

Entre imagens e escritas de si: autorrepresentações de travestis nas tramas do ciberespaço

Aline Soares Lima
allineso@hotmail.com
Faculdade de Artes Visuais – UFG

Resumo: Considerando que as representações dominantes – que seguem os padrões hegemônicos dos gêneros, das sexualidades e das identidades legítimas e normatizadas – são as que circulam nos espaços midiáticos oficiais, esse artigo tem como proposta discutir as autorrepresentações de travestis no ciberespaço, entendendo este como um ambiente que torna acessível a produção e circulação de representações alternativas, dando visibilidade à distintas experiências individuais, estilos de vida e visões de mundo articuladas a partir de imagens e escritas de si.

Palavras-chave: cultura da mídia, ciberespaço, representações, autorrepresentações, travestilidades.

Abstract: Considering that dominant representations - which follow the ideals of hegemonic gender, sexualities, genuine and normalizing identities - are moving in space of mass media, this article is to discuss the proposal self-representation of transvestites in cyberspace, understanding this as an environment making available the production and circulation of alternative representations, giving visibility to different individual experiences, lifestyles and views of the world read and written from images of themselves.

Keywords: media cultural, cyberspace, representations, self-representations, travestilites.

As noções que se têm de gênero e sexualidade são bastante pontuadas pela força das representações – entendidas aqui como construções simbólicas e sistemas visuais historicamente constituídos e formulados através de mecanismos ideológicos capazes de apresentar, reproduzir e sedimentar uma determinada noção de realidade –, instituídas a partir de uma visão de mundo fundamentalmente patriarcal e heteronormativa, pautando, sobremaneira, a existência social. Nesse sentido, as representações das travestilidades permeiam a esfera da cultura e do cotidiano com uma imagem marginalizada e estigmatizada, predominantemente risível ou erotizada, devido, sobretudo, à visualidade ambígua de um feminino construído a partir do masculino – desconstruído para ser reconstruído com aparatos e artifícios, elementos simbólicos e materiais convencionados femininos –, o que demarca o trespassar da fronteira das sexualidades e dos gêneros normatizados. São inúmeras as designações predispostas pela reprodução de representações e discursos preconceituosos, generalizados e generalizantes, formulados com base no argumento da coerência natural entre corpo/sexo e gênero; e por normas sexuais e de gênero binárias e normalizadoras para um grupo plural, complexo e heterogêneo em suas formulações simbólicas e subjetividades.

Tendo em vista que as representações dominantes, construídas a partir de discursos hegemônicos e tidas, assim, como legítimas, são as que circulam nos espaços oficiais – na mídia de massa e em seus produtos culturais, como telenovelas, filmes, publicidade, programas de televisão, revistas, jornais; e nas instituições sociais –, torna-se pertinente investigar as representações e autorrepresentações que circulam nos espaços não-oficiais. Destarte, as novas tecnologias de comunicação e informação e os fenômenos culturais e sociais que se instauram a partir daí, podem ser considerados

fatores cruciais para que representações, formuladas a partir de discursos que fogem à lógica dominante das representações circulem em espaços alternativos e ganhem, então, visibilidade social. E é nesse sentido também que o surgimento e popularização da internet, se configura como um marco fundamental para a criação desses espaços, na medida em que possibilita que os próprios indivíduos e grupos sociais construam suas representações de si, do modo como querem ser percebidos e visualizados socialmente.

Representações e autorrepresentações: da cultura da mídia à cibercultura

A cultura veiculada pelas mídias conforma em boa medida a vida cotidiana, o comportamento social e a percepção da sociedade em geral sobre o mundo e determinados fenômenos sociais. Os meios de comunicação de massa e os produtos culturais midiáticos são mediadores de uma dada realidade social – construída historicamente a partir de representações e discursos visuais e verbais tidos como oficiais provindos de diferentes instituições sociais, e nesse contexto, ajudam a modelar uma visão predominante de mundo e valores morais, éticos, estéticos, enfim (KELLNER, 2001).

Embora seja inegável a influência que a cultura midiática exerce sobre as sociedades contemporâneas, é interessante precisar as mudanças provenientes do surgimento de novas tecnologias de informação e comunicação, sobretudo nas três últimas décadas, que acabaram por trazer consequências para a compreensão dos arranjos socioculturais. Durante quase todo o século XX, a cultura de massa¹ instituiu uma lógica na qual o discurso e o conteúdo presente nos produtos culturais midiáticos tendiam à padronização dos saberes e dos gostos, configurando, como postula Lucia Santaella (2003, p.16), um tipo de inércia social na qual a recepção das mensagens é imposta pelos meios de comunicação de massa, de modo a conformar e treinar o desejo dos indivíduos por determinado tipo de informação e entretenimento. Entretanto, desde o final dos anos 70 o surgimento de tecnologias e meios cujas mensagens apontam para a segmentação e diversificação ou ainda para a hibridização, constituídas no âmbito das mídias “desmassificadoras” – o aparelho de videocassete é um exemplo – delineou um cenário capaz de propiciar o consumo individualizado e personalizado, em detrimento do consumo massivo. Inaugura-se uma nova dinâmica na qual os consumidores podem escolher entre diferentes produtos simbólicos alternativos. Esse movimento transitório de inovações tecnológicas e transformações socioculturais, Santaella (Idem) vai chamar de “cultura das mídias”, uma cultura intermediária, entre a cultura de massas e a cibercultura. Contudo, é importante ressaltar que uma não sucede a outra, pois estas se trespagam e se sobrepõem, constituindo tecidos culturais híbridos, ainda que se deva pontuar suas

diferenças para que se possa discutir e problematizar suas implicações sociais e culturais. Para Kellner (2001), o termo cultura da mídia assinala tanto as formas de produção da indústria cultural quanto seu modo de distribuição, ou seja, as tecnologias. Destarte, a cultura da mídia abrangeria as interconexões entre a cultura e os meios de comunicação, designando a colonização da cultura pela mídia e constituindo-se como o principal meio para sua circulação e disseminação.

Como sugere Lemos (2003) a convergência das mídias é um dos traços mais marcantes da cibercultura, pois esta se configura a partir da junção entre as novas tecnologias de informação e comunicação na conjuntura cultural contemporânea. Tal convergência e as fusões principalmente entre informática e telecomunicações vão originar uma revolução microeletrônica e o surgimento de mídias digitais, multiplicando e prolongando as mídias tradicionais e criando também novas tecnologias, na maioria das vezes híbridas, como os computadores e celulares (LEMOS, 2002, p.84). Essas novas tecnologias inauguram um modelo descentralizado e universal de circulação de informações, permitindo uma comunicação individualizada que vem causando também mudanças estruturais mais significativas na produção e distribuição de informações, pois as tecnologias digitais tanto alteram os padrões de produção quanto de difusão da cultura midiática (SANTAELLA, 2003; LEMOS, 2002). Nessa medida, na cibercultura as mídias não simplesmente convivem, mas se convergem na coexistência de uma cultura de massa que permanece e da cultura da mídia ainda em plena atividade, sendo inclusive responsável pelo nível exacerbado de produção e circulação de informação. Desse modo, pode-se dizer que há também uma maior variedade e diversidade de produtos culturais circulando na esfera midiática.

Das mudanças tecnológicas ocorridas nas últimas décadas, as tecnologias da informática foram as mais representativas, provocando um forte impacto cultural, social e econômico no cotidiano. Como diz Santaella (2003, p.20), o computador, unido às redes telecomunicacionais, revolucionou as mídias tecnológicas originando um sistema digital amplamente disseminado que possibilita ao usuário produzir, distribuir, receber e consumir conteúdo audiovisual num só equipamentoⁱⁱ. Assim, as tecnologias da informática “desestabilizam as teorias da absorção passiva, na medida em que a interatividade dos usuários com outros usuários e com as próprias tecnologias digitais promove agenciamentos” (JAGUARIBE, 2007, p.36).

Se por um lado a televisão é o símbolo da cultura massificada, por outro o computador conectado à rede parece ser a essência da cibercultura, e seja nas telas da televisão ou nas telas do computador, a cultura midiática interfere sobremaneira no

cotidiano social, mediando relações sociais e construindo percepções de mundo e subjetividades. Contudo, a introdução e popularização dos computadores pessoais no cotidiano doméstico e profissional, fez com que os telespectadores saíssem da pretensa posição de passividade comum à relação receptiva unidirecional com a televisão diante dos conteúdos veiculados, e passassem a ser usuários, aderindo ao modo interativo bidirecional exigido pela interface com os computadores (SANTAELLA, 2003, p.22). De acordo com Santaella (Idem, p.128), se a natureza da cibercultura é essencialmente heterogênea a realidade nesse contexto, se torna múltipla posto que a mídia sempre modifica aquilo de que ela trata e a maneira como é percebido, embaralhando identidades e referencialidades, e tornando a cultura crescentemente representacional. No entanto, dizer que no âmbito da cibercultura a realidade se torna múltipla, não significa propriamente dizer que as representações difundidas por esta nova configuração delineada pelas tecnologias da informática abrangem igualmente as diversidades e pluralidades socioculturais. Essa Torre de Babel que parece ser a ciberespaço dialoga com as mídias tradicionais e instituições sociais, e está impregnada pelos valores estabelecidos historicamente e reproduzidos em diferentes instâncias, ainda que possibilite novas imbricações.

O ciberespaço é parte vital da cibercultura, e nessa perspectiva, como aponta Lemos (2002, p.137), podemos compreendê-lo como “o lugar onde estamos quando entramos num ambiente simulado (realidade virtual), e como conjunto de redes de computadores, interligados ou não em todo o planeta, a internet”. Assim, o ciberespaço não é uma realidade à parte, ou um não-lugar desconectado da realidade, mas uma expansão e um complexificador do real, e se constitui como uma tecnologia produtora e mediadora de informação, discursos e representações que dialoga com as outras mídias e é influenciado do mesmo modo que influencia seus conteúdos.

As representações, constituídas por normas e instituições e expressas por códigos verbais e visuais, são construções histórico-sociais capazes de restringir e moldar as visões de mundo, assim como a maneira de perceber e conceber os indivíduos, a sociedade e os fenômenos sociais. Assim, “a representação envolve processos de percepção, identificação, reconhecimento, classificação, legitimação e exclusão” (PESAVENTO, 2003, p.40), produzindo significados através dos quais podemos dar sentido às nossas experiências individuais e coletivas. Entretanto, as representações construídas a partir de discursos hegemônicos são as que circulam nos espaços ditos oficiais e se fixam, sendo reproduzidas em diferentes esferas e incorporadas socialmente. Nesse sentido, as representações midiáticas se configuram como modalidades produtoras

de discursos e versões de realidade arbitrárias e normatizantes na medida em que disciplinam e homogeneizam, reprimindo ou incitando determinados comportamentos, vontades, gostos e desejos, sob a ameaça da rejeição social, enfraquecendo a legitimidade da pluralidade. Essa realidade orienta o olhar classificador e normalizador das identidades e instituem uma rede semântica que restringe as representações válidas, categorizando e conformando as identidades.

Percebida como um fator de ruptura com as formas tradicionais de comunicação e interação, a internet inaugura um novo ambiente na esfera das relações humanas, na medida em que as relações que se estabelecem no ciberespaço se tornam mais complexas, permeando e trespassando o domínio do real e do virtual e intermediando os modos de perceber o mundo, indivíduos e grupos sociais. Por isso, “mais do que um fenômeno técnico, o ciberespaço é um fenômeno social” (LEMOS, 2002, p.148). Nessa perspectiva, pode-se considerar que o contexto da cibercultura torna as condições para produção e circulação de uma maior variedade discursos mais acessíveis, e traz à tona novos ambientes de sociabilidade e uma modalidade de construção de “narrativas do eu” que torna possível não somente novas formas de representação, mas, sobretudo tornam visíveis representações que nos permitem entrar em contato com experiências de vida, histórias e personalidades, tornando possível também questionar e relatar posições e identidades hegemônicas desde outros lugares. Desse modo, como nos diz Rüdiger (2002, p.101), se a televisão nos permite ver os acontecimentos e serve de referência para a nossa consciência, apresentando modelos de estilos de vida e papéis sociais, a cibercultura possibilita que nos tornemos protagonistas. Ou seja, parte-se das narrativas e representações padronizadas de acontecimentos, indivíduos e grupos sociais para a possibilidade das autorrepresentações e narrativas de si.

Representações do eu no ciberespaço

O advento e popularização da internet possibilitaram a criação de ambientes de sociabilidade virtual coletivos, que subverteram os parâmetros da comunicação à distância, inaugurando uma era em que os contatos interpessoais podem ser travados em tempo real, de qualquer lugar, virtualmente. Os correios eletrônicos ou e-mails, chats, programas de conversação instantânea, weblogs e fotologs, redes sociais e sites de relacionamento são instrumentos de comunicação no ciberespaço, mas também recursos de agregação social comunitários. Como assinala Lemos (2002, p.93), “as comunidades virtuais eletrônicas são agregações em torno de interesses comuns, independentes de fronteiras ou demarcações territoriais fixas”. O ciberespaço torna-se nessa perspectiva um território simbólico de vínculos sociais, um ambiente de trocas de informações, textos,

imagens, experiências de vida, um meio de contato e relacionamento social, e um canal para produção e circulação de representações e autorrepresentações.

Seja nas comunidades virtuais, em salas de bate-papo ou em weblogs pessoais, os indivíduos se apresentam e se identificam no ciberespaço de uma determinada maneira, ainda que apareçam com uma “identidade anônima”. Nessa medida, a construção das identidades no ciberespaço se processa de modo complexo, fragmentado, e muitas das vezes dissociado do mundo “real”, ainda que mantenha diálogos com este. A questão contemporânea das identidades culturais e as discussões acerca de sua fragmentação (HALL, 1997) se afloram também no âmbito do ciberespaço, posto que as características da internet e as relações sociais que se estabelecem a partir desta instauram novas problematizações acerca da multiplicidade das identidades. Contudo, como nos diz Rüdiger (2002, p.116), a possibilidade de viver “vários eus”, de manipular as identidades individuais, e a extensão com que se controla o seu reconhecimento no ciberespaço não se distingue muito do modo como esse processo se desenvolve na vida cotidiana, da mesma forma, também se reproduz boa parte das estruturas sociais e das relações de poder existentes. Diferente do que pode sugerir, o ciberespaço não é um outro mundo, mas um campo social no qual se pode encontrar problemas semelhantes aos que encontramos hodiernamente.

Também no ciberespaço a construção das identidades é trespassada pela questão das representações e pelos sistemas simbólicos que as constitui. Como citado anteriormente, na cibercultura os usuários têm acesso a recursos e ferramentas que os habilitam a produzir seus próprios discursos, assim publicam imagens, textos, sons e vídeos narrando suas visões de mundo e de si mesmos, se posicionando enquanto sujeitos, conformando ciberidentidades, construindo e dando também visibilidade às suas autorrepresentações. Nesse sentido, a construção das ciberidentidades e das autorrepresentações se configura a partir das relações sociais tanto dentro quanto fora do ciberespaço, num processo cultural *continuum* de identificação com outras identidades, posições de sujeito, papéis sociais e representações, dos quais os indivíduos podem se apropriar fragmentariamente. Dessa maneira, percebe-se como a recorrência de certas representações estabelecidas culturalmente e presentes nos discursos e narrativas das telenovelas, dos filmes e da publicidade, por exemplo, funda parâmetros sociais para a aceitação ou rejeição dos sujeitos e como influenciam na construção das ciberidentidades. Como sugere Woodward (2007, p.49), as identidades são construídas relativamente a outras identidades, baseando-se comumente nas diferenças e tendo como marco essencial para a produção de significados as oposições binárias – o branco

em relação ao negro, o homem em relação à mulher, o/a heterossexual em relação ao/a homossexual, o magro em relação ao gordo, o “normal” em relação ao “anormal”, enfim. Esses sistemas de significação das representações acabam por deslegitimar a pluralidade das representações e das identidades.

Se em certas vezes as ciberidentidades se apresentam como um *continuum* da identidade dos sujeitos na vida cotidiana, apenas quem sabe se apresentando como uma versão melhorada de si mesmo, noutras elas são manipuladas de modo que os usuários possam reconstruir completamente sua autoimagem, constituindo inclusive algumas ciberidentidades fakesⁱⁱⁱ propositadamente, embora de modo geral se reproduza os modelos sociais estabelecidos. Contudo, o ciberespaço e as tecnologias da informática e da comunicação fazem do processo de construção e representação do eu mais reflexivo e pessoal, sem, no entanto desprezar as ações da cultura da mídia (Rüdiger, p.131).

Como postula Goffman (1985), as representações do eu se configuram como uma *mise en scène*, na qual a partir de uma gama de ações, expressões, símbolos verbais e visuais o indivíduo disponibiliza informações sobre si, causando certa impressão, ainda que “inverídica”^{iv}. Nessa perspectiva, instaura-se um duplo movimento da representação de si, que configura a expressão que o indivíduo transmite para os seus observadores e a impressão que ele desperta. Há uma intencionalidade na forma como o indivíduo se apresenta e disponibiliza fontes de informação sobre si, ou indícios que evidenciem determinadas características e que transmitam informações, como sua conduta e aparência. Assim, “a informação a respeito do indivíduo serve para definir a situação, tornando os outros capazes de conhecer antecipadamente o que ele esperará deles e o que dele podem esperar” (Ibidem, p.11). Na vida cotidiana ou no ciberespaço, quando os indivíduos se apresentam perante os outros emitem certa impressão e para isso, constroem uma autoimagem a partir de estratégias de representação de si articulando significados simbólicos que passem uma ideia tal, de acordo com suas intenções e expectativas naquele ambiente. Como sugere Lemos (2003, p.17), as comunidades virtuais, os weblogs e fotoblogs, os chats, as salas de conversação entre outras possibilidades de interação coletiva no ambiente virtual se constituem enquanto “um novo fenômeno de (re)apresentação do eu na vida cotidiana”, transportando a teatralização de que fala Goffman para o ciberespaço, com o surgimento das novas relações mediadas pelas tecnologias da cibercultura.

Em tal contexto, Sibilia observa (2003, p.139) uma tendência ocidental contemporânea para a produção de biografias e relatos da “vida real”, os diários pessoais publicados na internet, conhecidos como weblogs ou simplesmente blogs, e os fotoblogs

ou fotologs, uma versão ilustrada dos blogs, popularizou as narrativas autorreferentes como uma modalidade de escrita íntima desenvolvida especialmente para se tornar pública, constituindo as narrativas do eu em autorrepresentações^v. A “espetacularização da vida íntima”, como nos diz Jaguaribe (2007, p.152), e a demanda por narrativas e imagens que retratam a “vida real”, atinge todos os circuitos midiáticos, seja no meio editorial com as biografias e autobiografias de personalidades, na televisão com os *reality shows*, no cinema com os filmes documentários e biográficos, ou na internet com os vídeos caseiros de sexo. E

essa exacerbação da individualidade e do privado adquire potencialidade porque se nutre de um vasto repertório ficcional disponibilizado por romances, filmes, seriados televisivos e programas de auditório. Tornou-se um lugar-comum assinalar como na modernidade tardia as fronteiras entre o real e o ficcional se esvaem, na medida em que assimilamos imaginários ficcionais para tecer as narrativas do nosso próprio cotidiano (Ibidem, p. 154).

Dessa forma, as invenções e reinvenções do eu se baseiam em representações e imaginários específicos, revelando ao mesmo tempo as circunstâncias de fabricação do eu a partir de modalidades ficcionais e também ancoradas em experiências individuais reais não mediadas. Entretanto, como também pontua Jaguaribe (Ibidem, p.157), tornar o individual público por meio das “narrativas do eu” em blogs e fotoblogs é expor as experiências cotidianas individuais, sedimentando assim uma acumulação de individualidades que podem inspirar identificações coletivas. Tornar público as minúcias da vida privada cotidiana é dar visibilidade a um tipo específico de subjetividade, é possibilitar o consumo simbólico de pequenos fragmentos da vida e dos sutis modos de ser. Para ilustrar algumas das problematizações apresentadas e prosseguir a discussão, tendo em vista a proposta desse artigo, será apresentado a seguir, o blog pessoal das travestis Angélica Castro e Bárbara Kysivics.

O blog das bonecas^{vi}: imagens e escritas de si

Angélica Castro é uma travesti carioca de 23 anos, profissional do sexo e atriz pornô^{vii}. Ela circula com certa frequência nas mídias e ficou conhecida por se envolver em escândalos com artistas famosos, popularizando sua imagem como “a boneca dos famosos”. Além do blog^{viii}, Angélica Castro possui um fotolog, e participa de sites de relacionamentos. Entre textos e imagens, ela constrói uma representação de si, produzindo narrativas coerentes nos diferentes ambientes virtuais e uma imagem persuasiva que convence sobre quem ela é, ou quem ela pretende parecer ser. Como foi assinalado anteriormente, o weblog^{ix}, ou simplesmente blog, é uma espécie de diário pessoal atualizado constantemente e publicado na internet em ordem cronológica. Comporta além de textos e imagens, áudios e vídeos ou qualquer tipo de arquivo multimídia, permitindo a interação com os visitantes e leitores por meio de um espaço

dedicado aos comentários dos internautas. Contudo, hoje os blogs ultrapassam a proposta inicial de ser um diário virtual e apresentam uma variedade infinita de temáticas e objetivos. O blog de Angélica Castro, mas do que um diário é uma vitrine do seu trabalho. Ela divulga telefones de contato para agendamento de programas sexuais, faz publicidade dos filmes em que atuou, posta vídeos de suas participações em programas de televisão, entrevistas, ensaios fotográficos, imagens do seu cotidiano, comentários diversos sobre sua vida pessoal, destacando as aparições na mídia e os casos com “os famosos”. No espaço destinado à descrição do perfil, Angélica diz quem ela é:

Uma boneca linda, gostosa, meiga, angelical, feminina, doce, safada, 100% liberal, meus programas são gostosos porque não sou mecânica, sou espontânea em minha profissão e faço porque gosto***** para fazer programas comigo é só me ligar e agendar.

Como Angélica Castro enfatiza no blog, uma de suas referências femininas é a atriz americana Audrey Hepburn, a antológica “Bonequinha de Luxo” do cinema. O principal ensaio sensual de seu blog é como a própria Angélica diz uma releitura “mais atual e sexy” da personagem Holly Golightly. Evidencia-se também tal influência para a produção de sua autoimagem pela aproximação que estabelece com a personagem do filme, ao se autonear a “boneca dos famosos”. Assim como Holly, personagem de Audrey Hepburn no filme “Bonequinha de Luxo”^{xi}, Angélica Castro se apresenta como uma garota de programa de luxo, uma acompanhante de alto nível, associando sua imagem ao glamour e se posicionando no mercado sexual como uma profissional do sexo meiga, delicada, feminina e liberal.



Fig. 01. Blog de Angélica Castro, a boneca dos famosos.

Como Jaguaribe observa (2007, p.156), os blogs “permanentemente atualizados absorvem e depuram os comentários dos internautas”, promovendo a interação entre o público e o autor que tem o controle sobre a produção e é muitas vezes influenciado pelo que dizem seus leitores. No blog de Bárbara Kisyvics^{xii}, travesti paulistana profissional do sexo, além de imagens ela utiliza uma estratégia narrativa na qual descreve em pormenores os encontros com seus clientes, se utilizando de uma rede semântica que transforma seus relatos em narrativas eróticas, nas quais ela é a protagonista, gerando manifestações diversas dos leitores que se revelam nos comentários excitados e desejosos por um programa com a travesti. Entretanto, Bárbara explica em seu blog que não tinha a intenção de detalhar seus programas sexuais, pois a ideia quando criou o blog em 2006, era narrar o cotidiano de uma travesti, contar suas histórias de vida, mas passou a fazê-lo a pedido dos clientes:

Comecei bem animada, relatando detalhadamente meu dia e contando por alto sobre meus atendimentos, mas os leitores começaram a pedir para contar por alto meu dia e detalhar os programas, como se fosse um conto erótico... Foi um caminho que não me agrada, mas tenho de reconhecer que é o que amantes de travestis gostam, é difícil assumir, mas só interessa nosso sexo mesmo... E escondido, ou virtual!! (Postado por Bárbara Kisyvics no dia 13/12/2007).

Nos primeiros *posts* do blog, Bárbara conta sua história de vida, suas primeiras experiências sexuais, ainda aos seis anos de idade, o momento em que se assumiu travesti e iniciou as transformações corporais e a construção de uma identidade de gênero feminina, desenvolvendo uma narrativa muito semelhante aos diversos relatos etnográficos sobre travestis^{xiii}. Mas como observa Bárbara, são os seus relatos sexuais que realmente interessam aos leitores, e assim, ainda que vez ou outra conte algum fragmento de sua vida cotidiana expressando conflitos existenciais pela própria condição

de ser travesti, as narrativas sexuais prevalecem. Assim como acontece com o teor dos textos, acontece também com as imagens, por isso é comum que Bárbara Kisyvics poste fotos sensuais e eróticas a pedido dos visitantes do blog, que pedem principalmente fotos do seu “dote”^{xiv}.



Rapaz de altura mediana, gordinho, rosto bonito, seus 30 anos, de BH. Estava cheio de sacolas, uma me deu com uma blusinha e um chocolate, e as outras levou consigo para o banheiro após pedir permissão para usar. Depois de alguns minutos ele aparece de vestido, calça legging por baixo, scarpin e peruca!!!
Eu já estou acostumada a atender clientes com essa fantasia e tudo rolou naturalmente. Me beijou, chupou meu pau, tirou a roupa e ficou só de calcinha, fio dental, e scarpin... Tirei a minha e meti pica nele de 4, sentou no meu pau, em pé, de lado e por último de frango assado que foi como ele gozou, comigo fudendo seu cu...
No final papeamos bastante e ele me deu de presente tudo que usou pois disse que teria de matar a personagem naquele dia... Opções que se faz na vida e como sabemos, cada escolha uma renúncia!!!

Fig. 02. Bárbara Kisyvics em foto para os eu blog. Texto Postado por Bárbara Kisyvics dia 13/11/2008.

Essa dinâmica entre os visitantes do blog e o autor também pode ser comumente percebida no blog de Angélica Castro. Quando ela se envolveu em escândalos com atores da rede Globo e foi se pronunciar em outras emissoras de televisão sobre o acontecido, ela utilizou seu blog para divulgar os horários e dias em que iria ao ar e postou também os vídeos de suas participações nos programas “Super Pop” apresentado por Luciana Gimenez e “A Tarde é Sua”, de Sônia Abrão, ambos atrações da Rede TV, recebendo muitas visitas no seu blog e vários comentários de apoio de pessoas dizendo que a haviam visto na televisão. A “boneca dos famosos” também teve sua presença bastante requisitada na televisão para comentar sobre o escândalo envolvendo o jogador de futebol Ronaldo, devido ao seu *know-how* no assunto, e gerando comentários tanto sobre suas entrevistas na televisão quanto sobre o texto em que se posicionava sobre o acontecido em seu blog. Nesse sentido, é possível perceber os fluidos diálogos entre a cultura da mídia e a cibercultura, e como seus conteúdos se trespagam, sobretudo porque as audiências podem ser mensuradas tanto no ciberespaço quanto nas mídias tradicionais, identificando interesses por determinados tipos de informação e entretenimento, que são então explorados em diferentes meios.

Assim, é na medida em que Angélica Castro e Bárbara Kysivics narram suas aventuras cotidianas e experiências de vida em escritas e imagens do “eu” que constrói suas autorrepresentações no ciberespaço. Particularmente influenciadas pela profissão, suas imagens precisam ser sexy, precisam provocar excitação e atestar os seus dotes, e é nessa medida que os blogs se apresentam como uma vitrine para as travestis profissionais do sexo. Desse modo, elas expõem um fragmento de suas vidas escolhendo ainda fatos e fotos capazes de forjar uma imagem coerente.

Ademais, o que se percebe é que o ciberespaço comporta, nos seus mais variados ambientes, diferentes discursos, narrativas e representações, se configurando como um espaço alternativo para circulação de informações, estilos de vida e experiências individuais, que talvez de outro modo não pudessem ser amplamente visibilizados e tornados acessíveis.

Notas finais:

ⁱ Diferente do que o termo possa sugerir “cultura de massa” não é um tipo de cultura que surge espontaneamente das próprias massas, e nada tem a ver com as manifestações artísticas e sociais genuinamente populares. A cultura de massa é a consequência dos processos de produção industrial da cultura – aos quais os membros da Escola de Frankfurt nomearam “Indústria Cultural” – que é transformada em mercadoria, padronizada e amplamente veiculada para a sociedade em geral pelos meios de comunicação de massa, como televisão, cinema, rádio e jornal (KELLNER, 2001).

ⁱⁱ As redes telemáticas, que representavam a fusão entre os recursos da informática e da telecomunicação num conjunto de tecnologias para transmissão de dados começou a ser utilizado ainda na década de 1970, mas foi na metade dos anos 90 que a então internet começou a se popularizar, dando origem a um sistema de comunicação mundial (SANTAELLA, 2003, p.83).

ⁱⁱⁱ Fake é um termo em inglês utilizado nas redes de relacionamento do ciberespaço para designar perfis falsos, como a própria palavra já indica, criados pelos usuários que não querem se revelar ou ser reconhecidos pelo seu “verdadeiro nome e identidade”.

^{iv} Goffman aborda as representações do eu a partir da metáfora de teatralização da vida, conferindo ao indivíduo dois papéis fundamentais: como ator, fabricante de impressões, envolvido na tarefa de encenar uma representação; e como personagem, uma figura representada que tem como finalidade evocar admiração pelas suas qualidades (1985, p. 231).

^v Numa outra perspectiva, é interessante pensar essas “escritas de si” como uma prática introspectiva de autorreflexão, mas também como escritas íntimas e secretas convertidas em confissões inconfiáveis em outras instâncias. Nesse sentido, a possibilidade de anonimato encontrada no ciberespaço também estimula a “escrita de si” como uma modalidade de confissão, ou “um desabafo”, tornando acessível o compartilhamento de experiências de vida, práticas e sentimentos que tenham um status social negativo, ou que sejam alvo de perseguição, preconceito e discriminação. Por exemplo, “sair do armário” num ato de autorrevelação ou “confissão” no ciberespaço, assumindo publicamente a homossexualidade, ainda que de modo anônimo, é uma maneira de compartilhar e coletivizar experiências individuais. Sobre uma reflexão acerca do “armário”, ver Sedgwick (1993).

^{vi} Boneca é um termo utilizado para se referir às travestis, que e tanto é empregado por elas, principalmente pelas que atuam no mercado sexual, quanto por homens que se relacionam sexual e afetivamente com estas.

^{vii} Angélica Castro pode ser considerada uma travesti *top*, que segundo Pelúcio (2007, p.109), são as que fazem filmes pornôs e ensaios fotográficos de igual teor, geralmente têm acesso frequente à internet e mantém blogs ou fotologs.

^{viii} www.bonecaangelicacastro.blogspot.com; www.fotolog.com/angelcastro.

^{ix} O termo weblog é uma contração de world wide web e log, significando assim um registro de algo na web. O primeiro weblog foi criado em 1994, mas sua ideia e tecnologia só se popularizaram a partir de 1999, vivendo seu boom em 2001. Os blogs deram origem também aos fotologs, que são uma versão ilustrada e aos videologs, destinados aos arquivos audiovisuais (FOSCHINI, 2006).

^x Termo proveniente da palavra de língua inglesa “post”, utilizado para se referir à prática de registrar e publicar arquivos em blogs, fotologs e videologs.

^{xi} Bonequinha de Luxo, 1961. Direção de Blake Edwards.

^{xii} <http://barbarakysivics.blogspot.com>

^{xiii} Ver SILVA, 2007; KULICK, 2008; BENEDETTI, 2005; PELÚCIO, 2007.

^{xiv} Termo utilizado no mercado sexual como uma referência ao pênis ereto.

Referências Bibliográficas

GOFFMANN, Erving. **A representação do eu na vida cotidiana**. Petrópolis, RJ: Editora Vozes, 1985.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Rio de Janeiro: DP&A, 1997.

JAGUARIBE, Beatriz. **O choque do real: estética, mídia e cultura**. Rio de Janeiro: Rocco, 2007.

KELLNER, Douglas. **A cultura da mídia. Estudos culturais: identidade e política entre o moderno e o pós-moderno**. Bauru, SP, EDUSC, 2001.

LEMOS, André; CUNHA, Paulo (orgs). **Olhares sobre a Cibercultura**. Porto Alegre: Sulina, 2003.

_____. **Cibercultura: tecnologia e vida social na cultura contemporânea**. Porto Alegre: Sulina, 2002.

PESAVENTO, Sandra Jatthy. **História e História Cultural**. Belo Horizonte: Autêntica, 2003. Petrópolis: Vozes, 2003.

RUDIGER, Francisco. **Elementos para a crítica da cibercultura: sujeito, objeto e interação na era das novas tecnologias de comunicação**. São Paulo: Hacker Editores, 2002.

SANTAELLA, Lucia. **Culturas e Artes do pós-humano: da cultura das mídias à cibercultura**. São Paulo: Paulus, 2003.

SIBILIA, Paula. **Os diários íntimos da internet e a crise da interioridade psicológica**. In: LEMOS, André; CUNHA, Paulo (orgs). **Olhares sobre a Cibercultura**. Porto Alegre: Sulina, 2003.

WOODWARD, Kathryn. **Identidade e diferença: uma introdução teórica e conceitual**. In: SILVA, Tomaz Tadeu da. **Identidade e diferença. A perspectiva dos estudos culturais**. Petrópolis: Vozes, 2000.

Currículo da autora

Aline Soares Lima é bacharel em Comunicação Social pela Universidade Federal de Goiás e mestrandia em Cultura Visual pelo Programa de Pós-graduação em Cultura Visual da mesma instituição, onde desenvolve pesquisa de dissertação sobre autorrepresentações de travestis no ciberespaço, sob orientação da professora Dra. Rosana Horio Monteiro. Atualmente é professora substituta na Faculdade de Comunicação Social da UFG.