

Objetivos de Desenvolvimento Sustentável: os estereótipos de gênero em debate

Marcos Evaldt de Barros

Luiza dos Santos Machado

Érica Lavinia de Souza

Sara Silva Cardoso ()*

Introdução

Na contemporaneidade, a presença massiva das mídias digitais e da música na vida cotidiana influencia não apenas o entretenimento, mas também a construção de identidades, comportamentos e valores sociais. Plataformas como TikTok e serviços de *streaming* musical tornaram-se espaços centrais de socialização, especialmente entre jovens, e desempenham papel significativo na formação de percepções sobre gênero. Esses ambientes podem tanto reforçar estereótipos tradicionais, quanto fornecer espaço para contestação e reflexão crítica, afetando a maneira como homens e mulheres são percebidos e como se relacionam socialmente.

Diante desse cenário, o presente projeto tem como objetivo investigar como músicas populares e vídeos do TikTok contribuem para a construção, reprodução ou contestação de estereótipos de gênero. A pesquisa busca compreender de que forma os conteúdos consumidos diariamente podem reforçar normas tradicionais ou, por outro lado, estimular questionamentos sobre desigualdades sociais e culturais.

A escolha desta pesquisa se justifica pela relevância social e acadêmica de compreender como mídias de amplo consumo, como redes sociais e músicas, influenciam a construção e a reprodução de estereótipos de gênero. Em uma sociedade cada vez mais conectada, conteúdos digitais moldam percepções, comportamentos e identidades, especialmente entre os jovens, que são grandes consumidores dessas plataformas. Nesse sentido, investigar como tais conteúdos podem reforçar padrões tradicionais ou, ao contrário, questioná-los, é essencial para o desenvolvimento de práticas mais conscientes de consumo midiático.

(*) *Marcos Evaldt de Barros* é mestre em Educação pela Universidade Estadual do Rio Grande do Sul – UERGS. Atua como professor de História na educação básica, desde 2014, pela rede estadual de ensino do Rio Grande do Sul e pela rede municipal de Osório-RS. *Luiza dos Santos Machado*, *Érica Lavinia de Souza* e *Sara Silva Cardoso* são estudantes do 1º ano do ensino médio. No ano de 2025 desenvolveram a pesquisa sob a orientação de Marcos Evaldt de Barros. Apresentaram o estudo em feiras reconhecidas, como Moscling (UFRGS) e Mostratec.

A investigação parte também da constatação de que o município de Osório, no estado do Rio Grande do Sul, local de origem dos(as) pesquisadores(as), apresenta baixos índices relacionados aos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável da Organização das Nações Unidas, notadamente o ODS 5 (Igualdade de Gênero) e o ODS 10 (Redução das Desigualdades). Essa realidade local evidencia a urgência de promover estudos e ações que estimulem a reflexão crítica sobre representações sociais que naturalizam desigualdades e que, muitas vezes, estão presentes de forma sutil nas mídias digitais.

Dessa forma, o presente estudo se propõe a analisar de maneira sistemática como músicas populares e vídeos do TikTok contribuem para a manutenção ou questionamento de estereótipos de gênero, evidenciando o papel das mídias digitais na formação de percepções sociais. Espera-se que os resultados ofereçam subsídios para práticas educativas e ações pedagógicas que promovam reflexão crítica, igualdade de gênero e redução das desigualdades, demonstrando como o consumo consciente de conteúdos midiáticos pode se tornar um instrumento de transformação social.

Bases teóricas sobre as relações entre gênero, estereótipos e mídias

O estudo dos estereótipos de gênero e de como estes são reproduzidos e contestados nas mídias digitais e na música é fundamental para compreender as desigualdades de gênero e os desafios impostos pela sociedade contemporânea. De acordo com Natividade, Laskoski, Barros e Hutz (2014), estereótipos de gênero podem ser entendidos como crenças sobre o que caracteriza homens e mulheres, sendo essas crenças reproduzidas pela maioria em relações de dominância e exclusão.

Contudo, nem todo estereótipo é proveniente de conhecimento verdadeiro sobre as características de um grupo. Como ressaltam os mesmos autores, generalizações estereotípicas não comportam as singularidades de um indivíduo e podem resultar em atribuições imprecisas de características, fundamentando preconceitos (Natividade, Laskoski, Barros & Hutz, 2014, p. 23). Esses estereótipos não são neutros; eles se fundamentam em relações hierárquicas e de poder que funcionam em todo o mundo social, incorporadas nos corpos e nos hábitos dos indivíduos, moldando percepções, pensamentos e ações. Essa perspectiva evidencia que os estereótipos não apenas orientam percepções individuais, mas também estruturam práticas sociais que se reproduzem de forma quase invisível.

Como afirmam Louro, Felipe e Goellner (2013, p. 18), o conceito de gênero engloba todas as formas de construção social, cultural e linguística que distinguem mulheres de homens,

incluindo processos que produzem seus corpos e atravessam instituições, símbolos, normas, leis e políticas, ressignificando continuamente representações de feminino e masculino.

A escola, as mídias, a família e outras instituições sociais desempenham um papel central na formação de identidades de gênero. Louro, Felipe e Goellner (2013, p. 93) destacam que a escola, por meio de normas, rotinas e organização do tempo e do espaço, participa do processo de construção das identidades sociais, diferenciando os meninos das meninas, os ricos dos pobres, os normais dos desviantes. Nesse contexto, a construção das identidades de gênero ocorre de maneira dinâmica, envolvendo tanto a incorporação de normas quanto a participação ativa dos indivíduos nas práticas sociais que definem modos de ser e agir. Como destaca Louro (2014, p. 45):

Homens e mulheres certamente não são construídos apenas através de mecanismos de repressão ou censura, eles e elas se fazem, também, através de práticas e relações que instituem gestos, modos de ser e de estar no mundo, formas de falar e de agir, condutas e posturas apropriadas (e, usualmente, diversas). Os gêneros se produzem, portanto, nas e pelas relações de poder.

Essa citação evidencia que a construção de gênero é um processo ativo e contínuo, no qual indivíduos participam da produção de suas próprias identidades, ao mesmo tempo em que são influenciados por normas e expectativas sociais.

Connell e Pearse (2015, p. 54) reforçam essa perspectiva, argumentando que a sociedade carrega diversos mecanismos que moldam os sujeitos e fazem com que se reconheçam enquanto homens e mulheres. Essas construções são influenciadas por cultura, mídia, religião e educação, mostrando que o gênero não é apenas uma conceituação abstrata, mas uma estrutura que define o sentido de feminino e masculino em relação às estruturas sociais.

Nesse sentido os estereótipos de gênero são incorporados na realidade do indivíduo e têm como propósito padronizar comportamentos, criar estigmas e determinar posições sociais, podendo tanto limitar quanto permitir que sujeitos desenvolvam suas habilidades e construam suas identidades de forma plena.

D'Amorim (1997) define o estereótipo de gênero como o “conjunto de crenças acerca de atributos pessoais adequados a homens e mulheres, sejam essas crenças individuais ou partilhadas socialmente”. Portanto, essas crenças, ao se tornarem socialmente compartilhadas, passam a orientar expectativas sobre comportamentos, escolhas e papéis considerados “apropriados” para cada gênero.

A manutenção desses estereótipos está fortemente ligada ao patriarcado, entendido por Saffioti (2015, p. 56) como um sistema de poder que inferioriza mulheres e gera consequências

negativas para sua plena participação social. Por exemplo, apesar das leis que asseguram direitos como a licença-maternidade, a realidade cotidiana faz com que muitas mulheres abandonem temporariamente suas carreiras para cuidar da prole, sem rede de apoio adequada. Essa condição histórica ainda influencia a percepção social contemporânea, sendo frequentemente reproduzida em discursos midiáticos. Além disso, como aponta Souza (2019, p. 116), as próprias mulheres, ao internalizarem essas noções culturais, reproduzem estereótipos e expectativas sociais, contribuindo para a perpetuação de padrões preestabelecidos.

Dessa forma, compreender a influência das mídias digitais e da música na construção de estereótipos de gênero é essencial não apenas para analisar as práticas culturais e sociais contemporâneas, mas também para identificar oportunidades de transformação e promoção da igualdade. Ao reconhecer como conteúdos midiáticos reforçam ou questionam normas tradicionais, torna-se possível desenvolver estratégias de educação, conscientização e engajamento social que dialoguem com os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável 5 e 10, contribuindo para a redução de desigualdades de gênero e para a construção de uma sociedade mais equitativa e inclusiva.

Relações com os ODS 5 e 10

Os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) são um conjunto de 17 metas globais estabelecidas pela Organização das Nações Unidas (ONU), em 2015, no âmbito da Agenda 2030 para o Desenvolvimento Sustentável. Eles foram elaborados como um plano de ação universal para erradicar a pobreza, proteger o meio ambiente e garantir prosperidade e igualdade para todas as pessoas.

Entre os ODS, o ODS 5, voltado à igualdade de gênero, e o ODS 10, que busca reduzir desigualdades, estão diretamente relacionados à análise de estereótipos de gênero em mídias digitais e música. Enquanto o ODS 5 enfatiza o empoderamento de mulheres e meninas e a eliminação de barreiras sociais, políticas e culturais que limitam seus direitos, o ODS 10 reconhece que a manutenção de hierarquias sociais, inclusive de gênero, contribui para desigualdades mais amplas.

Portanto, o entendimento da influência de mídias digitais e músicas sobre estereótipos de gênero se relaciona diretamente com os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável. O ODS 5, por exemplo, que trata da igualdade de gênero, aponta para a necessidade de empoderamento feminino e superação de barreiras sociais. Saffioti (2015, p. 45) define empoderamento como a construção de caminhos que permitem a indivíduos ou grupos conduzir-se livremente, aplicável especialmente às mulheres e meninas vítimas de discriminação.

Ao analisarmos os vídeos e as músicas populares, é possível identificar padrões que reforçam desigualdades de gênero e barreiras sociais, mas também exemplos de contestação desses padrões, mostrando potencial de transformação cultural. Dessa forma, investigar como mídias digitais e músicas reproduzem ou desafiam estereótipos de gênero não apenas evidencia desigualdades existentes, mas também oferece caminhos para promoção da igualdade e inclusão social.

Adicionalmente, compreender a relação entre estereótipos de gênero e conteúdos midiáticos permite elaborar estratégias educacionais e de conscientização que fomentem a reflexão crítica entre jovens e adultos. A pesquisa evidencia que as mídias podem ser utilizadas como ferramentas de aprendizado e transformação social, oferecendo oportunidades para questionar normas tradicionais e promover representações mais equilibradas de gênero.

Por fim, a análise dos conteúdos musicais e digitais demonstra que o alinhamento com os ODS 5 e 10 não se limita a objetivos teóricos, mas pode inspirar ações concretas de engajamento social, seja na criação de materiais educativos, campanhas de sensibilização ou incentivo ao consumo crítico de mídias.

Metodologia

Esta pesquisa foi conduzida por meio de uma abordagem qualitativa, com complementos quantitativos descritivos, estruturada em três etapas principais que possibilitam uma análise aprofundada dos conteúdos midiáticos e seu impacto na percepção de gênero.

Na primeira etapa, foi realizado um levantamento bibliográfico extensivo, utilizando artigos científicos, dissertações, teses, livros e materiais digitais sobre estereótipos de gênero, consumo de mídias digitais e os ODS 5 e 10. Essa fundamentação teórica forneceu o embasamento necessário para compreender como as representações de gênero são construídas socialmente e como se relacionam com práticas culturais e sociais contemporâneas. Além disso, a revisão permitiu identificar lacunas existentes na literatura, orientando a seleção dos conteúdos midiáticos a serem analisados.

Na segunda etapa, foi realizada a análise de conteúdos presentes em plataformas digitais, como o TikTok, e em músicas populares, priorizando materiais que circulam amplamente e que abordem temáticas ligadas a comportamento, aparência, relações sociais e papéis de gênero. A análise foi qualitativa, utilizando técnicas de análise de conteúdo, segundo Bardin (2021), permitindo identificar padrões, mensagens explícitas e implícitas, reforços ou contestações de estereótipos. Complementarmente, elementos quantitativos descritivos, como número de

visualizações, curtidas, comentários e compartilhamentos, foram registrados para fornecer contexto sobre a repercussão e o alcance desses conteúdos.

Na terceira etapa, foi realizada a observação sistemática e categorização dos conteúdos selecionados, organizando-os em temas que evidenciem reforço ou contestação de estereótipos de gênero, bem como possíveis relações com práticas sociais e expectativas culturais. Essa etapa incluiu a identificação de padrões emergentes por meio de uma abordagem indutiva, permitindo que novas categorias relevantes surjam durante a análise. A sistematização obtida serviu de base para a elaboração das discussões, interpretações e conclusões do estudo.

Para a análise dos dados, a pesquisa utilizou a Análise de Conteúdo, seguindo o modelo proposto por Bardin (2021), que permite organizar, descrever e interpretar os materiais coletados de forma sistemática. Esse método é adequado para investigar como estereótipos de gênero são reproduzidos ou contestados em mídias digitais e músicas, possibilitando identificar padrões, significados e mensagens implícitas nos conteúdos analisados. O processo de análise foi realizado em três etapas principais:

- a) Pré-análise: leitura flutuante e organização do material, com seleção dos conteúdos que atendem aos critérios de inclusão;
- b) Exploração do material: codificação de trechos significativos, identificando elementos que reforçam ou desafiam estereótipos de gênero;
- c) Tratamento dos resultados e interpretação: categorização, inferência e discussão à luz do referencial teórico, permitindo a construção de conclusões consistentes.

Para orientar a análise, foram definidas categorias analíticas iniciais, com base na revisão da literatura sobre gênero e mídias. Essas categorias representam temas centrais que ajudam a organizar os dados e a compreender como diferentes conteúdos reproduzem ou contestam padrões sociais de gênero. As categorias iniciais foram:

1. Representações de masculinidade: traços e comportamentos associados a homens, como força, agressividade e dominação.
2. Representações de feminilidade: traços e comportamentos associados a mulheres, como fragilidade, sensualização e subordinação.
3. Papeis sociais tradicionais de gênero: atribuições de funções sociais conforme o gênero, por exemplo, homem como provedor e mulher como cuidadora.

4. Estereótipos reforçados em mídias digitais: conteúdos que reproduzem expectativas culturais e sociais de gênero, especialmente ligadas à aparência, comportamento ou emoções.
5. Narrativas que desafiam estereótipos de gênero: conteúdos que apresentam representações igualitárias, críticas a padrões convencionais ou empoderamento social.

A categorização foi fundamental para este trabalho, pois permitiu sistematizar os dados de maneira clara e comparável, possibilitando identificar padrões recorrentes e diferenças entre músicas e vídeos analisados. Além das categorias pré-definidas, foi adotada uma abordagem indutiva complementar, permitindo que novas categorias emergentes fossem criadas a partir da observação direta dos conteúdos, garantindo flexibilidade e profundidade na interpretação dos resultados.

Dos resultados da pesquisa

Para a análise das músicas populares, foram examinadas as Top 50 músicas do Brasil de 2023 e 2024, considerando os rankings oficiais do Spotify e confirmação em sites especializados. A partir desse levantamento, foram selecionadas 12 músicas representativas, que evidenciam diferentes formas de reprodução ou contestação de estereótipos de gênero, garantindo diversidade de conteúdo e relevância para o estudo.

As músicas foram organizadas em um quadro, com três colunas principais: nome da música, para identificação individual (M1, M2, M3...); descrição da música, contendo uma síntese do conteúdo e da mensagem transmitida e categoria, que indica a classificação da música em uma das cinco categorias analíticas definidas previamente: representações de masculinidade, representações de feminilidade, papéis sociais tradicionais de gênero, estereótipos reforçados em mídias digitais e narrativas que desafiam estereótipos de gênero.

A distribuição das categorias foi realizada de forma a refletir a variedade de conteúdos presentes nas músicas populares, com predominância de conteúdos que reforçam normas tradicionais. Nenhuma música se encaixou na categoria “narrativas que desafiam estereótipos de gênero”, e nenhuma outra categoria analítica foi acrescentada além das cinco previamente definidas.

Quadro 1- Análise das músicas

MÚSICA	CONTEÚDO	CATEGORIA
M1	Letra que enfatiza cuidados com aparência, moda e autoestima relacionados ao	Papeis sociais tradicionais de gênero

	feminino.	
M2	Música sobre vaidade e estilo, reforçando padrões culturais de feminilidade.	Representações de feminilidade
M3	Artista celebra conquistas materiais aparentemente inerentes ao masculino.	Representações de masculinidade
M4	Letra sobre relações amorosas em redes sociais, com enfoque na sensualidade feminina.	Estereótipos reforçados em mídias digitais
M5	Música descreve divisão de tarefas domésticas entre homens e mulheres.	Papeis sociais tradicionais de gênero
M6	Letra enfatiza a expectativa de que a mulher cuide do lar e da família.	Representações de feminilidade
M7	Música sobre mulheres desempenhando papéis específicos no contexto familiar.	Papeis sociais tradicionais de gênero
M8	Letra que explora aspectos como delicadeza, cuidado, sensibilidade e conexão emocional.	Representações de feminilidade
M9	Música que enfatiza comportamento competitivo e atributos típicos do homem.	Papeis sociais tradicionais de gênero
M10	Canção que enfatiza a relevância de homens adquirirem bens materiais e ter o corpo definido.	Representações de masculinidade
M11	Música que reforça normas de gênero em tarefas e comportamentos sociais cotidianos.	Representações de feminilidade
M12	Letra sobre expectativa de que homens e mulheres sigam papéis tradicionais sociais.	Papeis sociais tradicionais de gênero

Fonte: Autores (2025).

Das músicas analisadas, 4 se enquadram em representações de feminilidade, destacando atributos ligados à aparência, sensualidade e padrões culturais associados às mulheres. 5

músicas representam papéis sociais tradicionais de gênero, abordando expectativas de comportamento feminino e masculino em contextos familiares ou sociais. Duas músicas se enquadram em representações de masculinidade, enfatizando força, competitividade e atributos tradicionalmente associados aos homens. Uma (1) música reforça estereótipos de gênero em mídias digitais, destacando normas rígidas de comportamento ou sexualização. *Nenhuma das músicas analisadas se encaixou na categoria narrativas que desafiam estereótipos de gênero, evidenciando que a contestação de normas tradicionais é praticamente inexistente nesse conjunto de produções.*

Esses resultados mostram que, embora algumas músicas apresentem elementos de valorização feminina ou masculina de forma positiva, o conteúdo predominante reforça normas e expectativas tradicionais de gênero, contribuindo para a manutenção de estereótipos. A análise evidencia a relevância de se promover reflexão crítica sobre o consumo de música popular e suas implicações sociais, reforçando a necessidade de educação midiática e conscientização sobre igualdade de gênero.

Além disso, essas constatações se alinham aos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável 5 e 10, ao evidenciar como conteúdos midiáticos influenciam a percepção social sobre gênero e a perpetuação de desigualdades, reforçando a importância de estratégias que incentivem representações mais igualitárias e inclusivas nas mídias contemporâneas.

Para a análise dos vídeos do TikTok, foram examinados 283 vídeos publicados entre junho de 2023 e junho de 2025, utilizando, para a busca dos vídeos, seis hashtags específicas: #imjustagirl, #feminina, #homemraiz, #masculinidade, #mulhervaidosa e #autocuidado. A escolha dessas hashtags foi criteriosa e fundamentada nas discussões teóricas sobre representações de gênero e construção identitária nas mídias digitais. Cada uma delas reflete recortes simbólicos relevantes para o estudo. A partir dessa análise, foram selecionados 15 vídeos representativos, que evidenciam diferentes formas de reprodução ou contestação de estereótipos de gênero, garantindo diversidade de conteúdo e relevância para o estudo.

Os vídeos foram organizados em um quadro, com três colunas principais: nome do vídeo, para identificação individual (T1, T2, T3...); descrição do vídeo, contendo uma síntese de duas linhas que resume o conteúdo e a mensagem transmitida; e categoria, que indica a classificação do vídeo em uma das cinco categorias analíticas definidas: representações de masculinidade, representações de feminilidade, papéis sociais tradicionais de gênero, estereótipos reforçados em mídias digitais e narrativas que desafiam estereótipos de gênero.

O quadro permite visualizar de forma organizada quais vídeos reforçam normas tradicionais e quais promovem reflexões críticas sobre gênero, contribuindo para uma análise

qualitativa mais sistemática do impacto das mídias digitais na construção de percepções sociais. Não foi acrescentada nenhuma outra categoria analítica além das cinco previamente definidas, garantindo a consistência da classificação.

Quadro 2- Análise dos vídeos do TikTok

VÍDEO	CONTEÚDO	CATEGORIA
T1	Mulher mostrando maquiagem com legenda “poderosa e independente”.	Representações de feminilidade
T2	Homem mostrando força física enquanto comenta sobre ser "provedor da casa".	Representações de masculinidade
T3	Mulher falando sobre sua carreira e incentivando meninas a não se limitarem.	Narrativas que desafiam estereótipos de gênero
T4	Jovem cuidando de planta e falando sobre rotina doméstica.	Papéis sociais tradicionais de gênero
T5	Mulher dançando e comentando sobre moda e estilo pessoal.	Representações de feminilidade
T6	Mulher incentivando jovens a praticar esportes e quebrar padrões de gênero.	Narrativas que desafiam estereótipos de gênero
T7	Homem falando sobre hobbies considerados "masculinos" e mostrando destreza.	Representações de masculinidade
T8	Mulher explicando importância da liderança feminina no trabalho.	Narrativas que desafiam estereótipos de gênero
T9	Comentário dizendo que mulheres devem ser “calmas”	Estereótipos reforçados em mídias digitais
T10	Homem explicando que meninos podem expressar emoções e cuidar da aparência.	Narrativas que desafiam estereótipos de gênero
T11	Homem jogando videogame e comentando sobre ser “durão”.	Representações de masculinidade
T12	Vídeo com comentários que reforçam que mulheres devem cuidar da aparência.	Estereótipos reforçados em mídias digitais

T13	Mulher desafiando normas de vestimenta e comportamento tradicionais.	Narrativas que desafiam estereótipos de gênero
T14	Vídeo com comentários incentivando comportamento "tradicional" feminino.	Estereótipos reforçados em mídias digitais
T15	Comentário de vídeo dizendo que mulheres devem sempre agradecer os outros.	Estereótipos reforçados em mídias digitais

Fonte: Autores (2025).

A análise dos 15 vídeos selecionados revelou padrões claros na forma como os estereótipos de gênero são (re)produzidos nas mídias digitais. Dos vídeos analisados, 3 se enquadram em representações de masculinidade, evidenciando comportamentos associados à força, competitividade e papéis tradicionais masculinos. Dois vídeos apresentam representações de feminilidade, destacando cuidados com a aparência, vaidade e atributos culturalmente atribuídos às mulheres. Um vídeo reforça papéis sociais tradicionais de gênero, mostrando divisão de tarefas domésticas ou atribuições de responsabilidades de acordo com normas históricas. Quatro vídeos reforçam estereótipos de gênero em mídias digitais, com comentários e mensagens que consolidam expectativas sociais rígidas. Por fim, 5 vídeos representam narrativas que desafiam estereótipos de gênero, indicando que a contestação de normas tradicionais é significativamente menor em relação à reprodução de estereótipos.

Esses dados evidenciam que, apesar da presença ocasional de conteúdos que questionam padrões de gênero, a predominância das mídias analisadas ainda está centrada na manutenção de estereótipos tradicionais. Observa-se também que vídeos com maior engajamento tendem a reforçar normas consolidadas, enquanto as contestadoras aparecem em menor número, sugerindo que a transformação cultural é ainda incipiente, mas existente.

Essas constatações reforçam a relevância do estudo para compreender o impacto das mídias digitais na construção social de gênero, contribuindo para ações de reflexão crítica e educação midiática, alinhadas aos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável 5 e 10, ao identificar como a comunicação contemporânea pode influenciar a igualdade de gênero e a redução de desigualdades sociais.

Considerações finais

Os resultados obtidos ao longo da pesquisa permitiram constatar que os objetivos propostos foram plenamente alcançados. O estudo possibilitou compreender como as mídias

digitais, em especial o TikTok, e as músicas populares brasileiras participam ativamente na (re)produção e contestação de estereótipos de gênero, influenciando percepções, comportamentos e discursos no contexto contemporâneo. A hipótese inicial, de que os conteúdos midiáticos analisados refletem e, em muitos casos, reforçam padrões tradicionais de gênero, ainda que alguns apresentem sinais de mudança, foi confirmada pelos dados. Tanto nas músicas quanto nos vídeos, identificou-se uma predominância de representações associadas a papéis convencionais de feminilidade e masculinidade, embora alguns conteúdos demonstrem potencial de transformação cultural ao desafiar normas sociais rígidas.

Essas conclusões dialogam diretamente com os ODS 5 e 10, que tratam, respectivamente, da igualdade de gênero e da redução das desigualdades. A pesquisa evidenciou que, apesar de avanços na visibilidade de pautas de empoderamento e diversidade, ainda persistem representações que reforçam hierarquias e assimetrias entre homens e mulheres, perpetuando visões limitadas sobre papéis sociais e comportamentos esperados. Nesse sentido, o estudo contribui para o debate sobre como as mídias, ao mesmo tempo em que podem reproduzir desigualdades, também constituem ferramentas de resistência e conscientização, especialmente quando utilizadas de forma crítica e reflexiva.

Em síntese, a pesquisa demonstrou que compreender as representações de gênero nas mídias é essencial para promover os princípios dos ODS 5 e 10, contribuindo para a construção de uma sociedade mais igualitária, justa e consciente de suas práticas culturais e simbólicas.

Referências

- BARDIN, L. **Análise de Conteúdo**. São Paulo: Edições 70, 2021.
- CONNELL, R.; PEARSE, R. **Gênero: uma perspectiva global**. São Paulo: nVersos, 2015.
- D'AMORIM, M.A. **Estereótipos de gênero e atitudes acerca da sexualidade em estudos sobre jovens brasileiros**. *Temas psicol.* [online]. 1997, vol. 5, n. 3, p. 121-134. Disponível em: https://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1413-389X1997000300010. Acesso em: 20 dez. 2025.
- LOURO, G.L. **Gênero, sexualidade e educação: uma perspectiva pós-estruturalista**. 16 ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2014.
- LOURO, G.L.; FELIPE, J.; GOELLNER, S.V. **Corpo, gênero e sexualidade: um debate contemporâneo na educação**. 9 ed., Petrópolis, RJ: Vozes, 2013.
- NATIVIDADE, J.C; LASKOSKI, L.M; BARROS, M.C; HUTZ, C.S. **As diferenças sexuais podem fundamentar estereótipos de gênero?** *Deixem jovens de baixa escolaridade responderem. Psicologia e Saber Social*, Rio de Janeiro, v. 14, n. 1, p. 15–39, jan./dez. 2014. Disponível em: <https://www.e-publicacoes.uerj.br/index.php/psi-sabersocial/article/view/12201/9500>. Acesso em: 12 jan. 2026.

ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS NO BRASIL. **Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS)**, 2024. Disponível em: <https://brasil.un.org/pt-br/sdgs>. Acesso em: 15 jan. 2026.

SAFFIOTI, H. **Gênero, Patriarcado e Violência**. São Paulo: Expressão Popular, 2015.

SOUZA, E.F. **Corpo, gênero feminino e videogame: identidades em distorções nos sujeitos sociais**. 2019. 136 f. Dissertação (Mestrado em Letras) - Universidade Federal de Sergipe, São Cristóvão, SE, 2019. Disponível em <https://ri.ufs.br/handle/riufs/11469>. Acesso em 10 jan. 2026.

Resumo: O presente estudo, desenvolvido em uma escola pública da Educação Básica, analisou como mídias digitais e a música contemporânea influenciam estereótipos de gênero e a percepção social, alinhado aos Objetivos do Desenvolvimento Sustentável (ODS) 5 e 10. Foram estudados vídeos do TikTok (2023–2025) e músicas populares brasileiras (2023–2024), categorizados quanto à reprodução ou contestação de normas de gênero. Os resultados mostram ampla manutenção de papéis tradicionais, mas também conteúdos que estimulam reflexão crítica e questionam estereótipos. Conclui-se que os objetivos foram alcançados, mostrando que mídias digitais e música podem reforçar ou questionar estereótipos de gênero. Ao estimular reflexão crítica, o estudo contribui para a promoção da igualdade de gênero (ODS 5) e a redução das desigualdades sociais (ODS 10), evidenciando seu papel na formação de percepções sociais mais inclusivas.

Palavras-chave: Estereótipo de gênero; Representações sociais; Consumo midiático.

Abstract: This study, conducted in a public basic education school, analyzed how digital media and contemporary music influence gender stereotypes and social perception, aligned with Sustainable Development Goals (SDGs) 5 and 10. TikTok videos (2023–2025) and popular Brazilian music (2023–2024) were studied, categorized according to their reproduction or challenge of gender norms. The results show a broad maintenance of traditional roles, but also content that stimulates critical reflection and questions stereotypes. It is concluded that the objectives were achieved, showing that digital media and music can reinforce or challenge gender stereotypes. By stimulating critical reflection, the study contributes to the promotion of gender equality (SDG 5) and the reduction of social inequalities (SDG 10), highlighting its role in shaping more inclusive social perceptions.

Keywords: Gender stereotype; Social representations; Media consumption.

Recebido em: 3/2/2026.

Aceito em: 9/6/2026.