



Corpo, narcisismo e performance do gênero masculino no Instagram

Body, narcissism and male performance on Instagram

Lucas Wesley Kelly dos Anjos¹

Danielle Brasiliense²

Resumo: Este artigo tem o intuito de analisar a influência do Instagram na construção da masculinidade heteronormativa como modelo hegemônico a ser seguido pelos sujeitos. A partir da etnografia virtual, conceito criado por Christine Hine, sete perfis de homens que propagam a cultura *fitness* no Instagram foram estudados para entender como ocorrem os processos representacionais das performances de gênero e corpo. Na pesquisa, encontramos nos perfis selecionados discursos que sustentam o ideal da masculinidade heteronormativa. A partir das reações dos usuários, foi possível identificar que esse padrão é amplamente aceito socialmente.

Palavras-chaves: masculinidade, gênero, corpo, Instagram, cultura *fitness*.

Abstract: This article aims to analyze the influence of Instagram in the construction of heteronormative masculinity as a hegemonic model to be followed by subjects. Based on virtual ethnography, a concept created by Christine Hine, seven profiles of men who propagate fitness culture on Instagram were studied to understand how the representational processes of gender and body performances occur. In the research, we found in the selected profiles discourses that support the ideal of heteronormative masculinity. From the users' reactions, it was possible to identify that this pattern is widely accepted socially.

Keywords: masculinity, gender, body, Instagram, fitness culture.

¹ Recém-graduado em Jornalismo pela Universidade Federal Fluminense (UFF). E-mail: lucaskelly@id.uff.br

² Orientadora do trabalho. Professora do Instituto de Artes e Comunicação (IACS) da Universidade Federal Fluminense (UFF). E-mail: dabrasiliense@gmail.com



Introdução

A pesquisa analisou o processo de representação do corpo e do estilo de vida de homens que possuem perfis influentes no Instagram. Os resultados mostraram que essa performance narcísica provoca a deterioração da multiplicidade de sentidos no que diz respeito ao sujeito masculino. A análise mostrou que o crescimento desses perfis no Instagram reforçou o julgamento daqueles que não se adequam aos parâmetros construídos para o homem. Assim, o corpo *fitness* recebe visibilidade por meio da exibição nas redes sociais, visto que na cultura de mídia a disseminação das ideias e a produção do “eu” como imagem acontece com frequência e intensidade. Com base na etnografia virtual (HINE, 2015), foi possível identificar que vários perfis masculinos dedicados a expor suas rotinas e corpos recebem uma expressiva quantidade de seguidores e curtidas em suas publicações. A interação dos seguidores nos comentários revela a aceitação dessa exibição.

Na Grécia Antiga (1100 a.C a 146 a.C), o termo *andrea* era uma característica associada aos homens que remetia a bravura no campo de batalha. Essa expressão apontava as qualidades que eles precisavam possuir para estarem de acordo com a masculinidade perfeita. O sujeito deveria apresentar o desejo pela dominação, principalmente sexual, e não poderia ser controlado, pois carregava o *thymos*, a energia vital. A fim de alcançar esses aspectos, era necessário que todo homem submetesse seu corpo a uma rigorosa disciplina (VIGARELLO, 2013).

Além disso, a Idade Média (século V ao século XV) fortaleceu a idealização do sujeito masculino a partir do ideal do cavaleiro. Segundo Pedro Paulo Oliveira (2004), as batalhas de cavalaria do período medieval instauraram os valores de honra, competência e a busca pelo respeito na construção do homem. Os duelos ocorriam para levar os oponentes a conquistar reputação diante de outros.

O objetivo essencial não era matar os oponentes e sim demonstrar competência e firmeza para defender ou conquistar o respeito e a honra, elementos fundamentais para a garantia de uma digna inserção social masculina, através da obtenção de algo como o “sentimento elevado valor pessoal” (OLIVEIRA, 2004, p. 25).



Diante da formação dos Estados Modernos, a partir da segunda metade do século XV, Pedro ressalta que a necessidade da criação de exércitos nacionais contribuiu para que os princípios de destemor, apresentados na sociedade medieval, passassem a integrar as qualidades do soldado que serviria seu país. O aparato militar permitiu que a ideologia masculina se vinculasse a ideologia do Estado que lutava pelo cumprimento dos três *p*: potência, poder e posse (OLIVEIRA, 2004).

Lidar com a dor e o perigo era, ao mesmo tempo, uma preparação para a guerra e um exercício e treinamento da autêntica masculinidade. No final do século XIX, o campo de batalha era considerado a arena mais importante para a modelação do corpo e do espírito do legítimo varão” (OLIVEIRA, 2004, p. 28).

Dessa forma, percebe-se que a construção sócio-histórica do gênero masculino carrega valores que persistem, apesar das disparidades entre as épocas. Ao longo dos anos, essas normas se cristalizaram em um modelo hegemônico que se enraizou na esfera da produção, arena política, práticas esportivas, no mercado de trabalho. Esse modelo é impulsionado por um discurso fundamentado na competição, na conquista do sucesso e no poder. (BENTO, 2015).

Uma definição da masculinidade permanece como o referencial de acordo com o qual outras formas de masculinidade são julgadas e avaliadas. Dentro da cultura dominante, a masculinidade que define o homem branco, de classe média, de meia-idade, heterossexual, é a masculinidade que estabelece os padrões para os outros homens pelos quais são julgados, e na maioria das vezes, considerados incompletos” (BENTO, 2015, p. 89).

Robert Connell (1995) argumenta que a narrativa convencional estrutura uma hegemonia de masculinidade, definindo a conduta e os sentimentos que são esperados dos homens. “A maior parte dos rapazes internaliza essa norma social e adota maneiras e interesses masculinos, tendo como custo, frequentemente, a repressão de seus sentimentos” (CONNELL, 1995, p. 190). A partir disso, podemos pensar nas performances de gênero heterossexuais que regulam os corpos dos homens e sua cultura masculina a partir de normas que se firmaram no decorrer do tempo num acordo social sobre a idealização da binaridade dos gêneros. O surgimento de um modelo hegemônico é fruto da materialização do sexo, a partir da divisão



binária de homem/mulher, que por meio da anatomia solidifica a matriz heterossexual (BUTLER, 2021).

A filósofa feminista Judith Butler (2021) argumenta que a definição do sexo impõe limites e gera práticas regulatórias. Para ela, a materialização serve para estabelecer leis que vão imobilizar o indivíduo. Desse modo, uma pessoa não pode ser quem projeta, mas deve se moldar para atender as expectativas para ser o homem ou a mulher que a sociedade espera. Sendo assim, um modelo, fortalecido pelas demarcações biológicas, é posto como superior. À vista disso, Navasconi (2019) certifica que instituições socioculturais, como família e políticas públicas, colocaram a heterossexualidade no centro das relações interpessoais para impor uma ditadura sobre os corpos e trazer desconforto. “Historicamente, passou-se a construir a ideia de que a heterossexualidade corresponderia ao modo ideal de felicidade amorosa e erótica, bem como o padrão de ser e estar no mundo” (NAVASCONI, 2019, p. 147).

No entanto, Butler se contrapõe a esse pensamento ao argumentar que o gênero é um “artifício flutuante” e que, desse modo, o sujeito não pode ser aprisionado a matéria porque “os corpos nunca cumprem completamente as normas pelas quais se impõe sua materialização” (BUTLER, 2019, p. 21). Quando o sujeito assume um sexo, ele é enclausurado pelo “fantasma normativo do sexo” (BUTLER, 2019, p. 22). Porém, quando uma pessoa assume um gênero, o “sexo” deve ser desconsiderado. A matéria não define o sujeito que abraça a dessubstancialização, e dessa forma, este se torna independente.

Butler argumenta que os padrões de gênero podem e devem ser desfeitos. Para isso, a performatividade do gênero precisa ser aceita no contexto social. A autora explora que cada pessoa pode ter um gênero independente de seu corpo, e isso, demonstraria sua essência. A compreensão da performance do gênero ocasiona a aceitação das múltiplas identidades, visto que o gênero aceita a fluidez do ser humano.

Entende-se assim que ideais de masculinidade são inválidos diante da pluralidade que pode ser manifestada. O gênero é performativo e por isso produz uma série de efeitos, desestabiliza o policiamento organizado pela hegemonia heterossexual. “O gênero é uma identidade tenuemente constituída no tempo, instituído num espaço externo por meio de uma repetição estilizada dos atos” (BUTLER, 2021, p. 242). O homem não deve se submeter aos parâmetros criados, pois não há uma forma correta de “ser homem”.



Apesar de reconhecermos os argumentos de Judith Butler, especialmente a afirmação de que os gêneros são discursivos e, portanto, performáticos, entendemos também que existe nos corpos uma projeção política que luta pela afirmação tanto conservadora da binaridade dos gêneros, quanto de desconstrução desta condição hegemônica. Pensando nisso, iremos abordar o esforço da manutenção das narrativas sobre masculinidades heterossexuais e suas normatividades na cultura da mídia, especialmente na exibição dos corpos que performam no Instagram.³ Mas antes de entrar direto no nosso objeto de estudo, precisamos falar sobre o papel da mídia na construção do tecido social sobre essa temática.

2. As tessituras culturais midiáticas dos corpos e as produções de si

Uma das maiores qualidades distintivas do espaço midiático é o imperativo da imagem, o que nos faz buscar uma plataforma de produção e publicação de imagens fotográficas e audiovisuais para analisar. Nossas interações cada vez mais são mediadas por meio daquilo que é publicado e pode ser visto. Nos assuntos cotidianos, destacamos constantemente uma postagem imagética sobre variados temas. Nessa perspectiva, somos, a todo instante, “devorados pelas imagens”, porque a atualidade está marcada pela “iconofogia”, segundo Norval Baitello (2014). O que vemos conquista nossa percepção e altera nosso modo de viver. “Quando acreditamos que as vemos (*as imagens*), é porque elas já nos viram há tempos, já roubaram a vida e a vontade de nossos olhos e já os programaram para acreditar estar vendo” (BAITELLO, 2014, p. 49).

À vista da proliferação massiva de imagens, Baitello diz que um fenômeno acontece: os sujeitos têm seus corpos arrebatados pela visibilidade, ou seja, pelo desejo de se expor, e assim, ter uma representação na cultura de mídia. Somos transformados em imagens, e o que importa é o que aparece, mesmo sendo apenas um fragmento da realidade. (DEBORD, 1997)

³ Criado em 2010 pelo norte-americano Kevin Systrom, o *Instagram* é uma rede social *online* de compartilhamento de fotografias. O aplicativo concede ao usuário cadastrado a oportunidade de publicar fotos ou vídeos em seu perfil. Essas publicações podem ser feitas diretamente por meio do aplicativo ou com imagens que estejam salvas no aparelho (*smartphones, tablets, notebooks*) que está sendo usado. No *Instagram*, a interação surge quando o usuário decide seguir algum perfil. A partir disso, ele pode visualizar as imagens, comentar nas publicações, compartilhar com outros usuários o que viu e até mesmo salvar os conteúdos.



Dessa forma, no campo midiático, as pessoas espetacularizam a própria intimidade. Pelo registro da imagem, sobrevém no meio social o imperativo da performance (BIRMAN, 2019). O indivíduo cria uma produção de si para ser apresentada ao seu público. Por isso, vemos que o que é expresso pelas pessoas é resultado dos “papéis” que escolhem interpretar no *theatrum mundi*⁴. Por isso, compreendemos que a autovigilância surge a fim de que se tenha sempre uma boa imagem, fazendo o indivíduo articular uma narrativa narcisista. A busca pela perfeição de si a qualquer custo, desenvolve um foco extremamente individualista. Todo esforço desta pessoa será voltado para que seu espetáculo 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).

3. O corpo fitness no Instagram

3.1. A cultura *fitness*

Originado da língua inglesa, o termo *fitness* significa a boa condição física do corpo. Mas, se selecionarmos apenas a palavra *fit*, encontramos uma outra definição: ajustar, encaixar, amoldar. Desde a década de 80, a cultura do corpo vem ganhando espaço. O “culto ao corpo” trouxe uma supervalorização com o estar em boa forma física e ter uma aparência agradável. Para Silva (2012), a cultura *fitness* traz uma nova eugenia, que exclui todos os corpos “deformados” e idealiza o corpo perfeito. Assim, aqueles que seguem a cultura *fitness* são considerados aptos, e por isso, são estampados pela mídia.

Tal qual a eugenia cultura fitness revela um fascínio sobre belos corpos e, ao elegê-los como símbolos da saúde – expressão máxima do autocontrole, da disciplina e do empenho –, posiciona a margem aqueles outros não tão belos, não tão magros e não tão jovens. Para além do radical fit, a cultura fitness guarda semelhança com a eugenia ao ordenar e classificar os corpos, ao eleger determinadas formas e execrar tantas outras (SILVA, 2012, p. 216).

O *fitness* indica que a pessoa precisa estar em constante autoaprimoramento. A obesidade deve ser enxergada como uma transgressão contra o próprio corpo, pois há um senso

⁴ A expressão *theatrum mundi* refere-se à metáfora que diz que o mundo é como um grande teatro e que os seres humanos interpretam os papéis no espaço público que escolheram para si.



de vitória quando o corpo sarado, magro e musculoso é alcançado (SILVA, 2012). Desse modo, por serem os corpos que “venceram as batalhas” contra o sedentarismo e são exemplares em atividades, estes estarão mais expostos em banners, revistas, e principalmente, ganharão mais curtidas nas redes sociais.

3.2. A urgência da visibilidade para o exercício da influência no estilo de vida fitness

No campo midiático, a exposição se torna essencial para que a visibilidade seja alcançada. Se uma personalidade deseja ser admirada e reconhecida como autoridade, ela precisa expressar suas crenças, sentimentos e ações a “plateia” que contempla o espetáculo. Segundo Heinich (2012), quando as pessoas exibem a intimidade e saem do domínio privado, elas começam a ser percebidas como celebridades. Quanto mais alguém se expõe, mais poder de influência alcança por meio do “capital da visibilidade” (HEINICH, 2012).

A partir disso, os espectadores que acompanham tais performances no ambiente midiático experimentam um processo de “impersonação”. Em diálogo com Lionel Trilling, Richard Sennett (1997) argumenta que o público é influenciado pelas características do ator e é “infectado” por suas virtudes. A plateia encontra naquele que se expressou publicamente, as virtudes ideais que ela precisa ter. Pensando desse modo, no ambiente digital, esse processo sucede igualmente. A pessoa que escolhe criar um perfil nas redes sociais pode expressar elementos de sua personalidade. Segundo Recuero (2014), ao citar Döring, nas mídias sociais, cada usuário tem a possibilidade de atualizar sua identidade e continuamente elaborar sua representação para outros usuários. “A página pessoal está sempre ‘em construção’, pode ser regularmente atualizada para refletir as últimas configurações do self”. (RECUERO, 2014, p. 26).

Sendo assim, no âmbito do ciberespaço, mesmo que por meio de telas, relações sociais são desenvolvidas pela interação entre os atores. No Instagram, quando um usuário decide seguir um perfil, ele recebe notificações sobre o que o outro está publicando. Nestas postagens, há a possibilidade de curtir, comentar sua impressão e até mesmo compartilhar com outros o que assistiu. É permitido também que ocorra a interação por meio da troca de mensagens no privado. Nesse sentido, ainda que seja no ambiente virtual, Recuero explica que laços podem ser formados em decorrência dessa interação. “O laço é a efetiva conexão entre os atores que



estão envolvidos nas interações. Ele é resultado, deste modo, das relações estabelecidas entre os agentes” (RECUERO, 2014, p. 38).

Nesse sentido, o ato de seguir um perfil no Instagram não é apenas uma função do aplicativo. É uma prática discursiva de identificação com o outro e os conteúdos que eles compartilham. Ao curtir e comentar uma postagem, o usuário interage com o perfil e forma um vínculo que pode influenciar sua própria personalidade. Seguindo o pensamento de Recuero, compreende-se que essa interação reativa dos atores nas redes sociais forma um *laço associativo*, que segundo a definição da autora, consiste em um sentimento de pertencimento que o indivíduo encontra no espaço digital. Ele se identifica com um grupo e é influenciado a agir conforme os parâmetros daqueles que ali se encontram (RECUERO, 2014). Por isso, os perfis de homens que seguem o estilo de vida fitness obtiveram sucesso porque expõem suas atividades do dia a dia. Seus seguidores aceitam seus conselhos e os reconhecem como modelos a serem seguidos.

4. Análise dos perfis

Christine Hine (2015) argumenta que, devido à crescente participação dos seres humanos nas redes sociais, é possível realizar estudos etnográficos no ciberespaço. Essa tese afirma que os conteúdos publicados nas redes sociais podem ser identificados como expressões autênticas das personalidades dos usuários. Portanto, a etnografia virtual deve ser considerada um método válido de estudo etnográfico, assim como outros métodos tradicionais de pesquisa.

Desse modo, para esta 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, estudamos o conteúdo visual mostrado e a legenda escolhida. O quadro abaixo apresenta quais foram os perfis estudados, bem como a quantidade de seguidores que possuem.

Nome	Número de seguidores	Nome do usuário
Lucas Gil	682 mil	@lucasgil.mbt



Rodrigo Lima	444 mil	@rodrigo.mbt
Jonas Sulzbach	3,3 milhões	@jonas.mbt
Léo Stronda	2,9 milhões	@leostronda
Erasmio	1,7 milhões	@erasmo
Felipe Tito	5,1 milhões	@felipetitto
Marcos Viana	140 mil seguidores	@mvianara

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. Isso significa que a plataforma confirmou que são contas oficiais e que são influentes em um determinado segmento.

Figura 1: Jonas Sulzbach carregando pedras durante o treino



Data da publicação: 26 de junho de 2021; **Curtidas:** 50,6 mil; **Comentários:** 222

Figura 2: Rodrigo Gil exhibe seu momento de treino ao ar livre



Data da publicação: 4 de março de 2020; **Curtidas:** 11,2 mil; **Comentários:** 87

Na imagem 1, Jonas Sulzbach aparece sem camisa exibindo o seu corpo enquanto carrega pedras. Ao mostrar sua fisicalidade e sugerir um tipo de exercício aos seguidores, o blogueiro deixa implícito o que pode ser feito para ter o mesmo corpo. De igual forma, na figura 2, Rodrigo Lima aparece malhando e escreve na legenda uma mensagem para que os espectadores sejam “fortes, além do físico”.

Para Elena Chatzopoulou *et al* (2020), a imagem corporal é a percepção que uma pessoa tem do seu próprio corpo, e segundo ela, aquilo que um indivíduo enxerga no corpo de outra pessoa pode afetar diretamente na percepção de si. Nesse sentido, os autores explicam que quando os homens veem constantemente os corpos que atendem as exigências da cultura fitness no Instagram, essa pressão estética pode desencadear na baixa autoestima e até mesmo na dismorfia corporal.⁵

Segundo 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. Por isso, quando

⁵ Transtorno psicológico em que existe uma preocupação excessiva pelo corpo levando a pessoa a ter obsessão por qualquer defeito na aparência. Essa patologia pode fazer com que o indivíduo pratique exercícios intensamente ou se submeta a procedimentos estéticos para obter melhorias corporais.



os usuários percebem que os blogueiros fitness correspondem às expectativas da sociedade para o homem (como na fotografia de Jonas Sulzbach e Rodrigo Lima), eles irão submeter seu corpo e adaptar seu estilo de vida para evitar os sofrimentos ocasionados pelo descumprimento da performance de gênero.

A partir dos comentários da publicação, compreendemos que os seguidores de Jonas e Rodrigo acreditam que eles são o que um homem deve ser. “O homem é um Luxo!”; “Quando eu crescer, quero ser que nem você”; “Homem Alfa”; “Tem como não gostar dele, gente?”; foram algumas palavras publicadas pelos usuários nas postagens. Percebe-se, portanto, que esse desempenho no Instagram possibilita que eles sejam identificados como aqueles que atingiram a perfeição, e por isso, podem exercer influência e os conselhos sobre beleza e bem-estar, são aceitos, fortalecendo a heteronormatividade.

Figura 3: Lucas Gil publica uma foto com várias frutas e orienta seus seguidores a ter outros hábitos alimentares



Data da publicação: 26 de abril de 2021; **Curtidas:** 763; **Comentários:** 29

Figura 4: Erasmo mostra sua alimentação para os seguidores e recomenda produtos



Data da publicação: 31 de maio de 2021; **Curtidas:** 13 mil; **Comentários:** 253

Na figura 3, Lucas Gil compartilha um texto sobre sua rotina alimentar e também os produtos que geralmente compra no mercado. Ele orienta aqueles que o acompanham a se esforçarem para repensarem os alimentos que estão comendo e começarem a ter novos hábitos a fim de alcançarem mais qualidade de vida. Da mesma forma, Erasmo Viana, na imagem 4, mostra aos internautas o que irá comer no dia da publicação e recomenda produtos para que outros tenham a mesma alimentação.

Nesse contexto, uma semelhança identificada entre os perfis analisados consiste na divulgação de hábitos considerados fitness com foco na melhoria da estética corporal. Por isso, é possível compreender que os homens responsáveis por esses conteúdos não apenas expõem o que é considerado o “corpo perfeito”, mas também o que seus seguidores devem fazer para ter a mesma corporeidade. Essa espetacularização constante do estilo de vida saudável carrega uma estratégia enunciativa de apresentar os meios para se ajustar a masculinidade heteronormativa outorgada pela sociedade patriarcal. Os blogueiros tomam a posição de conselheiros e *experts* no segmento fitness e são ouvidos pelos homens que não só reagem com comentários elogiosos, mas com mudanças drásticas no comportamento.

Figura 3: Marcos Viana publica duas fotografias para mostrar seu crescimento corporal



Data da publicação: 7 de fevereiro de 2021; **Curtidas:** 3.485; **Comentários:** 198

Na fotografia selecionada, Marcos Viana faz uma comparação entre o estado do corpo no presente e no passado. Para a legenda, ele escreveu um texto em que declara ter enfrentado um processo de dores para conseguir ter o corpo que sonhava. “*O Fitness salvou minha vida, me deu coragem de parar de me esconder. Me deu confiança para eu ter o direito que sempre tive, mas nunca me permiti: o de viver sem medo!*”.

A cultura fitness é baseada na ideia de que o sofrimento é necessário para alcançar a forma física ideal. Os indivíduos que seguem este estilo de vida acreditam que precisam estar dispostos a suportar a dor para moldar seus corpos. Isso é evidente no relato de Marcos, que antes tinha vergonha de mostrar seu corpo porque não se encaixava nos padrões de masculinidade. Só depois de atingir o corpo fitness que ele se sentiu confortável para se expor. A exibição dependia da fisicalidade sarada para que pudesse ser bem recebido pelos seguidores.

Nos comentários desta postagem, internautas interagiram e afirmaram que queriam se tornar o que Marcos se tornou. “Um dia chegarei nesse nível”; “Nossa, eu também posso! Inspiração”; foram algumas respostas na fotografia. Assim, conseguimos compreender que diversos homens que acompanham Marcos Vianna se identificam com o corpo dele no passado,



ou seja, ainda não estão no padrão e são "devorados" por esses retratos. E por consequência, desenvolvem uma baixa autoestima pela pressão estética masculina (CHATZOPOULO, 2020).

Figura 4: Felipe Tito publica vídeo dizendo que está vigiando seus seguidores



Data da publicação: 30 de fevereiro de 2020; **Visualizações:** 226 mil; **Comentários:** 780

No vídeo escolhido, Felipe Tito está segurando em uma barra com as duas mãos e manda um recado para seus seguidores olhando para a tela. Durante a mensagem, ele decide usar apenas um braço para dificultar o exercício. Já na legenda, Felipe escreve “stay focused” (“esteja focado”, em tradução livre). O modelo fitness se coloca em uma posição superior aos seguidores por estar em boa forma e se apresenta como um “vigia”. “*Gente, é o seguinte: Estou passando aqui para lembrar vocês de comerem direito, se hidratar, manter uma rotina saudável de treino e manter o foco, certo? Estou de olho em vocês*”.

As reações dos usuários nos comentários demonstram que estes permitem ser “vigiados” pelo blogueiro e que seu recado traz efeitos na imagem corporal que possuem. Uma usuária identificada como Natielli comentou, que “sua vida fitness foi por água abaixo”. Ou seja, ao ouvir o recado e ver o que Felipe Tito estava fazendo, ela se sente decepcionada consigo mesma. Outras reações na postagem mostram como os usuários se percebem ao assistir o blogueiro. “A gente vem ver um vídeo do Felipe Titto, achando que é só ele fazendo exercício, mas no final



o que ele faz é dar uma grande lição de moral. Me sentindo envergonhada agora”. Conclui-se, portanto, que a fala e a ação de Felipe Tito no vídeo comporta uma estratégia enunciativa que favorece a afirmação da performance masculina heteronormativa.

Figura 6: Léo Stronda publica foto do corpo e questiona os seguidores na legenda



Data da publicação: 29 de abril de 2021; **Curtidas:** 47, 9 mil; **Comentários:** 820

Nas redes sociais, Léo Stronda se autointitula como “monstro”, aquele que tem uma musculatura hipertrofiada e que vive em uma disciplina rigorosa para se manter “gigante”. Na foto escolhida, o modelo escreveu na legenda: “Quanto tempo você acha que precisa para ficar assim? #jornadamonstro”. Ao observarmos a imagem, percebemos que Léo Stronda se coloca como o alvo que seus seguidores precisam alcançar.

Ao se colocar como o “prêmio” que os seguidores alcançarão se obedecerem às práticas fitness, esses perfis exprimem traços narcísicos. Eles não querem apenas serem vistos pelas pessoas, mas sim que os seguidores se transformem em espelhos que refletem as características que apresentaram nas publicações.

O narcisista depende dos outros para validar sua autoestima. Ele não pode viver sem público admirativo. Sua aparente liberdade de laços familiares e de pressões institucionais não o liberta para ficar sozinho em glorificar-se de sua individualidade (LASCH *apud* SODRÉ, 2002, p. 68).



Por isso, para não deixarem de receber admiração e exacerbarem masculinidade, esses homens se submetem a qualquer tipo de atividade, não importa quão árdua seja porque o objetivo é permanecer esbelto e ter o “corpo monstruoso” que os seguidores desejam.

Em sua conta no Instagram, frequentemente, Léo Stronda ofende seus seguidores com as expressões: “frango” ou “vacilões”. O blogueiro se autoafirma como um homem que tem o verdadeiro caráter masculino. Por isso, ele se reconhece como autoridade ao ponto de criticar e desvalorizar os corpos que não são semelhantes ao dele.

A eugenia construiu, ainda, um totalitarismo corporal, na medida em que elegeu o corpo belo como única representação humana saudável e desejável. A beleza eugênica configura se, para mim, uma beleza totalitária, discriminatória e preconceituosa e, com isso, desumaniza todos os outros corpos” (SILVA, 2012, p. 219).

Conclusão

Testemunhos de superação, mensagens motivacionais, fotos do corpo, receitas saudáveis e vídeos dos treinos. Todas essas publicações dos perfis masculinos fitness trazem 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. 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, LGBTQIA+ 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.

Logo, entendemos 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).

REFERÊNCIAS

- BAITELLO, N. **A era da iconofagia: reflexões sobre a imagem, comunicação, mídia e cultura**. São Paulo: Paulus, 2014.
- BENTO, B. **O Homem não tece a dor**. Natal: EDUFRN, 2012.
- BIRMAN, Joel. **Genealogia do narcisismo**. São Paulo: Instituto Langage, 2019.
- BOURDIEU, P. **La domination masculine**. Paris: Ed. du Seuil, 1998.
- BUTLER, J. **Corpos que pesam: sobre os limites discursivos do sexo**. In: LOURO, Guacira Lopes. **O Corpo Educado: Pedagogias da Sexualidade**. Belo Horizonte: Autêntica, 2000.
- BUTLER, J. **Problemas de gênero: feminismo e subversão da identidade**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2021.
- CHATZOPOULOU, E. *et al.* Instagram and body image: Motivation to conform to the “Instabody” and consequences on young male wellbeing. **The Journal of Consumer Affairs**, v. 54, n. 4, p. 1270-1297, set. 2020. Disponível em: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/joca.12329>. Acesso em: 21 ago. 2021.
- DEBORD, G. **A sociedade do espetáculo**. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.
- HEINICH, N. **De la visibilité**. Paris: Éditions Gallimard, 2012.
- HINE, C. **Ethnography for the internet: embedded, embodied and everyday**. Huntingdon, GBR: Bloomsbury Publishing, 2015.
- NAVASCONI, P. **Vida, Adoecimento e Suicídio: racismo na produção do conhecimento sobre Jovens Negros/as LGBTTI**s. Belo Horizonte: Letramento, 2019.
- OLIVEIRA, P. **A construção social da masculinidade**. Belo Horizonte: Editora UFMG; Rio de Janeiro: IUPERJ, 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, v. 32, n. 87, p. 211-222, maio/ago. 2012.
- SODRÉ, M. **Antropológica do Espelho**. Petrópolis: Vozes, 2002.
- VÉRON, E. **Fragmentos de um tecido**. São Leopoldo: Unisinos, 2004.
- VIGARELLO, C; CORBIN, A; COURTINE, J. **História da Virilidade**. Vol. I. Rio de Janeiro: Vozes, 2013.