

PAPÉIS DE GÊNERO NA ERA DIGITAL: UMA ANÁLISE COMPARATIVA DOS PRINCIPAIS INFLUENCIADORES BRASILEIROS NO INSTAGRAM

Eduarda Specia de Arruda, Aluna do 4^o período de Comunicação Digital na FAE Centro Universitário. Giulya Castex dos Santos, Aluna do 4^o período de Publicidade e Propaganda na FAE Centro Universitário. Julia Luiza dos Santos Pizzato Girardi, Aluna do 4^o período de Comunicação Digital na FAE Centro Universitário. Bruna Dancini Godk Mazacotte, Orientadora da pesquisa, Mestre em Estudos Literários pela Universidade Federal do Paraná. Professora do curso de Comunicação Digital na FAE Centro Universitário.

Contatos: dudarrudaa@gmail.com

giulyacs@gmail.com

brunadancini@gmail.com

RESUMO

As mídias sociais se tornaram espaços centrais para a construção, circulação, reafirmação e inclusive contestação de identidades e papéis socialmente definidos, entre eles, as representações de gênero. Dessa forma, este artigo busca compreender a construção da imagem de masculinidade promovida pelos vinte influenciadores digitais homens mais seguidos no Instagram brasileiro. Para isso, inicialmente são apresentados conceitos teóricos sobre papéis de gênero, com base nas contribuições de Bourdieu (2002), Connell e Pearse (2015), Butler (2003) e Oliveira (2004). Também se discute o papel da mídia na criação e circulação de representações sociais. Em seguida, foram monitorados os conteúdos produzidos por esses influenciadores durante um período de 30 dias. A partir do levantamento de 2.575 postagens, estabeleceram-se categorias de análise agrupadas em macrotemas como Lifestyle, Publicidade, Vida Social e Ideologia, entre outros. A análise revela que, embora haja indícios de mudança nas representações de masculinidade — com maior presença de conteúdos relacionados ao autocuidado, à paternidade e à expressão emocional — ainda predominam postagens que reforçam ideais tradicionalmente associados ao masculino, como esportes, posicionamentos ideológicos e o uso do humor como ferramenta de autoridade discursiva. Este estudo, em diálogo com estudo produzido anteriormente acerca do conteúdo produzido pelas principais influenciadoras mulheres no Instagram, contribui para a compreensão das representações de masculinidade promovidas por influenciadores digitais brasileiros e aponta tensões entre discursos tradicionais e emergentes sobre o ser homem nas mídias sociais.

Palavras-chave: Influenciadores. Papel de Gênero. Mídia. Comunicação Digital.