

Corpo, Narcisismo e Performances Do Gênero Masculino No Instagram¹

Lucas Wesley Kelly dos ANJOS²

Danielle Ramos BRASILIENSE³

Universidade Federal Fluminense, Niterói, RJ

RESUMO

A pesquisa “Corpo, narcisismo e performances do gênero masculino no Instagram” busca analisar o processo representacional da exposição do corpo e do estilo de vida de homens que possuem perfis influentes no Instagram e como essa performance narcísica provoca a deterioração da multiplicidade de sentidos no que diz respeito ao sujeito masculino. Entendemos que o Instagram, por meio de perfis como Léo Stronda, Lucas Tito, Felipe Gil entre outros, tornou-se uma rede social que permitiu que os corpos fitness ganhassem espaço e criassem padrões básicos de masculinidade. Fundamentada na análise do discurso, a investigação consistiu em compreender como a construção do ideal de masculinidade desfaz a liberdade individual dos homens. A filósofa feminista Judith Butler (2021) argumenta que a definição do sexo impõe limites e gera práticas regulatórias. No entanto, ela assegura que os padrões podem, e devem, ser desfeitos. Isso porque o gênero é performativo e não deve ser construído como uma identidade estável. Entende-se assim que as instruções normativas heterossexuais masculinas são inválidas diante da pluralidade que pode ser manifestada. Todavia, apesar das diferenças entre as épocas, percebe-se que um modelo hegemônico se enraizou. A masculinidade da cultura dominante, que pertence ao homem branco de classe média e heterossexual, julga e oprime outras masculinidades. E esse problema se agrava ainda mais diante da supervalorização do corpo, impulsionada pela cultura de mídia na contemporaneidade. A cultura fitness, que determina quais são os corpos “perfeitos”, potencializou sua influência diante das redes sociais, principalmente pelo Instagram. Desde 2010 com o lançamento desse *software*, diferentes homens começaram a compartilhar seu estilo de

¹ Trabalho apresentado na IJ08 – Estudos Interdisciplinares da Comunicação do XXV Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste, realizado de 26 a 28 de maio de 2022.

² Estudante de Graduação 7º. semestre do Curso de Jornalismo do IACS-UFF, email: lucaskelly@id.uff.br

³ Orientadora do trabalho. Professora do Curso de Jornalismo do IACS-UFF, email: dabrasiliense@gmail.com

vida, receitas de pratos saudáveis, fotos do corpo e vídeos de exercícios. Dessa forma, muitos internautas, que desejam ter a mesma fisicalidade, optaram por seguir esses perfis. Segundo Raquel Recuero (2014), entende-se que o ato de “seguir”, curtir ou comentar em uma postagem cria um laço associativo entre os perfis. Isso porque o indivíduo se identifica com um grupo e é influenciado a agir conforme os parâmetros daqueles que estão expondo suas ações. Para Bourdieu (1998), a moral da honra masculina impõe ao corpo uma determinada postura. Todo homem é ensinado a buscar crescer as pernas, os braços e o peito. Sua fisicalidade deve apresentar um constante aprimoramento e ser musculosa. Sendo assim, entendemos que quando os usuários percebem que os blogueiros fitness correspondem às expectativas da sociedade para o homem, eles irão submeter seus corpos e adaptar seus estilos de vida para evitar os sofrimentos ocasionados pelo descumprimento da performance de gênero. Para isso, Foucault usa a expressão “corpos dóceis”, posto que aceitam o disciplinamento. “Dócil um corpo que pode ser submetido, que pode ser utilizado, que pode ser transformado e aperfeiçoado” (FOUCAULT, 2014, p.118). Compreendemos que a autovigilância a fim de que se tenha sempre uma boa imagem, faz o indivíduo articular uma narrativa narcisista. A inquietação pela correção ou busca da perfeição de si a qualquer custo, desenvolve um foco extremamente individualista. Todo esforço desta pessoa será voltado para que seu espetáculo por trás das câmeras seja melhorado e sua aparência seja apreciada. “Narciso se apaixonaria pela sua própria imagem, perseguindo e cultivando ativamente assim o amor de si e recusando sempre de forma obstinada o amor do outro” (BIRMAN, 2019, p.18). Com o conceito de etnografia virtual, Christine Hine (2015) constata que, devido ao enorme envolvimento dos seres humanos com as redes sociais no contexto atual, é possível fazer um trabalho etnográfico no ciberespaço. Desse modo, para a pesquisa, sete perfis de blogueiros *fitness* foram analisados a fim de identificar como exposição no Instagram fortalece a masculinidade heteronormativa. Nesse sentido, para obtermos objetos empíricos de análise, selecionamos uma publicação de cada perfil e estudamos o conteúdo visual mostrado, bem como a legenda escolhida. Além disso, analisamos os comentários dos seguidores nas postagens para assimilarmos como funciona a criação do laço associativo mencionado por Recuero. Buscamos entender, a partir do que os seguidores escreveram, como eles reconhecem esses homens como ideais. Vale destacar que todos os sete perfis são verificados pelo Instagram, o que significa que a plataforma

confirmou que são contas oficiais e que são influentes em um determinado segmento. Concluímos que todas publicações dos perfis masculinos fitness analisados traziam o imperativo da beleza e da boa forma. Cada blogueiro exibe seu estilo de vida no Instagram e revela àqueles que visualizam as postagens que, caso sigam suas orientações, poderão se tornar o que eles já são: homens heterossexuais que estão em conformidade com masculinidade hegemônica, fugindo do envelhecimento e qualquer traço de feminilidade. Ao analisarmos os comentários dos seguidores nas postagens desses perfis, percebemos que os usuários reconhecem esses homens como pessoas que se tornaram o que um homem “deve ser”, e por isso, aceitam seus conselhos sobre beleza e bem-estar. Nesse sentido, compreendemos que esses blogueiros mantêm uma performance no Instagram para preservar o narcisismo, uma vez que eles se colocam como os alvos a serem alcançados pelos seguidores. Em consequência disso, corpos magros, obesos, LGBTQIAP + e outros são classificados como subalternos e devem reprimir suas individualidades, pois não serão aceitos no mundo masculino e não terão visibilidade no espaço midiático. Entendemos também que as normas regulatórias da masculinidade heteronormativa podem levar o sujeito a crise pessoal e a atos violentos contra si (CONNEL, 1995). Ademais, Berenice Bento ressalta que essas regras tradicionais do que é “ser homem” fazem a homofobia ganhar espaço, bem como a desvalorização da feminilidade, o que se desdobra na violência contra a mulher. No entender do homem, é tão baixa a posição que a mulher ocupa na sociedade, que é inútil a tentativa de definir a si próprio em relação à mulher (BENTO, 2015). Logo, analisamos que os parâmetros de masculinidade formados desde a Grécia Antiga foram fortificados pelas narrativas das redes sociais, especialmente do Instagram. Ante o exposto, faz-se necessário uma desconstrução desses padrões para que haja a valorização da subjetividade do indivíduo, bem como a aceitação da multiplicidade de sentidos de um mesmo signo, na ocasião, o sujeito homem. “Neste processo analítico de desconstrução, o masculino, como único conceito orientador e gerador de referências para o comportamento dos homens (NOLASCO, 1995), volatiliza-se” (BENTO, 2015, p.92)

PALAVRAS-CHAVE: masculinidade; gênero; Instagram; cultura fitness; narcisismo

REFERÊNCIAS

BAITELLO, N. **A era da iconofagia: reflexões sobre a imagem, comunicação, mídia e cultura.** São Paulo: Paulus, 2014.

BENTO, B. **Homem não tece a dor.** Natal, EDUFRN, 2012.

BIRMAN, J. **Genealogia do narcisismo.** São Paulo: Instituto Langage, 2019.

BOURDIEU, P. **La domination masculine.** Paris: Ed. du Seuil, 1998.

BUTLER, J. **Problemas de gênero: feminismo e subversão da identidade.** Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2021.

_____. **Corpos que pesam: sobre os limites discursivos do sexo.** In: LOURO, Guacira Lopes. *O Corpo Educado: Pedagogias da Sexualidade.* Belo Horizonte: Autêntica, 2000.

CHATZOPOULOU, E; FILIERI, R; DOGRUYOL, S. **Instagram and body image: Motivation to conform to the “Instabod” and consequences on young male wellbeing.** *The Journal of Consumer Affairs.* EUA, v.54, n°4, p. 1270-1297, set. 2020. Disponível em: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/joca.12329>. Acesso em: 21 de ago. 2021.

DEBORD, G. **A sociedade do espetáculo.** Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.

FOUCAULT, M. **Vigiar e punir: nascimento da prisão.** Rio de Janeiro: Vozes, 2014

HEINICH, N. **De la visibilité.** Paris: Éditions Gallimard, 2012.

HINE, C. **Ethnography for the internet: embedded, embodied and everyday.** Huntingdon, GBR: Bloomsbury Publishing, 2015.

LE BRETON, D. **Antropologia dos Sentidos.** Petrópolis: Editora Vozes, 2016.

NAVASCONI, P. **Vida, Adoecimento e Suicídio: racismo na produção do conhecimento sobre Jovens Negros/as LGBTTIIs.** Belo Horizonte: Letramento, 2019.

OLIVEIRA, P. **A construção social da masculinidade.** Belo Horizonte: Editora UFMG, 2004.

RECUERO, R. **Redes sociais na Internet.** Porto Alegre, Rio Grande do Sul: Editora



Sulina, 2009.

SENNETT, R. **O declínio do homem público**. São Paulo: Cia das Letras, 1999.

SILVA, A. **Imperativos da beleza: corpo feminino, cultura fitness e a nova eugenia**. Cad. Cedes, Campinas, vol. 32, n. 87, p. 211-222, mai.-ago. 2012. Disponível em: <https://www.cedes.unicamp.br/>. Acesso em: 24 de ago. de 2021.

SODRÉ, M. **Antropológica do Espelho**. Petrópolis: Vozes, 2002.

VÉRON, E. Quando ler é fazer: a enunciação no discurso da imprensa escrita. **In: ____**. **Fragmentos de um tecido**. São Leopoldo: Unisinos, 2004.

VIGARELLO, C; CORBIN, A; COURTINE, J. **História da Virilidade Vol. I**. Rio de Janeiro: Vozes, 2013.