

**UNIVERSIDADE FEDERAL DO PIAUÍ**  
**CENTRO DE CIÊNCIAS DA EDUCAÇÃO**  
**PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO-PPGCOM**

**EMANUELA FERRY DE OLIVEIRA MOREIRA**

**SER OU NÃO SER: A Construção Representacional da Subjetividade através da**  
*Mangina Selfie*

**TERESINA**  
**2017**

**EMANUELA FERRY DE OLIVEIRA MOREIRA**

**SER OU NÃO SER: A Construção Representacional da Subjetividade através da  
*Mangina Selfie***

Dissertação apresentada como requisito parcial à obtenção do grau de mestre no Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal do Piauí. Linha de pesquisa: Mídia e Produção de Subjetividades

Orientador: Prof. Dr. Gustavo Fortes Said.

**TERESINA  
2017**

FICHA CATALOGRÁFICA  
Serviço de Processamento Técnico da Universidade Federal do  
Piauí Biblioteca Setorial Campus Professora Cinobelina Elvas

M835s Moreira, Emanuela Ferry de Oliveira.

Ser ou não ser: a construção representacional da subjetividade  
através da mangina selfie / Emanuela Ferry de Oliveira. – 2017.

118 f.; il.

Dissertação (Mestrado) – Programa de Pós-Graduação em  
Comunicação, Universidade Federal do Piauí, 2017.

CDD 305.3

EMANUELA FERRY DE OLIVEIRA MOREIRA

**SER OU NÃO SER: A Construção Representacional da Subjetividade através da  
*Mangina Selfie***

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal do Piauí – UFPI, em cumprimento às exigências para obtenção do título de Mestre em Comunicação.

Aprovada em: \_\_\_\_/\_\_\_\_/\_\_\_\_\_.

**BANCA EXAMINADORA**

---

Presidente - Prof. Dr. Gustavo Fortes Said  
Universidade Federal do Piauí – UFPI

---

1º Examinadora - Profª Drª Andrea Cronemberger Rufino  
Universidade Estadual do Piauí – UESPI

---

2º Examinadora – Profª Drª Monalisa Pontes Xavier  
Universidade Federal do Piauí – UFPI

A minha avó Aêde S. Ferry (in memória)

Por todo amor do mundo.

## **AGRADECIMENTOS**

A Deus por ter me permitido a coragem e a paciência. Coragem para superar as dificuldades nesta jornada e paciência para não me entregar ao desânimo diante das minhas fraquezas.

A meus pais, José Edmilson Moreira e Ana Maria Ferry de Oliveira Moreira. Tenho sempre a gratidão como palavra de ordem aos dois! Obrigada por me ensinarem o valor e a importância do estudo e da instrução para a minha vida.

Aos meus irmãos, Priscila Ferry e Flávio Ferry, pelo apoio e confiança.

A meu filho, Raphael Ferry, por estar sempre presente.

Aos meus outros filhos Fantasma, Linda Maria, Jack Johnson, Paulo Ricardo, Alice, Teela e todos os outros filhotes pelos momentos de relaxamento e muitas risadas. Amor incondicional.

A meu marido, Moisés Mendes, pela paciência e incentivo, pelo apoio, compreensão e valioso auxílio durante a realização deste trabalho.

Aos familiares, em especial, Aline Silva e Vanessa Ferry, pela ajuda prestativa durante a realização deste trabalho.

Aos meus amigos, em especial, Livia Baldoino, Evaldo Orsano, pela atenção e carinho.

A todos os colegas de mestrado que o programa de pós graduação me deu de presente e vão ficar pra todo sempre, em especial, minha querida turma, George Lima, Mayara Costa, Luana Senna, Wesley Sousa, Cíntia Lucas, Thalyta Arrais, Pedro Júlio, Cantídio Filho, Mary Landim.

Ao meu orientador, Prof. Dr. Gustavo Fortes Said, por acreditar no meu trabalho e por me orientar por esses dois anos.

A todos os professores do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da UFPI, em especial professor Paulo Fernando, professora Ana Maria e professora Nilsângela Cardoso, pelo proveitoso convívio, partilhando ideias e fomentando discussões.

Aos meus alunos do Estágio em Docência – UFPI e alunos do curso de Administração e Contábeis – IESM, pela troca de experiências e pela confiabilidade no meu trabalho.

Aos funcionários deste mestrado, em especial, dona Fátima Melo e Mário Lustosa, pelo apoio de todos os dias.

Enfim, a todos que de forma direta ou indireta auxiliaram na concretização deste trabalho. O meu agradecimento!

## LISTA DE TABELA

Tabela 1: Categorias da análise de conteúdo sobre a <i>mangina selfie</i> .....	65
---	----

## **LISTA DE GRÁFICO**

Gráfico 1: Repetições de imagens com características de cada categoria analisada. .... 65

## LISTA DE FIGURAS

FIGURA 1: Uns dos primeiros registros agrupados em um perfil do Instagram. Corpos másculos e jovens. ....	66
FIGURA 2: Indivíduo faz mangina selfie em bar. ....	74
FIGURA 3: Mangina selfie entre amigos. ....	77
FIGURA 4: Ludicidade na mangina selfie ....	80
FIGURA 5: ludicidade na mangina selfie. ....	81
FIGURA 6: corpos másculos e jovens. ....	82
FIGURA 7: Indivíduos posam pra mangina selfie. ....	83
FIGURA 8: Grupo, espaço público, ludicidade, visibilidade: detalhes de uma mangina selfie. ....	86
FIGURA 9: Mangina selfie ao ar livre. ....	88
FIGURA 10: Desenho da mangina selfie com a palavra “contemplar” ....	90
FIGURA 11: Casal praticante de mangina selfie. ....	91
FIGURA 12: Aspecto íntimo da mangina selfie ....	95
FIGURA 13: Mangina selfie na ‘privacidade’ do banheiro ....	97
FIGURA 14: Mangina Selfie no Instagram. “Admita... Você fez isso no banheiro pelo menos uma vez!” ....	100

## RESUMO

Os modos de ser atualmente, influenciam na construção das subjetividades individuais, moldando a forma de como se deve ser e parecer aos olhos dos outros. Este olhar é vigilante e direciona as relações que os indivíduos estabelecem uns com os outros. A construção da subjetividade de alguém passa a ser constituída pela visibilidade, pois o que pode ser visto, só existe se for legitimado pelo olhar do outro. O cenário atual insere o corpo num processo de possível ajuste, reparo e adaptação conforme sonhos e desejos do agora. E com as novas tecnologias, a informação e a acessibilidade alcançam rapidamente os objetivos de mercado e influenciam nas mudanças da sociedade e no seu processo de constituição subjetiva. Neste contexto, surge a *mangina selfie* que é o exemplo do processo de desconstrução normativa que propõe a liberdade de expressão sobre os desejos e subjetividades. Definida pelo neologismo "man" (homem em inglês) e "gina" (últimas 2 sílabas do órgão genital feminino), ela desconstrói o entendimento de gênero nos dispositivos de sexualidade, onde se produz o masculino e o feminino, possibilitando uma investigação além do contexto binário. O praticante de *mangina selfie* faz a pose nu, escondendo o pênis entre as pernas. Neste caso, no lugar onde deveria mostrar o órgão genital masculino há apenas uma imagem semelhante ao feminino parecido com uma vagina. Para que a *selfie* seja perfeita, literalmente nada deve aparecer. A *mangina selfie* foi postada em 27 de abril de 2015, data escolhida aleatoriamente pelos praticantes. Apesar do fenômeno não ter tido continuidade, foi de grande visibilidade e repercussão, o que a tornou um fenômeno midiático com mais de 15 mil postagens em 24 horas. As postagens foram feitas no *Instagram*. Eram *selfies* realizadas primeiramente em vestiários de academia, mas logo surgiram registros em locais públicos. Por ser um fenômeno que permite ser e não ser aquele corpo representado, a *mangina selfie* possibilita ver além do binário que a normatização moderna instituiu. Como questões norteadoras desse trabalho, propõem-se identificar como os processos de representação do corpo que atravessam as posições de gênero binariamente definidos em torno do masculino e do feminino estão sendo caracterizados pela *mangina selfie*. E o que tem além desta exposição exagerada do corpo que tornou a *mangina selfie* um fenômeno midiático. O objetivo desta pesquisa é, portanto, interpretar o processo de construção representacional de subjetividade na *mangina selfie* presente no *Instagram*. Como método de investigação utiliza-se a netnografia, uma pesquisa de caráter exploratório, com uma abordagem qualitativa, sendo um estudo de caso/observacional. Tivemos como resultado que a omissão da suposta completude masculina, nesta brincadeira de esconder o pênis, não revelou o sentido de ser ou não ser homem ou mulher por simulação de ter uma vagina no lugar de um pênis. Assim, o processo de construção representacional de subjetividade através da *mangina selfie* presente no *Instagram* foi interpretado pela necessidade de visibilidade do corpo através do olhar do outro, num ambiente virtual onde as novas interações e sociabilidades acontecem mais facilmente nos dias atuais.

**Palavras-chave:** Corpo. Subjetividade. Gênero. *Mangina Selfie*.

## ABSTRACT

The ways to be today, influence the construction of the individual subjectivities, shaping the way it should be and look in the eyes of others. This look is vigilant and directs the relationships that individuals establish with each other. The construction of one's subjectivity becomes constituted by visibility, for what can be seen exists only if it is legitimated by the other's eyes. The current scenario inserts the body in a process of possible adjustment, repair and adaptation according to the dreams and desires of the recent days. And with the new technologies, information and accessibility quickly reach market objectives and influence the changes of society and its process of subjective constitution. In this context arises the mangina selfie that is the example of the process of deconstruction rules which proposes freedom of expression on the desires and subjectivities. Defined by the neologism "man" (man in English) and "gina" (the last two syllables of the female genital organ), she deconstructs the understanding of gender and sexuality device, which produces the masculine and feminine, allowing an investigation beyond binary context. The mangina selfie practitioner does nude poses, hiding the penis between the legs. In this case, the place where it should appear the male genital organ it shows an image similar to the female like a vagina. To get the perfect selfie, literally nothing should appear. The mangina selfie was posted on April 27th, 2015, date chosen randomly by practitioners. Although the phenomenon has not been continued, it had great visibility and impact, which became a media phenomenon with more than 15 000 posts in 24 hours. The posts were made on Instagram. Selfies were first taken in gym changing rooms, but soon emerged records on public places. It is a phenomenon that allows it to be and not be what body represented, the *mangina selfie* allows to see beyond the binary that modern regulation instituted. As guiding questions of this work, it is proposed to identify how the processes of representation of the body which cross the positions of binary gender defined around the masculine and feminine are being characterized by mangina selfie. And what is beyond this exaggerated exposure of the body that made the mangina selfie a media phenomenon. The objective of this research is, therefore, to interpret the process of representational construction of subjectivity in the mangina selfie present on Instagram. As research method it was used netnography, with an exploratory research with a qualitative approach, being a case/observational study.

**Keywords:** Body. Subjectivity. Gender. Mangina Selfie.

## SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	16
1. CONSIDERAÇÕES SOBRE CORPO E SUBJETIVIDADE .....	25
1.1 O corpo no tempo e no espaço.....	25
1.2 Corpo e Subjetividade.....	27
1.3 O corpo no capitalismo .....	28
1.4 Corpo ideal.....	30
1.5 Corpo de hoje.....	31
2. CORPO VISÍVEL NO CONTEXTO DA REDE SOCIAL <i>INSTAGRAM</i> .....	33
2.1 Instagram: espaço de construção, interação e sociabilidade.....	33
2.2 Visibilidade: se mostrar para existir .....	38
3 CORPOS MÚLTIPLOS .....	43
3.1 Gênero e corpo .....	43
3.2 Gênero, subjetividade .....	46
3.3 Gênero virtual .....	47
4. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS.....	50
4.1 Tipo de Estudo .....	50
4.2 Corpus / Amostra .....	52
4.3 Procedimentos de coleta de dados .....	53
4.4 Análises.....	53
4.4.1 Etnografia.....	53
4.4.2 Netnografia.....	55
4.5 Aspectos Éticos.....	57
4.6 Riscos e Benefícios .....	57
4.7 Descrição do objeto: <i>Mangina Selfie</i> .....	58
5 DISCUSSÃO DOS RESULTADOS .....	63
5.1 <i>Mangina selfie</i> 1 – FIG 1 .....	67
5.1.1 Categoria Visibilidade.....	67
5.1.1.1 Subcategoria ver e ser visto e exibição nas redes sociais.....	68
5.1.1.2 Categoria Erotismo.....	69

5.1.2.1 Subcategoria corpos másculos, jovens, nu falso, fetiche. ....	70
5.1.3 Categoria Ludicidade .....	71
5.1.3.1 Subcategoria <i>selfie</i> em grupo .....	72
5.2 <i>Mangina selfie 2</i> - FIG 2.....	76
5.2.1 Categoria Ludicidade – Subcategoria ousadia, cenário público, criatividade.76	
5.2.2 Categoria Erotismo - Subcategoria Imaginário.....	76
5.2.3 Categoria Visibilidade – Subcategoria exibição nas redes sociais.....	77
5.3 <i>Mangina selfie 3</i> - FIG 3.....	79
5.3.1 Categoria Erotismo – Subcategoria Fetiche, Imaginário .....	79
5.3.2 Categoria Ludicidade – Subcategoria <i>selfie</i> em grupo.....	79
5.4 <i>Mangina Selfie 4</i> - FIG 4 .....	81
5.4.1 Categoria Ludicidade – Subcategoria <i>selfie</i> em grupo, cenário público, ousadia, criatividade. ....	81
5.5 <i>Mangina selfie 5</i> - FIG 5.....	82
5.5.1 Categoria Ludicidade – Subcategoria <i>selfie</i> em grupo, cenário público, ousadia, criatividade. ....	82
5.6 <i>Mangina selfie 6</i> - FIG 6.....	84
5.6.1 Categoria Erotismo – Subcategoria corpos másculos, jovens.....	84
5.7 <i>Mangina selfie 7</i> - FIG 7.....	85
5.7.1 Categoria Erotismo – Subcategoria Nu falso, Íntimo .....	85
5.7.2 Categoria Visibilidade – Subcategoria ver e ser visto.....	85
5.8 <i>Mangina selfie 8</i> - FIG 8.....	88
5.8.1 Categoria Visibilidade – Subcategoria ver e ser visto.....	88
5.9 <i>Mangina selfie 9</i> - FIG 9.....	89
5.9.1 Categoria Ludicidade – Subcategoria criatividade.....	89
5.10 <i>Mangina selfie 10</i> - Figura 10.....	91
5.10.1 Categoria Erotismo – Subcategoria imaginário. ....	91
5.11 <i>Mangina selfie 11</i> - FIG 11 .....	92
5.11.1 Categoria Erotismo – Subcategoria Íntimo. ....	92
5.12 <i>Mangina selfie 12</i> - FIG 12.....	96
5.12.1 Categoria Erotismo – Subcategoria Fetiche, íntimo.....	96

5.13 <i>Mangina selfie</i> 13 - FIG 13.....	98
5.13.1 Categoria Visibilidade – Subcategoria exibição nas redes sociais.....	98
5.14 <i>Mangina selfie</i> 14 - FIG 14.....	101
5.14.1 Categoria Visibilidade – Subcategoria exibição nas redes sociais.....	101
6 CONSIDERAÇÕES FINAIS .....	103
REFERÊNCIAS .....	106
APÊNDICE .....	116

## INTRODUÇÃO

O mundo virtual criou um novo modo de ser, aparecer, comunicar e se relacionar. Atualmente percebe-se uma ênfase nos relacionamentos via internet que proporcionam novas formas de ver e ser, construindo subjetividades que surgem pela superexposição da imagem dos corpos ajustados, adaptados, esperando serem vistos, legitimados e autorizados pelo olhar do outro para existir.

A exposição com a ausência do limite entre o que pertence à esfera da intimidade e o que pertence à esfera pública parece ser uma característica dos indivíduos contemporâneos que usam a exposição da imagem em busca de maior visibilidade na procura ou necessidade de se definir, como num jogo de descobertas sobre o que é ou o que se deve ser.

A exposição exagerada da intimidade facilitada pelo uso das TICS (Tecnologias de Informação e Comunicação), como a busca pela visibilidade da vida privada, a valorização das aparências e, conseqüentemente, a construção de subjetividades tornam-se orientadas para o olhar do outro, principalmente dentro das redes sociais, onde o indivíduo permite o acesso, a produção e o compartilhamento de conteúdo próprio registrado.

Registrar imagens e quase que instantaneamente postá-las em redes sociais se tornou uma prática comum. Porém, um tipo específico de foto tem chamado ainda mais a atenção, são os autorretratos nas redes sociais, mais conhecidos por *selfies*.

A *selfie*, que significa uma redução da expressão *self-portrait photograph*, ou, em português, autorretrato fotográfico, realizado principalmente por meio de *smartphones*, virou fenômeno na sociedade atual. Com característica espontânea e íntima, as *selfies* são usadas como forma de expressão criativa e artística além de serem consideradas uma maneira de interagir socialmente com outros.

Com o propósito de causar no outro o sentido de adesão, a expansão das *selfies* nas redes sociais é facilitada pelo compartilhamento das imagens, sendo necessário apenas a aceitação do outro do ato sobre si, seja pelo “curtir”, ou formas mais recentes de reação, como exemplo, “amei”, que na linguagem das mídias sociais significa confirmação e /ou aceite do ato sobre si.

Com as *selfies*, as modalidades de exibição do corpo, da sexualidade e da intimidade se expandiram pelas redes sociais, em que o processo de personificação realiza uma missão de normalização do corpo: o interesse febril que temos pelo corpo não é de modo algum espontâneo e “livre”, obedece a imperativos sociais (LIPOVETSKY, s/d).

As redes sociais possibilitam o registro do cotidiano, muitas vezes em tempo real, pela divulgação de mensagens, inclusive imagéticas. O *Instagram* é a oitava entre as dez mais populares redes sociais de compartilhamento de fotos e vídeos, de acordo com o portal de estudos e estatística (FONTANA, 2015).

Este aplicativo surgiu para o público no dia 6 de outubro de 2010. Foi desenvolvido pelos engenheiros de programação Kevin Systrom e o brasileiro Mike Krieger, cuja intenção, segundo os próprios, era resgatar a nostalgia do instantâneo cunhada ao longo de vários anos pelas clássicas *Polaroids*, câmeras fotográficas de filme, cujas fotos revelavam-se no ato do disparo (PIZA, 2012).

Assim, torna-se importante ressaltar que o *Instagram* nasceu a partir da simplificação de outro aplicativo, também desenvolvido pelos dois engenheiros, chamado de “BURBN”, cuja proposta inicial era a de uma rede social que agruparia várias funções, onde os usuários poderiam compartilhar a sua localização, imagens, vídeos e planos para o final de semana, etc. Porém, o desenvolvimento deste aplicativo mostrou-se muito complexo, motivando Kevin e Mike a escolher uma das funções que consideraram mais atrativa: a fotografia e vídeos (PIZA, 2012).

Neste sentido, a ideia do aplicativo *Instagram* é poder compartilhar momentos especiais, imagens marcantes, divulgar o que se deseja, usado para exibir o cotidiano e criar uma base de relacionamentos que se mantém em torno de ter amigos ou seguidores, ou seja, indivíduos que estão vinculados à conta de usuários, com o intuito de visualizar continuamente as atualizações do outro na rede, tendo assim a essência de rede social.

Neste processo, o uso de *hashtag* facilita a visibilidade das imagens expostas. O termo *hashtag*, de acordo com o Dicionário *Oxford*, representa a união de uma frase ou palavra-chave (tags) e o sinal gráfico de uma cerquilha (#), com o objetivo de categorizar e organizar mensagens pertencentes a um determinado assunto ou tópico.

As *hashtag* formam assim um link que quando clicado surgem juntas todas as fotos que usaram daquela mesma marcação, fazendo uma ligação entre elas e juntando pessoas de interesses semelhantes.

Outro facilitador da visibilidade das imagens no *Instagram* é a possibilidade de manipulação das fotos antes do compartilhamento pelo uso de filtros e moldura tornando-as mais atrativas e a gosto do usuário.

O uso do *Instagram* para a postagem de fotos permite a adequação a determinados padrões de comportamento que são atrelados a grupos sociais valorizados positivamente, corroborando uma tendência da contemporaneidade, que reside na “atualização permanente e

sempre recente das informações, por meio de fragmentos de conteúdo adicionados a todo o momento” (SIBÍLIA, 2008, p. 58).

Neste contexto, o *Instagram* permite ao indivíduo ver e ser visto. É compreensível a sua apropriação por grande parte dos indivíduos que esperam que sua imagem de corpo seja autorizada e legitimada pelo olhar do outro no processo de construção de subjetividades contemporâneas.

O corpo, através dos séculos, têm trilhado um caminho de transformações constantes. O modo como é percebido e representado na atualidade fez com que o corpo se tornasse foco de inúmeras investigações científicas e pessoais (SANTOS; GOMES, 2008).

Observa-se que tais investigações do corpo tem levantado questionamentos sobre seus desejos, limites, subjetividades, sexualidade e, principalmente, com as novas tecnologias, sobre sua visibilidade excessiva.

O que se percebe com estas mudanças tecnológicas são corpos mostrados muitas vezes com o propósito de atrair por suas promessas de saúde, beleza, visibilidade, permanência, fama, que sem dúvida encontram cada vez mais indivíduos dispostos a investir em sua forma física e mediada.

Nesse sentido, supõe-se que os avanços tecnológicos têm contribuído não somente como alicerce para a transformação dos corpos mas também responsável por novas maneiras de comunicação, construção de subjetividades e sociabilidade entre os indivíduos.

Tal sociabilidade é percebida pelos interesses dos indivíduos por determinados tipos de relacionamentos em rede que julguem necessário ter conexão, permitindo que as experiências cotidianas sejam compartilhadas em tempo real, transformando os modos de subjetivação nos dias atuais.

É a conectividade que caracteriza a internet que tem nas redes sociais a meninas dos olhos (SANTAELLA, 2012). A partir do momento que se cria um perfil nas redes sociais, os indivíduos passam a responder e atuar como se este perfil fosse uma extensão sua, um extra da constituição da sua identidade.

Estar conectado ou desconectado, na falta de um corpo físico, coloca o indivíduo em uma condição fragmentada e, ao mesmo tempo, abre novas possibilidades até então inacessíveis para quem tinha uma única forma de existência e a ela estava preso (SANTOS; GOMES, 2008).

É neste espaço de conectividade, que é possível convivência e comunicação cotidiana que surge a *mangina selfie*. Com grande repercussão nas redes sociais em abril de 2015, sendo um exemplo contemporâneo que desconstrói a normalização, a *mangina selfie* foi

fenômeno midiático que se tornou moda por possuir informações ou atrações mostradas na mídia demasiadamente.

A moda se caracteriza por ser um fenômeno social complexo e efêmero, que se articula em torno de uma busca incessante do novo, do diferente, do surpreendente, e de fato, o comportamento orientado por ela está presente na interação do homem com o mundo (FIANCO; LIMA, 2015).

Neste contexto, a *mangina selfie* foi identificada como moda por ter sido um evento criativo, momentâneo, reproduzido e adaptado com propósito de se inserir num grupo seguindo uma tendência e ainda ter atingido cerca de 18 mil praticantes em vários países interagindo em 24 horas, segundo a revista Glamour de abril de 2015.

Para Simmel (2008), a principal função da moda está na distinção, seja pela integração, formando vínculos entre aqueles que ocupam uma mesma posição, seja pela exclusão, diferenciando aqueles afastados dos grupos já estabelecidos<sup>1</sup>.

Esta extraordinária integração entre os praticantes em tão pouco tempo foi que tornou a *mangina selfie* um fenômeno social na internet pelas ações, comportamentos e atitudes dos grupos de praticantes, ora transmitindo uma mensagem de ludicidade, ora sendo expostos pelo erotismo.

De acordo com algumas postagens em páginas do *Instagram* e posteriormente em blogs e revistas *on line*, a moda da *mangina selfie* começou em um vestiário de academia com um grupo de amigos nos Estados Unidos. A imagem foi postada, rapidamente visualizada e imitada.

A *mangina selfie* pode ter sido considerada inicialmente um modismo atingindo apenas alguns grupos específicos que repercutiu numa moda local mas que deixou rapidamente os Estados Unidos, como local de origem, e expandiu-se pelo mundo sendo moda na internet.

O grande sucesso da *mangina selfie* no *Instagram*, provavelmente aconteceu pelo fato de ser proibido o nu frontal nesta rede social, porém, a moda não exibia essencialmente o corpo nu completamente nas imagens postadas, o que era um fato, no mínimo, criativo e curioso.

---

1.No entanto para compreensão plena do que o fenômeno moda representa hoje, deve-se ter ciência de que ele vai além do que se refere somente às roupas: “atinge várias áreas da produção material, em especial as artes visuais, mas também chega a universos ideológicos-culturais” (BRAGA, 2009, p. 21). A afirmativa é válida a partir do momento que se tem por hábito usar a palavra moda para outras áreas de expressão – além do vestuário ao valorizar um determinado estilo – como a arquitetura da moda, a música da moda, o cabelo da moda, o tênis da moda, o celular da moda, o comportamento da moda, entre outras possibilidades.

*Mangina selfie* é um neologismo das palavras "man" (homem em inglês) e "gina" (últimas 2 sílabas do órgão genital feminino), onde o homem que faz a pose deve ficar nu e esconder todo o órgão genital entre as pernas. Para que a *selfie* seja perfeita, literalmente, nada deve aparecer.

A pessoa está nua parcialmente, pois não há "nada" a mostra, ou seja, um "nu falso". Neste caso, no lugar onde deveria mostrar o órgão genital masculino há apenas uma imagem semelhante ao órgão genital feminino parecido com uma vagina.

Nas imagens da *mangina selfie*, os indivíduos parecem omitir o que representa a suposta completude, numa brincadeira de esconde-esconde que demonstra não revelar o sentido de ser ou não ser menina ou menino pela ausência do pênis e simulação da vagina, brincando com o gênero.

Muitas críticas surgiram com as postagens, em algumas delas pode-se ver repúdio quanto à simulação do órgão genital feminino no corpo masculino. Na maioria dos *blogs* a referência é "bizarro", "febre", "polêmica", "hit" quando se anuncia o fenômeno, na maioria das vezes em tom de brincadeira, porém, há quem diga ter sido um movimento social, que luta pela desconstrução de uma sociedade machista, homofóbica e heteronormativa.

O fenômeno *mangina selfie* chegou a ser cogitado como uma forma de burlar as regras do *Instagram*, que de acordo com as diretrizes de seu próprio site, é proibido qualquer tipo de nudez, porém, fotos de cicatrizes causados por mastectomia e mulheres amamentando são permitidas, assim como nudez em imagens de pinturas e esculturas.

A *mangina selfie* torna-se um fenômeno intrigante por ser caracterizado por homens, geralmente másculos, que escondem os seus pênis na ideia de mostrar algo semelhante a vagina, num contexto histórico social em que o pênis é símbolo de poder e masculinidade.

Segundo Boris (2011), desde a infância, meninos aprendem valorizar o pênis e a consequente desvalorização da sensibilidade feminina como algo inferior. Mas pela *mangina selfie*, a representação da visibilidade deste corpo exposto em rede social remete à construção de novas subjetividades.

O pênis é percebido como supremacia e completude em diferentes culturas ao longo da história, onde "o culto do órgão sexual masculino como reservatório do poder criador tornou-se universal" (LINS, 2007, p. 24).

Todavia, a simulação de ter imortalizada pela imagem exposta uma vagina (ou parecido com o órgão genital feminino) num corpo masculino desconstrói a ideia de um modelo normativo único, onde os papéis do homem e da mulher são culturalmente aprendidos. No

entanto, *mangina selfie* pode ser somente um fenômeno de visibilidade pela imagem do corpo que se mostra pelo lúdico e pelo desejo.

Assim, as postagens dos praticantes de *mangina selfie* no *Instagram* possibilitam perceber pela visibilidade sem censura, o corpo numa construção representacional de subjetividades contemporâneas.

Esta subjetividade é estruturada em função da superfície visível do corpo, que se torna um espaço de criação epidérmica e um campo propício para a expressão do que cada um é (SIBILIA, 2008).

A *mangina selfie* é o exemplo do processo de desconstrução normativa que propõe a liberdade de expressão sobre os desejos e subjetividades. Mas seria possível pensar em corpo sem relacioná-lo ao gênero, ao sexo, à anatomia?

Nas palavras de Joan Scott (1990), o uso do termo gênero enfatiza todo o sistema de relações que inclui aspectos sociais, psicológicos e culturais, não apenas diretamente determinado pelo sexo biológico. Essa afirmação desvincula de um lado a questão da masculinidade/feminilidade e, portanto, o gênero do sexo anatômico e, de outro, acaba por desunir também o objeto de desejo dos indivíduos.

Desta forma, compreende-se que pela interpretação que se faz da diferença dos corpos é que se determina as diferenças de gênero, no entanto, tais diferenças são construídas no âmbito social e não por definições biológicas.

Em qualquer contexto histórico, homens e mulheres estabelecem diferenças de valor entre o masculino e o feminino, seja socialmente ou culturalmente. Embasando este pensamento, Scott (1990) diz que o sexo anatômico não é elemento fundamental na conduta humana e não define a “normalidade” de um homem ou de uma mulher, mas sim a construção social em torno dele.

Como propõe Miskolci, para que se discuta o que é “normal”, o que é “desvio”, é preciso que estejamos atentos para o fato de que “o normal não é um dado natural e evidente, antes o resultado de discursos e práticas sociais [...]”. “A normalidade tem uma história” (MISKOLCI, 2008, p. 109).

Desta forma, observando-se a maneira de ser do homem e da mulher remete a ideia de ser resultado do contexto cultural que se insere. Sendo assim, gênero pode significar que homens e mulheres são efeitos de uma construção social e não decorrentes de conceitos anatômicos do corpo humano.

Refere-se à construção social do sexo, dando sentido à dimensão cultural, a cada um dos sexos e à dimensão biológica dos seres. O gênero está relacionado à construção cultural das características masculinas e femininas (GUEDES, 1995).

Sendo assim, é válido pensar que a feminilidade e a masculinidade são compreendidas culturalmente e que a ideia imposta do masculino e do feminino vai depender de cada cultura e também de sua história.

O gênero é uma categoria vivida e imposta que leva à identificação de determinadas pessoas considerando-as enquanto pertencentes a um conjunto homogêneo (BANDEIRA, 1990).

Assim, pode-se dizer que o gênero é um construtor sociocultural que normaliza os comportamentos esperados por parte de homens e de mulheres onde, segundo Scott (1995), a noção de gênero é entendida como relações estabelecidas a partir da percepção social das diferenças biológicas entre os sexos.

Nesta perspectiva, as questões norteadoras deste trabalho são:

- Como os processos de representação do corpo que atravessam as posições de gênero binariamente definidos em torno do masculino e do feminino estão sendo caracterizados pela *mangina selfie*?

- O que tem além desta exposição exagerada do corpo que tornou a *mangina selfie* um fenômeno midiático?

Com base nos levantamentos iniciais, parece razoável hipotetizar:

- A subjetividade é construída de forma (inter)ativa pela exposição do corpo através do *mangina selfie* como elemento lúdico fazendo deste um experimento, escondendo o que caracteriza o indivíduo, como se fosse um segredo numa época de grande visibilidade.

Assim sendo, o presente estudo justifica-se pela necessidade de:

- Demonstrar que as subjetividades se mostram no corpo construído na exterioridade por meio da imagem, uma vez que o fenômeno *mangina selfie* é um exemplo que permite expressar o desejo de corpo idealizado.

- Outra justificativa desta pesquisa traz reflexões sobre o estudo de gênero, onde a ideia de pluralidade dos corpos não corresponde à heterossexualidade como modelo único na contemporaneidade.

O objetivo desta pesquisa é:

- Interpretar o processo de construção representacional de subjetividade na *mangina selfie* presente no *Instagram*. Como objetivos específicos tem-se:

- Analisar a expressão da subjetividade através da visibilidade do corpo existente pelo olhar do outro.

- Analisar a *mangina selfie* por meio da descrição de gêneros trabalhados nesse fenômeno.

Para alcançar o objetivo proposto, procuramos revisitar a história do corpo e suas subjetividades compreendendo seus significados e reflexões, assim como, sobre o estudo de gênero na exposição da imagem do corpo em espaço midiático.

Como desenvolvimento, esta pesquisa foi dividida em três partes. A introdução que, conforme apresentada, teve como propósito expor tema, problema, objetivo geral, objetivos específicos, hipóteses e justificativas.

Já na parte 1 abordamos considerações sobre corpo e subjetividade. Primeiramente, apresentamos a discussão sobre o corpo no tempo e espaço no sentido de demonstrar suas representações em diferentes épocas até os dias atuais.

Assim como foi pertinente estudar sobre o corpo perante o capitalismo e como ele é visto hoje. Para isso, fundamentamo-nos em Foucault (1983, 1984, 2007), Sibília (2003, 2007, 2009) entre outros.

A parte 2 faz uma explanação sobre o uso de *smartphones* como se fosse extensão do corpo na contemporaneidade e o *Instagram* como espelho da imagem corporal num processo de construção, interação e sociabilidade.

Também é abordado a visibilidade que acontece pela exposição da intimidade de um corpo cultuado egocentricamente, dependendo do olhar do outro para existir. Nesta parte, foram abordados pensamentos das autoras Fernanda Bruno (2004), Paula Sibília (2003, 2008), Recuero (2009, 2011) e outros.

Já a parte 3 mostra o corpo como sendo base para fundamentação do gênero, assim como aspectos subjetivos que se formam pelo cruzamento de identidade e gênero neste corpo. O corpo também enunciado para discutir sexualidade e gênero no ciberespaço. Na temática, nos apoiaremos em autores como: Guacira Louro (1997), Joan Scott (1990, 1995) entre outros.

Em seguida, o referencial metodológico, os procedimentos metodológicos e a descrição do objeto de estudo. A análise do corpus da pesquisa refere-se a todos os aspectos encontrados em rede sobre o fenômeno *mangina selfie*, desde as postagens, seus comentários, a repercussão na mídia. Como recurso ilustrativo, a pesquisa contou com um praticante de *mangina selfie* no *Instagram* no dia 27 de abril de 2015 por meio de entrevistas sistemáticas. O estudo de caso sobre *mangina selfie* inclui observação direta. Os princípios do anonimato e

participação concedida e esclarecida foram respeitados por meio da assinatura do Termo de Consentimento Livre e Esclarecido, assim como, esclarecimentos dos resultados benéficos para o participante da pesquisa.

A netnografia foi escolhida como procedimento metodológico por dispor de particularidades sobre a observação em campo por meio eletrônico, tendo como referência Kozinets (1997, 2010, 2014) entre outros.

E por fim, foram analisados e discutidos os dados encontrados no estudo de caso, à luz dos referenciais teóricos relacionados ao tema e, em seguida, foram feitas as considerações finais.

## 1. CONSIDERAÇÕES SOBRE CORPO E SUBJETIVIDADE

### 1.1 O corpo no tempo e no espaço

Ao longo da história o corpo foi escrito de muitas maneiras. Novos espaços surgiram, tornando importante saber de que forma esse corpo é construído e representado em imagens que refletem a liberdade e o desejo na necessidade de exposição e aprovação por meio de olhares que o legitimam.

Falar do corpo no tempo e no espaço é entender que o mais importante não é a delimitação de datas e épocas, mas a descrição dos traços que se destacaram em determinados períodos, visando compreender melhor o corpo de hoje.

Segundo Foucault, “*em qualquer sociedade, o corpo está preso no interior de poderes muito apertados, que lhe impõem limitações, proibições ou obrigações*” (FOUCAULT, 1983, p. 101). Desta forma, as vivências subjetivas, os ciclos de vida e características específicas de cada região e as técnicas de intervenção do corpo vão proporcionar a construção da história de como a sociedade refere-se ao cuidado de si e do próximo.

Assim, uma das imagens atraentes na Grécia Antiga refere-se ao corpo nu, que ainda hoje é objeto de admiração, sendo a expressão de beleza, valorizado pela sua saúde, capacidade atlética e fertilidade.

Os corpos eram trabalhados e construídos, como objetos de admiração que começavam a ser “esculpidos” e modelados nos ginásios, fundamentais nas polis gregas, e que acabavam por ser mostrados, muitas vezes, nos Jogos Olímpicos. A saúde, a expressão e exibição de um corpo nu estavam associadas, os Gregos apreciavam a beleza de um corpo saudável e bem proporcionado. O grego desconhecia o pudor físico, o corpo era uma prova da criatividade dos deuses, era para ser exibido, adestrado, treinado, perfumado e referenciado, pronto a arrancar olhares de admiração e inveja dos demais mortais (BARBOSA; MATOS; COSTA, 2011, p. 25).

Parecia que a relação que os gregos mantinham com seus corpos era de admiração. O corpo era valorizado e a sua forma e beleza eram encaradas com seriedade. Os famosos jogos olímpicos realizados por homens nus, de maneira que a sua exposição era algo comum e bem visto pela sociedade.

Nos períodos posteriores, o corpo ganha uma dimensão religiosa e mística onde a exposição é pecado. Era um corpo oculto e reprimido por um lado e glorificado de outro lado pelas lições do cristianismo onde “*a lição divulgada era a da morte de Cristo e suas torturas e, portanto, lidar bem com a dor do corpo é mais importante do que saber lidar com os prazeres, para estes novos corpos cristãos*” (TUCHERMAN, 2004, p. 44).

O corpo, na Idade Média, era considerado impuro e a nudez intolerável (LE GOFF; TRUONG, 2006). Como se o corpo e o sexo fossem vistos como sinônimos de pecado e, assim, as definições religiosas condicionavam a elevação espiritual, educando para renegar qualquer ação expressiva do corpo.

Negar o próprio corpo vem da ideia de que ele é uma criação divina e por causa disso o sentido de intocável, inviolável e ao mesmo tempo, impuro, inferior, concebido pelo pecado.

É somente a partir do Renascimento e da Idade Moderna, que o corpo começa a ser visto de outra forma, não mais como inferior e intocável, mas como físico e biológico, passível de estudo e pesquisa, permitindo assim o surgimento da ciência que estuda o corpo (COMPARIN; SCHNEIDER, 2004).

A modernidade, então, chega com a premissa de uma mudança na visão de corpo (ALMEIDA, 2010). Este antes era visto como profano ou só com o intuito de produzir coisas espirituais e superiores, agora é estudado em sua forma material, dissecado, analisado em formas humanas e não divinas como anteriormente.

A separação entre corpo e mente tornou-se possível com fundamento na desconstrução da estrutura feudal e do poder da Igreja Católica, proporcionando uma reorientação na forma de pensar o homem e sua relação com o corpo. “*Os anatomistas antes de Descartes e da filosofia mecanicista fundam um dualismo que é central na modernidade e não apenas na Medicina, aquele que distingue, por um lado, o homem, por outro seu corpo*” (BRETON, 2003, p. 18).

Atualmente, observa-se o corpo fetiche, colocado pelo capitalismo como mercadoria, como objeto de consumo. Talvez o cenário atual insira o corpo num processo de possível ajuste, reparo e adaptação conforme sonhos e desejos do agora.

E com as novas tecnologias, pode-se perceber que a informação e a acessibilidade alcançam rapidamente os objetivos de mercado e permitem influenciar nas mudanças da sociedade e no seu processo de constituição subjetiva.

Antes, o corpo era prisioneiro da alma e outrora visto como objeto, agora é possível perceber que existe uma ênfase na imagem e informações digitais. O corpo parece apenas ter assumido uma nova forma de aprisionamento do material cercado por valores, crenças, consumo e aparência cada vez mais enfatizados.

O corpo torna-se passivo diante das rápidas transformações onde, segundo Vaz (2002), com as novas técnicas de comunicação e informação, o corpo já não é percebido como antes. O homem é convidado a produzir, consumir e buscar conforto, que lhe proporcione prazer, satisfação, realização.

O agora, mesmo dentro das continuidades e descontinuidades das sociedades anteriores, compreende-se viver um tempo de mudanças e transformações no que diz respeito a crenças.

## **1.2 Corpo e Subjetividade**

Entende-se por construção de subjetividade um processo gerado dentro de uma conjuntura sócio-histórica a qual se insere. Nesse sentido, podemos dizer que “*a subjetividade não é um dado prévio nem um ponto de partida, mas um ponto de chegada de um processo complexo, tal como um devir*” (BIRMAN, 2000, p. 56).

Segundo Rolnik (1997), a subjetividade é o perfil de um modo de ser - de pensar, de agir, de sonhar, de amar etc. - que delimita o interior e o exterior do ser humano. A subjetividade é como se fosse o resultado da interação do indivíduo com as influências socioculturais.

A subjetividade, desta forma, pode ser entendida, sendo construída de acordo com os comportamentos, com os valores e com os sistemas econômicos e políticos de cada sociedade, onde seus indivíduos buscam por esta construção no relacionamento com outros indivíduos no mesmo contexto vivido em uma época distinta.

Para Cardoso Júnior (2005), o conceito de subjetividade é extremamente ligado ao tempo e também ao corpo, entendido por meio de Foucault. Segundo o autor, subjetividade na visão foucaultiana, é a expressão de relacionamento com as coisas, com as pessoas e com o mundo, sendo que o tempo é determinante nesse processo.

Assim, a subjetividade que é construída no relacionamento com o mundo, entende-se ser concebida em um tempo e um espaço e na relação com o corpo, tomando uma abrangência maior, com novas particularidades individuais e coletivas.

O corpo pode ser entendido assim como uma formação na vivência do indivíduo, onde se percebe, a partir do contexto histórico e cultural, formas de comunicação pela qual se estrutura as subjetividades. Fundamentada essa afirmativa, Foucault (2008) afirma que o indivíduo é corpo, que a subjetividade é algo que acontece num corpo e dele não se desvincula

A subjetividade é uma expressão da relação com as coisas, através da história, sendo o corpo, o modo mais imediato dessa relação se expressar, entendido não apenas como corpo orgânico, mas também como corpo construído pelas relações com as coisas que encontra durante sua existência (CARDOSO JÚNIOR, 2005, p. 345).

Assim, compreende-se que o indivíduo, por meio do corpo, frequenta espaços, grupos e se relaciona com os processos subjetivos coletivos. Tem-se a ideia que cada um carrega o sentido vindo de vários espaços e desta forma, o indivíduo é capaz de construir sentidos sobre os processos subjetivos, como se fosse uma reconfiguração do espaço vivido.

Neste contexto, o corpo tende a ser considerado o lugar privilegiado da subjetividade. Nos últimos tempos, tem-se notado que os cuidados configuram objeto importante de estudo de diversas áreas onde é possível formatá-lo, tematizá-lo, criar discursos que o legitimem na intenção de produzir outras subjetividades, que associem prazer ao consumo para criação de um corpo ideal em uma subjetividade capitalística.

### **1.3 O corpo no capitalismo**

A busca incessante pelo corpo ideal nos dias de hoje é observada dentro de um contexto sócio-cultural e também mercadológico onde as relações com o corpo são amplamente influenciadas por vários fatores como, por exemplo as mídias e as modas, que dão a impressão conduzir os indivíduos a um conjunto de preocupações e insatisfações com a imagem corporal.

A imagem corporal envolve um complexo emaranhado de fatores psicológicos, sociais, culturais e biológicos que determinam subjetivamente como os indivíduos se veem, acham que são vistos e veem os outros (DAMASCENO, et al, 2006).

Esta forma de querer ver e ser visto mostra que decorre de novos valores que vão sendo construídos e substituídos, ainda mais quando se percebe a tecnologia e o consumo que

transforma o modo de pensar, produzir, comunicar e até mesmo o modo de viver, tão dependente do mundo digital e virtual.

As transformações são percebidas no âmbito social, político e econômico, o que se faz notar nas formas de modificar as subjetividades, o que também parece refletir no imaginário sobre o corpo que deve ser perfeito, esculpido e aceito pela excessiva valorização da beleza e do poder preconizado pela sociedade onde todos devem adotar medidas radicais para corresponder ao modelo cultural que mostra o corpo como um produto.

Desta forma, compreende-se que os indivíduos estão cada vez mais submetidos ao consumo de itens de embelezamento da imagem adotados com a finalidade de se adequar ao padrão de corpo estabelecido pela sociedade capitalista.

A "indústria do corpo" (academias, clínicas de estética, salões de beleza, "spas", butiques, revistas, costureiros e estilistas etc.) está a serviço da produção capitalista que a domina, fazendo uso da ilusão de que, ao tornar seu corpo saudável, forte e belo, o indivíduo se torna mais feliz (BORIS; CESÍDIO, 2007).

Para Boris e Cesídio (2007) a subjetividade também pode ser entendida como um processo construído que se modela às leis do mercado, ou seja, a novos produtos, à lucratividade, às novas tecnologias e à obtenção de hábitos etc.

O corpo, nos dias atuais, é percebido, condicionado e regulado pelos interesses da sociedade capitalista que visa ao consumo e ao lucro. De acordo com Severiano (2001), temos, de um lado, a produção publicitária, com motivações claramente mercadológicas, enquanto, do lado do consumidor, temos motivações que se vinculam à ordem do desejo insaciável.

O consumo tenta suprir as necessidades - não apenas as objetivas, mas, principalmente, as subjetivas - do ser humano contemporâneo, que está inserido numa época cada vez mais individualista e que reproduz seus ideais emancipadores. (BORIS; CESÍDIO, 2007, p. 471)

Ou seja, hoje, o indivíduo, ao consumir um produto da moda, por exemplo, tem a sensação de sentir-se mais bonito, mais desejado, mais atraente e mais completo, chegando a um alto nível de satisfação pessoal.

Desta forma, nas sociedades contemporâneas, a comunicação, em qualquer mídia que possa ser transmitida, estimula o consumo, legitimando os sentidos e comportamentos dos indivíduos, interferindo nas modas e nos modos de ver e ser visto das pessoas de uma mesma cultura.

## 1.4 Corpo ideal

O mercado parece influenciar nas novas construções das subjetividades. Grande volume de aspectos subjetivantes são oferecidos nas vitrines das lojas e expandidos nas mídias, podendo ser facilmente descartados e trocados por novos modelos que estejam na moda (SANTOS; GOMES, 2008).

Os corpos aparentam estar passando por um movimento de reconstrução, perpassando a matéria, sofrendo diversas manipulações a fim de se tornar o tão sonhado “corpo ideal”.

O fitness ou a “boa forma” (SANT’ANNA, 2001, p. 108) se tornaram imperativos que regem a busca individual pelo corpo idealizado. Sendo evidente a biotecnologia e a lógica de consumo, que transformam rostos, corpos e genes em mercadorias que devem ser adquiridas e exibidas.

A busca pelo belo apresenta-se cada vez mais pela exposição do corpo perfeito e saudável gerando novos tipos de excluídos sociais, como exemplo os sedentários, que assim se configuram não porque a sociedade lhes impôs, mas, a aparência e os cuidados com o corpo são considerados de responsabilidade exclusiva de cada indivíduo.

Desta forma, Sant’anna (2001) explica que se o indivíduo não está dentro das normas é porque o indivíduo não foi suficientemente autodisciplinado para cultivar, cultuar e manter o corpo dentro dos padrões socialmente aceitos e valorizados.

Novas formas de permanecer, de manter, novas tentativas de tornar o corpo “imortal” por meio das intervenções cirúrgicas e da cosmética surgem a cada momento (SANTOS; GOMES, 2008). É como se o corpo no contemporâneo fosse um material possível de ser digitalizado para ser acessado a qualquer tempo e espaço. Seria a perpetuação desse corpo.

Uma imagem corporal remete, de algum modo, ao sentido das imagens corporais que circulam na comunidade e se constroem a partir dos diversos relacionamentos que ali se estabelecem, seja pela proximidade, seja pela distância emocional que aquela imagem proporciona. Ou seja, em qualquer grupo existe sempre uma imagem social do corpo, e por isso mesmo provoca uma tendência à identificação do sujeito com outros integrantes do grupo, instituindo-se assim imagens corporais para seus membros (TEVES, 2002, p. 33).

Entende-se que a imagem exposta do corpo determina quais são os objetos imaginários de satisfação de desejo, assim, um modelo é copiado, consumido. O importante é se mostrar e ser visto dentro de moldes preestabelecidos. Seja uma propaganda, uma moda do ciberespaço

ou simplesmente o novo visual de um ídolo, no ideal de perfeição que acentua a questão corporal, estimulando o alcance de um modelo que muitas vezes causa frustração, causando mal-estar na sociedade que vive na incansável busca do corpo belo e ideal.

O corpo está em alta! Alta cotação, alta produção, alto investimento...alta frustração. Alvo do ideal de completude e perfeição, veiculado na pós modernidade, o corpo parece servir de forma privilegiada, por intermédio da valorização da magreza, da boa forma e da saúde perfeita, como estandarte de uma época marcada pela linearidade anestesiada dos ideais (FERNANDES, 2008, p. 13).

O corpo do outro passa a ser espelho, um modelo idealizado. Submetido a constantes transformações, como a fragmentação, a mercantilização, a exploração, a canonização, entre outras, entende-se que o corpo contemporâneo se molda a padrões estéticos para satisfazer necessidades de inclusão no sistema social em que se insere.

## **1.5 Corpo de hoje**

O corpo, nos dias atuais, pode ser pensado como signo que reproduz uma estrutura social de forma a dar-lhe um sentido particular que irá variar de acordo com os mais diferentes sistemas sociais (STREY; PAIM, 2004).

Diferentes teóricos posicionam-se para conceituar o corpo relacionando-o com a natureza e a cultura. Assim, o corpo revela-se tanto em componentes orgânicos como religiosos, sociais, psicológicos e culturais, sempre produzindo sentidos que representem seu mundo simbólico.

As sociedades modificam e constroem seus corpos. As pessoas aprendem a avaliar os seus corpos através da interação com o ambiente, com os outros. Hoje vive-se a revolução do corpo, valores relativos à beleza, saúde, higiene, lazer, alimentação, exercício físico, têm reorientado um conjunto de comportamentos na sociedade imprimindo um novo estilo de vida, mais aberto à diversidade por um lado, mas mais narcísico e hedonista no que diz respeito à experiência do corpo.

Se comparado a qualquer época passada, a sociedade de hoje aparenta ser mais narcísica e hedonista no que diz respeito à experiência do corpo. Porém, as contradições são visíveis, no que diz respeito às escolhas, como a moda que dita as tendências que se deve escolher independente de classe social, como visto em outras épocas.

Para Bernard (1985), na contemporaneidade acontece um processo de exaustão do corpo, processo que envolve um mito supostamente libertador, mas que, na realidade, penetra e transforma a experiência pessoal ao introduzir na subjetividade do indivíduo o peso alheio dos imperativos sociais.

Nesta reflexão, demonstra-se que a experiência que o corpo vive é modelada pela sociedade e pelas relações que experimenta, mostrando-se um corpo dinâmico em função de sua mediação social.

Para Sibília (2007), o corpo tanto próprio quanto alheio é objeto de interesse de todas as classes sociais, idades e estilos, se apresentando como a grande âncora da subjetividade.

Além da ênfase na aparência corporal, outro aspecto relevante é a crise da interioridade subjetiva onde o indivíduo perde seu espaço de privacidade e intimidade, em que as verdades não mais se escondem dentro de cada um ou tentam atingir o espaço de visibilidade.

O indivíduo parece demonstrar na imagem corporal aquilo que é ou pretende ser. Um corpo que aparenta não ser mais aprisionado ao dualismo corpo e alma. Corpo que pertence a uma releitura desse dualismo, segundo Sibília (2007), formado por crenças e valores cada vez mais exigentes que permitem a verdadeira essência do sujeito residir na informação que o faz ser o que realmente é.

O corpo pode ser modificado, exibido. Procura ostentar uma “boa aparência” pois o corpo é imagem sempre “aprimorada”. Segundo Sibília (2007), o corpo pode ser moldado, esculpido, reciclado. Porém, esse corpo passa pela bidimensionalização, sempre precisando de retoque na sua imagem para ser entrada da própria subjetividade: o que se quer exibir de si mesmo.

A imagem do corpo e o corpo feito de imagens fazem parte de uma “nova moralização das práticas corporais”, que visam “vencer no mercado das aparências; obter sucesso, beleza, autoestima, ou eficiência; efetuar uma boa performance física e, sobretudo, visual” (SIBILIA, 2009, p. 34).

Assim, o corpo “verdadeiro” é aquele mostrada por meio de imagens em tempo presente. Portanto, a demanda por imagens atualizadas a serem publicadas nos perfis on-line da internet constrói um laço que liga a “verdade” do corpo à sua identidade no tempo presente: é preciso que o corpo seja idêntico a si mesmo nas imagens publicadas, hoje e agora, e tal identidade supostamente atestaria sua “verdade”.

## 2. CORPO VISÍVEL NO CONTEXTO DA REDE SOCIAL *INSTAGRAM*

### 2.1 *Instagram*: espaço de construção, interação e sociabilidade

As possibilidades de criação de um corpo “verdade” em ambiente virtual vão além da descrições físicas efetuadas nos sites de relacionamento, moda, esporte e saúde na internet. É o corpo que deseja ser visto, admirado, aceito e aprovado pelo olhar do outro.

Posicionando-se sobre um pertencimento do corpo à sociedade na modernidade, “os corpos não eram vistos como exclusividades individuais” (SANT’ANNA, 2014, p. 842). Se antes o corpo era dependente da regulação das instituições e da sociedade, ele posteriormente passa a ser “a primeira forma de expressar suas identidades pessoais”. (BRUMBERG, 1997, p. 27). Como se agora o indivíduo tivesse o poder de moldar sua própria imagem, transformando seu corpo à expressão de sua personalidade.

A liberdade dessa escolha pode ser questionada diante das expectativas sociais que demandam que o corpo seja esculpido em conformidade com os padrões ideais de beleza. Nesse contexto, as redes sociais se tornam um espaço para a exposição desse modo individual de construção da imagem.

Neste ambiente de rede social, o corpo parece se configurar através não só do uso de novas técnicas e visibilidade, mas também do consumo. De acordo com Bruno, “os dispositivos contemporâneos vêm contribuir para a constituição de uma subjetividade exteriorizada onde vigoram a projeção e a antecipação” (BRUNO, 2004, p. 116).

A autora se refere à exteriorização relacionando a exposição pública ao domínio de cuidados e controles sobre si. Desta forma, a exposição sobre a vida íntima e o corpo, por exemplo, não são mais feitas em um espaço que se poderia chamar de privado (ou quase isso) como se fosse um confessionário, mas público, perante grupos na internet.

O denso significado dado ao corpo e sua imagem nas redes sociais “estimulou o desejo de transformar todas as suas partes em imagens fotogênicas, das vaginas às arcadas dentárias” (SANT’ANNA, 2014, p. 2894).

Considera-se que essa construção e mudança de um corpo e, principalmente, a representação que ele carrega consigo, transforma de alguma forma a própria identidade e a forma de estar e se perceber no mundo; “a vontade está na preocupação de modificar o olhar sobre si e o olhar dos outros a fim de sentir-se existir plenamente” (LE BRETON, 2003, p. 30). Paula Sibilia conclui este raciocínio:

Ao que parece, esses sujeitos contemporâneos acreditam, sobretudo, no valor da imagem que eles projetam nos espelhos e nos olhares alheios, uma imagem que [...] considera-se capaz de relevar o que se é. Se os contornos respeitarem as duras regras da moral da boa forma, então o privilégio de ostentá-la será sinônimo de felicidade nos mais diversos âmbitos da vida: sucesso profissional, prazer sexual, amor, beleza, bem estar. (SIBILIA In FREIRE FILHO, 2010, p. 205)

Sempre foco de observação do olhar do outro, o corpo ainda que não esteja sob este olhar, possivelmente passa a se observar com os olhos do outro. No ambiente de rede social, o corpo é exibido na lógica do espetáculo e infere que quando não é transformado em imagem não existe.

Desta forma, as redes sociais parecem que estabelecem padrões de laços determinados socialmente em que o indivíduo tem nas mãos a possibilidade de divulgar apenas as informações as quais construam a identidade que ele quer passar naquele ambiente virtual, o que torna fácil a ocorrência de indivíduos que criam uma pessoa que só existe naquele ciberespaço (RECUERO, 2009).

Como se a rede social fosse uma teia na qual os indivíduos mantem uma comunicação via computador formando grupos que interagem gerando informações, trocas de conhecimento e formando celebridades pela alta visibilidade.

Desta forma, acredita-se que as interações sociais se intensificam neste ambiente onde todos participam e compartilham informações a todo instante pela formação de novas subjetividades que constroem o indivíduo nos dias atuais.

Se, como Foucault (2015) argumenta, toda sociedade é marcada por discursos de poder e de saber que consolidam novas formas de subjetivações, as novas práticas de narrativa de si por meio das redes sociais, dentro de uma lógica que se inicia no culto às celebridades e na exposição da vida privada, contêm em si mesmas normatizações, imperativos e descrições de subjetividade que revelam aspectos socialmente valorizados como essenciais na construção do sujeito contemporâneo. (SANCHOTENE; LEAL; BARBOSA, 2016, p. 2)

Para Sibília (2007) esses novos indivíduos reconfiguram práticas antigas, ressignificam as formas como se constrói uma narrativa do eu. Na lógica das redes sociais, o eu parece não buscar mais a interioridade, mas a exterioridade e a visibilidade.

Neste ambiente de rede social facilmente se observa uma suposta realidade sobre a vida dos indivíduos que dela participam. Como se o cotidiano no mundo real fosse estendido ao mundo virtual.

Nas redes sociais atuam empresas, os grupos particulares, redes presentes, mas que não fazem parte de trocas para um indivíduo, espaços que servem somente para observar a vida do outro, enfim, que possibilitam ou não a interação dependendo da participação do indivíduo, tão idêntico ao mundo real e o processo de relacionamentos sociais.

O presente nas redes sociais dar-se a entender como o único momento vivido, como se o passado não tivesse nenhuma marca sobre a história de alguém e o futuro é quase algo não explorado, assim, é no presente que se explica sobre a realidade de si:

É nele que as coisas se realizam, é ele que é capturado pelas imagens e transposto em forma de texto. É importante ressaltar que as práticas de narrativa de si não apenas refletem ou documentam uma vida, elas criam a própria vida, é através delas que os sujeitos pensam em si como uma unidade e estabelecem uma rede de significados entre suas ações e pensamentos. (SANCHOTENE; LEAL; BARBOSA, 2016, p. 6)

Desta forma, pode-se sugerir que tão parecido com a vida real, neste ambiente de rede social, as relações sociais são criadas de acordo com os interesses dos indivíduos. Dentre as redes sociais atuais, o *Instagram* é como uma via que permite o envolvimento social através do compartilhamento de fotos e vídeos que mostram a vida e o cotidiano ao mundo de forma simples, bastando somente uma imagem.

A difusão do seu conteúdo segue basicamente a lógica do ver e ser visto, ou seja, quando um conteúdo é adicionado, automaticamente este estará disponível a qualquer pessoa que tenha permissão para vê-lo; que esteja envolvido na rede (PIZA, 2012).

O *Instagram* foi desenvolvido especificamente para *smartphones* e *tablets* com o sistema operacional *iOS*, desenvolvido pela *Apple Inc* e posteriormente, em abril de 2012, o uso do aplicativo foi estendido para outro sistema operacional; *Android*, desenvolvido pela *Open Handset Alliance*, conduzida pela empresa *Google* (RODRIGUEZ; et al, 2013).

Lemos (2007) disserta que o uso de smartphones e de outras tecnologias móveis interfere na gestão do espaço e do tempo. Como os celulares estão sempre nas mãos dos indivíduos, quase 24 horas por dia junto a seus corpos, muitos realmente perdem a noção de tempo. O que é hora de lazer, diversão e entretenimento se confunde.

Pode-se dizer que esta ‘confusão’ contribui para as constantes mudanças das relações sociais. Essas mudanças implicam o aparecimento de novos padrões estruturais.

Segundo Recuero (2011), a mediação pelo computador, por exemplo, gerou outras formas de estabelecimento de relações sociais. A sociedade está se adaptando aos novos tempos e passando a utilizar redes sociais, como o *Instagram*, para formar novos padrões de interação, criando formas novas de sociabilidade e novas organizações sociais.

Assim, com a facilidade de consumo de aparelhos, como *smartphones* e aplicativos como o *Instagram*, cada momento acontece numa rotina de busca por visibilidade em espaço virtual. Com o uso da imagem e pequenos vídeos que se faz pelo *Instagram*, a interação parece não se limitar apenas à territorialidade física, indo além dessas fronteiras, e permitindo que os indivíduos se comuniquem entre si, independentemente de estarem próximos ou não.

O processo de construção social, hoje, pode ser entendido como uma forma de ultrapassar as fronteiras territoriais da comunicação e ao modo como os indivíduos tem utilizado o *Instagram*, as demais redes sociais e o telefone celular em suas vidas, entrando e saindo simultaneamente dos âmbitos *offline* e *online*, interligando mundos e experiências cotidianas na esfera pública e privada. Para Winocur (2009), tal socialização digital não substitui o mundo real, e sim está ligada a ele.

Ling (2004) acredita que a possibilidade de ter um telefone disponível, sempre à mão, alterou os hábitos existentes anteriormente, quando somente existia o telefone fixo. O telefone agora é individual; cada indivíduo possui o seu número, de uso pessoal, e pode usá-lo para entretenimento, navegando pelo *Instagram* e outras redes sociais, se comunicando, trabalhando, enfim, para o que achar mais conveniente, a qualquer momento e em qualquer lugar.

Os dispositivos móveis atualmente são de uso pessoal e são portáteis. De acordo com Ling (2004) eles foram adotados rapidamente e ligados ao nosso corpo para uma ampla variedade de práticas sociais, que ultrapassam as funções primárias de comunicação. Desta forma, o *Instagram* pode ser um ambiente que permite a extensão do que se quer ser e viver, já que seu uso expõe o cotidiano dos indivíduos e seus seguidores.

Sendo o *Instagram* local onde os indivíduos podem agir e se representar, ter um dispositivo móvel parece ser essencial numa sociedade que anseia pela visibilidade de seus diários a cada instante para poder existir.

Quando tais dispositivos móveis falham, os usuários tendem a se sentir perdidos porque desenvolveram uma relação de dependência com as tecnologias (LING, 2004). Se não é possível o uso do dispositivo móvel, a necessidade da interação, a sociabilidade pelo

*Instagram* não acontece, que faz o usuário não se sentir atualizado e nem atualizar seus próprios fatos numa cadeia de importância, realização e felicidade de ver e ser visto.

Desta forma, o *Instagram* refere-se a ser mais um elemento do cotidiano. Comum a qualquer momento, em que ao se deparar com indivíduos com seus smartphones andando pelas ruas, nos bares, nas escolas, nos teatros, enfim, a qualquer momento e em qualquer lugar, como se o dispositivo já fosse um membro ou extensão do próprio corpo e o *Instagram* uma espécie de espelho da imagem desse corpo para o mundo (LING, 2004).

Hoje, com a acessibilidade do consumo oferecida pelo mercado sobre o uso de internet e *smartphones*, isso tornou-se uma realidade e ganhou sentido de pertencimento nas diferentes classes sociais, o que oferece à sociedade a ideia de inclusão.

Desta forma, o sentido de pertencimento pode ser uma forma de se igualar, utilizando o celular e vivendo o mundo do *Instagram* praticamente em tempo real, interagindo com os demais usuários da rede de maneira parecida ou idêntica para sentirem que pertencem ao mesmo universo.

Neste contexto, o *Instagram* instiga a sociabilidade pelo compartilhamento do momento vivido, das imagens exibidas que muitas vezes mostram o corpo, o desejo, a representação do que se diz ideal.

Isto, porque o *Instagram* serve de janela entre o real e o virtual tanto pelo consumo da imagem que sempre acontece pela exibição do corpo na necessidade de aprovação do olhar do outro quanto pela inserção neste universo de visibilidades, que é o *Instagram*, pelo consumo de *smartphones* como meio acessível à entrada nesta rede de interação social que reproduz o que se quer ser.

Ou seja, a aceitação, o reconhecimento e a aprovação não vem mais de uma autoridade, mas do olhar de um outro capaz de legitimar o que se mostra, permitindo a construção das subjetividades contemporâneas que se relacionam com as práticas e conteúdos difundidos nas plataformas de redes sociais, como o *Instagram*.

No entendimento de Slater (2002), é através das mercadorias e dos bens que a vida cotidiana, assim como as nossas identidades e relações sociais são sustentadas e reproduzidas. Para o autor o que se consome determina a imagem que queremos passar e serve para identificar nós próprios e uns aos outros.

O consumo de smartphones e acesso ao *Instagram* pelos indivíduos é uma maneira de expor suas identidades, simbolizando um estilo de vida, um gosto que possibilita a inserção, a interação e a sociabilidade de grupos que podem ser entendidos por conjuntos que seguem

uma moda, um estilo, mantendo-se atualizados, independente de classe social ou econômica, mas que estão vivenciando a construção da imagem de si num espaço virtual.

Em espaços virtuais, a comunicação permite que os indivíduos interajam socialmente com liberdade de expressão, desenvolvam autonomia e criem seus próprios códigos de comunicação (VIEIRA, 2007).

Um detalhe interessante, mas não de exclusividade do *Instagram*, são as *hashtags*. Uma palavra ou um conjunto de palavras juntas e antecedidas pelo símbolo que algumas até já chamam de *hashtag* (#), formando assim um *link* que quando clicado aparecem juntas todas as fotos que usaram daquela mesma marcação, fazendo uma ligação entre elas e juntando pessoas de interesses semelhantes.

Usa-se o *Instagram* para se expor, mostrar à sociedade o quão feliz é a sua vida e de como são extraordinários seus acontecimentos cotidianos. “A tendência parece clara, pelo menos nestas arenas: os relatos de si tendem a ser cada vez mais instantâneos, presentes, breves e explícitos (SIBILIA, 2008, p. 137).”

No *Instagram*, percebe-se uma adesão, mesmo que de forma inconsciente por parte dos indivíduos, ao egocentrismo como uma forma de se fazer presentes em meio a rede e também chamar a atenção do outro, numa narrativa de si que transpassa o limite entre o público e o privado.

Aspectos do âmbito privado são comuns nas postagens do *Instagram*. Além do indivíduo poder gerenciar a qualquer momento as suas informações e quem pode ver ou interagir, essa característica transmite a ideia de poder manipular suas interações e assim, relacionar-se apenas com quem melhor lhe convir.

Talvez a maior característica do *Instagram* seja a interação construída independente do espaço geográfico, onde através da imagem promove-se uma troca de mensagens que muitas vezes compreendem o contexto da ‘privacidade’ e os corpos se expressam e consomem para realizar seus desejos numa realidade à espera de um julgamento público.

## **2.2 Visibilidade: se mostrar para existir**

No mundo virtual, considera-se que a exposição exagerada da intimidade contribui para a desvalorização da privacidade e permite entender que dá margem à construção de novas subjetividades.

As práticas de exposição da intimidade na Internet constituem uma visibilidade expandida, que subverte os limites entre o público e o privado e renova o interesse pela relação com o olhar do outro e pelas formas de espetáculo aí implicadas. (BRUNO; PEDRO, 2004, p. 2)

O espetáculo nos dias de hoje consideram a busca sempre pelo olhar do outro. A visibilidade antes era marcada pela subjetividade íntima, interna, agora a constituição da subjetividade tornou-se exteriorizada, de ordem pública, onde todos olham e tudo é do domínio de todos.

Entende-se os segredos cada dia mais explícitos na esfera pública na intenção de produzir o ato de aparecer. A realização de se tornar visível considera o olhar do outro para que este desejo se torne realidade, mas, para que todo este processo aconteça, a imagem tem que ser atrativa para que seja realizada pelo olhar do outro ou mesmo esmaecida, se não for reativa a esse olhar (BRUNO; PEDRO, 2004).

Neste contexto, presume-se que a visibilidade está relacionada àquilo que está dentro do campo de visão do indivíduo, sendo que existem limites, um tempo e espaço. Porém, através das novas tecnologias, considera-se a visibilidade estando além do domínio de alcance natural e do aqui e agora.

Um indivíduo não precisa mais estar presente no mesmo âmbito espaço-temporal para que possa ver um outro indivíduo ou para acompanhar uma ação ou acontecimento: uma ação ou acontecimento pode fazer-se visível para outras pessoas através da gravação e transmissão para os que não se encontram presentes fisicamente no lugar e no momento do ocorrido (LIMBERTO, 2008, p. 20).

Assim, compreende-se que os indivíduos podem ser vistos por muitos outros sem que eles próprios sejam capazes de vê-los, enquanto os indivíduos são capazes de ver à distância sem serem vistos por outros. Imagina-se que isso só seja possível pelo desenvolvimento das novas formas de visibilidade dadas pelo aperfeiçoamento das mídias.

Ver nunca é «pura visão», não é uma questão de simplesmente abrir os olhos e captar um objeto ou acontecimento. Ao contrário, o ato de ver é sempre moldado por um espectro mais amplo de pressupostos e quadros culturais e pelas referências faladas ou escritas que geralmente acompanham a imagem visual e moldam a maneira como as imagens são vistas e compreendidas (LIMBERTO, 2008, p. 21).

A reflexão em torno do assunto, possivelmente, é que câmeras de vigilância, por exemplo, estejam associadas à visibilidade intensa de tudo e de todos e conseqüentemente, à invasão de privacidade, lembrando de locais como salas de aula, lojas de departamento, restaurantes, condomínios e até os quartos de dormir pelas *webcams* ultrapassando o espaço privado.

Para Sibília (2008), os quartos privados do mundo burguês foram fundamentais para o desenvolvimento das noções de individualidade e identidade – pois era no silêncio dessas fronteiras físicas que os indivíduos podiam analisar seu íntimo (para quem das fronteiras da pele, do corpo) e dar vazão, em diários pessoais, aos pensamentos constitutivos de sua essência, seu núcleo interior, seu “eu”.

Seguindo essa lógica, uma espécie de personagem público vem sendo com frequência formado principalmente através da web, tendo nesta um dos meios para viabilização de uma espécie de espetacularização da intimidade, apontando para uma apresentação menos autêntica de subjetividade, ancorada nas aparências (CALVINO, 2009).

Vida íntima e espaço público parecem se misturar em meio às transformações subjetivas mostradas pelo consumo da privacidade alheia e o fenômeno da disputa por visibilidade.

Sobram imagens pessoais por todo lado: escolas, centros de treinamento e faculdades estampam em out-door as fotos das equipes de professores e dos alunos que obtiveram êxito nos concursos; blogs e fotologs proliferam na internet, expondo, sem guardar segredo (ao contrário do que faziam os antigos diários pessoais), a intimidade de seus proprietários; vídeos pessoais são postados a cada minuto no Youtube e aproveitados pelos canais de televisão; pequenos acontecimentos pessoais são transformados em grandes eventos coletivos nas redes virtuais de relacionamento; colunas sociais de jornais impressos registram e cultuam a boa aparência dos colunáveis em fotografias posadas. (SAID, 2013, p. 26)

Desta forma, entende-se ser mais difícil controlar o conteúdo simbólico dentro de um espaço como a Internet e principalmente nas redes sociais, por parecer ser muito mais difícil assegurar de que as imagens disponíveis aos outros são as que os indivíduos gostariam de ver circulando.

O imperativo da visibilidade, para Sibília (2003), é algo que vai de encontro ao que se entende por novas formas de construção de representações identitárias, além do contato com o outro, tão necessário para a construção do eu.

Para existir é preciso estar na rede, compartilhar o que se está fazendo, os lugares de visitação. Pode estar se configurando uma modalidade diferenciada de produção de subjetividade em que se valoriza uma subjetividade exteriorizada (CALVINO, 2009).

Com a busca exterior das características pessoais tem-se a confusão entre os limites do público e do privado, com a esfera pública sendo invadida pelos interesses eminentemente privados de auto-afirmação e obtenção de satisfação pessoal e busca da negação dos limites e fraquezas pessoais.

Como se ninguém tivesse mais o íntimo como um esconderijo no dia-a-dia, mas “*ao contrário, essa esfera “íntima” se converte em um palco onde cada um pode (e deve) encenar o show de sua própria personalidade*” (SIBÍLIA, 2003. p. 9).

O desejo imediato da visibilidade do outro pode ser entendido sempre pela valorização do ato de olhar e a provocação para ser olhado, sendo características de um espetáculo exagerado do visível na sociedade atual.

Neste espetáculo de visibilidade de se mostrar para existir, considera-se que o indivíduo pode escolher um personagem para cada momento como identidade para se enquadrar nas exigências sobre o sentido de existência na sociedade. As exigências podem ser entendidas como grupos ou modas que os indivíduos devem seguir para inserção na sociedade, por exemplo.

A identidade, desta forma, é preparada para se mostrar onde se quer ser visto. A intimidade hoje não é àquela do passado, na qual a essência, a autenticidade, estavam no oculto, no que não pode ser revelado, porém, ainda existe intimidade mas é dependente do olhar do outro para alcançar sentido.

A intimidade do outro é investigada e visualizada por muitos e colocada à prova. Nas redes sociais o indivíduo tem a possibilidade de divulgar apenas as informações as quais construam a identidade que ele quer passar naquele ambiente virtual, o que torna fácil a ocorrência de indivíduos que criam uma pessoa que só existe naquele ciberespaço (RECUERO, 2009).

O indivíduo atualmente parece vestir seus personagens de acordo com as exigências de visibilidade. O mundo virtual é o palco onde o indivíduo pode atuar sendo quem ele pretende ser, se relacionando como acha pertinente, sem se declarar, ou, até mesmo para mostrar aquilo que não se tem coragem para ressaltar na vida social em geral.

A construção de si a partir do olhar do outro remete a ideia de construção de si como se fosse o olhar por um espelho, onde o indivíduo vai perceber e aceitar somente o que for

‘refletido’, no caso do meio virtual, somente o que for visualizado e aprovado pelo olhar do outro, como sendo o real, o ideal.

A lógica do “sou visto, logo existo” dá forma à perspectiva de constituição do eu em um espaço em que o espelho, antes representado pela família ou sociedade em sua maneira mais ampla, agora bem representada pela mídia em suas diversas vertentes, mas essencialmente através das redes sociais, que torna a visibilidade mais acessível e mais “visível” do que nunca e em um ritmo bastante acelerado (LIMA; SOUSA, 2015, p. 9).

O importante é se mostrar para existir. Desta forma, é no espaço virtual que se cria mais versões ou distorções de si do que na vida real (LIMA; SOUSA, 2015). Ser ou não no mundo virtual, por exemplo, afloram um novo modo de exposição, interação e visibilidade na sociedade atual, já que é nestes espaços que os gêneros encontram liberdade para se expressarem sem violências físicas.

Eis que surge a necessidade da multiplicidade de olhares sobre essa exposição. A separação entre o mundo interior e exterior se mescla à separação entre o virtual e o real. O mundo interior dar a impressão de se expressar muito mais no espaço virtual, sem que necessariamente o próprio indivíduo se expressa em busca da visibilidade se dê conta disso.

### 3 CORPOS MÚLTIPLOS

#### 3.1 Gênero e corpo

Dentre as multiplicidades dos olhares sobre o corpo, inserem-se as questões que envolvem o gênero que estão presentes de forma significativa no cotidiano. Gênero se refere aos aspectos culturais, históricos e sociais de como se classificaram os indivíduos a partir das diferenças percebidas entre os sexos (SCOTT, 1990) e que presumidamente categorizam os indivíduos como feminino ou masculino (cisgêneros), transgêneros ou não binários.

Pelo conceito anteriormente exposto, entende-se que gênero não é uma particularidade permanente mas diz respeito às características pessoais de cada um, como exemplificou Reis e Pinho (2016), que diz cisgêneros ser indivíduos que se identificam com o gênero designado ao nascer; transgêneros são indivíduos com identidade de gênero diferente do gênero designado no nascimento; e indivíduos não binários possuem identidade de gênero que não é nem homem nem mulher, está entre os sexos ou além, ou é uma combinação de gêneros.

Esta diversidade de gênero, portanto, parece ser elemento cultural que se manifesta na variedade de costumes, comportamentos, crenças e valores. O termo gênero é encontrado na literatura entre as feministas ao longo dos anos de 1980, onde na década seguinte, Joan Scott, fala que:

[...] tem duas partes e diversas subpartes. Elas são ligadas entre si, mas deveriam ser distinguidas na análise. O núcleo essencial da definição repousa sobre a relação fundamental entre duas proposições: o gênero é um elemento constitutivo de relações sociais fundadas sobre as diferenças percebidas entre os sexos e o gênero é um primeiro modo de dar significado às relações de poder (SCOTT, 1990, p. 86).

Desta forma, gênero, além de elemento cultural, pode se referir às relações sociais, assim como classe, raça, geração e outras categorias. Julga-se o gênero como um importante dado na configuração da sociedade contemporânea, notoriamente, em constante construção, o que leva a refletir que provavelmente gênero não possa ser pré-determinado quando o indivíduo nasce.

Isto na ideia de que gênero, estando em constante construção, ele possivelmente se modifique, se transforme, repensado e demonstrando poder e posicionamento diante das diferenças sexuais que designam papéis constituídos culturalmente e que mudam de acordo

com a sociedade e o tempo em que acontecem. Souza fala sobre a importância desses papéis e suas relações de poder:

Com o surgimento do dimorfismo, ou seja, a existência do século biológico que promove esferas de dominação e poder do homem sobre a mulher com base na existência de dois corpos diametralmente opostos, forjados para papéis específicos, na sociedade, de acordo com as características de cada um, o corpo passa a ter importante papel na conformação social repercutindo em várias esferas de poder (SOUZA, 1997, p. 7).

Os papéis atribuídos as mulheres e aos homens aparentam destinos traçados para realizações das construções sociais, e segundo Moreira (2002) todos são capazes de qualquer função, sendo possível discorrer que não é a natureza, mas a sociedade que impõe à mulher e ao homem certos comportamentos e normas distintas.

Desta forma, o indivíduo nasce sexualmente definido e o meio social em que vive determina os papéis masculinos ou femininos, instituindo assim o gênero, isto é, hierarquias socialmente constituídas (SANTANA; BENEVENTO, 2013).

Com o meio social sendo o determinante dos papéis, observa-se que nas mais diversas sociedades humanas possivelmente encontram-se padrões corporais e comportamentais responsáveis pela diferenciação sexual das pessoas.

Nota-se que ser ou não ser assume significados distintos e relativos de uma cultura para outra, e essas diferenças provavelmente são expressas através de hábitos e costumes e até divisão social do trabalho.

Nesse sentido, o gênero “torna-se, antes, uma maneira de indicar ‘construções sociais’ – a criação inteiramente social de ideias sobre os papéis adequados aos homens e às mulheres” (SCOTT, 1990, p. 75).

Neste contexto, acredita-se no corpo que se constrói numa base fixa sobre a qual se fundamenta o gênero. Não se pode compreender o corpo fora da cultura, pois nenhuma experiência corporal existe fora dos processos sociais e históricos de construção de significados (CARVALHO, 2011).

Seguindo o pensamento da autora podemos perceber que os corpos são educados de modo a assimilarem padrões de comportamento e personalidade, e principalmente gêneros.

Sobre o corpo, considera-se que se atribui uma ordem do que é considerado masculino ou feminino em uma sociedade, repercutindo na construção e reprodução de signos responsáveis por esta definição, tais como vestimentas, postura, divisão de trabalhos e papéis sociais.

Tal ordem possivelmente possibilita uma abertura para a transformação do corpo de um aspecto biológico para um aspecto social, diante da ideia de um único sexo.

Sendo assim, “o gênero foi desenvolvido e é sempre usado em oposição a sexo, para descrever o que é socialmente construído, em oposição ao que é biologicamente dado” (NICHOLSON, 2000, p. 9).

Seguindo o autor acima citado, presume-se que homem e mulher, masculino e feminino, macho e fêmea são dicotomias processadas historicamente a partir do reconhecimento de dois corpos sexuais e sociais distintos.

Louro (1997), assim, aponta a ideia das diferenças entre os gêneros que marca a suposta ideia da existência de uma essência masculina e feminina, justificando relações de desigualdade entre os gêneros.

Porém, para Scott (1995), o gênero não é uma mera decorrência dos corpos, mas parte das diferenças que se percebe e, ao percebê-las, se hierarquiza.

Desta forma, não tem como pensar em gênero sem pensar em corpo. As maneiras de viver o gênero na sociedade a partir do corpo são apresentadas sob termos e categorias que acabam por excluir outras possibilidades de existência.

Mais do que um conjunto de músculos, ossos, vísceras, reflexos e sensações, o corpo é também a roupa e os acessórios que o adornam, as intervenções que nele se operam, a imagem que dele se produz, as máquinas que nele se acoplam, os sentidos que nele se incorporam, os silêncios que por ele falam, os vestígios que nele se exibem, a educação de seus gestos... enfim, é um sem limite de possibilidades sempre reinventadas, sempre à descoberta e a serem descobertas. Não são, portanto, as semelhanças biológicas que o definem mas, fundamentalmente, os significados culturais e sociais que a ele se atribuem (GOELLNER, 2008, p. 28).

Presume-se que problematizar o caráter natural atribuído ao corpo, ao gênero é fundamental para o posicionamento de forma crítica em relação a muitos dos discursos contemporâneos que, pautados na anatomia dos corpos, excluem muitos em detrimentos de poucos, ou direcionam o entendimento de alguns corpos, nomeando-os como perfeitos, desejáveis, vitoriosos em oposição a outros considerados desviantes, deslocados e não desejáveis.

Se para o indivíduo existir ele precisa de corpo que se mostra na sociedade contemporânea, então compreender este corpo implica direcioná-lo não apenas ao natural e biológico, mas, também, como produto entre natureza e cultura.

O corpo resulta de uma construção social, como explicado anteriormente, e mostra as diferenças dos indivíduos por condutas formadas continuamente, idealizando o modo de ser nos espaços de socialização.

Neste contexto, Goellner (2010) refere-se a corpo no seu plural por entender que corpos são observados nas suas especificidades e singularidades, sendo corpos múltiplos na ideia de que as construções culturais são plurais, idealizando corpos desejáveis ou não.

Desta forma, se os corpos são múltiplos, os gêneros também são e nos levam a cogitar que masculinidades e feminilidades são vividas de diferentes formas, sem existir uma forma certa de ser.

Os indivíduos são homens e mulheres plurais porque são de diferentes etnias, classes sociais, religiões, idades etc (GOELLNER, 2010). Logo, não se pode utilizar gênero apenas para descrever as relações que se vê, mas transcender, adotando-se outro referencial que permita esmiuçar as desigualdades e os significados construídos sobre esse universo complexo das identidades.

### **3.2 Gênero, subjetividade**

Compreende-se que os corpos e identidades do contemporâneo rompem com os padrões hegemônicos de feminino e masculino, assim, a história da criação de corpos e identidades sociais possivelmente é também relacionada aos modos de produção da subjetividade.

A constituição da subjetividade está ligada aos diferentes processos de institucionalização e ação nos diferentes espaços da vida social, articulando elementos de sentido de outros espaços sociais que produzem níveis de complexidades como gênero, classe, raça, etnia entre outros.

A produção de subjetividade que aparentemente acontece com as transformações sócio culturais, econômicas e políticas tencionam estabelecer novos padrões de conduta influenciando nos corpos e seus comportamentos sexuais, novos valores nos quais o posicionamento de gênero tem maior visibilidade diante os padrões hegemônicos e relaciona-se com novas identidades e expressões contemporâneas.

Pode-se compreender que a maneira em que o indivíduo se assume diz respeito a subjetividade que é construída historicamente por este sujeito nas suas relações sociais e afetivas.

Portanto, aquilo que é normal em nossa sociedade é algo supostamente interessante ao indivíduo por valorizar e naturalizar, mas não é natural, nem infinito. Desta forma os modelos de normalidade e de saúde precisam ser considerados historicamente (AGUIAR, 2001; GONCALVES & BOCK, 2003; KAHHALE, 2003; REY, 2003)

O processo de constituição da subjetividade permite deduzir que, entre os transgêneros, as travestis, por exemplo, se expressam por uma complexidade de transformações em relação ao corpo genético, a construção de identidade de gênero do sexo de escolha e uso de vestimentas e expressões corporais condizentes com esta identidade de gênero.

É possível que, subjetividade, gênero e corpo encontrem na sexualidade seus conflitos sobre verdades e padrões corporais, onde ainda parece existir um modelo único de controle, o heteronormativo. Estas técnicas de disciplina corporal assujeitam e criam corpos padronizados e modos de produção da subjetividade controlada (MISKOLCI, 2006).

Assim, pensar a constituição da subjetividade requer ir além da referência ao uso de roupas e transformação do corpo para a construção de sua identidade, que é sempre múltipla e descontínua, constituída por variações infinitas de possibilidade, uma multiplicidade de expressões sexuais e de gênero.

### **3.3 Gênero virtual**

Entendendo redes sociais como um local onde são produzidas as vivências, as constituições das subjetividades e de modos de vida em que o indivíduo e as práticas de vida estão em acordo, o uso da internet e suas ferramentas sociais, como o *Instagram*, demonstra dar novos contornos às produções de subjetividades e novos modos de construção de si e de vivências.

No que se refere a essas novas produções percebe-se que se apresentam identidades de gêneros plurais representados de forma em que subjetividade, visibilidade e tecnologia se interconectam na formação de novos espaços, dando margem ao aparecimento de linguagem e práticas diversas.

Pensando a existência de uma cultura de múltiplos gêneros, a ideia de identidade, segundo Castells diz, “constituem fontes de significado para os próprios atores, por eles originadas, e construídas por meio de um processo de individuação” (CASTELLS, 1999, p. 23).

Neste sentido, entende-se que os espaços virtuais funcionam como um local onde essas identidades podem ser produzidas e vistas também, aparecendo no comportamento e na linguagem de um determinado grupo.

Conforme Passarelli et al, “*Estas expressões de identidade são também acompanhadas pelo movimento de multiplicidade e diversidade de inúmeros pequenos grupos cujas vozes se conectam e se transformam em ações sociais*” (PASSARELLI et al, 2009, p. 62).

Desta forma, considera-se que a compreensão vai além da visibilidade da subjetividade dos múltiplos gêneros. Os pequenos grupos, como se refere Passarelli et al (2009), também constituem espaço que funciona como um dispositivo de ação política, sendo que “*a subjetividade na rede é um espaço de possibilidades para conversações e intervenções sociais*” (PASSARELLI et al, 2009, p. 62).

Todavia, nota-se que estes pequenos grupos que o autor se refere, hoje, tem se tornado grandes grupos no que se refere ao número de seguidores dos canais e mídias, representados por meio dos canais de interação que partilham discursos, comportamentos e produção de subjetividades.

Dentre as mídias de acesso e interação, a rede social pode ser apontada como parte da rotina dos indivíduos e determinadas tendências em respectivos espaços foram surgindo também grupos de debate e troca de experiências demarcadas por suas similaridades sociais.

A visão de construção desses espaços é que aparentam se mostrar para além das ruas, sendo um território propício ao encontro de vários gêneros, uma vez que mesmo havendo exposições de ideias e práticas, também acredita-se que se configura como sendo um ambiente mais seguro, quando se leva em consideração, por exemplo, as agressões físicas que alguns grupos sofrem por não pertencerem a um outro específico numa relação de submissão e domínio.

A exemplo dos padrões heteronormativos que acabam institucionalizando nas práticas culturais gays a busca pelo reconhecimento do masculino e do feminino como meio definidor de suas identidades na tentativa de inserção de si em mundo formado por modelos que possam ser aceitos como “normais”. (COSTA; JÚNIOR (2015), p. 7).

Estes mesmos autores dizem que por mais que exista “*a constrição e a desconstrução de identidades culturais gays o espaço da mídia mostra o quanto foram provocadas mudanças na divisão desses mesmo papéis sociais, como o caso do masculino e do feminino*” (COSTA; JÚNIOR (2015), p. 7).

Hoje, entende-se que as linguagens, práticas e subjetividades criadas e reproduzidas por meio dos espaços virtuais pluralizam para além das tradicionais figuras do homem ou da mulher e mostram diversas outras representações identitárias que se reinventam por meio de novos símbolos, linguagens e práticas que acontecem e aparecem, na ideia de conquistar espaço e liberdade à que todos têm direito.

## 4. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

### 4.1 Tipo de Estudo

Para cumprir com os objetivos do presente estudo utilizou-se uma pesquisa de caráter exploratório, com uma abordagem qualitativa, com método estudo de caso/observacional. Segundo Gil (2008), a pesquisa exploratória proporciona maior familiaridade com o problema e pode envolver levantamento bibliográfico, entrevistas com pessoas experientes no problema pesquisado. Geralmente, assume a forma de pesquisa bibliográfica e estudo de caso.

Assim, a pesquisa exploratória pode ser feita por meio de diversas técnicas, geralmente com uma pequena amostra, permitindo ao pesquisador definir o seu problema de pesquisa, formular as suas hipóteses, bem como escolher as técnicas mais adequadas para as suas pesquisas e decidir sobre as questões que mais necessitam de atenção e investigação detalhada. Pode ainda, alertá-lo sobre potenciais dificuldades ou áreas de resistência (MINAYO, 1993).

Desta forma, a pesquisa é considerada exploratória quando envolve levantamento bibliográfico, entrevistas com pessoas que têm experiências práticas com o problema pesquisado e análise de exemplos que ajudem na sua compreensão. As pesquisas exploratórias proporcionam uma visão geral de um determinado fato, fornecendo subsídios sobre ele.

Neste sentido podemos afirmar que tal estudo apoia-se em princípios práticos tais como (MINAYO, 2001):

- a) A aprendizagem melhor se realiza quando se parte do conhecido, do que já se sabe;
- b) Deve-se buscar sempre ampliar o conhecimento - conhecer ao máximo o assunto;
- c) Encontrar respostas racionais pressupõe formulação de perguntas também racionais.

A pesquisa exploratória quando definida de forma direta e clara, permite que a realidade seja percebida como ela é e não como o pesquisador pensa que seja, assim na sua concepção tradicional, a pesquisa exploratória tem por objetivo o refinamento dos dados da pesquisa e apuro das hipóteses (TRIGO; BRIOSCHI, 2002).

O método qualitativo é útil e necessário para identificar e explorar os significados dos fenômenos estudados e as interações que estabelecem, da mesma maneira que possibilita estimular o desenvolvimento de novas compreensões sobre a variedade e a profundidade dos fenômenos sociais (BARTUNEK; SEO, 2002). Dentro da pesquisa qualitativa empregou-se o estudo de caso. Segundo Gil (2002) pode-se considerar o mais completo dentre todos os

outros, pois este se vale tanto de dados de pessoas quanto de dados documentais. Com este procedimento se supõe que se pode adquirir conhecimento do fenômeno estudado a partir da exploração intensa de um único caso.

Neste sentido, o estudo de caso deve ser aplicado quando o pesquisador tiver o interesse em pesquisar uma situação singular, particular. As autoras Lüdke e André (1986, p. 13) ainda nos elucidam que “o caso é sempre bem delimitado, devendo ter seus contornos claramente definidos no desenvolver do estudo”.

São características fundamentais de estudo de caso a descoberta, que enfatiza a interpretação em contexto, busca retratar a realidade de forma completa e profunda, usa uma variedade de fontes de informação, revela experiência vicária e permite generalizações naturalísticas, procura representar os diferentes e às vezes conflitantes pontos de vista presentes numa situação social e utiliza uma linguagem e uma forma mais acessível que os outros relatórios de pesquisa (LÜDKE; ANDRÉ, 1986).

Percebemos que todas essas características apontam para um estudo que se preocupa com a constante reformulação dos seus pressupostos, uma vez que o conhecimento nunca está pronto.

Desta forma, um estudo de caso vai apresentar três fases em seu desenvolvimento. Ele se caracteriza da seguinte forma: inicialmente, há a fase exploratória; num segundo momento, há a delimitação do estudo e a coleta de dados; e, num terceiro estágio, há a análise sistemática desses dados, culminando na realização do relatório (LÜDKE; ANDRÉ, 1986).

Contudo, é importante acrescentar que essas três fases não constituem uma sequência linear e pode haver uma superposição entre elas. Não há como precisar um instante de separação, uma vez que elas “se interpolam em vários momentos, sugerindo apenas um movimento constante no confronto teoria-empíria” (LÜDKE; ANDRÉ, 1986, p. 120).

Para Leonard-Baxton (1990), o estudo de caso é a história de um fenômeno, passado ou corrente com múltiplas fontes de evidência, nas quais se incluem dados obtidos tanto em observações diretas, quanto entrevistas sistemáticas e também arquivos públicos ou privados.

Assim, o estudo de caso pode ser compreendido como o detalhamento de um objeto que tem um caráter significativo e abrangente, por isso permite fundamentar um julgamento ou propor uma intervenção.

Para que isso ocorra o estudo de caso baseia-se em várias fontes de evidências e, como qualquer outra estratégia de pesquisa apoia-se nas proposições teóricas pré-estabelecidas para conduzir a coleta e a análise dos dados. Logo, a teoria serve como modelo para análise e comparação dos resultados e possibilita a 'generalização empírica' (TRIVIÑOS, 1987).

Nesta conjuntura, a generalização empírica corresponde ao esquema de descrição resultante da imaginação a partir da experiência sensorial ou intelectual, que pode ser confirmada ou rejeitada.

Essa seleção apropriada conferirá robustez ao estudo. O estudo de caso não é, portanto, uma forma de se coletar evidências, mas uma possibilidade de aprofundamento e compreensão do objeto de estudo, caracterizando-se como estudo intensivo de uma situação ou contexto específico (YIN, 2001).

#### **4.2 Corpus / Amostra**

O fenômeno *mangina selfie* aconteceu nos Estados Unidos, primeiramente, em academias de ginástica e logo depois das primeiras postagens na rede social *Instagram*, conquistou praticantes por todo mundo. Em 24 horas depois dos primeiros registros já havia pouco mais de 15 mil praticantes.

A *mangina selfie* consiste no registro feito por homens nus com o pênis preso entre as pernas simulando uma vagina. Estas *selfies*, não necessariamente, são feitas pelo próprio praticante e em alguns registros são realizadas em grupo ou em locais públicos.

Como *corpus* desta pesquisa foram analisados todos os aspectos encontrados em rede sobre o fenômeno *mangina selfie*, desde as postagens, seus comentários, a repercussão na mídia até as possíveis migrações da *mangina selfie* do *Instagram* para outras redes sociais.

Neste contexto, foi escolhido um 01 (um) perfil observado no dia 27 de abril de 2015 no *Instagram*. Este perfil é o recurso ilustrativo desta pesquisa. Mais 03 (três) perfis foram escolhidos, porém, não aceitaram a participação por demonstrar falta de interesse ou indiferença, sendo que um destes perfis deu resposta negativa e não quis justificar. A escolha foi feita pelos seguintes critérios:

- Conveniência do autor;
- Ser maior de idade;
- Ter praticado a *mangina selfie* e ter imagem ainda pública no *Instagram*;
- Estar disponível para dialogar sobre o fenômeno em estudo;
- Ser brasileiro;
- Ter assinado o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido;

Para esta observação foi criado um perfil na respectiva rede social para análise das postagens e comentários e desta forma, compreender os textos que revelam a subjetividade contemporânea.

### **4.3 Procedimentos de coleta de dados**

A técnica utilizada para coleta de dados baseou-se nos princípios da netnografia (vide 4.5.2). O instrumento utilizado foi a entrevista que, segundo Gil (2008), é um método com o qual o investigador se apresenta frente ao entrevistado e lhe formula perguntas, objetivando obter dados que interessam à pesquisa.

As entrevistas foram orientadas utilizando uma ficha contendo um roteiro semi-estruturado que, segundo Andrade (2009), caracteriza-se pela existência de um guia previamente preparado que serve de eixo orientador para o desenvolvimento da pesquisa, garantindo um grau de flexibilidade na exploração das questões.

As entrevistas foram via Internet, por computador e *smartphone*, pela rede social *Instagram Direct* e ainda *Whatsapp*. Elas foram iniciadas em julho de 2016 e todas tiveram duração média de 30 minutos.

A escolha da amostra foi determinada com base nas publicações realizadas no referido dia, tendo como critério de inclusão os praticantes de *mangina selfie*.

A coleta de dados foi realizada pela própria pesquisadora por observação do perfil e entrevista, com roteiro abordando perguntas abertas relativas à prática da *mangina selfie* no *Instagram*.

## **4.4 Análises**

### **4.4.1 Etnografia**

A etnografia estuda, pela observação direta em pesquisas qualitativas, os padrões de comportamento humano, fatos e/ou eventos menos previsíveis ou manifestados particularmente em determinado contexto interativo entre as pessoas ou grupos.

Também conhecida como: pesquisa social, observação participante, pesquisa interpretativa, pesquisa analítica, pesquisa hermenêutica (KAHLMAYER-MERTENS et al., 2007), a etnografia tem o propósito de revelar o significado cotidiano nos quais os indivíduos agem, tendo como objetivo documentar, monitorar, encontrar o significado da ação.

Palavra que vem do grego *graf(o)* significa escrever sobre um tipo particular - um *etn(o)* ou uma sociedade em particular. Etnografia é a especialidade da antropologia que tem por fim o estudo e a descrição dos povos, sua língua, raça, religião, e manifestações materiais de suas atividades, é parte ou disciplina integrante da etnologia (estudo ou ciência que estuda os fatos e documentos levantados pela etnografia, no âmbito da antropologia cultural e social, buscando uma apreciação analítica e comparativa das culturas e das civilizações).

Neste sentido, Geertz entende que a etnografia é a forma de descrição da cultura material de um determinado povo realizada por um conjunto de técnicas e procedimentos. “É estabelecer relações, selecionar informantes, transcrever textos, levantar genealogias, mapear campos, manter um diário, e assim por diante”. (GEERTZ, 1989, p. 15)

Sua ideia principal refere-se às descrições de práticas sociais de indivíduos ou redes de indivíduos (coletividades), com a finalidade de entender diferentes aspectos de diversas culturas.

O pesquisador deve explicar as experiências e dinâmicas sociais buscando um significado e não simplesmente reportar os eventos e experiências observadas. Com isto, podemos ressaltar que os primeiros trabalhos que se voltaram para o estudo de interações sociais na internet tinham um forte viés etnográfico.

Desta forma, Hine (2000) propõe o entendimento da internet sob dois vieses: enquanto cultura e enquanto artefato cultural, cada um tendo suas vantagens e desvantagens analíticas e podendo as duas visões estarem conectadas ou não.

A primeira concepção é aquela segundo a qual a internet “representa um lugar, um ciberespaço, onde a cultura é constituída e reconstituída” (HINE, 2000, p. 9).

Um outro ponto que tem como base as discussões a respeito de como realizar trabalhos etnográficos em ambientes digitais é sobre o papel do pesquisador, seus graus de inserção e implicações éticas, questões essas que sempre foram relacionadas à etnografia.

Assim, observou-se a pertinência da etnografia no meio digital que neste trabalho nos referimos pelo termo ‘netnografia’, observando que conforme afirmam Fragozo; Recuero e Amaral (2011), uma série de termos – como netnografia, etnografia virtual, webnografia e ciberantropologia – foram criados para tentar dar conta da “adaptação” do método etnográfico para os meios digitais, sendo ora tomados na bibliografia como sinônimos, ora como termos específicos defendidos por alguns pesquisadores.

O estudo netnográfico foi relevante uma vez que a comunicação através da internet diz respeito tanto aos modos como são realizadas as interações entre os indivíduos quanto aos próprios resultados de tais interações.

#### 4.4.2 Netnografia

Conforme afirmam Fragoso, Recuero e Amaral (2011), termos como netnografia e etnografia virtual foram criados para tentar dar conta da “adaptação” do método etnográfico para os meios digitais.

O ciberespaço, pode ser considerado “*como um lugar onde as pessoas fazem coisas ...nós podemos começar a estudar exatamente o que é que elas fazem e porque, nos seus termos, elas o fazem.*” (HINE, 2000, p. 21).

Entendendo o ciberespaço como um lugar, a netnografia é “*capaz de proporcionar aos pesquisadores da área condições de caracterizações específicas da contemporaneidade, sobretudo a virtualidade, a desmaterialização e a digitalização de conteúdos e formas, relacionamentos, produtos, etc*” (ROCHA, 2006, p. 56).

Nesta perspectiva, a netnografia engloba procedimentos e técnicas para pesquisas em ambiente virtual. Como um método de pesquisa, possui um conjunto de regras e princípios normativos que regulam a investigação acerca de um objeto de pesquisa.

O neologismo “netnografia” (nethnography = net + ethnography) foi originalmente cunhado por um grupo de pesquisadores norte-americanos, em 1995, para descrever um desafio metodológico, preservando os detalhes ricos da observação em campo etnográfico usando o meio eletrônico para seguir os indivíduos (BRAGA, 2006).

Desta forma, a netnografia procura em seus estudos compreender as relações (ou determinada relação) que acontecem na Internet. Ela tradicionalmente se vale de pesquisas empíricas por determinado período de tempo, estando em contato com o objeto que se quer descrever.

Como aporte metodológico, a netnografia é um dos métodos mais adequados interpretativo e investigativo de observação do comportamento cultural em redes sociais que incessantemente se transforma, segundo Kozinets:

Os cientistas sociais chegam cada vez mais a conclusão de que não podem mais compreender adequadamente muitas das facetas mais importantes da vida social e cultural sem incorporar a internet e as comunicações mediadas por computadores em seus estudos. (...) É um mundo que inclui o uso da tecnologia para se comunicar, debater, socializar, expressar e compreender (KOZINETTS, 2014, p. 10-11).

Pode-se compreender as redes sociais como, o *Instagram*, que é uma rede social de fotos para usuários de *smartphones*, como artefato virtual que surge como ferramenta de fácil

atualização em web sites, que se baseiam no sistema de micro-conteúdos e na atualização quase que diária dos mesmos, de um ou vários autores, permitindo, ainda, os comentários até mesmo de quem não é autor direto.

A netnografia não deve ser entendida como uma simples transposição da etnografia ao ambiente midiático, os relacionamentos *on-line* e o acompanhamento dos atores sociais, uma vez que as dinâmicas comunicacionais tanto entre os objetos observados como na relação pesquisador objeto podem diferir, principalmente, em relação à noção de tempo-espço (HINE, 2005; HODKINSON, 2005).

Os processos de sociabilidade e os fenômenos comunicacionais que envolvem as representações do homem dentro de comunidades virtuais também são observados na netnografia.

Desta maneira, a netnografia é vista como um dos métodos qualitativos que amplia o leque epistemológico dos estudos em comunicação e cibercultura. Kozinets (1997), sugere o uso puro da netnografia por parte do pesquisador cuja participação deve ser total nessas comunidades.

Assim, as relações não se limitam à comunicação mediada por computador, o autor sugere que a netnografia deve ser utilizada como ferramenta complementar a outros tipos de abordagem, como entrevistas pessoais ou por telefone e *WhatsApp* (*software* para *smartphones* utilizado para troca de mensagens de texto instantaneamente, além de vídeos, fotos e áudios através de uma conexão a *internet*), por exemplo.

A netnografia apresenta um custo baixo e economia de tempo, através da comunicação mediada por computadores fornecendo uma fonte rica de dados para análise, além de ser menos invasiva, pois pode se comportar como uma janela ao olhar do pesquisador sobre comportamentos naturais de uma comunidade durante seu funcionamento, fora de um espaço fabricado para pesquisa, sem que este interfira diretamente no processo como participante fisicamente presente (KOZINETS, 2010).

Uma grande vantagem do netnógrafo sobre o etnógrafo é que as transcrições das entrevistas e interações não dependem da memória do pesquisador (KOZINETS, 2002).

A coleta de dados e as notas de campos são feitas com a participação e observação do pesquisador nas listas de discussão, redes sociais, blogs, dentre outras ferramentas ou plataformas que permitam a interação de pessoas, sem que haja a necessidade de encontros presenciais.

Um outro ponto de destaque é a realização de *downloads* de arquivos, transcrições de postagens, trocas de *emails*, mas toda essa parte assíncrona, escrita e transcrita também pode

ser enriquecida com entrevistas síncronas feitas, por exemplo, pelo *Instagram Direct* que é um aplicativo de serviço que permite compartilhar mensagens e fotos privadas e diretas para amigos e desconhecidos na mesma plataforma do *Instagram*.

Hine (2005) explica que quando o pesquisador parte para uma investigação de interações sociais não pode especificar antecipadamente o que forma as interações nem como ocorrerão as participações ou observações.

Desta forma, o maior interesse de se fazer esse tipo de pesquisa foi o próprio processo e condução da investigação, pois tudo exposto no ambiente online foi considerado neste trabalho pela pesquisadora e esse material fez parte do entendimento sobre a construção das subjetividades de cada indivíduo e de suas representações virtuais.

#### **4.5 Aspectos Éticos**

O trabalho foi submetido ao Comitê de Ética em Pesquisa da Universidade Federal do Piauí – UFPI, sob o CAAE nº 65989317.7.0000.5214. A coleta de dados somente teve início após a estrita aprovação deste. Todos os recursos metodológicos estão em conformidade com os padrões da Resolução nº 510 de 2016 do Conselho Nacional de Saúde (CNS), que estabelece normas para a realização de pesquisas com seres humanos. A fim de preservar o anonimato, a entrevista não continha identificação pelo nome do participante, as falas do entrevistado foram identificadas por “A”.

O participante que concordou em participar da pesquisa assinou o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE) (ANEXO A) em duas vias, este documento traz informações sobre o caráter da pesquisa, objetivos, metodologia e os garante completo anonimato e sigilo das informações e o direito de retirar-se a qualquer momento das atividades sem que isso lhe traga prejuízos.

#### **4.6 Riscos e Benefícios**

Considerando as características desta pesquisa, assegura-se que os riscos ao colaborador foram inexistentes, no entanto a possibilidade de danos à dimensão física, psíquica, moral, intelectual, social, cultural ou espiritual do ser humano está presente em qualquer pesquisa ou dela decorrente.

Frente ao exposto, é importante ressaltar que cuidados foram tomados a fim de prevenir ou aliviar qualquer problema que afetasse o bem-estar do participante deste estudo, tais como a escolha do momento mais oportuno para a entrevista. Foi informado também que

a pesquisadora responsável era obrigada a suspender a entrevista imediatamente ao perceber alguma possibilidade de dano, onde o colaborador será atentamente ouvido e assistido no sentido de minimizar a situação.

No que se refere aos benefícios, os resultados deste estudo serviram para uma melhor compreensão dos fenômenos instantâneos na Internet, em especial, a *mangina selfie*, servindo assim de luz a novas pesquisas na área.

#### **4.7 Descrição do objeto: *Mangina Selfie***

“Tirar foto em frente ao espelho sem roupa, e com o pênis oculto entre as pernas, é o mais novo jeito de fazer *selfie*”. Esta era a manchete da página Comportamento no portal Terra no dia 27 de abril de 2015, às 16h17, mesmo dia que a *mangina selfie* surgiu.

Foi no *Instagram* que tudo tomou uma proporção inimaginável. Virou *hit* na web! Naquele dia, o assunto nas redes sociais era quem teria a ousadia de fazer a *mangina selfie*, afinal, o corpo nu no contemporâneo gera grande interesse, não muito diferente de outras épocas, porém, pelas facilidades tecnológicas e o sentimento de querer aparecer para existir, mostrar a nudez do corpo é mais uma forma rápida de atingir esta visibilidade.

Basta ligar a televisão, abrir uma revista de moda, passear por uma rede social para se encontrar corpos esculturais nus ou semi-nus oferecendo-se para serem contemplados enquanto vendem algum produto ou serviço ou, simplesmente, mostrando-se dentro dos conceitos de beleza que a sociedade culturalmente instituiu.

Os corpos nus estão cada vez mais presentes no cotidiano, isto é um fato inegável e, apesar da sua presença constante, ainda causa constrangimento em algumas pessoas a divulgação dessas imagens.

Com a *mangina selfie*, não foi diferente. Apesar da forma inusitada e criativa, alguns comentários nas postagens e pequenos textos em alguns *blogs* repassam o constrangimento de ver o corpo nu e sem pudor, muitas vezes em grupo, e com um detalhe que chamava ainda mais a atenção, que era a simulação de uma vagina em corpo masculino.

O pudor é a fronteira daquilo que poderíamos considerar civilizado. A nudez, nesse sentido, é uma vivência que nos coloca incomodamente nessa região tensa, limítrofe. A forma como nos percebemos verdadeiramente nus tem sempre um valor humanizador – mesmo que esse valor se revele através de um sentimento de constrangimento – e, por isso, não podemos dissociar pudor e despudor (FERREIRA; SILVA, 2011, p. 149).

Apesar do constrangimento de alguns, existe uma curiosidade menos velada em torno do fenômeno *mangina selfie* do que seria em épocas anteriores, quando a vontade acontecia naturalmente mas se manifestava com mais pudores, como nos ensaios fotográficos sensuais e eróticos que antes, eram realizados numa atmosfera de sigilo e hoje são feitos e postados em redes sociais, dentro do limite de privacidade estabelecida e do que é considerado arte.

A *mangina selfie* chegou a ser considerada como uma forma de burlar as regras de privacidade do *Instagram*, pois o nu, apesar de frontal, não expõe o órgão genital masculino e, além disso, alguns praticantes usam as mãos na tentativa de esconder ainda mais o que se quer manter como ‘segredo’.

Provavelmente, fotos que antes compreendiam o domínio do segredo, hoje se expressam pela exposição do corpo, que tem se tornado quase banal nas mídias sociais, até mesmo por uma situação de segurança quanto à estética que a tecnologia, a moda e a cultura instituem para que este corpo se insira nos padrões impostos pela sociedade.

Mas qual seria o conceito de *mangina selfie*? Estas polêmicas *selfies* tem o significado de "man" (homem em inglês) e "gina" (últimas 2 sílabas do órgão genital feminino). A explicação para esse neologismo é a própria imagem capturada nas *selfies*. A mesma nomenclatura desconstrói o entendimento de gênero nos dispositivos de sexualidade, que é onde se produz o masculino e o feminino, possibilitando uma investigação além do contexto binário.

Assim, a *mangina selfie* pode ter se apresentado em dois momentos. O primeiro como uma crítica ao ‘homem *mangina*’, o ‘homem castrado’ desta forma considerado por se submeter aos desmandos da mulher numa relação além da submissão, onde ele se envergonha da própria sexualidade, falando mal frequentemente de outros homens em favor das mulheres.

Estes homens aceitam humilhações físicas e psicológicas de mulheres numa espécie de dependência. Geralmente, se identificam com as mulheres, apoiando-as em tudo só por serem mulheres, deteriorando os homens.

Num segundo momento, *mangina selfie* pode ter sido apenas um ato curioso e inocente, em passar o pênis entre as coxas, escondendo-o para trás. O humor vem com essa atitude lúdica e facilmente identificada pelos homens desde os tempos de infância, experimentando o próprio corpo e fazendo inclusive piada com ele.

Dessa forma, a *mangina selfie* foi intitulada como uma brincadeira, desconstruindo a perspectiva dual entre feminino e masculino como polos opostos no *Instagram*, que de fato, não prevê censura a esse tipo de imagem, conforme suas regras de uso, considerando que possam ser fotos artísticas ou criativas por natureza, assim como nudez em pinturas e em

esculturas, no entanto, o nu explícito não é permitido, entendido como exposição do pênis, vagina ou seios femininos.

A *mangina selfie* foi uma forma de interação, visto que foram imagens compartilhadas, onde os ‘seguidores’ dos praticantes curtiam as fotos, comentavam e produziam comunicação.

Transmitir e compartilhar fotos funcionam então como um novo sistema de comunicação social, como um ritual de comportamento que está igualmente sujeito a normas particulares de etiqueta e cortesia. Entre estas normas, a primeira estabelece que o fluxo de imagens é um indicador de energia vital, o que nos devolve ao argumento ontológico inicial do “fotografo, logo existo”. (FONTCUBERTA, 2012, p. 33)

Desta forma, com a fotografia digital, a *selfie* tornou-se comum e a partir dela, vários estilos e modas, dentre elas a *mangina selfie*, foram criadas sempre centralizando a autoimagem do corpo e sendo a expressão narcisista que busca a identificação.

Não se tem conhecimento de quem inventou a *mangina selfie*, mas os primeiros registos foram feitos nos EUA por grupos de homens após treino numa academia. Eles tiraram a roupa em frente aos espelhos dos vestiários, colocaram o pênis para trás do corpo e o seguraram, apertando-o com as coxas, simulando algo parecido com uma vagina.

Usando a *hashtag* #*mangina* no *Instagram*, homens mostravam seus corpos, sem roupas, sem pudores, sem esconder a identidade. As *hashtags* acompanhavam a nova moda. Elas são utilizadas para categorizar os conteúdos publicados nas redes sociais, ou seja, criam uma interação dinâmica do conteúdo com os outros integrantes da rede social que estão ou são interessados no respectivo assunto publicado.

Esse comando tem o intuito de agrupar imagens de um determinado assunto, como exemplo, uma manifestação social, facilitando a disseminação de um tópico, organizando conteúdo e permitindo aos usuários interessados no assunto uma atualização rápida através do buscador encontrado no *Instagram*.

O fenômeno da *mangina selfie* tornou-se moda. Algumas revistas mais populares e de grande visibilidade e acessibilidade no ambiente virtual, como a *Glamour*, no portal *Globo.com*, publicou que já existia mais de 18 mil registos no *Instagram* no dia seguinte.

O ambiente destas *selfies* era descontraído e a expressão era de diversão remetendo à ideia de lúdico. A *mangina selfie*, geralmente, é feita em grupo, porém, outros preferem participar sendo clicados sozinhos.

Apesar do nome se referir a *selfie* e por esta entender que se faz através do autorretrato, algumas publicações sobre o *mangina selfie* são feitas por uma segunda pessoa, não necessariamente em frente a um espelho e muito menos em ambientes privados e de pouca visibilidade.

As *manginas selfies* praticamente são tidas como um desafio. É o ficar nu em um ambiente público, como avenidas movimentadas e estações de metrô, longe dos espelhos dos banheiros e vestiários de casa ou de academias.

O perfil mais comum das primeiras postagens, já que começou dentro de uma academia de ginástica, eram homens jovens com corpos bem definidos e musculosos, alguns tatuados, porém na proporção e rapidez com que o fenômeno se expandiu, este estereótipo foi praticamente anulado.

Atléticos ou não, brasileiros também entraram na moda. Independente da nacionalidade, algo facilmente é observado na maioria das postagens com o *mangina selfie*, é a expressão facial dos participantes. Sempre com uma denotação de falta ou algo inacabado, que foi embora ou feito sem querer, um olhar de lembrança, mas na maioria das vezes, bem alegres.

No geral, os participantes brincam com o corpo, fazem fotos no meio da sala em plena festinha em casa, fotos em paisagens com bebidas nas mãos como se fossem comemorar algo, fotos abraçados a amigos e até com mulheres. Entretanto, prevalecem as *selfies* feitas nos banheiros, sozinhos, com o uso do *smartphone*.

Por ter sido caracterizado, de uma forma geral, pela visibilidade do corpo nu, a interação e desafio como se fosse uma brincadeira, a *mangina selfie* tenha acontecido com um propósito mais sério, mas que tomou uma outra dimensão, levando seus praticantes a brincarem com a imagem do corpo nu e sem pudor.

Importante destacar que, após as postagens no *Instagram* a discussão sobre a *mangina selfie* se aprofundou na internet. Rapidamente, fóruns, *blogs*, portais e sites espalharam o acontecimento. Alguns blogs de conteúdo adequados somente para adultos e direcionados ao público homossexual masculino, como o “Homem RG”, exploraram o assunto e ainda acrescentaram outras denominações à *mangina*.

Curiosamente, *mangina*, segundo este blog, também é uma gíria usada entre homens *gays* ou bissexuais referindo-se ao ânus como se fosse uma vagina. Também existe uma comparação entre homossexuais e héteros sobre quem faz o papel de mulher no casal, sendo este a *mangina*, como se existisse apenas uma maneira dualista de relação sexual. Todavia, a *mangina selfie* é mencionada como brincadeira e algo que mexe com o desejo.

Apesar da grande repercussão no ambiente virtual, o fenômeno não teve continuidade. Ainda que não seja possível afirmar categoricamente que pontos positivos ou negativos se sobressaiam, a reflexão sobre as possibilidades de expressão encontradas no compartilhamento de *mangina selfies* nas plataformas online mereceu ser investigada e pode, aos poucos, apresentar percepções sobre o corpo e suas formas de comunicação.

## 5 DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Para organização e análise dos dados, recorre-se ao método de análise de conteúdo, que é definida por um conjunto de técnicas das comunicações visando obter, por procedimentos sistemáticos e objetivos da descrição do conteúdo das mensagens, indicadores que permitam a inferência de conhecimentos relativos às condições de produção/ recepção destas mensagens (BARDIN, 2009).

O método de análise de conteúdo é composto de três fases: pré-análise, exploração do material e tratamento dos resultados. A pré-análise é a fase de organização e sistematização das ideias iniciais devendo ser preciso e flexível. A exploração do material é a administração das decisões tomadas na fase anterior. Consiste essencialmente de operações de codificação e categorização, em função de regras previamente formuladas. O tratamento dos dados obtidos, a inferência e interpretação ocorrem quando os elementos são tratados de maneira a serem significativos e válidos.

Moscovici (2003) salienta que tudo o que é dito ou escrito é susceptível de ser submetido a uma análise de conteúdo; Berelson (1952) afirma que é “uma técnica de investigação que, através de uma descrição objetiva, sistemática e quantitativa do conteúdo manifesto das comunicações, tem por finalidade a interpretação destas mesmas comunicações” (BERELSON, 1952, p.18).

Autores como Bardin (1977) e Minayo (1993) definem diferentes tipos de técnicas que podem ser adotadas para o desenvolvimento da análise de conteúdo. São elas: análise temática ou categorial, análise de avaliação ou representacional, análise da enunciação, análise da expressão, análise das relações ou associações, análise do discurso, análise léxica ou sintática, análise transversal ou longitudinal, análise do geral para o particular, análise do particular para o geral, análise segundo o tipo de relação mantida com o objeto estudado, análise dimensional, análise de dupla categorização em quadro de dupla entrada, dentre outras.

Depois de uma primeira leitura da entrevista com o perfil usado como recurso ilustrativo, pretendeu-se codificar (salientar, classificar, agregar e categorizar) trechos da entrevista transcrita, assim como as análises das postagens e seus comentários, apresentados em forma de tabela.

Na coluna Categoria foram agregados os três grandes temas da entrevista e das imagens analisadas:

1. Visibilidade
2. Ludicidade
3. Erotismo

Na coluna Unidade de Registro encontram-se os fragmentos de texto que se tomam por indicativo de uma característica (aqui, sub-categoria e categoria).

Por fim, na coluna Unidade de Contexto encontram-se os fragmentos do texto que englobam a unidade de registo e que, assim sendo, contextualizam a respectiva unidade de registo no decurso da entrevista.

**Tema: *Mangina Selfie***

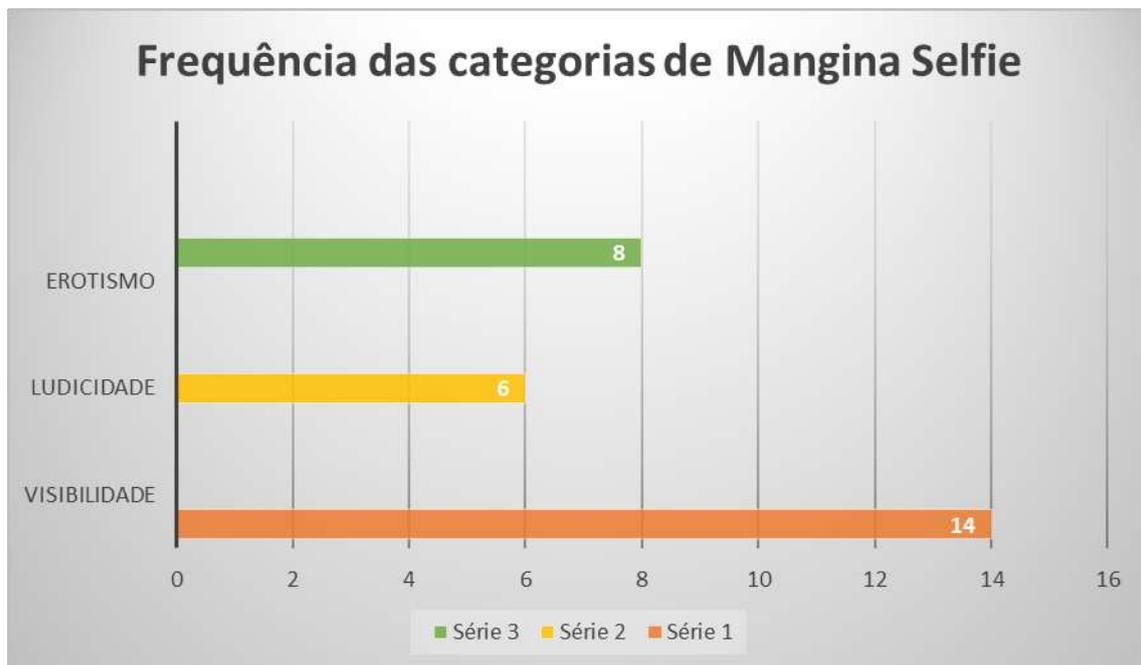
<b>Categorias</b>	<b>Subcategorias</b>	<b>Unidade de Registro</b>	<b>Unidade de Contexto</b>
Visibilidade	Ver e ser visto Exibição nas redes sociais	Se mostrar	<i>“Posso enviar na real como estou naquele momento. É o presente que vale. Amanhã posso não querer mandar foto e agora sim. Se eu quero alguma coisa, trabalho a foto pra ser aceita. Se não, nem envio.”</i>
Ludicidade	<i>Selfie</i> em grupo Cenário público Ousadia Criatividade	Brincar de fazer <i>mangina selfie</i>	<i>“Hahaha Mat parece bastante confortável.”</i> <i>“Ron parece que está lutando com seu pequenino.”</i>
Erotismo	Corpos másculos Jovens Fetichismo Nu falso Íntimo	Corpos no contexto imaginário e erótico	<i>“Eu via àqueles homens belíssimos com o pênis escondido e eu queria ver (risos) e alguns dá até pra</i>

	Imaginário		<i>imaginar a grossura. Bem sugestivo. A minha, por exemplo, mexeu muito com minha imaginação (risos).”</i>
--	------------	--	---

**Tabela 1: Categorias da análise de conteúdo sobre a *mangina selfie*.**

A análise foi feita através de textos e fotografias publicados nos perfis on-line do *Instagram*, bem como utilizadas as entrevistas feitas com o praticante escolhido como recurso ilustrativo de *mangina selfie* nesta pesquisa, aqui denominado “A”.

Uma mesma fotografia pode ser identificada com características de uma ou várias categorias determinadas neste estudo.



**Gráfico 1: Repetições de imagens com características de cada categoria analisada.**

Foram selecionadas 14 *selfies* do dia 27 de abril de 2015, cada uma em um perfil específico que exibia a *mangina selfie*. A escolha foi feita aleatoriamente, porém, observando algumas características padrões como, por exemplo, a ludicidade. Como forma de buscar respostas ou informações focamos a análise na relação corpo, imagem, gênero com a sociabilidade, produção de subjetividade e visibilidade através da *mangina selfie*.

As 14 *selfies* foram classificadas na categoria sobre visibilidade uma vez que se entende que por ser considerada uma moda, a *mangina selfie* acontece pela exposição da imagem do corpo que pretende ser visível, outra característica é enquanto o sentido de fenômeno social digital, que compreende o maior número de reproduções desta imagem, assim, como seus seguidores, admiradores, legitimadores para aprovação e existência da *mangina selfie*.

Quanto a quantidade de *selfies* consideradas na categoria ludicidade, assim foram selecionadas por demonstrarem características de ser uma brincadeira, nas expressões corporais, ambientes, comentários e legendas.

Os critérios estabelecidos para escolha e maneira como foi feita a classificação das *selfies* que contemplaram a categoria sobre o erotismo foram a observação de alguns comentários e posição dos corpos e suas expressões nas imagens selecionadas para análise. O que leva a crer que apesar de todos pretenderem a visibilidade, nem todos se mostraram pelo erotismo.

Porém, em algum momento pode haver a análise de uma imagem com predomínio de características lúdicas mas com teor erótico na produção de subjetividades pela exposição do corpo, ou vice-versa. Uma vez que o corpo atualmente é considerado fetiche e lugar onde, segundo Foucault (2008), a subjetividade acontece.

Para melhor entendimento por parte do leitor, optou-se pela explicação das figuras onde as análises foram divididas em tópicos segundo suas categorias e sub categorias, de acordo com cada *mangina selfie* apresentada. Detalhes que foram cuidadosamente ponderados, já que algumas figuras mostram características iguais as outras, o que poderia causar alguma confusão durante a leitura.

Sobre o entrevistado, que teve seu nome real preservado e aqui foi chamado de “A”, é brasileiro, um rapaz de etnia parda, com 21 anos, morador da cidade de Birigui no estado de São Paulo, Brasil. Mora atualmente com os pais, mas morou com um namorado, do qual se separou recentemente. Concluiu o Ensino Médio e faz curso de teatro.

“A” foi igualmente escolhido com outros três praticantes de *mangina selfie*, no critério de ter mesma nacionalidade, porém, somente ele concordou em participar da pesquisa assinando o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido.

Todavia, a análise contemplou imagens de outros usuários de várias nacionalidades que não tem seus perfis privados. Importante destacar que a pesquisa, por ser netnográfica, somente foi possível por acesso a estas *selfies* que ainda se encontram em rede social.

Outra questão que possibilitou a pesquisa foi que apesar de ter sido apenas um entrevistado, os comentários das imagens escolhidas possibilitaram conjuntamente com as respostas obtidas na entrevista inferir sobre a construção representacional da subjetividade na *mangina selfie*.

Na Figura 1, o que pretendem: ‘Causar’ e realizar este desejo.

**FIGURA 1: Uns dos primeiros registros agrupados em um perfil do *Instagram*. Corpos másculos e jovens.**



*Mangina selfie 1*. Fonte: *Instagram*

## 5.1 *Mangina selfie 1* – FIG 1

### 5.1.1 Categoria Visibilidade

Observa-se que existe uma necessidade de ser notado nos dias atuais. Ser visto, passa a sensação de ser aceito, ser aprovado, ser amado e assim o corpo é mostrado dentro de padrões que a sociedade impõe numa realidade traçada por um determinado grupo ao qual se quer fazer parte. Esta categoria foi observada nas 14 imagens selecionadas e analisadas neste trabalho (Ver Gráfico 1), visto que, o propósito da exposição do corpo ‘nu’ em rede social tinha o intuito maior de ser visto do que a interação com a alteridade.

Na FIG 1, a visibilidade é notória pela exposição do corpo sem pudor, nu, dentro de padrões físicos de beleza preestabelecidos, corpos magros e fortes. Corpos inseridos na moda da *mangina selfie* que provavelmente procuravam a popularidade diante do fenômeno mundial.

A popularidade pode ser atingida pela aprovação do olhar do outro, assim, o indivíduo “*para ser na sociedade atual é preciso ter uma imagem visível – e celebrada.*” (SAID, 2013, p. 26).

De acordo com Recuero (2009), existem valores que são relacionados aos sites de redes sociais: visibilidade, reputação, popularidade e autoridade. Como as redes sociais permitem que seus indivíduos estejam conectados, isso gera maior visibilidade.

Uma das formas de aumentar a visibilidade em uma rede social, como o *Instagram*, é ampliar o número de seguidores, conquistando além da popularidade, reputação.

Neste contexto, “o conceito de reputação implica diretamente no fato de que há informações sobre quem somos e o que pensamos, que auxiliam outros a construir, por sua vez, suas impressões sobre nós” (RECUERO, 2009, p. 109).

A popularidade é relacionada à plateia da rede social, observada pelos comentários e visitas e quantidades de curtidas. No *Instagram*, a popularidade está diretamente ligada ao número de amigos existentes num perfil.

Já a autoridade, pode ser avaliada a partir das informações nas redes virtuais e através da percepção dos indivíduos sobre essas informações (RECUERO, 2009).

#### **5.1.1.1 Subcategoria ver e ser visto e exibição nas redes sociais.**

Contemplando a subcategoria ver e ser visto, o *Instagram* permite o indivíduo comporta-se através de padrões de aceitação de um grupo social, sendo um forte mobilizador de causas e tendências principalmente de atualização constante facilitado pela mobilidade e acessibilidade através de celulares ou outros dispositivos móveis.

De repente, na onda de exibição nas redes sociais, homens másculos e jovens colocaram o pênis para trás, preso entre as pernas, nus, tiraram fotos na ‘privacidade’ de casa ou em grupo no meio da rua e postaram em rede social por meio de seus *smartphones*.

Na FIG 1, composta de 4 imagens, percebe-se a naturalidade da exibição dos corpos, principalmente na imagem em grupo que leva a crê que algo existe além do corpo que se exhibe. Parece um reflexo de algo ou alguém que se quer mostrar para que seja incluído e

aprovado. Como se fosse um personagem que naquele momento representa, atua em uma performance para fazer parte um espetáculo.

Tanto na imagem do indivíduo na praia quanto na imagem em grupo da FIG 1, o cenário escolhido é público. Mesmo que a praia aparentemente seja de nudismo, pelo aviso na placa de ser opcional o uso de roupas, a atuação do indivíduo na exposição do corpo busca fazer parte do fenômeno, socializar pela visibilidade e pelo lúdico.

As outras duas imagens, do praticante de *mangina selfie* em um sofá e a outra que mostra numa sacada de apartamento se apresentam em espaço privado, porém, o sentido de alcançar visibilidade pela exibição do corpo é o mesmo nas 4 imagens da FIG 1.

Autoras como (BRUNO, 2013 e SIBILIA, 2008) tecem considerações sobre o modo como a autoexposição e crescente visibilidade da vida pessoal adquirida pelo sujeito nas redes virtuais, concorre para a dificuldade de delimitação do limite entre o público e o privado na atualidade. Segundo ressalta Guimarães (2011)

A fronteira entre público e privado sofre uma profunda reconfiguração. Informações que antes circulavam somente dentro de um círculo familiar ou restrito de amigos, agora são tornadas públicas por e para várias pessoas (GUIMARÃES, 2011, p. 8).

Importante destacar que, as redes sociais não devem ser consideradas as únicas responsáveis pela crescente exposição pessoal, mas, sim como uma ferramenta que, por propiciar ao sujeito a visibilidade potencializa tais práticas.

### 5.1.2 Categoria Erotismo

Observou-se que o *Instagram*, apesar de sua política de privacidade é um espaço apropriado para exibição de imagens de corpos, até mesmo ‘nus’. Imagens corporais em ressignificação de apresentações performativas, visualidades subjetivas repletas de simbologias sedutoras e muitas vezes sexuais, uma vez que tais corpos não se exibem em sua totalidade. Esta categoria foi observada na análise de 8 imagens (1, 2, 3, 6, 7, 10, 11, 12) em um total de 14 neste trabalho.

As imagens na FIG 1 dos corpos exibidos no *Instagram*, aparentam uma indefinição, não se definem pelo nu completo, portanto, neste trabalho, a *mangina selfie* não somente foi analisada na representação de corpos nus, corpos desnudos, despídos, mas, também, pelas

nebulosas imagens veladas, corpos que se apresentam quase nus, próximos a totalidade de exposição. Portanto, a *mangina selfie* é caracterizada pelo erotismo, uma vez que o nu parcial, a percepção, ou melhor, a visualidade, o ver e sentir a imagem, é o que caracteriza o corpo representado no imaginário “nu”.

A exibição do corpo, dependerá da intenção, do desejo e do tamanho da provocação e, claro, do público para qual as imagens são destinadas. Para a ideia de público, podemos pensar o próprio grupo social, aquele que está em relação, que mantém interação social, que compartilha, mesmo que em parte, o imaginário. Imaginários, que para Maffesoli (2001), são sentidos, mesmo que não vistos.

### 5.1.2.1 Subcategoria corpos másculos, jovens, nu falso, fetiche.

Na FIG1 é possível ver alguns aspectos peculiares da *mangina selfie*. O primeiro praticante encontra-se no que parece a sacada de um apartamento com vista panorâmica para o mar em um dia ensolarado.

O corpo delicadamente desviado, apoiado na perna direita, braços abertos, pescoço inclinado e expressão facial sedutora, transparecem a leveza e naturalidade que lembram gestos femininos em um corpo másculo.

Apesar da imagem mostrar um corpo supostamente nu, a *mangina selfie* não se define pelo nu completo, uma vez que o órgão genital masculino está escondido propositalmente.

Louro (1997), aponta uma suposta essência masculina e feminina e Nicholson (2000), fala que gênero é oposição ao que é naturalmente dado. Assim, na *mangina selfie*, num primeiro momento, o pênis escondido provavelmente tenha tido o objetivo de falar que tão masculino o corpo apresentado, porém ‘com vagina’, sendo uma crítica ou ironia aos homens submissos às mulheres, que se mostraram castrados nas *selfies*, demonstrando exatamente como os ‘homens mangina’ são vistos, ou simplesmente, o teor de brincadeira com o corpo fazendo piada como se pudesse mostrar o órgão feminino.

Possivelmente, omitir o pênis pode inferir a ideia de desconstrução do entendimento de gênero, indo além do binário. Por um instante, eram homens que mostravam o corpo sem o pênis, símbolo de completude.

Desta forma, o ato de esconder o pênis e simular uma vagina também pode se caracterizar pela quebra do binário como modelo normativo único, já que foi uma manifestação livre e espontânea de exposição, com diferentes estereótipos.

A imagem da *mangina selfie* comunica pela erotização e pela sexualização do corpo, a exposição dos desejos sexuais, taras, fetiches, fantasias, que não está diretamente ligada à prática sexual, mas está ligada ao lúdico.

Na terceira imagem da FIG 1, o indivíduo que já não se apresenta com corpo tão musculoso, preferiu o cenário privado, corpo sutilmente deitado, cabeça levemente erguida, num ângulo que o olhar direciona-se para cima, como se estivesse abaixo do olhar do outro no sentido de submissão, sexual e sensual.

Nesta imagem, o fenômeno *mangina selfie* caracteriza-se pelo corpo erótico. Não deixa de ser a própria liberdade, território do desejo e dos fetiches que seduzem e geram prazeres aos corpos.

### 5.1.3 Categoria Ludicidade

O brincar com o corpo através da *mangina selfie*, pode ser visto como uma expressão maior da criatividade e ousadia. Todavia, estes pontos só se fazem possíveis porque a sociedade legitima tal brincadeira, os espaços públicos e privados em que aconteceu o fenômeno, o imaginário que se faz no presente pela visibilidade que as tecnologias atuais repercutem na formação de novas subjetividades através de cada imagem registrada e exibida. Sem essa aprovação social, esse ‘brincar’ de se mostrar não seria possível.

A importância das redes sociais, como o *Instagram*, tem sido crescente na atualidade, transformando a forma de comunicar das pessoas, tamanha a capacidade do seu alcance mundial, influenciando opiniões, mobilizando, criando grupos e trazendo informações em questão de segundos, além de proporcionar diversão, o brincar passar tempo que podemos entender como o lado lúdico.

A *mangina selfie* pode também caracterizar-se por representações da sexualidade corporificando-se sobretudo nas brincadeiras. Há uma compreensão generalizada da sexualidade como ousadia e o “brincar de ousadia” pode ser entendido como um conjunto de jogos em que o corpo se caracteriza como uma forma de linguagem sexual, com objetivo de teatralizar a eroticidade. Assim, esconder o pênis, pode sinalizar um tipo de brincadeira ousada.

Esta categoria foi observada em 6 (seis) imagens analisadas, o que talvez não exclua as outras 8 (oito) imagens apresentadas, uma vez que o imaginário pode estar presente na visibilidade de um contexto erótico de exibição do corpo.

### 5.1.3.1 Subcategoria *selfie* em grupo

Na segunda imagem da FIG 1, observa-se três jovens em um ambiente ao ar livre. Eles exibem seus corpos com músculos bem definidos, mantem os braços abertos, provavelmente na intenção de demonstrar que realmente não estão escondendo nada, e estão sorrindo para a câmera repassando a ideia de estarem brincando com o pênis (ou a falta dele).

A omissão da completude, nesta brincadeira de esconder o pênis não parece revelar o sentido de ser ou não ser homem ou mulher por simulação de ter uma vagina no lugar de um pênis, apesar de existir a possibilidade de quebra da regulamentação normativa do binário.

Gênero para Butler (2014), não é exatamente o que alguém "é" nem é precisamente o que alguém "tem", sendo o aparato pelo qual a normalização do masculino e do feminino se manifestam junto com as características que o gênero assume.

Na última imagem da FIG 1, o praticante de *mangina selfie* se aproveita do momento da grande repercussão do fenômeno e posa do lado de uma placa que diz ser opcional o uso de roupas na praia que ele está.

O lúdico aparece como outra característica desse fenômeno. O fato de tirar a roupa e esconder o pênis simulando ter uma vagina, posando do lado de uma placa que permite a nudez em uma determinada praia, não condiz ser um comportamento que remete ao feminino porque o praticante faz um gesto de positivo com as mãos, sorrindo, como se tivesse brincando com o momento, numa performance natural masculina com o ato de esconder o pênis numa praia onde o nu é permitido.

Lembrando que para Butler (2014), gênero é um gesto performativo que produz significados. Desta forma, contrapor o binarismo, para esta autora, ao mesmo tempo em que fazendo uma performance de ambos os gêneros (através de signos visuais, como a roupa, ou outros signos performativos), é atingir a estruturação compulsória de gêneros na sua essência.

É uma nova representação de corpo. Homens que brincam de esconder o órgão genital e parecem mostrar uma vagina. Porém, pelas *selfies* analisadas não se trata de querer substituir um pelo outro.

O simples fato de usar uma rede social para expor esta imagem e esperar sua repercussão, assim como o próprio efeito de circular a *selfie* já potencializa a produção de subjetividade.

Desta forma, numa mesma imagem exibida na rede social *Instagram*, foi possível observar todas as subcategorias anteriormente definidas para análise. Interessante notificar

que todas têm uma característica comum, a visibilidade pelo uso da imagem do corpo nu, mesmo que considerado uma nudez falsa por não mostrar o órgão sexual.

Comparado a outros tempos, a nudez nos dias de hoje não é intolerável quanto era na Idade Média, como citou Le Goff e Truong (2006). Vaz (2002) explica que o corpo já não é percebido como antes. Nos dias atuais, o corpo é vitrine que se mostra belo, jovem, sem imperfeições, idealizados a partir do olhar do outro.

A nudez desde a sociedade moderna sempre esteve envolta em pudores e tabus. É ainda um ponto presente na normatividade contemporânea. A *mangina selfie* provavelmente tenha sido um manifesto contrário às imposições e retificações da sociedade.

*Mangina selfie* é representado num corpo que quer se mostrar e ser visto, como cita Recuero (2009), e tal visibilidade é que comanda a sociabilidade mediada pelo computador.

Os conteúdos, quando divulgados pelo computador, parecem demonstrar os valores relevantes, manifestados por cada agrupamento. Considerando-se que são essas ligações que vão reproduzir e sustentar as informações consideradas importantes para cada grupo social. A ideia parece ser que, mesmo sem intenção, enquanto se comunica com outros usuários a partir das redes sociais, o indivíduo demonstra características de sua sociabilidade com os outros, dos valores que defende e das manifestações por ele emitidas.

Desta forma, na *mangina selfie* da FIG 1 nota-se que perceber o outro é condição fundamental para interação, estruturando a comunicação e identificando de alguma maneira o outro, na necessidade de aprovação pelo outro.

Com a imagem de *mangina selfie* da FIG 1, as representações de subjetividade parece que são reconhecidas e interiorizadas pelos outros indivíduos, passando a fazer parte de uma nova realidade (virtual).

Lembramos o pensamento de Goffman (1996) que afirma que o homem em sua sociedade recorre a maneiras diferentes de representações para mostrar aos outros. Considera-se que, através das relações estabelecidas em sociedade, o ser humano manipula a própria apresentação de seu “eu”.

A *mangina selfie* apresenta representações que vão além do que se tem conhecimento sobre o masculino e feminino. Em um trecho da entrevista com “A”, observou-se parte desse processo de representação dos corpos caracterizado pela *mangina selfie*:

**Entrevistadora:** O que fez você fazer *mangina selfie*?

“A”: Sou homossexual (acho que foi isso o que mais facilitou em eu ter feito a #mangina)

**Entrevistadora:** Por quê?

“A”: Porque levo uma vida realizada no plano emocional e sexual. Sei que muitos que estão fazendo (*mangina selfie*) por modinha vão se arrepender. Por me sentir livre, não tive medo de me expor. Depois me senti com um pouco de vergonha, mas amei! Foi sexy!

**Entrevistadora:** Você diz ser livre. Mas a *mangina selfie* também permite esta sensação aos praticantes?

“A”: Lógico! A oportunidade de aparecer! Quem quer se revelar, faça *mangina selfie* (risos)

**Entrevistadora:** Você acha que o corpo que se mostra pela *mangina selfie* se identifica com o feminino ou existe uma outra representação que ultrapassa o sentido do masculino e do feminino?

“A”: Não é o fato de querer ser mulher. Também acho que não necessariamente se precisa ser homem. Vejo a *mangina selfie* como uma “zoeira” que fala “é ou não é”. Uma forma divertida de dizer que não existe só o binário que a gente tem costume de ouvir desde criancinha.

**Entrevistadora:** A *mangina selfie* então pode ser a liberdade na representação dos corpos expostos na internet. Um personagem, uma brincadeira, um manifesto. Mas pra você, o que justifica esse fenômeno?

“A”: A loucura pra ter mais *likes* e interagir. Ser popular (meu caso) (risos). Até onde sei, é uma forma divertida de mostrar o corpo e mexer com a imaginação dos sarados (risos). Aparecer! Sim! Pode ter tido um motivo maior que levou aqueles homens lindos do ‘*Insta*’ a fazerem as *selfies*, mas acho que brincar de esconder é que é bom (risos)

Pela entrevista de “A”, se confirmou que as representações dos corpos nesta exposição exagerada não se limita ao masculino e nem ao feminino, além disso, estas representações buscam por visibilidade para existir.

Visibilidade que a tornou fenômeno midiático pela exposição exagerada do corpo. Por ser espaço de realizações e transformações, o corpo representado pela *mangina selfie* comunica liberdade de expressão, gestos, ambiente e permite-se a não vivenciar o anonimato.

Não se deixa de ser homem, porém, não se é mulher, mas a *mangina selfie* se caracteriza pela pluralidade existente dependendo de como se quer ser visto.

Se *mangina selfie* compreende outro significado diferente da ludicidade que proporciona liberdade de expressão dos corpos na rede social *Instagram*, o entrevistado afirma desconhecer. Fato que foi observado durante toda análise das imagens selecionadas.

Outro ponto é que, as novas relações sociais criadas pelo compartilhamento e a mediação do computador podem deixar características da sociabilidade contemporânea pela *mangina selfie*, em que a estruturação das relações é constituída a partir de construções e representações simbólicas que constituem uma apresentação ideal de si.

Na Figura 2, apresentar a *mangina selfie* pelo desafio e pelo lúdico.

**FIGURA 2: Indivíduo faz mangina selfie em bar.**



Mangina selfie 2. Fonte: *Instagram*

## 5.2 Mangina selfie 2 - FIG 2

### 5.2.1 Categoria Ludicidade – Subcategoria ousadia, cenário público, criatividade

Observa-se que na imagem acima, no canto superior esquerdo, há algumas garrafas de cerveja, o praticante parece estar em um bar e há expressão corporal para provar a aceitação de um desafio, a coragem em mostrar o corpo nu em público, braços abertos, expressão facial de quem brinca com o momento, despreocupado, porém, como em um dos comentários “Isto é muito *Instagram* por um dia”, afirma que os indivíduos encheram as *timelines* de seus amigos e estes de outros o que tornou a ‘febre’ *mangina selfie* em tão pouco tempo, fazendo um dia valer por uma eternidade da imagem exposta.

Outro comentário na mesma imagem é de “Nãoooooooo” como se fosse um grito de desaprovação por ter visto a *mangina selfie* feita pelo amigo, numa negação a imagem que transparece a ideia do feminino no corpo masculino. Reação que reafirma o sentido de desafio aceito e a surpresa em saber da coragem do praticante, além da brincadeira com o corpo que pode ser dito híbrido, por surgir entre as polaridades de feminilidade e masculinidade, sem ser um ou outra coisa na imagem exposta.

### 5.2.2 Categoria Erotismo - Subcategoria Imaginário

A exibição do corpo, dependerá da intenção, do desejo e do tamanho da provocação e, claro, do público para qual as imagens são destinadas. Para a ideia de público, podemos pensar o próprio grupo social, aquele que está em relação, que mantém interação social, que compartilha. Nesta pesquisa, os indivíduos que comentaram as fotos analisadas.

Internet é uma tecnologia da interatividade que se alimenta e é alimentada por imaginários” (MAFFESOLI, 2001, p. 80). Por imaginário, o mesmo autor entende que seja uma espécie de “algo mais”, uma ultrapassagem, uma superação da cultura.

Imaginário que foi relatado por “A” em outro trecho da entrevista:

**Entrevistadora:** O que você imaginou vendo uma postagem da *mangina selfie*?

**“A”:** Eu via àqueles homens belíssimos com o pênis escondido e eu queria ver (risos) e alguns dá até pra imaginar a grossura. Bem sugestivo. A minha, por exemplo, mexeu muito com minha imaginação (risos)

O imaginário seria uma ficção, algo sem consistência ou realidade, algo diferente da realidade econômica, política ou social, que seria, digamos, palpável, tangível (MAFESSOLI, 2001).

A Internet pode ser percebida como um conjunto de espacialidades simbióticas de corpos no contexto dos imaginários, mundos imaginativos que produzem e são produzidos pelas experiências vividas, pelas interações sociais.

### 5.2.3 Categoria Visibilidade – Subcategoria exibição nas redes sociais

A forma de estabelecer relações e alcançar visibilidade pela rede mundial de computadores pode ser observado em um trecho de uma das entrevistas com “A”, praticante de *mangina selfie*, que falou do momento que ele passou a usar a internet como meio de socialização, visibilidade, liberdade e produção de subjetividade pela imagem exposta e aceita:

**Entrevistadora:** Antes dos *smartphones* e bem no começo desse novo modo de se relacionar a distância por meio digital, não tinha foto e nem vídeo.

“A”: Não mesmo! A gente ficava só na imaginação.

**Entrevistadora:** Mas as conversas aconteciam por que havia uma descrição do perfil...

“A”: “Sim! Era o que atraía na conversa. Se o cara parecia gostoso e dava entrada eu ia mesmo!

**Entrevistadora:** E a curiosidade de saber exatamente como era o outro?

“A”: “A gente pedia foto. Não era fácil saber se era a foto de verdade...(risos) eu mesmo não enviava minha foto de verdade (às vezes) (risos) Hoje é mais rápido e você tem mais vontade de se mostrar de verdade. Talvez por que seja mais fácil enviar foto em tempo real”.

**Entrevistadora:** E o que é se mostrar de verdade?

“A”: “Posso enviar na real como estou naquele momento. É o presente que vale. Amanhã posso não querer mandar foto e agora sim. Se eu quero alguma coisa, trabalho a foto pra ser aceita. Se não, nem envio”.

É verificável que há a exortação à exibição, sobretudo em redes sociais. Nesse trecho há a sugestão de que as imagens publicadas nos perfis valem mais que os textos escritos “Se o cara era gostoso e dava entrada eu ia mesmo.” O entrevistado reitera “Se eu quero alguma coisa, trabalho a foto”.

Reforçando o caráter de sociabilidade por estar trocando informações com outro alguém, visibilidade e aceitação através do olhar do outro que marca a exposição do corpo na rede, sendo uma forma de constituição de subjetividade.

A liberdade de expressão mostrando como se quer ser visto é outro ponto característico na fala do entrevistado quando fala da veracidade da foto enviada para outro, remetendo a suposição do corpo como espaço de criação de subjetividade, como diz Vieira (2007) desenvolvendo autonomia e criando códigos de comunicação.

Na FIG 3 mostrar *mangina selfie* brincando no quintal.

**FIGURA 3: Mangina selfie entre amigos.**



*Mangina selfie 3.* FONTE: *Instagram.*

### 5.3 *Mangina selfie* 3 - FIG 3

#### 5.3.1 Categoria Erotismo – Subcategoria Fetiche, Imaginário

Assim, na FIG 3, a interação e a exposição do corpo posto a julgamento aparece nos comentários como “Oh, senhor”, “Gay”, “Sua mãe vai amar isso”. Mais uma vez remetem à ludicidade, à intimidade dos relacionamentos pela comunicação virtual. Destaque à palavra *gay*<sup>2</sup> usada no comentário, que remete a uma crítica muitas vezes empregada ironicamente (forma utilizada também como xingamento), o que no país pode ser tratada pelo Código Penal por calúnia, injúria e difamação.

Portanto, a *mangina selfie* fez parte do imaginário heterossexual e homossexual. Importante ressaltar que enquanto aqueles que se identificavam como heterossexuais postavam suas *manginas selfies* em expressão lúdica, o que não excluía outros que se identificavam como homossexuais no mesmo contexto, algumas fotos são vistas no imaginário erótico e sedutor, como exibição do corpo hedonista e narcísico, independente de opção sexual definida (CORRÊA, 2013).

O hedonismo que se presencia nos dias de hoje parece que propõe extrair da liberdade de cada indivíduo o máximo de prazer possível, o que pode ser entendido por algo que remeta à felicidade. Lembrando que a variedade tecnológica que pode ser consumida pelos indivíduos está acessível e à disposição, portanto, parece que quanto mais se pode consumir, mais os indivíduos serão felizes.

#### 5.3.2 Categoria Ludicidade – Subcategoria *selfie* em grupo

É o compartilhamento pela interação social que nas redes sociais pode-se notar pela multiplicidade do ‘eu’ e mais especificamente na *mangina selfie*, denominando que corpo se quer mostrar para interagir num dado momento.

Na FIG 3, a interação do mundo real se mistura ao mundo virtual quando um grupo de amigos resolve fazer uma *mangina selfie* no quintal de uma casa e postar no *Instagram*.

O compartilhamento das *selfies* proporcionou interação, produzindo comunicação social, pois, de acordo com Fontcuberta (2012), o uso das fotos possibilita a comunicação social da atualidade e o autor ironiza ao falar que para existir tem que estar fotografado, o que

se confirma na realidade vivida, nos comentários que se presentificam e na intimidade com que se constroem os relacionamentos.

Percebe-se que outras pessoas (supostamente próximas) comentam as fotos com certa intimidade notada pela expressão verbal usada “Sua mãe vai amar isso”. Assim, entende-se como característica do *Instagram* a interação que independe do espaço geográfico e acontece por meio de fotos postadas e a comunicação além da imagética, praticada por meio de comentários dos seguidores, sempre dispostos a julgarem publicamente a imagem dos corpos expostos e contextualizados na ‘privacidade’ que se expressam.

Se o corpo é via de expressão e comunicação, a *mangina selfie* rompe com as dicotomias de gênero, corpo e sexualidade, pois, independe das formas de registro ou ação. É através do corpo que o indivíduo pode se comunicar por diversos mecanismos, onde uma rede social imagética, como o *Instagram*, modifica as experiências corporais, abrindo novas possibilidades físicas, sensoriais e emocionais.

O corpo pela *mangina selfie* é constituído e se constitui de outras formas, de outros discursos (inter)ativamente. Esconde o que caracteriza o indivíduo, como se fosse segredo numa sociedade hedonista e narcisista, em que existe a necessidade de se mostrar e ser visto.

Segundo Gonçalves (1994), o ser humano se tornou independente da comunicação empática de seu corpo com o mundo, reduzindo sua capacidade de percepção sensorial, aprendendo a controlar seus afetos, transformando a livre manifestação de seus sentimentos em expressões e gestos formalizados, permitindo um crescente processo de manipulação do corpo, com consequências graves.

---

2. **Gay** (AFI: ['gej]); do inglês *gay*, 'alegre, jovial', proveniente do francês medieval *gai*, 'que inspira alegria', e este, possivelmente, originário do gótico *gaheis*, 'impetuoso'), normalmente utilizada para designar o indivíduo homossexual. Termo que foi incorporado em outras línguas. A etimologia remonta o termo atual a três transições cultural-linguísticas: do latim tardio ao francês; do francês (arcaico) ao inglês; do inglês às demais culturas atuais. A palavra originariamente não tinha conotação sexual necessária. Era usada para designar uma pessoa espontânea, alegre, entusiástica, feliz, e, nesse sentido, pode ser encontrada em diversas literaturas americanas, sobretudo as anteriores à década de 1920. No entanto, o significado preliminar da palavra *gay* mudou drasticamente nos Estados Unidos, vindo a assumir o significado primordial atual para definir pessoas que sentem atração sexual por pessoas do mesmo gênero. O termo *gay*, já marcado pela conotação sexual, ao ser difundido pelos países lusófonos, era utilizado principalmente de forma pejorativa contra homens *gays* a partir do século 20. Contudo, a utilização da palavra pelos próprios homossexuais, a se referirem a si mesmos, fez com que a conotação negativa fosse amenizada, buscando de retirar-lhe, assim, a carga insultuosa.

Assim, nota-se com a *mangina selfie*, que o corpo, antes intocável e inacessível, corpo puro, agora vive as transformações e mudanças de seu tempo e pratica o que lhe traz poder, prazer, satisfação. A *mangina selfie* da FIG 3 leva exatamente essa ideia de mudança: corpo jovem, sem pudor e que quer ser contemplado, fazendo parte do cotidiano visível do outro.

Figura 4 brincar de fazer *mangina selfie* numa quadra de esportes.

**FIGURA 4: Ludicidade na *mangina selfie***



*Mangina selfie* 4. FONTE: Instagram.

#### 5.4 *Mangina Selfie* 4 - FIG 4

##### 5.4.1 Categoria Ludicidade – Subcategoria *selfie* em grupo, cenário público, ousadia, criatividade.

Na FIG 4, um grupo de 7 (sete) homens brincam de fazer *mangina selfie* em uma quadra de esportes. O movimento com os braços para cima é idêntico na maioria das imagens observadas, principalmente quando fotos feitas em grupo.

Este movimento de erguer os braços enquanto a *mangina selfie* é praticada remete a ideia de que um esforço está sendo feito contra a ordem natural das coisas e acontece como prova de conquista de uma perfeição na tentativa de ocultar o pênis para que se tenha uma imagem idêntica de uma vagina, que é o propósito inicial do fenômeno.

Para ser uma *mangina selfie* perfeita, nada deve aparecer. Estes indivíduos que erguem os braços geralmente são donos das tais *selfies* perfeitas e suas expressões geralmente demonstram satisfação por conseguir o feito, brincar com o momento e também ‘causar’ nas redes sociais.

Figura 5, demonstração da *mangina selfie* no nu ‘total’ em grupo e em espaço público.

FIGURA 5: Ludicidade na *mangina selfie*.



Mangina selfie 5. FONTE: Instagram

## 5.5 Mangina selfie 5 - FIG 5

### 5.5.1 Categoria Ludicidade – Subcategoria *selfie* em grupo, cenário público, ousadia, criatividade.

Observa-se que o cenário público é espaço de exibição da ‘privacidade’. A nudez total antes compreendida entre quatro paredes, hoje confere ao olhar de aprovação do outro num domínio público facilitado pelos *smartphones* e outros dispositivos, como diz Bello (2011) sobre a existência de dispositivos tecnológicos que conferem acesso público ao privado.

Referente à comunicação e interação, tanto nos comentários “Hahaha Mat parece bastante confortável” e “Ron parece que está lutando com seu pequenino”, quanto no sorriso e poses dos praticantes, a brincadeira permanece.

Interessante que no comentário “É parecido com o que você fez?” remete à ideia de que algo parecido com *mangina selfie* já foi feito em outra ocasião.

Os quatro indivíduos da *mangina selfie* acima não estão contidos no contexto corpo másculo, porém, são ousados na exposição de corpos mesmo sem padrões de beleza predeterminados pela sociedade capitalista.

No entanto, a visibilidade em si está contida na sociedade capitalista até mesmo quando o destaque são as imperfeições do corpo que fogem dos padrões físicos que interessam a uma maioria na atualidade.

O corpo atualmente visa ao consumo e o lucro de uma sociedade capitalista, como Boris e Cesídio (2007) afirmam, pois, a “indústria do corpo” está à disposição desta sociedade. Daí os corpos no desejo de se mostrarem sempre jovem, forte, belo e saudável como na Figura 6 na descontração de jovens e belos corpos.

Diferente da imagem da FIG 3 e FIG 4, nas quais os praticantes usam algumas peças de roupa, na FIG 5 os participantes já estão totalmente nus (mas sem uma parte à mostra).

Figura 6, querer mostrar-se belo.

**FIGURA 6: corpos másculos e jovens.**



*Mangina selfie 6* Fonte: *Instagram*

## 5.6 Mangina selfie 6 - FIG 6

### 5.6.1 Categoria Erotismo – Subcategoria corpos másculos, jovens

Na FIG 6 o ponto analisado é que diferente de muitas imagens de *mangina selfie*, os praticantes nesta imagem, em sua maioria, não deixam aparecer sequer a característica principal do fenômeno que é a simulação de uma vagina.

Porém, depois da repercussão do fenômeno, o padrão de corpo trabalhado em academia, jovem e sem pudores, ganhou outras características, como algumas imagens de corpos menos musculosos ou em diferentes faixas etárias. Assim como o ambiente, primeiramente em locais reservados e privados, depois tomou o espaço público.

Parece que a ideia de mostrar o corpo nu, ou apenas parcialmente nu, por ser considerada a nudez de foto somente se fosse exibido o órgão genital em si, ultrapassou as fronteiras da intimidade antes tomadas pelo recato.

Para os autores Ferreira e Silva (2011) não se pode separar pudor de despudor, uma vez que percebemos este corpo nu num sentido civilizado, ainda que este sentido aconteça pelo constrangimento. Fato considerável quando se analisa imagens em rede sociais como a *mangina selfie* que mostra o corpo nu mas não revela sua totalidade na nudez apresentada.

Figura 7, rapazes vestidos, porém, “sem receio” do corpo nu.

FIGURA 7: Indivíduos posam pra *mangina selfie*.



*Mangina selfie 7. Fonte: Instagram*

## 5.7 *Mangina selfie* 7 - FIG 7

### 5.7.1 Categoria Erotismo – Subcategoria Nu falso, Íntimo

A *mangina selfie* remete a essa ideia do corpo que brinca de se mostrar nu e ao mesmo tempo não o considera assim por não mostrar, apesar das calças abaixadas como na FIG 7, o órgão genital masculino. Provavelmente, o pudor não recaia como sentimento do querer proteger-se ou resguarda-se de um constrangimento, principalmente público, por ter esta característica de nu falso.

No entanto, pela distância da foto, impossível saber a identidade dos praticantes, diferente das outras *manginas selfies* que são detalhistas na imagem exposta. Sendo assim, mostrar o corpo “sem receio” neste caso, pode parecer o contrário.

Poderia na FIG 7 existir o anonimato dos corpos, porém, ninguém é invisível nas redes sociais, uma vez que todo conteúdo que circula na internet é criado e compartilhado por pessoas. Por mais que os três praticantes tenham tentado proteger suas identidades, a imagem circula na rede e permanece no perfil do *Instagram*, só podendo ser retirada pelo próprio usuário da rede, já que não se constitui nu explícito a ser excluído da página.

Todavia, independente, de ser uma *mangina selfie* em grupo ou individual, entre quatro paredes ou em meio uma estrada movimentada, a atenção da imagem postada gira em torno da intimidade exibida.

Os comentários nas postagens de *mangina selfie* “Hahaha eu quero ver isso!”, “Hahaha eu tenho uma foto similar” geram um rastro social percebido que possibilita a interação que permanecem no ciberespaço e permitem se notar as trocas sociais.

### 5.7.2 Categoria Visibilidade – Subcategoria ver e ser visto.

É importante ressaltar que, na maioria das vezes, as fotografias publicadas no *Instagram* e demais redes sociais são registradas graças aos aparelhos celulares contemporâneos, que são simultaneamente câmeras digitais.

A suposta facilidade e popularização de aparelhos capazes de fazer registros de imagens são algumas das condições de possibilidade desses tipos de imagem que se encontram nos perfis *on-line*. É preciso também sublinhar que as câmeras digitais trazem

outro diferencial técnico: ao contrário de outrora, quando era necessário levar o filme para “revelar”.

Ser visto é existir na sociedade atual, por isso é necessário se mostrar para o olhar do outro em busca de aceitação e confirmação.

Hoje as imagens são produzidas, publicadas e manipuladas digital e virtualmente. Isso significa que, por exemplo, os usuários do *Instagram* produzem imagens de seus próprios corpos com aparelhos celulares ou câmeras digitais, transferem essas imagens para seus computadores ou *notebooks* e as publicam quase que instantaneamente.

As imagens dos corpos na *mangina selfie* não precisaram ser tratadas quimicamente em lojas especializadas na “revelação” de filmes fotográficos, como aconteceria no passado. As possibilidades técnicas dos aparelhos de produção e visualização de imagens estão, por isso, ligadas de maneira estreita às formas como se dão a exposição e exibição dos corpos na internet. O trecho abaixo mostra a relevância da publicação de imagens sempre atuais e visíveis dos corpos do usuário no seu perfil *on-line*. O entrevistado quando perguntado sobre a razão pela qual publicara fotografias em seu perfil *on-line* nas quais aparece praticando *mangina selfie*, respondeu:

**Entrevistadora:** Foi uma foto de grande visibilidade que você quis aprovação dos outros, popularidade...

**“A”:** Sim! Ficar “top”.

**Entrevistadora:** É a autorização daquela imagem pelo tanto de *likes*, é isso?

**“A”:** Por exemplo, eu estou comendo uma pizza e não sinto necessidade de postar que estou comendo ela e outras pra causar algum tipo de interesse ou uma certa “inveja” aos outros e posta. Como também alguém que faz algo de bom e tem que esfregar na cara de todo mundo. Eu sim poste a foto querendo *likes* e popularidade.

Entrevistadora: Naquele momento, você se realizou...

**“A”:** Causei! Entre muitos não só na internet como fora dela.

Complementando o sentido de visibilidade, observa-se a FIG 8 na qual além da visibilidade, as *selfies* são feitas em grupos e em ambientes públicos, descaracterizando a

ideia de privacidade do corpo. Afirmando a imagem deste corpo nu e sem pudor, autorizado e legitimado pelo olhar do outro.

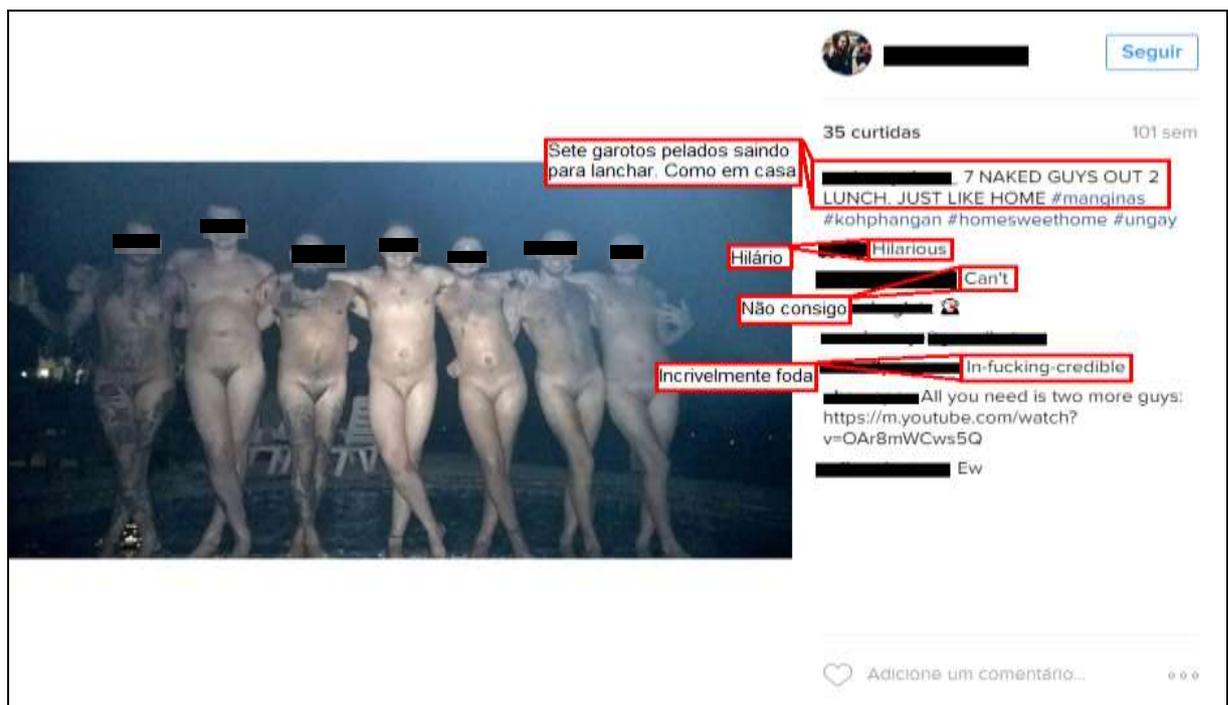
Outro aspecto relevante está nos comentários das seguintes imagens. Um deles, na FIG 8 diz: “Sete garotos pelados saindo para jantar”, outro na FIG 5: “Ron parece que está lutando com o seu pequenino”. Apesar da *mangina selfie* se caracterizar por uma imagem que repassa a ideia do órgão genital feminino, os trechos transcritos nas mensagens transparecem a forma masculina como referência.

A palavra “pequenino” quando alguém se refere ao pênis remete a ideia de depreciação na visão masculina, pois, o tamanho do pênis é um símbolo de potência, força e virilidade, considerado um defeito quando pequeno (GOLDENBERG, 2005), porém, este mesmo autor cita, que as exigências a respeito de um determinado modelo de corpo escravizam não apenas as mulheres mas também os homens. Um corpo legitimado e cercado de mitos que constituem a cultura de um povo.

Mas na *mangina selfie* não existe negação do pênis. Igualmente observado na fala de “A” “Eu não me sentiria realizado, por exemplo, um dia postar foto tendo órgão feminino”.

Figura 8, todos querem fazer *mangina selfie*.

**FIGURA 8:** Grupo, espaço público, ludicidade, visibilidade: detalhes de uma *mangina selfie*.



*Mangina selfie* 8. Fonte: Instagram

## 5.8 *Mangina selfie* 8 - FIG 8

### 5.8.1 Categoria Visibilidade – Subcategoria ver e ser visto.

A visibilidade da vida íntima no espaço público se mistura na construção de novas subjetividades. Desta forma, Sibília (2008) fala da transposição das paredes do espaço privado para o domínio público e com elas alguns segredos na necessidade de ser visto.

O mundo virtual é um palco de representações do que se quer ser, criando, segundo Soares (2014), distorções de si diante de novas formas de sociabilidade e subjetividades. Said (2013) diz que para ser na sociedade atual é preciso que se tenha uma imagem visível.

Desta forma, na FIG 8 percebe-se que os sete rapazes podem até não terem obtido o número extraordinário de curtidas, no entanto, os comentários “Hilário.”; “Incrivelmente foda.” já provam que a performance atingiu o objetivo de ser visível.

Em busca do maior número de ‘curtidas’, o indivíduo diante de sua performance individual (SAID, 2013), busca a realização de seus desejos de ser visto, ser aceito na exposição da imagem do corpo.

Um detalhe observado na exposição da imagem dos corpos da FIG 8 é o posicionamento de todos os praticantes: braços dados e abertos como em outras imagens analisadas e que passam a ideia de provar ser uma *mangina selfie* perfeita por simular tão bem uma vagina.

Outro detalhe, é a perna direita passando frente da perna esquerda, o que parece inferir um movimento que inclina um pouco o quadril, mostrando uma sutil diferença nas curvas do corpo que fazem lembrar o corpo feminino.

No entanto, esses corpos exibidos na FIG 8 não demonstram sentidos que deixem claro o desejo em se tornar o feminino. Até mesmo pela citação da chamada para a imagem, que além do uso de gênero gramatical no masculino, fala “Como em casa”, com a ideia de parecer comum o nu entre eles sem negar o “eu”, a sexualidade e o gênero, sendo a *mangina selfie* algo que anteriormente tenha sido praticada, só que no ambiente privado de casa.

Conseguir a popularidade através da visibilidade, da criatividade e aparência parecem passos para se tornar ‘famoso’, um representante notável de *mangina selfie*, um fenômeno social como acontece na FIG 9 que registra um grande número de curtidas.

Na FIG 9, a expressão corporal do praticante, a citação que qualifica o corpo como parte do cenário rico em na diversidade da fauna, o número significativo de curtidas (destaque

para o detalhe de 596 curtidas), chama a atenção para um comportamento histérico, tentando chamar a atenção pra si, exibindo o que considera atraente.

Figura 9, a *mangina selfie* popular.

FIGURA 9: *Mangina selfie* ao ar livre.



*Mangina selfie* 9. Fonte: Instagram

## 5.9 *Mangina selfie* 9 - FIG 9

### 5.9.1 Categoria Ludicidade – Subcategoria criatividade

A FIG 9, o indivíduo está com a calça abaixo dos joelhos em um local que parece um jardim, numa calçada que pode ser pública. Como em outras imagens analisadas anteriormente, os braços estão abertos, o que leva a crer que essa é uma demonstração de *mangina selfie* perfeita no sentido de exibir a imagem mais convincente possível de algo como se fosse uma vagina.

A expressão facial do participante é alegre, remete estar fazendo uma brincadeira com o corpo 'nu' num dia de sol. Num trecho da citação da imagem “Essa é a criatura mais assustadora com a qual você deve se preocupar.”, afirma o sentido lúdico, como se fosse uma piada sobre o próprio corpo.

Outro ponto observado é a quantidade de *likes*. A visualização da postagem aconteceu entre uma quantidade significativa de seguidores. A quantidade de curtidas pode estar relacionada à popularidade do praticante de *mangina selfie*, assim como sua atitude criativa, até mesmo na forma de redigir a citação sobre a mesma e postar.

O praticante de *mangina selfie* usa a própria imagem para fazer um convite para visitar a Austrália e brinca dizendo que nem vai ser cobra e aranhas que se vai encontrar como algo assustador na região e, sim, ele, na exibição do corpo, que inclusive não está dentro dos padrões de beleza do magro e musculoso. A *mangina selfie* da FIG 9 acaba sendo algo além da exibição do corpo que se identifica com o local e chama atenção também por mostrar-se criativamente em forma de convite para conhecer o país conhecido pela fauna exótica.

A criatividade observada na FIG 9 parte do próprio praticante. Pode ter sido apenas um momento de descontração mas se a ideia era chamar a atenção para conhecer o país citado, foi eficiente, pois o nu já chama atenção por si, o convite, assim, tornou-se um atrativo a mais além da visibilidade do corpo naquele instante.

O praticante faz a *mangina selfie* como cartão de visitas de seu país enfatizando a fama de sua vasta fauna e se inclui, divertidamente, como mais um animal, no caso, ele usa o lúdico referindo-se a ser a criatura mais assustadora do local.

A *mangina selfie* que tem como principal categoria analisada a visibilidade, mostra pela análise da FIG 9 que também permite a visão além do corpo exposto. Não é apenas um corpo que quer aparecer e ser notado, apesar de atingir esse propósito, mas um corpo que se comunica, até mesmo por meio de um fenômeno que aparentemente seria apenas uma grande brincadeira no Instagram. E na ideia de parecer somente uma brincadeira, mesmo assim a visibilidade que acontece permite olhares e construções e opiniões, novas subjetividades.

Na figura 10, a nudez, mesmo que considerada superficial por não mostrar literalmente o órgão sexual do praticante de *mangina selfie*, é enfatizada por uma imagem digital onde a aparência, o desejo e as realizações pela exposição e aceitação torna-se o fetiche da era atual.

Figura 10, “Você vê!?”

FIGURA 10: Desenho da *mangina selfie* com a palavra “contemplar”



*Mangina selfie* 10. FONTE: Instagram.

## 5.10 *Mangina selfie* 10 - Figura 10

### 5.10.1 Categoria Erotismo – Subcategoria imaginário.

O corpo na *mangina selfie* é comunicante, desejável, corpos performáticos que mostram e se demonstram aos outros. Corpos imagéticos, corpos visível. O corpo representado pela *mangina selfie* demonstra a busca do autoprazer, fato relatado por “A”: “A minha, por exemplo, mexeu com minha imaginação rsrs”, “Eu via as fotos e desejava sem tá escondido.”, sobre o que imaginou com sua própria imagem postada no *Instagram*.

Além do autoprazer, realização com as visualizações e comentários de estética e erótica, assim como busca o prazer no gozo do observador, a *mangina selfie*, excita pela curiosidade e permite a liberdade da expressão e demonstrações subjetivas do corpo representado pelo fenômeno.

Na FIG 11, percebe-se a exposição íntima de casais homossexuais, ou praticantes que usam algum adereço para demonstrar sua opção sexual, o que remete à ideia de demonstração

apenas por brincadeira ou irritação, já que em alguns comentários existem expressões de desaprovação. Pode-se ler nos comentários: “Manginas quando dormem são horríveis.”

Mais uma vez, o sentido de pênis e virilidade pode ser visto na palavra “dormem”. Por parecer o tamanho do pênis obsessão masculina, o sentido da palavra “horrível” da frase, pode se referir a fascinação pelo tamanho pênis.

Figura 11, demonstração de *mangina selfie* à dois.

FIGURA 11: Casal praticante de *mangina selfie*.



*Mangina selfie* 11. FONTE: Instagram.

## 5.11 *Mangina selfie* 11 - FIG 11

### 5.11.1 Categoria Erotismo – Subcategoria Íntimo.

A *mangina selfie* parece ter proporcionado maior liberdade em temas como homossexualidade, nudez, fetiches, relações amorosas, liberdade de expressão. Porém, observando a FIG 11, percebe-se a necessidade de mostrar a intimidade do casal. Fato que pode ser considerado quanto a definição de privacidade que hoje em dia é cercada por tantas câmeras pela rua, web *cams* pessoais, câmeras fotográficas em celulares e outros recursos que colocam os indivíduos expostos diariamente.

Atualmente a intimidade é um convite, não existem mais fronteiras tão rígidas entre público e privado. O espetáculo da vida alheia é assistido, oferecido de várias maneiras e com um grau de sedução tão grande que é praticamente impossível não se deter no que o outro está fazendo.

Todos compartilham a sensação de intimidade alheia. De forma que é pertinente refletir sobre a intimidade na atualidade. Assim, na FIG 11, observou-se que a *mangina selfie* criou condições para que seus seguidores pudessem interagir de forma íntima. Mas de todo modo as informações analisadas têm como tema principal os corpos e os discursos que os produzem, que os tornam capazes de serem lidos por outro indivíduo dentro do contexto estabelecido.

Entender a postagem de *mangina selfie* relativa a um casal deitado na cama, parece que a sociabilidade provocada pelo *Instagram* e entre o casal se constitui como um espaço de criação de contatos, gêneros, corpos que adquirem centralidade na construção de vínculos entre si.

Na entrevista de “A” ele usa uma camisa com um símbolo gay e fala “Achei uma forma de ter likes (risos)”

Expressões como ‘amei’ ou pedir ‘likes’ pra alguém é ter a aprovação tão desejada em plataforma virtual. É tentar ter a foto perfeita para o outro ‘curtir’.

**Entrevistadora:** Mas que motivo levaria alguém querer tanto esta aprovação?

“A”: “Por que eu não sou igual e quero mostrar a minha diferença pro mundo e gritar que estou e sou bem assim. Eu posso ser feliz fazendo tudo o que quero? As vezes de uma forma sem pudor.”

**Entrevistadora:** Mas o que é ser igual?

“A”: Eu sou homem. Não pretendo deixar de ser. Na verdade, sou muito mais homem do que aqueles que critica querendo ser eu.”

Neste momento, “A” se auto define pelo gênero imposto pela construção social, determinante e normativas das possibilidades e limitações que são depositadas sobre os corpos dos indivíduos mesmo antes do nascimento.

Em seguida, explica:

“A”: Eu não sou homem na prática de “comer” uma mulher, por exemplo. E é fato, sou o terceiro sexo, de certa forma entendo o lado feminino quanto o masculino. Eu sei o que está na posição feminilizada quanto masculinizada. E gosto dos dois.

Este estágio intermediário entre ser homem ou mulher quebra a normatização, uma vez que, o feminino e o masculino variam historicamente e em cada cultura.

A maneira de ser do homem e da mulher é fruto do contexto cultural. Portanto, gênero significa que homens e mulheres são frutos da realidade social e não decorrentes da anatomia dos corpos.

A *mangina selfie* remete a uma subjetividade cheia de criatividade e comunicação. Algo que vai do lúdico ao visível por si só. Há imagens que supõem um desafio, falas que citam a coragem de quem praticou o fenômeno e ainda imagens que parecem transparecer a naturalidade que se mostra para realmente aparecer e ser “imortalizado” naquele ato, independente de orientação sexual.

Como se fosse realmente um corpo perpetuado para existir. Todavia, são corpos que não seguem a normatização de disciplina e culto do corpo dentro de padrões socialmente aceitos. Talvez por este motivo, durante a entrevista, “A” em uma de suas respostas se mostra arrependido.

**Entrevistadora:** Mas você fez a *mangina selfie* no sentido de causar, somente?

“A”: Tentar ter uma popularidade maior. E de todas as minhas fotos essa é a que tem mais *like*. Mas depois me arrependi.

**Entrevistadora:** Por qual motivo?

“A”: Me senti um pouco envergonhado. Mas deixei a foto simplesmente porque sei que não devo ouvir opiniões de gente sem coragem. Eu sou um livro aberto. Daquela época pra agora mudei um pouco e hoje em dia não postaria aquela foto.

**Entrevistadora:** mas foi uma foto de grande visibilidade, por que você não faria hoje?

“A”: Mangina não, a troco de nada, mas um nu artístico eu faria.

Nesta última fala do entrevistado, a visão do corpo que pode ser moldado e esculpido, o que se quer exibir de si mesmo. Já postou um corpo idealizado pelo *mangina selfie*, foi aprovado pelo olhar do outro, porém não existiu um laço de ligação da ‘verdade’ do corpo à sua identidade.

A popularidade, a sociabilidade e a exterioridade da imagem publicada parece que não fez de “A” indivíduo realizado, não diferente da maioria na contemporaneidade que busca o corpo idêntico a si mesmo nas imagens publicadas para que se tenha identidade ‘verdadeira’.

O corpo pode ser transformado, modificado, adaptado por conceitos, situações e exigências da sociedade ao qual pertence. No mundo virtual, este corpo é exibido e moldado para ser aceito. Corpo que se mostra pelas subjetividades construídas da exterioridade por meio da imagem.

Se hoje é preciso ter a imagem “verdadeira” exibida para aceitação, a *mangina selfie* encaixa-se neste propósito de verdade sendo “um corpo que importa”. Um corpo-que-importa é um corpo que encarna as regulações do “mercado das aparências”, como referem Sibilia (2009) e Soares (2009). Além disso, essas imagens precisam ser atualizadas: devem ser fotografias do corpo-que-importa no presente, no tempo de agora.

Figura 12, *mangina selfie* individual.

FIGURA 12: Aspecto íntimo da *mangina selfie*



*Mangina selfie* 12. FONTE: Instagram.

## 5.12 *Mangina selfie* 12 - FIG 12

### 5.12.1 Categoria Erotismo – Subcategoria Fetiche, íntimo.

Na FIG 12, o corpo na *mangina selfie* interage, se relaciona com as pessoas e o mundo. Foi um fenômeno que chamou atenção pela ousadia e criatividade. Em muitas imagens pode-se notar o aspecto íntimo, como se realmente tal intimidade precisasse ser exposta e aceita.

Assim como na FIG 1, o corpo se mostra pela erotização, fetiche e apesar de não perder a intenção de ser lúdico, na FIG 12 nota-se uma expressão de sensualização, demonstração de desejo, prazer.

A *mangina selfie* não afirma em momento algum que somente indivíduos heterossexuais ou homossexuais, por exemplo, pudessem ser praticantes, todavia, em muitas imagens analisadas, comentários e até mesmo a forma explícita da orientação sexual mostram-se nítidas, como nas FIG 11 e FIG 13.

Na FIG 12, o indivíduo está deitado confortavelmente em uma cama e com o uso de um *smartphone* faz sua própria *mangina selfie*, sendo esta uma das postagens individuais do fenômeno.

Alguns comentários trazem frases de contentamento comuns nas redes sociais como: “Wow”, referindo-se a algo bonito, meigo, prazeroso, e “Estou gritando (chorando)”, numa demonstração de aprovação, fetiche em ver o corpo que sensualiza.

Outro comentário que remete a uma situação de aprovação, dependendo do contexto, é: “Não consigo lidar com isso”, neste caso, levando em consideração a sequência de comentários aprovativos, entende-se como mais um deleite do seguidor.

Mas no fim dos comentários, alguém ironiza comparando a imagem a todos os estereótipos irlandeses que comprovam uma verdade dita por quem comentou, dando a entender um certo preconceito aos homens da Irlanda em relação à orientação sexual, provavelmente.

Apesar da identidade de gênero do praticante não ser expressa nitidamente durante este processo de análise, uma outra característica foi notada. O praticante usa uma camisa da cor vermelha, que pode ter sido usada propositalmente. Na maioria das vezes, os praticantes usam peças de roupas mais comuns, de cores neutras, estampas variadas, fantasias ou nenhuma roupa.

Pela simbologia das cores que formam a bandeira LGBT<sup>3</sup>, o vermelho significa o fogo, a vivacidade. A bandeira já é um ícone de toda a cultura LGBT e está presente nos mais variados eventos, imagens, festas e organizações de temática lésbica, gay, bissexual e transgêneros. Sendo assim, a FIG 12, também pode se caracterizar através de um corpo sedutor para “causar” no *Instagram*.

Outro detalhe é que a *mangina selfie* é uma imagem produzida, normalmente, por câmeras de *smartphones*, em espacialidades, em um primeiro momento, privadas e, logo, passam ao domínio público (FIG 12 e 13 se apresentam com este dispositivo).

Figura 13, *mangina selfie* pelo *smartphone* em frente ao espelho.

---

3. **LGBT** é o acrônimo de Lésbicas, Gays, Bissexuais, Travestis, Transexuais e Transgêneros. Em uso desde os anos 1990, o termo é uma adaptação de LGB, que era utilizado para substituir o termo gay para se referir à comunidade **LGBT** no fim da década de 1980.

FIGURA 13: *Mangina selfie* na ‘privacidade’ do banheiro

Mangina selfie 13. Fonte: Instagram

### 5.13 *Mangina selfie* 13 - FIG 13

#### 5.13.1 Categoria Visibilidade – Subcategoria exibição nas redes sociais.

O uso de *smartphones* e sua facilidade de adaptação, uso comum e constante na atualidade, fez do *Instagram* a rede social mais acessível para as postagens de *mangina selfie*, uma vez que o aplicativo, segundo Rodriguez, *et al*, (2013) foi desenvolvido para este aplicativo.

Interessante ressaltar que a *mangina selfie* foi um fenômeno de homens que escondiam o pênis para parecer ter uma vagina, mas em alguns comentários, ou mesmo pela expressão facial de seus praticantes nas *selfies*, é notória a ludicidade, não caracterizando, assim, sujeitos homossexuais.

Quanto mais ousada a *mangina selfie* mais visibilidade. Daí partir a vontade de não ser mais uma *selfie* feita dentro de um ambiente privado como um banheiro ou vestiário, apenas uma única pessoa e seu *smartphone* num reflexo no espelho, como nas FIG 12 e FIG 13.

Tirar uma foto na privacidade de um banheiro ou num espaço público: Ideia que possivelmente seria impensável há um tempo atrás, porém, com as novas tecnologias, dentre elas os *smartphones*, as fronteiras entre tempo e espaço praticamente não existem, como afirma Lemos (2007) ao se referir que toda essa tecnologia interfere na gestão do tempo e espaço.

Isso acontece pela facilidade de se ter um *smartphone* sempre à mão, possibilitando o registro de momentos íntimos a qualquer momento.

O que seria mais comum quando se escuta a palavra *selfie* é de se visualizar um autorretrato, como nas FIG 12 e FIG 13. Ainda é possível ver nestas imagens o casaco do indivíduo com a sigla GAP. A origem da palavra *gap*, em inglês, significa fenda, lacuna, intervalo referência a lacuna de mercado vista por jovens que não queriam roupas de adolescente nem de adulto.

A marca surgiu em São Francisco, nos Estados Unidos em 1969 ganhando o significado de “Gay and Proud” (Gay e Orgulhoso). Tal denominação ganhou força devido ao grande número de homossexuais de São Francisco que abraçaram a ideia.

Mas uma *selfie* feita pelo próprio praticante não é o que se vê na maioria das postagens de *mangina selfie*. Geralmente acontece a *mangina selfie* feita por uma segunda pessoa daquele que está praticando ou do grupo praticante, descaracterizando o conceito de *selfie* (autorretrato). Todavia, existem as exceções e algumas podem ser vistas de forma mais reservada e pessoal.

Seja em grupo ou individual, o fenômeno *mangina selfie* usou a superfície visível do corpo para permitir uma comunicação em que foi possível interagir e manter relações sociais em redes.

Este corpo apresentado na *mangina selfie* se mostrou como algo novo perante a sociedade, porém, já praticado em um outro tempo, como cogitou a citação da FIG 14 que remete à ideia de ter sido feito durante outra fase da vida ou mesmo na particularidade e no âmbito dos segredos de cada um.

Provavelmente, por se sentir na necessidade contemporânea que os segredos sejam revelados, a *mangina selfie* tenha tomado uma dimensão tão grande de visualizações em um tempo tão curto e se tornado fenômeno.

Todavia, o corpo nu, sempre considerado como interesse de múltiplos olhares, antes era íntegro, agora, mostrado frontalmente numa rede social como o *Instagram*, envolveu o imaginário de seus praticantes e seguidores.

Um corpo visível, erótico e lúdico que, apesar de ter sua exposição, permaneceu no segredo por não mostrar o órgão sexual em si. Sua representação não revelou ser um corpo masculino ou feminino.

Em algumas análises, os comentários e/ou gestos podem ter confirmado a orientação sexual de seus praticantes, porém, o gênero foi uma incógnita, já que Scott (1995) diz que gênero parte das diferenças que percebemos e Louro (2009) aponta como a justificativa para as suas desigualdades num corpo que, para Goellner (2010), apresenta mais que características biológicas. Desta forma, na FIG 14, *mangina selfie* deixa se perceber no corpo nu e visível, porém, escondido em parte, num jogo muitas vezes erótico ou extremamente lúdico.

Na FIG 14, observa-se a coragem para revelar, assumir e provocar os praticantes de *mangina selfie*. Nesta imagem é possível ver o segundo momento que caracterizou a *mangina selfie*.

Diferente do primeiro momento que pode ter sido uma crítica àqueles que se julgam inferiores às mulheres, por esta imagem percebe-se o momento do lúdico, que brinca com o corpo desde sempre e com esta certeza, provoca todos a assumirem que não fizeram pela primeira vez.

A única diferença, possivelmente, é que a *mangina selfie* foi eternizada em imagem digital, num ambiente virtual de rede social de grande visibilidade como o *Instagram*, diferente da privacidade de um outro momento, como refere-se a própria citação da imagem 14 em ser o banheiro era o cenário para a brincadeira anteriormente.

Figura 14, Quem nunca fez *mangina selfie*?

FIGURA 14: *Mangina Selfie* no *Instagram*. “Admita... Você fez isso no banheiro pelo menos uma vez!”



#### 5.14 *Mangina selfie* 14 - FIG 14

##### 5.14.1 Categoria Visibilidade – Subcategoria exibição nas redes sociais.

Na FIG 14, mais uma vez a camisa de cor vermelha, que pode ser novamente o caráter de sedução ou somente uma coincidência, além da seguinte citação: “*Admita... Você fez isso no banheiro pelo menos uma vez!*”. Boris (2011) afirma que desde a infância os meninos aprendem sobre a valorização do pênis, e Lins (2007), afirma que o culto ao pênis refere-se a um poder universal. Sendo assim, num contexto histórico, o pênis é símbolo de poder.

A citação desafia a todos insinuando que em um momento distinto da vida alguém já fez ou pelo menos teve a curiosidade de fazer uma *mangina selfie*. A grande diferença, é que agora essa imagem praticada, que poderia ser secreta, foi posta em rede social. Comentário parecido aconteceu na FIG 8 “*Como em casa.*”, anteriormente analisado.

A prática que causou espanto e foi moda gerou polêmica por ser um corpo exposto em rede social que parecia negar o pênis e mostrava algo semelhante a uma vagina. Nem homem, nem mulher, desconstruindo a normatividade como modelo único.

Mas a citação da FIG 14 também demonstra uma outra leitura, parecendo ser uma brincadeira. O brincar com o desejo, a realização pela visibilidade e o fetiche do corpo, ambiente de construção de novas subjetividades.

Outro ponto que poderia ter sido cogitado seria de *mangina selfie* ser um movimento de apoio as mulheres por algum motivo social, mas com a FIG 14, assim como todas as outras figuras analisadas neste trabalho, nada transpareceu tal suposição.

Assim como ser a *mangina selfie* uma crítica a uma corrente de adepto de uma proposta de inferioridade e submissão masculina, castrados psicologicamente, os *manginas*<sup>4</sup>, mas pelos comentários analisados em particular a citação da FIG 14 e relatos do entrevistado “A”, dentre eles a fala que diz não ter vontade de ter uma vagina, nada direciona a esse grupo.

---

4. *Manginas*: Homem que apoiam mulheres apenas por serem mulheres. O mangina, união dos termos "man" (homem em inglês) e vagina, tem complexo de inferioridade por ser homem e serve de capacho voluntário para as mulheres. Muitos maculinistas consideram os *manginas* como homens castrados psicologicamente.

## 6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Podemos através deste trabalho, dizer que a visibilidade tornou-se, na sociedade contemporânea, a nova condição de ser ou não ser dos indivíduos, em que é preciso ser visto para existir. Ao ponto de até mesmo a privacidade ter sido invadida por essa visibilidade.

A expressão da subjetividade analisada aconteceu através da exposição do corpo que, em acordo com a literatura trabalhada, também “achamos” ser ambiente propício para que a subjetividade acontecesse. Assim, na liberdade de se mostrar pela *mangina selfie* o corpo atingiu o propósito de ser visto pelo olhar do outro.

Nesse sentido, as redes sociais, como o *Instagram*, tem servido de vitrine para a exibição espetacular dos corpos, principalmente nus, sem esquecer que tais corpos exibidos também se tornam uma mercadoria a ser consumida pelo público.

O consumo passou a estar ligado à satisfação dos desejos. O *Instagram* permite o grande fluxo de informações, mensagens e imagens que seduzem os usuários a navegarem em um mar de infinitas possibilidades.

Além disso, o *Instagram* é um lugar de interação e sociabilidade, atento aos novos modos de comunicação. Importante ressaltar que esta rede social também proporciona possibilidades e atuações de construção e representação dos indivíduos, de seus corpos, sexualidades e subjetividades.

Uma das possibilidades de atuação que se tornou moda foi o fenômeno *mangina selfie* que valorizou em muitas postagens a aparência do corpo másculo e bonito. Porém, apesar de corpos jovens, nem sempre o modelo do forte foi exibido.

O culto ao corpo e a exigência de uma constante visibilidade, é acompanhada da necessidade de validação do outro, o que de certo modo explica a crescente exposição da intimidade das pessoas nas redes sociais. Isso aconteceu com *mangina selfie*, que em apenas um dia se tornou fenômeno social no *Instagram* com inúmeras postagens por todo mundo.

O indivíduo da *mangina selfie* é um exemplo cotidiano da necessidade de autorização do outro para existir, e essa validação se estabelece por meio da audiência que se concretiza nas “curtidas” e compartilhamentos. Isso tudo porque vivemos na sociedade onde o importante é ser visto, ou seja, o que interessa é a imagem, a aparência e a estética.

Por ter sido um fenômeno que os homens ficavam despidos e com o pênis preso pelas pernas na ideia de mostrar algo parecido com uma vagina, analisamos descritivamente a possibilidade dos possíveis gêneros expressos pela *mangina selfie*.

Tivemos como resultado que a omissão da suposta completude masculina, nesta brincadeira de esconder o pênis, não revelou o sentido de ser ou não ser homem ou mulher por simulação de ter uma vagina no lugar de um pênis.

Em algumas figuras, encontramos praticantes homossexuais, porém, em nenhum momento relatos ou imagens transpareceram o desejo de ser o sexo (gênero) feminino. Lembrando, que na entrevista de “A”, sendo homossexual, ele afirma não ter essa vontade.

Todas as figuras analisadas tiveram a mesma característica, a visibilidade, uma pequena parte direcionou a imagem para o erotismo e o fetiche do corpo nu que se expõe aos olhos de muitos outros. Mas, em maioria, a característica marcante foi a ludicidade.

Assim sendo, tanto heterossexuais quanto homossexuais brincaram com o corpo nu, na liberdade de se mostrar a muitos escondendo por um instante o pênis. O que foi intrigante é que, possivelmente, muitos dos praticantes já haviam feito o mesmo ato na ‘privacidade’ de casa, por curiosidade, talvez. E agora, como vivemos um mundo de total visibilidade, alguns postaram e logo tiveram repercussão. Logicamente, outros fizeram o mesmo de igual intenção – conseguir visibilidade.

Além disso, a moda que tornou-se fenômeno, também possibilitou a liberdade de expressão dos corpos em suas pluralidades, tanto na “intimidade” dos quartos ou em via pública com grupos de amigos ou mesmo sozinho.

Importante enfatizar que em muitas postagens, existiam uma segunda ou terceira pessoa, pois apesar de ser chamada *selfie*, muitas vezes não se viu o praticante com seu *smartphone* e muito menos uso de espelhos refletindo sua imagem.

A *mangina selfie* poderia ter sido vista ideologicamente como algo em apoio às mulheres por uma causa em particular ou ainda uma crítica a uma corrente de adeptos de uma proposta de inferioridade e submissão masculina. Porém, na análise do conteúdo das imagens e seus respectivos comentários, estas hipóteses foram descartadas.

O que ainda percebemos é que as linguagens, práticas e subjetividades criadas e reproduzidas por meio dos espaços virtuais, mais especificamente, as redes sociais e dentre elas, o *Instagram*, pluralizam além do tradicional modelo normativo único e mostram outras representações identitárias que se reinventam por meio de novos símbolos. Linguagens e práticas que acontecem e aparecem, na ideia de conquistar espaço e liberdade que todos têm direito.

Assim, o processo de construção representacional de subjetividade através da *mangina selfie* presente no *Instagram* foi interpretado pela necessidade de visibilidade do corpo através

do olhar do outro, num ambiente virtual onde as novas interações e sociabilidades acontecem mais facilmente nos dias atuais.

O corpo nu e sem pudor se mostrou sem constrangimento brincando com a sexualidade, diante a liberdade de expressão através de imagens que em alguns momentos mostraram-se eroticamente na ideia de ser ou não ser o que aparecia. Portanto, a subjetividade através da *mangina selfie* foi construída por entendimentos sobre a visibilidade da imagem do corpo nu no *Instagram*.

## REFERÊNCIAS

AGUIAR, W. M. J. **Consciência e atividade: categorias fundamentais da Psicologia Sócio – histórica.** In: BOCK, A. M. B, *et al.* **Psicologia Sócio – Histórica: uma perspectiva crítica em psicologia.** São Paulo: Cortez, 2001. p. 95- 110.

ALMEIDA, G. C. F. **O corpo e o trabalho: reflexões sobre a ginástica laboral e sua necessidade no sistema produtivo atual.** Revista digital - Buenos Aires. n. 142 mar 2010. Disponível em: <http://www.efdeportes.com/efd142/o-corpo-e-o-trabalho-reflexoes-sobre-a-ginastica-laboral.htm>

ANDRADE, M. M. **Introdução à metodologia do trabalhão científico:** elaboração de trabalhos na graduação. 9. ed. São Paulo: Atlas, 2009.

BARBOSA, M. R.; MATOS, P. M. & COSTA, M. E. **Um olhar sobre o corpo: o corpo ontem e hoje.** Revista Psicologia e Sociedade, v.23, n.1, Florianópolis jan/abril. 2011.

BARDIN, L. **Análise de conteúdo.** Lisboa: Edições 70; 2009.

\_\_\_\_\_. L. **Analyse de contenu.** Paris (Fr): Editora Presses Universitaires de France; 1977.

BANDEIRA, L; & OLIVEIRA, E. M. de. **Trajetória da Produção Acadêmica sobre as Relações de Gênero nas Ciências Sociais.** In: GT 11 - A transversalidade do gênero nas ciências sociais. XIX Encontro Anual da ANPOCS. Caxambu, outubro de 1990.

BARTUNEK, J. M. & SEO, M. **Qualitative research can add new meanings to quantitative research.** Journal of Organizational Behavior, v. 23, n.2, , mar., 2002.

BENEVENTO, C. T; SANTANA, V. C. **O conceito de gênero e suas representações sociais.** Revista Digital Buenos Aires, v. 17, n. 176, 2013.

BERELSON, B. **Content analysis in communication research.** Glencoe: Editora The Free Press; 1952.

BELLO. C. D. **Visibilidade, vigilância, identidade e indexação: a questão da privacidade nas redes sociais digitais.** O Estatuto da Cibercultura no Brasil. Vol.34, Nº01, 1º . 2011.

BERNARD, M. (1985). *El cuerpo*. Barcelona: Paidós. (Edição original francesa publicada em 1976).

BIRMAN, J. **Os signos e seus excessos**. *Gilles Deleuze: uma vida filosófica*. São Paulo: 34 ed. 2000.

BORIS, G. D. J. B. **Falas de homens**: a construção da subjetividade masculina. 2º Ed. São Paulo: Annablume.. 2011.

BORIS.G. D. J. B; CESÍDIO. M. H. **Mulher, corpo e subjetividade: uma análise desde o patriarcado à contemporaneidade**. *Revista Mal Estar e Subjetividade*. V.7 n.2: Fortaleza set. 2007.

BRAGA, A. **Técnica etnográfica aplicada à comunicação online: uma discussão metodológica**. *UNIrevista*, vol. 1, nº 3, julho 2006.

BRAGA, J. **Reflexões sobre moda**. Volume IV. São Paulo: Editora Anhembi Morumbi, 2009.

BRETON, D. L. **Adeus ao corpo: antropologia e sociedade**. Campinas, SP: Papirus, 2003.

BRIOSCHI, L. R., & TRIGO, M. H. B. **Relatos de vida em Ciências Sociais: considerações metodológicas**. *Ciência e Cultura*, 39(7), 2002. 631-637.

BRUMBERG, J. **The body project: an intimate history of American Girls**. Nova York: Random House. 1997.

BRUNO, F. “Máquinas de ver, modos de ser: **visibilidade e subjetividade nas novas tecnologias de informação e de comunicação**”. Trabalho apresentado na XIII Compós. 2004.

BRUNO, F; PEDRO, R. **Entre aparecer e ser: Tecnologia, espetáculo e subjetividade contemporânea**. *Intexto*, Porto Alegre: UFRGS, v. 2, n. 11, p. 1-16, julho/dezembro 2004.

CARDOSO JR., Hélio Rebello. Para que serve uma subjetividade? Foucault, tempo e corpo. *Psicologia: reflexão e crítica*, set. 2005, vol.18, n. 3, p.343-349.

COMPARIN, K. A; SHINEIDER, J. F. **O corpo: uma visão da antropologia e da fenomenologia.** Revista Faz Ciência. v. 6. n. 1. 2004. (173-188).

COSTA, M. N; JÚNIOR C.G. S. **Que Bicha É Essa?** Uma Análise da Cultura Gay na Internet: Comportamentos, Subjetividades e Linguagens.  
[http://eventos.liverra.com.br/trabalho/98-1020785\\_01\\_07\\_2015\\_00-40-40\\_9276.PDF](http://eventos.liverra.com.br/trabalho/98-1020785_01_07_2015_00-40-40_9276.PDF) p. 1-13.  
Acesso em 24/07/2016.

CARVALHO, M.P. **O conceito de gênero: uma leitura com base nos trabalhos do GT Sociologia da Educação da ANPEd (1999-2009).** Revista Brasileira de Educação v. 16 n. 46 jan.|abr. 2011. P. 99-117.

CALVINO, M. Mesa de Abertura. **Mídia e produções de subjetividade: o poder da mídia.** In: CONSELHO FEDERAL DE PSICOLOGIA. Mídia e Psicologia: produção de subjetividade e Coletividade. 2ª ed. Brasília: Conselho Federal de Psicologia, 2009.

DAMASCENO, V. O; VIANNA, V. R. Á; VIANNA, J. M; LACIO, M; LIMA, J. R. P.; FERNANDES, M. H. **Corpo.** Coleção Clínica Psicanalítica. 3 ed. São Paulo: Casa do psicólogo, 2008.

CASTELLS, M. **A sociedade em rede.** São Paulo: Paz e Terra, 1999

FERREIRA, J; SILVA, A. R. **A experiência contemporânea da nudez** , Revista Crítica de Ciências Sociais [Online], 92 | 2011, DOI : 10.4000/rccs.4055. Disponível em: 09/09/2016. p.23-35.

FIANCO, K.C. LIMA, C. C. **As mídias sociais no contexto da moda: um estudo da marca colcci.** 11º Colóquio de Moda – 8ª Edição Internacional 2º Congresso Brasileiro de Iniciação Científica em Design e Moda 2015.

FONTANA, L.A.M. **Whatsapp na educação: criar, construir e compartilhar.** In: BUSARELLO, Raul Inácio; BIEGING, Patrícia; ULBRICHT, Vania Ribas. (Org.) Sobre educação e tecnologia: processos e aprendizagem. São Paulo: Pimenta Cultural, 2015.

FONTCUBERTA, J. **A câmera de Pandora: a fotografi@ depois da fotografia.** São Paulo: G. Gilli. 2012.

FOUCAULT, M. **Vigiar e punir: nascimento da prisão**. Tradução de Raquel Ramallete. 35. ed. Petrópolis: Vozes, 2008.

FOUCAULT, M. **Vigiar e punir**. 2. ed. Petrópolis: Vozes, 1983.

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

GEERTZ, Clifford. **A interpretação das culturas**. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1989.

GIL, A. C. **Métodos e Técnicas de Pesquisa Social**. 6 ed. São Paulo. Atlas. 2008.

\_\_\_\_\_, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisas**. São Paulo: Atlas, 2002.

GOELLNER, S. V. **A educação dos corpos, dos gêneros e das sexualidades e o reconhecimento da diversidade**. Caderno de formação RCBE, p. 71-83, 2010.

\_\_\_\_\_, S. V. **As mulheres fortes são aquelas que fazem uma raça forte, esporte, eugenia e nacionalismo no Brasil no início do século XX**. Recorde: Revista de História do Esporte. Volume 1, número 1, junho de 2008.

[http://www.sport.ifcs.ufrj.br/recordere/pdf/recordereV1N1\\_2008\\_15.pdf](http://www.sport.ifcs.ufrj.br/recordere/pdf/recordereV1N1_2008_15.pdf) . Acessado em 24/12/2016.

GOFFMAN, E. **Manicômios, prisões e conventos**. 5. ed. São Paulo: Perspectiva, 1996. 312 p.

GONZÁLEZ REY, F. **Sujeito e subjetividade**. São Paulo: Thomson, 2003.

GONÇALVES, M.G.M.; BOCK, A.M.B. **Indivíduo-sociedade: uma relação importante na psicologia social**. In: BOCK, A.M.B. et al. A perspectiva sóciohistórica na formação em psicologia. Petrópolis, RJ: Vozes, 2003. p. 41 – 99.

GONÇALVES, M. A. S. **Sentir, pensar, agir: corporeidade e educação**. Campinas: Papirus, 1994.

GUEDES, M. E. F. **Gênero o que é isso?** in Revista Psicologia:Ciência e Profissão.Brasília:Câmara de Comunicação Social/ CFP, 1995.

JOHN B. THOMPSON. Traduzido por Andrea Limberto. **A nova visibilidade**. matrizes n. 2 abril 2008, p. 1-24.

HINE, C. **Virtual Ethnography**. London: Sage, 2000.

\_\_\_\_\_, C. **Virtual Methods and the Sociology of Cyber-Social-Scientific Knowledge**. In: HINE, Christine (Org.). **Virtual Methods. Issues in Social Research on the Internet**. Oxford: Berg, 2005.

HODKINSON, P. **Insider research´ in the study of youth cultures**. **Journal of Youth Studies**, 2005, 18 (2), p. 131-149.

KAHHALE. **Subsídios para reflexão sobre a sexualidade na adolescência**. In: BOCK, A. M. B, *et al.* **A perspectiva sócio- histórica na formação em psicologia**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2003. p. 161- 191.

KAHLMAYER-MERTENS, R. S. et. al. **Como elaborar projetos de pesquisa: linguagem e método**. Rio de Janeiro: FGV, 2007.

KOZINETS, R. V. **On netnography: Initial Reflections on Consumer Research Investigations of Cyberculture**. Evanston, Illinois, 1997.

\_\_\_\_\_, R. V. **The Field Behind the Screen: Using Netnography for Marketing Research in Online Communities**. 2002. disponível em <http://www.marketingpower.com/content18255.php> Acesso em 10/05/2016

\_\_\_\_\_, R. V. **Netnografia: realizando pesquisa etnográfica online**. Porto Alegre: Penso, 2014.

\_\_\_\_\_, R.V. **Netnography: Doing Ethnographic Research Online**. London: Sage, 2010.

LE BRETON, D. **Adeus ao corpo: Antropologia e sociedade**. 3 ed. Campinas, SP: Papius, 2003.

LE GOFF, J. e TRUONG, N. **Uma História do Corpo na Idade Média**. São Paulo: Civilização Brasileira, 2006.

LEMOS, A. **Comunicação e práticas sociais no espaço urbano: as características dos Dispositivos Híbridos Móveis de Conexão Multirredes (DHMCM). Comunicação, mídia e consumo.** São Paulo, Escola Superior de Propaganda e Marketing, vol. 4, nº 10, 2007.

LEONARD-BAXTON, D. **A dual methodology for case studies: Synergistic use of a longitudinal single site with replicated multiple sites.** *Organization Science*, 1990,1(3), 248-266.

LIMA, F.F.; SOUSA, L.L. **Existo quando sou visto: identidade e laços sociais criados em rede. Simpósio Internacional de Tecnologia e Narrativas Digitais. Encontros de Grupos e Redes de pesquisa em Comunicação e Tecnologia.** I Rodada de Articulação de Projetos Internacionais de Pesquisa, 2015. p. 1-12. [http://www.labcomdata.com.br/wp-content/uploads/2015/12/LIMA-FF\\_-SOUSA-LLPaper.pdf](http://www.labcomdata.com.br/wp-content/uploads/2015/12/LIMA-FF_-SOUSA-LLPaper.pdf) Disponível em:: 05/09/2016.

LING, R. *The mobile connection: the cell phone's impact on society.* New York: Morgan Kaufman, 2004.

LINS, R. N. **A cama na varanda: arejando nossas idéias a respeito de amor e sexo.** Ed. rev. e ampliada. Rio de Janeiro: BestSeller, 2007.

LIPOVETSKY, G. **A era do vazio: ensaio sobre o individualismo contemporâneo.** Lisboa: Relógio D'água, s/d.

LOURO, G. L. **Gênero, sexualidade, educação: uma perspectiva pós-estruturalista.** 3 ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 1997.

LÜDKE, M. e ANDRÉ, M. E. D. A. **Pesquisa em educação: abordagens qualitativas.** São Paulo: EPU, 1986.

MAFFESOLI, M. **Sobre o nomadismo: vagabundagens pós-modernas.** Rio de Janeiro: Editora Record LV, 2001.

MINAYO, M. C. S. (Org.). **Pesquisa social: teoria, método e criatividade.** Petrópolis: Vozes, 2001.

MISKOLCI, R. **O armário ampliado: notas sobre sociabilidade homoerótica na era da internet.** In: seminário das margens aos centros: sexualidades, gêneros e direitos humanos, 1., set. 2008, Goiânia. Mesa Estudos Queer, políticas identitárias e cenários futuros. Goiânia: Universidade Federal de Goiás, 2008.

\_\_\_\_\_. **R. Corpos elétricos: do Corpos elétricos: do assujeitamento à estética da existência.** Estudos Feministas, Florianópolis, 2006. V 14(3): 681-693.

\_\_\_\_\_, M. C. S.. **O desafio do conhecimento.** São Paulo: Hucitec, 1993.

MOREIRA, M.M.S. **Assédio sexual feminino no mundo do trabalho: algumas considerações para reflexão.** Serviço Social em Revista, Londrina, v. 4, n. 2, 2002.

MOSCOVICI, S. **Les méthodes des sciences humaines.** Paris (Fr): Editora Presses Universitaires de France; 2003.

NICHOLSON, L. **Interpretando o gênero.** Revista Estudos Feministas, v.8, n. 2, p. 9-14, 2000.p. 33-42.

PASSARELLI, B. et al. **Atores em Rede – Subjetividades e Desejos em Expansão.** logos 30. Tecnologias de Comunicação e Subjetividade. Ano 16, 1º semestre, 2009.

PAIM, M. C. C.; STREY, M. N. **Corpos em metamorphose: um breve olhar sobre os corpos na história, e novas configurações sobre corpos na atualidade.** EFDeportes.com, Revista Digital, Buenos Aires, ano 10, n. 79. 2004 Disponível em: <http://www.efdeportes.com/efd79/corpos.htm> Acesso em maio de 2016.

PIZA, M. V. **O fenômeno Instagram: considerações sob a perspectiva tecnológica.** Universidade de Brasília. Brasília. 2012.

RECUERO, R. C. **Comunidades virtuais em redes sociais na internet: proposta de Etiologia baseada no fotolog.com.** Porto Alegre, UFRGS, 2009.

\_\_\_\_\_, R. C. Raquel. **Redes sociais na internet.** Porto Alegre: Sulina, 2011.

REIS N. R; PINHO.R. **Gêneros não-binários: identidades, expressões e educação** Revista Reflexão e Ação, Santa Cruz do Sul, v. 24, n. 1, p. 7-25, Jan./Abr. 2016. <http://online.unisc.br/seer/index.php/reflex/index>. Disponível em 04/10/2016

REY G.F. L. **Sujeito e subjetividade: uma aproximação histórico-cultural** (Raquel Souza Lobo Guzzo, trad.). São Paulo: Pioneira Thompson Learning. 2003.

ROCHA, P. **Jornalismo em tempos de cibercultura**: um estudo do ClicRBS. Tese de doutorado, Doutorado em Comunicação Social, PUCRS, Porto Alegre, 2006.

ROLNIK, S. **Toxicômanos da identidade: Subjetividade em tempo de globalização**. In: Lins, D. (Org.), *Cultura e subjetividade: Saberes nômades* (pp. 19-24). Campinas, SP: Papirus. 1997.

SAID, G. **Espelho, espelho meu, existe alguém mais visível do que eu?**. *Revestrés – literatura, arte, cultura*, v.7, p.26-27, 2013.

SANCHOTENE, N; LEAL. T; BARBOSA, Y. **Redes Sociais, Subjetividade e Mal Estar: Uma análise do caso Essena O’Neill**. Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação – São Paulo. 2016.

SANTANA.V.C; BENEVENTO.C.T **O conceito de gênero e suas representações sociais**. EFDportes.com, Revista Digital. Buenos Aires, Ano 17, N 176.2013.  
<http://www.efdeportes.com/efd176/o-conceito-de-genero-e-suas-representacoes-sociais.htm>. Acesso 05/03/2016.

SANT’ANNA, D. B. **Transformações do corpo: controle de si e uso dos prazeres**. In: RAGO, M.; ORLANDI, L.B.; VEIGA NETO, A. (Orgs). *Imagens de Foucault e Deleuze: ressonâncias nietzschianas*. 2. ed. Rio de Janeiro: DP & A, 2005.

\_\_\_\_\_, D. B. de. **Corpos de passagem: ensaios sobre a subjetividade contemporânea**. São Paulo: Estação Liberdade, 2001. p.127.

SANTAELLA, L. **Leitura de imagens**. São Paulo. Melhoramentos. 2012.p. 184 (Coleção Como eu ensino).

SANTAELLA, L. & LEMOS, R. **Redes sociais digitais: a cognição conectiva do Twitter**. São Paulo: Paulus, 2012.

SANT’ANNA, D.B. **História da beleza no Brasil**. São Paulo: Contexto, Edição para Kindle. 2014.

SANTOS, F. M, GOMES, S. H. **Corpo e subjetividade no ciberespaço: um estudo sobre os avatares no Second Life\***. II Simpósio Nacional da Associação Brasileira de Pesquisadores em Cibercultura - ABCiber. 2008.

SCOTT, J. **Gênero: uma categoria útil de análise histórica.** Educação e Realidade, Porto Alegre, v.20, n.2, p. 71-99, jul./dez. 1995

\_\_\_\_\_, J. “**Gênero: Uma Categoria Útil para a Análise Histórica.**” Traduzido pela SOS: Corpo e Cidadania. Recife, 1990.

SEVERIANO, M. F. V. **Narcisismo e publicidade: Uma análise psicossocial dos ideais do consumo na contemporaneidade.** São Paulo: Annablume. 2001.

SIBILIA, P. **Em busca da felicidade lipoaspirada: agruras da imperfeição carnal sob a moral da boa forma.** In: FREIRE FILHO, João. Ser feliz hoje: Reflexões sobre o imperativo da felicidade. Rio de Janeiro: Ed. Fundação Getúlio Vargas, 2010; p.195-212.

SIBILIA, P; DIOGO, L. **Vitrines da intimidade na internet: imagens para guardar ou para mostrar.** Estud. Sociol., Araraquara, v. 16, n. 30, 2009. p. 127-139..

SIBILIA, P. **O show do eu: subjetividade nos gêneros confessionais da Internet.** Rio de Janeiro: UFRJ, Escola de Comunicação 2007.

\_\_\_\_\_, P. **O show do eu.** Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2008.

\_\_\_\_\_,P. **Os diários Íntimos na Internet e a Crise da Interioridade Psicológica.** Em: Olhares sobre a Ciberculuta. Editora Sulina. Porto Alegre, 2003. p 139-152.

SIMMEL, G. **A moda.** IARA Revista de Moda, Cultura e Arte, São Paulo v.1 n. 1 abr./ago. 2008. p.34-39.

Simpósio Internacional de Tecnologia e Narrativas Digitais. **Existo quando sou visto: identidade e laços sociais criados em rede.** Flora Fernandes Lima. Leila Lima de Sousa, 2015. p. 1-12.

SLATER, D. Cultura de consumo & modernidade. São Paulo: Nobel, 2002.

SOUSA, E.S.S; VIANA.A.J.B; OLIVEIRA.A.C.G.A. **O corpo intersexual como desconstrução dos gêneros inteligíveis: uma abordagem sócio-jurídica.**

<http://www.ufpb.br/evento/lti/ocs/index.php/17redor/17redor/paper/viewFile/87/47>  
1997. Acesso em: 10/11/2016.

SOARES, C.L.A. **A educação do corpo e o trabalho com a aparências: o predomínio do olhar**. In ALBUQUERQUE JR, D.; VEIGA-NETO, A.; SOUSA FILHO, A (Orgs.). *Corpo, gênero e sexualidade: composições e desafios, para formação docente*. Cartografia de Foucault. Belo Horizonte: Autêntica, 2009. p. 69-82.

TEVES, N. **A imagem corporal como fator de ressocialização de meninos de rua**. In: 9º CONGRESSO DE EDUCAÇÃO FÍSICA E CIÊNCIAS DO DESPORTO DOS PAÍSES DE LÍNGUA PORTUGUESA. Anais. São Luiz: Universidade Federal do Maranhão (UFMA), nov. 2002.

THUCHERMAN, I; **Fabricando corpos: Ficção e tecnologia**, Revista de Comunicação e linguagens, “Corpo, técnica e subjetividades, Lisboa, Junho nº33.de 2004 p.123.134.

TRIVIÑOS, A. N. S. **Introdução à pesquisa em ciências sociais: A pesquisa qualitativa em educação**. São Paulo, SP: Atlas. 1987.

VAZ, P. **Corpo e Risco**. 2002. Disponível em [www.pos.eco.ufrj.br/disciplinas/file.php/55/minhas\\_publicacoes/pvaz5.pdf](http://www.pos.eco.ufrj.br/disciplinas/file.php/55/minhas_publicacoes/pvaz5.pdf) Acesso em maio de 2016.

VIEIRA, L. M. M. **Comunidades virtuais : um estudo do caso nos cursos de pós-graduação do NAVI/EA/UFRGS**. Programa de Pós-Graduação em Administração/UFRGS, 2007. Dissertação de mestrado. Disponível em: . Acesso em: 26/12/ 2016.

WINOCUR, R. *Robinson Crusoe ya tiene celular: la conexión como espacio de control de la incertidumbre*. México: Sigla XXI: Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Iztapalapa, 2009.

YIN, R. K. **Estudo de caso – planejamento e métodos**. (2Ed.). Porto Alegre: Bookman. 2001.

**APÊNDICE**

**APÊNDICE- A****UNIVERSIDADE FEDERAL DO PIAUÍ  
CENTRO DE CIÊNCIAS DA EDUCAÇÃO  
“PROF. MARIANO DA SILVA NETO”****TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO**

Você está sendo convidado (a) para participar, como voluntário (a), em uma pesquisa. Você precisa decidir se quer participar ou não. Por favor, não se apresse em tomar a decisão. Leia cuidadosamente o que se segue e pergunte ao responsável pelo estudo sobre qualquer dúvida que tiver. Este estudo está sendo conduzido pela aluna: Emanuela Ferry de Oliveira Moreira sob orientação da Prof<sup>o</sup>. Dr. Gustavo Fortes Said. Após ser esclarecido (a) sobre as informações a seguir, no caso de aceitar fazer parte do estudo, assine este documento, que está em duas vias. Uma delas é sua e a outra é do pesquisador responsável. Em caso de recusa você não será penalizado (a) de forma alguma. Em caso de dúvida você pode procurar o Comitê de Ética em Pesquisa da Universidade Federal do Piauí pelo telefone (86) 3237-2332.

**ESCLARECIMENTOS SOBRE A PESQUISA:**

**Título do Projeto: SER OU NÃO SER: A CONSTRUÇÃO REPRESENTACIONAL DA SUBJETIVIDADE ATRAVÉS DA MANGINA SELFIE**

**Pesquisadora:** Emanuela Ferry de Oliveira Moreira

**Orientadora:** Prof<sup>o</sup>. Dr. Gustavo Fortes Said

**Telefones para contato:** (inclusive ligações a cobrar) (86) 99826-1000 (Emanuela), (86) 994664534 (Prof. Dr. Gustavo Said).

## DESCRIÇÃO DA PESQUISA

Esta pesquisa tem por objetivo interpretar o processo de construção representacional de subjetividade na *mangina selfie* presentes no *Instagram*. Para alcançar o objetivo proposto, inicialmente, procuramos revisitar a história do corpo compreendendo seus conceitos e ampliando significados costurando algumas reflexões sobre o estudo de gênero e lançando olhares sobre a sexualidade. Ao participar da pesquisa, como voluntário, você, não sofrerá nenhum prejuízo.

Enquanto participante do estudo, você terá como benefícios, o entendimento que a exposição do corpo pode ser uma forma de produção de subjetividade por meio do fenômeno midiático *mangina selfie*. Desta forma, a pesquisa contribuirá para o entendimento de como tal fenômeno está afetando na construção da subjetividade nos dias atuais.

Em qualquer etapa do estudo, você terá acesso aos profissionais responsáveis pela pesquisa para esclarecimento de eventuais dúvidas. O principal investigador é o Prof<sup>o</sup>. Dr. Gustavo Fortes Said, que pode ser encontrado todas as segundas e quartas no departamento do curso de comunicação social da Universidade Federal, ou pelo telefone (86) 99466453.

Se você tiver alguma consideração ou dúvida sobre a ética da pesquisa, entre em contato com o Comitê de Ética em Pesquisa (CEP) da Universidade Federal do Piauí. Campus Universitário ministro Petrônio Portela-Bairro: Ininga/ Pró-reitora de Pesquisa-PROPESQ-Tereisna-PI.CEP:64.049-550.

Se você concordar em participar do estudo, seu nome e identidade serão mantidos em sigilo, conforme Art. 5º da constituição de 1988, obedecendo também o código civil brasileiro nos seus artigos 20 e 21. Portanto, as informações fornecidas por você serão confidenciais e de conhecimento apenas dos pesquisadores responsáveis.

Os sujeitos da pesquisa não serão identificados em nenhum momento, mesmo quando os resultados desta pesquisa forem divulgados em qualquer forma, a menos que requerido por lei (ordem judicial) ou por solicitação do Comitê de Ética em Pesquisa e inspetores de agências regulamentadoras do governo (quando necessário) que terão acesso a seus dados para verificar as informações do estudo.

Vale ressaltar que as informações coletadas para a pesquisa, ficaram sob a responsabilidade do pesquisador por um período de 05 (cinco) anos e depois deste, as mesmas serão danificadas e incineradas.

O projeto terá duração de seis meses, com término previsto para o primeiro semestre de 2017. Você terá o direito de retirar o consentimento a qualquer tempo, sem que passe por qualquer tipo de constrangimento por parte do pesquisador.

---

Emanuela Ferry de Oliveira Moreira

---

Prof<sup>o</sup>. Dr. Gustavo Fortes Said