

Entre hashtags e afetos: mapeamento de perfis paternos e suas narrativas digitais ¹

Lucas Gomes Thimoteo²

Níncia Cecília Ribas Borges Teixeira³

Universidade Estadual do Centro-Oeste, Unicentro, Guarapuava, PR

RESUMO

São muitos os perfis no Instagram que abordam a paternidade ativa. Utilizando etnografia digital e análise de redes sociais, fundamentadas nos estudos de gênero e em teorias sobre a masculinidades, como as de Connell (1995) e Nolasco (2001), buscou-se um recorte de influenciadores que tratem de temas como masculinidade e gênero. Observou-se que, apesar da frequência elevada de postagens, poucos discutem criticamente tais assuntos, indicando um avanço ainda tímido na desconstrução do modelo masculino tradicional. Por outro lado, uma análise pontual de um post sobre masculinidade demonstra que novos passos são dados na direção contrária.

PALAVRAS-CHAVE: Paternidade ativa; masculinidade; redes sociais; etnografia digital; instagram.

INTRODUÇÃO

Historicamente, as decisões relacionadas à alimentação, vestuário e brincadeiras das crianças, bem como práticas específicas da maternidade, como gestação, lactação e cuidados cotidianos, posicionaram predominantemente as mães como protagonistas. Essa centralidade feminina também foi reforçada por culturas comunicacionais direcionadas especificamente ao público materno. Em contraste, a reprodução da figura masculina tradicionalmente foi associada, sobretudo, ao sucesso profissional e social, limitando a representação dos homens no âmbito privado e doméstico. Na publicidade, por exemplo, “o homem quando surge está geralmente relacionado com o êxito profissional e o sucesso na vida pública” (Januário, 2014, p. 9).

Além disso, a cultura ocidental raramente deu destaque a narrativas de homens sobre suas experiências com a paternidade ativa e cuidadora, resultando em uma escassez significativa de referências sobre o significado social e pessoal do pai que assume o papel central nos cuidados familiares. Recentemente, no entanto, verifica-se um movimento de

¹ Trabalho apresentado no Grupo de Trabalho Narrativas contra-hegemônicas associadas às materialidades digitais, evento integrante da programação do 25º Congresso de Ciências da Comunicação da Região Nordeste, realizado de 26 a 28 de junho de 2025.

² Graduado em Publicidade e Propaganda, Doutorando do Programa de Pós-Graduação em Letras da Unicentro, email: lucas@unicentro.br.

³ Professora do curso de Letras e do Programa de Pós-Graduação em Letras da Unicentro, email: nincia@unicentro.br

redefinição dos papéis parentais, em que os homens têm se mostrado mais ativos e envolvidos na criação dos filhos, desafiando o modelo histórico que atribui exclusivamente às mulheres as funções de cuidado familiar.

O trabalho investiga perfis no Instagram que divulgam rotinas e ações de pais que assumem os cuidados com os filhos, promovendo a figura do pai cuidador. Busca-se identificar se esses influenciadores, além de atuarem como pais ativos, abordam em suas publicações temas como masculinidade, gênero, machismo, equidade e paternidade ativa, rompendo com o modelo tradicional do pai apenas provedor.

METODOLOGIA

Entre as diferentes abordagens metodológicas aplicáveis a ambientes digitais, particularmente aqueles mediados por comunicação via computador ou *smartphone*, a etnografia digital destaca-se como especialmente pertinente e eficaz. Essa relevância decorre, em grande medida, de sua capacidade de reorganizar e atribuir sentido coerente a informações fragmentárias e dispersas, transformando indícios soltos em *insights* interpretativos sólidos. Como observa Magnani, “em algum momento, os fragmentos podem arranjar-se num todo que oferece a pista para um novo entendimento” (2002, p.17), assim, a abordagem etnográfica permite que elementos inicialmente isolados se articulem em um todo coerente, oferecendo novas possibilidades interpretativas e ampliando o entendimento dos fenômenos sociais observados.

Com o advento e popularização da internet, a aplicação da etnografia encontrou terreno fértil nas comunidades virtuais. Essa adequação metodológica decorre da própria natureza dessas comunidades, frequentemente formadas por grupos sociais originalmente constituídos no contexto offline que, posteriormente, migram para o ambiente digital, mantendo ou mesmo expandindo suas interações sociais online. Fragoso, Recuero e Amaral (2011) destacam essa característica como uma razão crucial para o emprego da etnografia, já que essa abordagem consegue captar as dinâmicas complexas de migração e coexistência entre espaços online e offline.

Entretanto, as autoras também sinalizam a existência de pesquisas que adotam uma perspectiva etnográfica mais limitada, definidas como estudos de inspiração etnográfica. Tais estudos “se utilizam de partes dos procedimentos etnográficos de pesquisa, mas não chegam a ir a campo, porém, podem incorporar protocolos

metodológicos e práticas de narrativa como histórias de vida, biografias ou documentos para compor a análise de dados” (Fragoso; Recuero; Amaral, 2011, p.168). Esse tipo de abordagem permite explorar contextos digitais quando o acesso físico ou a imersão prolongada em campo não são viáveis ou necessários.

Como complemento essencial à etnografia digital, a Análise de Redes Sociais (ARS) emerge como metodologia adicional altamente efetiva para ampliar e aprofundar os resultados da pesquisa. “A ARS parte da determinação de uma rede social a partir do objeto do pesquisador. Portanto, nessa abordagem é preciso selecionar o objeto e a forma de coleta de dados” (Fragoso; Recuero; Amaral, 2011, p.118).

A coleta empírica baseou-se na observação de publicações fixas no Instagram, incluindo textos, imagens e vídeos. Foram utilizados os termos “paternidade”, “pai / papai” e “masculinidade” na busca, com critérios de seleção que exigiam mais de 50 mil seguidores e mil publicações no feed. Essa estratégia visa identificar influenciadores com grande alcance e atuação contínua sobre os temas relacionados à paternidade e masculinidade.

RESULTADOS PRELIMINARES

A partir dos critérios definidos, seis perfis do Instagram foram selecionados para análise: @pai_mala, @otadeufanca, @emersonperes, @pai_xao, @thiagoqueiroz e @papaiemdobro. Todos apresentam conteúdos relacionados à paternidade e à relação com os filhos. Já os perfis encontrados com o termo “masculinidade”, embora relevantes em número, reproduzem discursos conservadores e hegemônicos, destoando da proposta crítica deste estudo.

Com a definição desta etapa da pesquisa, passou-se a execução da seleção das publicações relevantes para atender ao objetivo do trabalho. Até a data da realização da busca na rede social, um total de 12752 publicações foram numeradas nas seis contas do Instagram. A leitura dessa totalidade é inviável e optou-se por catalogar e categorizar digitalmente todos eles.

Por meio de *scripts* criados para esse fim e com o uso de extensões/plugins de navegadores web, foi possível fazer o *download* de todas as imagens e vídeos dos perfis selecionados. Além disso, o mais importante para a viabilização da pesquisa foi a criação de um banco de dados com todas as legendas vinculadas a cada um dos arquivos baixados.

Com essas planilhas, foi possível identificar, quantitativamente, o número de vezes em que determinadas palavras tinham menção nas legendas publicadas pelos influenciadores pré-selecionados.

Para o presente trabalho, os termos selecionados para analisar o que esses pais *influencers* abordam em suas mensagens foram “paternidade ativa”, “masculinidade” e “gênero”. O resultado obtido para essas palavras, dentre as mais de 12 mil publicações foi tabulado como demonstrado a seguir:

Tabela 1: Frequência de termos presentes em perfis de pais influenciadores

PERFIL	GÊNERO	MASCULINIDADE	PATERNIDADE ATIVA
@emersonperes	0	0	64
@otadeuf Franca	51	41	5
@pai_mala	3	13	291
@pai_xao	0	0	234
@papaiemdobro	44	67	52
@thiagoqueiroz	31	42	236
TOTAL	129	163	882

Fonte: Elaborado pelo autor

Percebe-se que alguns perfis, como @pai_xao, apesar de abordar a paternidade quase que integralmente em suas imagens, vídeos e mensagens, não faz menção alguma sobre masculinidade ou gênero.

ANÁLISE E CONCLUSÃO

Como um pequeno exemplo de análise dessas publicações, foi escolhida a última publicação de Thiago Queiroz, sobre masculinidade do universo recortado, com data de 31 de outubro de 2024.

É importante que a gente lembre que a gente não só muda a forma como os nossos filhos vão viver o mundo, vão enxergar o mundo, vão agir no mundo se a gente não mudar também a forma como nós somos modelos. E agora eu falo em perspectiva de pai. Você aí que é pai e tá vendo isso daqui. Você precisa ser um modelo de masculinidade saudável para o seu filho ou para aquela criança que você está educando ou cuidando de uma forma geral.

A gente educa as crianças através do modelo, e são essas figuras de referência principais dos meninos. Se isso daí for uma figura de referência torta, tóxica, violenta, não tem jeito, ele vai introjetar isso dentro dele como valor, como algo que um homem deve fazer para se portar e para se reconhecer enquanto homem. Então assim, a gente precisa mudar também.

Todo esse movimento, de mudar a forma como os nossos meninos são criados partem de dentro também, de dentro para fora, porque não tem como eu não mudar isso aqui, as minhas percepções sobre masculinidade e achar que eu vou conseguir dar um espaço seguro para ele exercer uma masculinidade que seja, às vezes, tão diferente daquela que eu aprendi que eu deveria ser.
E assim, te garanto, está sendo bem diferente do que foi comigo lá atrás. (Queiroz, 2024)⁴

No vídeo, o influenciador evidencia um movimento contemporâneo de redefinição da masculinidade a partir da paternidade. Ao enfatizar a importância de ser um “modelo de masculinidade saudável”, Queiroz reconhece implicitamente a existência histórica de modelos hegemônicos caracterizados por violência, autoritarismo e rigidez emocional, aspectos estes criticados por Connell (1995) e Nolasco (2001) na construção tradicional do masculino.

Thiago Queiroz situa-se em um discurso que desafia o essencialismo binário que, tradicionalmente, define masculinidade em oposição à feminilidade, indicando uma transformação em curso nas práticas sociais e familiares. Esse reposicionamento vai ao encontro do pensamento de Silva (2000), em que o masculino contemporâneo incorpora comportamentos antes considerados femininos, como a expressão da sensibilidade e da fragilidade emocional.

Ao afirmar que é preciso mudar “de dentro para fora”, Queiroz reforça a ideia de masculinidades plurais, proposta por Connell, que entende o gênero como uma configuração mutável, construída social e historicamente. Segundo a autora, “se quisermos que essa mudança se torne consciente e aberta ao controle democrático, então precisamos saber como o gênero é moldado e como ele pode ser re-moldado” (Connell, 1995, p. 189). A referência à necessidade de oferecer um “espaço seguro” para seus filhos explorarem masculinidades distintas daquelas aprendidas na geração anterior sugere o reconhecimento das masculinidades subordinadas, frequentemente reprimidas por um modelo patriarcal e violento.

Queiroz parece consciente dos privilégios historicamente associados à masculinidade hegemônica e do papel crucial dos homens na transformação dessas práticas, alinhando-se à perspectiva crítica de Welzer-Lang (2001), para quem a

⁴ Disponível em <https://www.instagram.com/p/DBym8O9uwPI/>

dominação masculina atribui privilégios simbólicos e materiais aos homens em detrimento das mulheres e de outros homens não-hegemônicos.

Conclui-se com a reflexão exposta no vídeo uma percepção crítica e autocrítica, reconhecendo que o exercício da masculinidade como prática social demanda constante questionamento e revisão dos próprios valores internalizados. Ao destacar que sua paternidade é “bem diferente do que foi comigo lá atrás”, Queiroz exemplifica a construção de uma masculinidade que rompe com o legado tóxico e busca afirmar-se pela empatia, responsabilidade e abertura emocional.

REFERÊNCIAS

JANUÁRIO, S. Homens em revista: gênero, cultura e imagem nas representações masculinas na publicidade. In: **Anais do XXXVII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**, Foz do Iguaçu, Intercom 2014, Set. de 2014. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2014/resumos/r9-1617-1.pdf>. Acesso em: 11 abr. 25.

CONNEL, R. W. Políticas da masculinidade. **Educação & Realidade**, v. 20, n. 2, 2017. Disponível em: <https://seer.ufrgs.br/index.php/educacaoerealidade/article/view/71725>. Acesso em: 16 abr. 2025.

FRAGOSO, S; RECUERO, R; AMARAL A. **Métodos de pesquisa para internet**. Porto Alegre: Sulina, 2011.

MAGNANI, J. De perto e de dentro: notas para uma etnografia urbana. **Revista Brasileira de Ciências Sociais**, v. 17, n. 49, p. 11–29, jun. 2002.

NOLASCO, S. **O apagão da masculinidade?** Rio de Janeiro: trabalho e sociedade, ano 1, n. 2, dez. 2001. Disponível em: <http://www.mpce.mp.br/wp-content/uploads/2018/03/O-Apagao-da-Masculinidade-S%C3%B3crates-Nolasco.pdf>. Acesso em: 13 abr. 2025.

QUEIROZ, T. [Sem título]. 31 out 2024. Instagram: @thiagoqueiroz. Disponível em: <https://www.instagram.com/p/DBym8O9uwPI/>. Acesso em: 12 abr 2025.

SILVA, S. Masculinidade na história: a construção cultural da diferença entre os sexos. **Psicologia: ciência e profissão**, Brasília, v. 20, n. 3, p. 8-15, set. 2000. Disponível em: http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1414-98932000000300003&lng=pt&nrm=iso. Acesso em: 13 abr. 2025.

WELZER-LANG, D. A construção do masculino: dominação das mulheres e homofobia. **Revista Estudos Feministas**, v. 9, n. 2, p. 460, 2001. Disponível em: <https://periodicos.ufsc.br/index.php/ref/article/view/S0104-026X2001000200008>. Acesso em: 15 abr. 2025.