campo de empírico tanto quanto explorar outras mídias e faixas etárias diferentes.

## 5 REFERÊNCIAS

BARRETO JANUÁRIO, Soraya. **Masculinidades em (re) construção**: gênero, corpo e publicidade. Covilhã: Editora LabCom, 2016. 418p. Disponível em: [https://www.academia.edu/30328609/MASCULINIDADES\\_EM\\_RECONSTRU%C3%87%C3%83O\\_G%C3%8ANERO\\_CORPO\\_E\\_PUBLICIDADE](https://www.academia.edu/30328609/MASCULINIDADES_EM_RECONSTRU%C3%87%C3%83O_G%C3%8ANERO_CORPO_E_PUBLICIDADE). Acesso em: 15 Out. 2025.

BUTLER, Judith. **Corpos que importam**. São Paulo: N-1 Edições, ed.1, 2019.

CONNELL, Robert W.; MESSERSCHMIDT, James W. Masculinidade hegemônica: repensando o conceito. **Revista Estudos Feministas**, Sydney, v. 21, n. 01, p. 241-282, 2013. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/S0104-026X2013000100014>. Acesso: 15 Out. 2025.

DE OLIVEIRA, Amanda Nogueira; DE ARAUJO, Nayra Veras. Gênero e Tecnologias Infocomunicacionais em contexto de Plataformização. **Interfaces Científicas - Educação**, [S. l.], v. 10, n. 2, p. 165–178, 2020. Disponível em: <https://doi.org/10.17564/2316-3828.2020v10n2p165-178>. Acesso em: 15 out. 2025.

GOULART, Fábio. **As diversidades sexuais e de gêneros presentes nas animações do canal televisivo infantil CARTOON NETWORK**. Mais que Amélias. 2017 4. 1-8. Disponível em: [https://www.researchgate.net/publication/318528778\\_AS\\_DIVERSIDADES\\_SEXUAIS\\_E\\_DE\\_GENEROS\\_PRESENTES\\_NAS\\_ANIMACOES\\_DO\\_CANAL\\_TELEVISIVO\\_INFANTIL\\_CARTOON\\_NETWORK](https://www.researchgate.net/publication/318528778_AS_DIVERSIDADES_SEXUAIS_E_DE_GENEROS_PRESENTES_NAS_ANIMACOES_DO_CANAL_TELEVISIVO_INFANTIL_CARTOON_NETWORK). Acesso: 15 Out. 2025.

GUIDA, Simone Leite Azevedo Gurgel; RIBEIRO, Suzana Lopes Salgado; SOUZA, Marilza Terezinha Soares de; ORTIZ MONTEIRO, Patricia. Construção de identidade na adolescência: dilemas individuais e sociais. **Saberes: Revista interdisciplinar de Filosofia e Educação**, [S. l.], v. 24, n. 1, p.3-8, 2024. Disponível em: <https://doi.org/10.21680/1984-3879.2024v24n1ID35507>. Acesso em: 15 out. 2025.

LOURO, Guacira Lopes (Org). **O corpo educado**: pedagogias da sexualidade. Belo Horizonte: Autêntica, 2000. Disponível em: <https://core.ac.uk/download/pdf/30353576.pdf>. Acesso em: 15 Out.2025.

MORAES, Hellen Cristina Pereira. **A influência dos desenhos animados na construção do gênero**. 2019. 43fl. TCC (Graduação) Bacharelado em Psicologia – Faculdade de Educação e Meio Ambiente – FAEMA. Ariquemes – Roraima, 2019. Disponível em:

<https://repositorio.unifaema.edu.br/jspui/bitstream/123456789/2592/1/HELLEN%20CRISTINA%20-%20pdf>. Acesso em: 15 Out.2025.

NADER, Maria Beatriz; HACKBARDT, Renata Rangel Spelta. Dominação masculina e sua influência na definição de papéis sociais masculinos e femininos. **Revista FT**, v.28. ed.135, 2024. Disponível em:<https://revistaft.com.br/dominacao-masculina-e-sua-influencia-na-definicao-de-papeis-socias-masculinos-e-femininos/>. Acesso em: 15 Out.2025.

NOLASCO, Socrates Alvares. **O mito da masculinidade**. Rio de Janeiro: Rocco, 1993. 192p. Disponível em: [https://www.academia.edu/39141988/O\\_mito\\_da\\_masculinidade\\_S%C3%B3crates\\_Nolasco](https://www.academia.edu/39141988/O_mito_da_masculinidade_S%C3%B3crates_Nolasco). Acesso em: 15 Out. 2025.

PÉRICO, L.; DA SILVA, R. D. Masculinidades na escola: uma revisão bibliográfica sistemática nas bases Educ@ e Scielo entre 2008 e 2018. **Travessias**, Cascavel, v. 14, n. 1, p. e23210, 2020. Disponível em: <https://doi.org/10.48075/rt.v14i1.23210>. Acesso em: 15 out. 2025.

PIMENTA, Sônia Maria de Oliveira; NATIVIDADE, Cláudia. Humano, demasiadamente humano: sobre emoções e masculinidade. **DELTA: Documentação de Estudos em Linguística Teórica e Aplicada**, v. 28, p. 605-637, 2012. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/S0102-44502012000300009>. Acesso em: 15 Out.2025.

SANTOS, Tamara Cardoso Bastos. **A história da construção da masculinidade hegemônica e seu reflexo nas práticas escolares e na experiência da educação física**. E-book CONQUEER... Campina Grande: Realize Editora, 2018. p. 35-42. Disponível em: <https://editorarealize.com.br/artigo/visualizar/40190>. Acesso em: 15 Out.2025.

SILVA, J. C.; RIOS, J. A. V. P. Jovens gays na escola: masculinidades, infância e narrativas. **Revista Brasileira de Pesquisa (Auto) biográfica**. v. 4, n. 11, p. 558–572, 2019. Disponível em: <https://doi.org/10.31892/rbpab2525-426X.2019.v4.n11.p558-572>. Acesso em: 15 Out. 2025.

SOTOLANI, Matheus D.'Amico; FILHA, Constantina Xavier. As masculinidades e as feminilidades nas propagandas exibidas em canais televisivos direcionadas ao público infantil. **Diversidade e Educação**, v. 9, n. Especial, p. 455-484, 2021. Disponível em: <https://periodicos.furg.br/divedu/article/view/12687/8778>. Acesso em: 15 Out. 2025.