

Um perfil no Twitter chamado Azusagakuyuki tinha seus milhares de seguidores no Japão. Era de uma menina jovem e bonita, de aparentemente uns 20 anos no máximo, que mostrava fotos de uma rotina de cuidados com sua motocicleta e de suas viagens a bordo do veículo pelo país. Entretanto alguns seguidores começaram a observar estranhezas em algumas dessas fotos, como um braço peludo aqui, um reflexo no espelho que não se assemelhava ao rosto da menina ali.

Até que um programa da TV japonesa revelou a farsa. O perfil Azusagakuyuki na verdade pertencia a um homem de 50 anos chamado Zonggu, que admitiu usar aplicativos de edição de fotos para criar o alter ego de uma bela jovem. A explicação dele era simples: queria aumentar sua popularidade nas redes sociais e constatou que as pessoas preferem ver uma “bela mulher mais jovem” do que um homem mais velho. “Ninguém quer ver o que um homem normal de meia-idade, que cuida de sua motocicleta e tira fotos, posta em sua conta”, disse Zonggu [1].

O tiozão motociclista afirmou ter ficado surpreso com os resultados da edição em aplicativos que o tornou uma jovem mulher em seus posts. “Primeiro experimentei, e logo ficou bem legal. Agora eu consigo até 1.000 curtidas, enquanto antes costumava ter menos de 10” em cada foto, ele contou. Não estamos falando de uma diferença pequena e irrelevante em termos de engajamento e audiência. De menos de 10 curtidas para 1.000 curtidas há um fosso abissal escalado.

Capitalismo estético de plataforma

À primeira vista pode não chamar a atenção, mas há alguma relação entre o caso do influenciador japonês e a morte do fisioculturista brasileiro Gabriel Ganley e essa relação pode ser pensada dentro do conceito de capitalismo estético de plataforma. Não se trata ainda de um conceito consolidado e amplamente popularizado. Quando falamos sobre capitalismo estético de plataforma, estamos na convergência de algumas linhas de pesquisa de outros conceitos semelhantes, como capitalismo de vigilância ou capitalismo de plataforma.

Em linhas gerais, capitalismo estético de plataforma é a ideia de que plataformas digitais (como redes sociais, aplicativos e marketplaces) transformam a aparência, a imagem e a apresentação de si em recursos econômicos. As plataformas incentivam as pessoas a produzir imagens atraentes de si mesmas. Mas esse incentivo não fica restrito ao corpo e à

corporeidade. Ele se aplica a estilos de vida, casas, viagens etc. A visibilidade e a atenção viram uma forma de valor econômico. A estética deixa de ser apenas uma questão de gosto e passa a influenciar oportunidades de trabalho, consumo, status e renda.

Talvez você tenha notado que muito desse estado de coisas não é exatamente uma novidade. E de fato não é. Mas assim como um recente artigo da colunista Natalia Beauty, publicado na Folha de São Paulo, ao abordar a contratação pela Globo da influencer Virgínia Fonseca para comentar a Copa, nos lembra que as redes sociais desnudaram um mundo em que atenção e audiência se sobrepõem a certificado e experiência [2], podemos dizer que as redes sociais e mídias/tecnologias digitais em geral aceleraram e hipertrofiaram um tipo de estetização da vida. Algoritmos tendem a recompensar conteúdos visualmente mais atraentes, ampliando essa lógica.

Comparativamente, enquanto no capitalismo industrial o valor vinha principalmente da produção de bens, no capitalismo estético de plataforma, parte crescente do valor vem da capacidade de gerar atenção por meio de imagens, narrativas e performances pessoais dentro das plataformas. O capitalismo estético de plataforma é um sistema em que a aparência e a capacidade de atrair atenção nas plataformas digitais se tornam ativos econômicos.

Alguns autores importantes para a compreensão do conceito e de seu contexto são Shoshana Zuboff, Eva Illouz e Gilles Lipovetsky. Este último, em sua obra “A estetização do mundo: viver na era do capitalismo artista” [3], juntamente com Jean Serroy, argumenta que o capitalismo contemporâneo passou a incorporar a estética em praticamente todos os setores da vida econômica: produtos, marcas, arquitetura, consumo, entretenimento, comunicação e experiências. A beleza, o design, a sedução visual e a experiência sensorial tornam-se elementos centrais da geração de valor. E um dos principais desses elementos geradores de valor é a aparência física, o corpo.

Quem foi Gabriel Ganley?

Gabriel Ganley morreu no último dia 23 de maio, aos 22 anos. Um laudo provisório do IML apontou que ele teve uma morte súbita provocada por um problema cardíaco. Com 1,5 milhão de seguidores no Instagram, o fisiculturista fazia sucesso mostrando seu cotidiano fitness nas redes sociais, como rotina de treinos, competições e participações em eventos. Inicialmente, Ganley ficou conhecido como “Bebezinho Natural”, por ser bem jovem, cara de

menino e por defender uma rotina de treinos sem hormônios. Ou seja, até então ele não usava anabolizantes.

Mas em 2025 Ganley dá um novo rumo a sua carreira, passa a usar hormônios e assume isso publicamente. Em um vídeo junto com Léo Stronda, fisiculturista e influenciador que divulga o uso de anabolizantes, Ganley recebe uma injeção aplicada por Stronda. Era uma espécie de batismo ou rito de passagem. Ali ficava claro que ser natural não era mais o suficiente. A performance estava exigindo aditivos.

Dias após a morte de Gabriel Ganley, o Fantástico exibiu uma matéria ouvindo algumas pessoas do círculo social do fisiculturista [4]. Embora a ênfase da reportagem, assim como tantas outras sobre o caso, tenha sido alertar sobre os riscos do uso indiscriminado de anabolizantes no mundo do fisiculturismo, os depoimentos apresentados apontam para as redes sociais e a disputa acirrada dos influenciadores dentro da economia da atenção. Um dos amigos de Ganley disse que alguns influenciadores fitness “têm que fazer algo que normalmente não fariam para alcançar o que querem. Porque no final, tudo se resume à audiência”. A ex-namorada do rapaz afirmou que “ele tinha o sonho de trabalhar com internet e de ser um grande atleta”. E um ex-treinador de Ganley chamou a atenção para o peso e responsabilidade da audiência: “quantas pessoas deram like nisso? Quantas pessoas endossaram isso? Essa é a resposta para o resultado que aconteceu”. A própria reportagem trata Ganley como um “fenômeno dos músculos e das redes sociais”.

Obviamente a banalização do uso de anabolizantes é um problema. A venda legal de testosterona – um dos hormônios mais usados como anabolizante – bateu recorde em 2025. Nos últimos sete anos, teve um aumento de mais de 700% [5]. Mas o uso saiu dos bastidores e passou a ser defendido desavergonhadamente nas telas. Todo o caminho que levou Gabriel Ganley à morte também foi exibido nas telas. Até as preocupações com os efeitos colaterais foram expostas por Ganley, que apesar disso não teve tempo para rever sua opção pelo uso de hormônios e quem sabe escapar. E em que medida a corpolatria alimentada pelos posts e telas digitais incentiva esse aumento do uso de bomba?

Antigas expectativas

Lembro-me quando as redes sociais ainda eram uma novidade e havia expectativas bem positivas em relação à internet. Inclusive da minha parte. Particularmente, olhando a posteriori, identifico que eu tinha duas esperanças (ainda que elas não estivessem muito

claras na época em minha cabeça). A primeira era a de que as redes sociais, enquanto uma arena de disputa e contraposição de ideias, favoreceriam as melhores ideias e os melhores argumentos, que prevaleceriam pela lógica e pela razão.

A outra era menos coletiva e mais pessoal. Eu esperava que as redes sociais ampliassem meu capital social. Para um adolescente e jovem escanteado, quase invisível, desprovido de beleza, magricelo e tímido, as redes sociais pareciam um caminho aberto para conhecer garotas e para que as ideias chegassem antes da aparência física. Parecia ser possível romper a barreira da aparência que me limitava, me apequenava, e ir além.

Ledo engano. As redes sociais aos poucos consolidaram a primazia da aparência, da estética e da performance. Alguém que cresceu exposto às redes sociais talvez nunca compreenda as minhas expectativas ingênuas, a minha visão romântica. Mas eu não estava sozinho. Toda uma geração que chegou a viver o analógico criou expectativas românticas sobre as redes digitais, incluindo alguns teóricos da comunicação e áreas afins.

É fácil compreender o que se passou na cabeça de Zonggu. Ele entendeu que seu conteúdo sobre mecânica e viagem de motocicleta não engajava pelo mérito intrínseco. Importava muito mais que esse mérito quem estava postando. No caso, uma mulher jovem obtinha mais engajamento e audiência do que um homem de meia-idade na exibição de um mesmo conteúdo.

De forma parecida, o caso Gabriel Ganley é exemplo de uma combinação química e social explosiva entre hormônios fornecidos pelas bombas e dopamina fornecida pelas redes sociais. E claro, acrescenta-se o dinheiro ao caso de Gabriel, que, apesar de observar os efeitos colaterais em sua saúde, também afirmava que sua vida tinha melhorado, com mais dinheiro, mais audiência. Infelizmente, a suposta melhora resultou também no encurtamento de sua vida.

O capitalismo estético de plataforma leva pessoas comuns a sentirem que precisam de aditivos para performar. Esses aditivos podem ser digitais, como aplicativos de edição e filtros em fotos, ou serem implementados diretamente no corpo, como procedimentos estéticos e anabolizantes. O humano, o natural, o cotidiano, passam a ser vistos como pouco, como insuficiente.

Referências

[1] FaceApp: 'Ninguém quer ver homem de meia idade com uma moto', diz japonês que se passou por garota nas redes

<https://www.bbc.com/portuguese/geral-56491713>

[2] Virgínia na Copa revela que atenção vale mais que diploma

<https://www1.folha.uol.com.br/colunas/natalia-beauty/2026/05/odeiam-virginia-na-copa-porqu-e-ela-revela-verdade-humilhante-audiencia-vale-mais-que-curriculo.shtml>

[3] A estetização do mundo: viver na era do capitalismo artista

https://www.companhiadasletras.com.br/trechos/13689.pdf?srsIid=AfmBOoo-XaWCYXYBvSrPlwGjemIP_ff2K3O9wuYBlptXOtNrylrGAXmn

[4] Gabriel Ganley recebeu aplicação de anabolizante de Léo Stronda em vídeo nas redes; influenciador diz estar arrependido

<https://g1.globo.com/fantastico/noticia/2026/06/01/gabriel-ganley-recebeu-aplicacao-de-anabolizante-de-leo-stronda-em-video-nas-redes-influenciador-diz-estar-arrependido.ghtml>

[5] Morte de Gabriel Ganley acende alerta sobre uso de anabolizantes: 'Não tem evidência científica de uso seguro', afirma médico

<https://g1.globo.com/fantastico/noticia/2026/05/31/morte-de-gabriel-ganley-acende-alerta-sobre-uso-de-anabolizantes-nao-tem-evidencia-cientifica-de-uso-seguro-afirma-medico.ghtml>