

JÚLIA CABRAL RINALDI

**Práticas contemporâneas de tatuagem:
Do corpo culturalizado ao corpo capitalizado**

PUC-CAMPINAS

2017

JÚLIA CABRAL RINALDI

**Práticas contemporâneas de tatuagem:
Do corpo culturalizado ao corpo capitalizado**

Versão final da dissertação de mestrado apresentada como requisito à Banca Oficial do Programa de Pós-Graduação *Stricto Sensu* em Linguagens, Mídia e Arte da Pontifícia Universidade Católica de Campinas.

Orientador: Prof. Dr. Tarcisio Torres Silva

PUC-CAMPINAS

2017

Ficha catalográfica elaborada por Marluce Barbosa – CRB 8/7313

Sistemas de Bibliotecas e Informação – SBI – PUC-Campinas

t743.4 Rinaldi, Júlia Cabral.
R578p Práticas contemporâneas de tatuagem: do corpo culturalizado ao corpo
capitalizado / Júlia Cabral Rinaldi. - Campinas: PUC-Campinas, 2017.
121f.

Orientador: Tarcisio Torres Silva.

Dissertação (mestrado) - Pontifícia Universidade Católica de Campinas Centro
de Linguagem e Comunicação, Pós-Graduação em Linguagens, Mídia e Arte.
Inclui bibliografia.

1. Imagem corporal na arte. 2. Corpo como suporte da arte. 3. Tatuagem. 4. Forma (Estética). 5. Redes sociais. I. Silva, Tarcisio Torres. II. Pontifícia Universidade Católica de Campinas. Centro de Linguagem e Comunicação. Pós-Graduação em Linguagens, Mídia e Arte. III. Título.

22. ed. CDD – t743.4

JÚLIA CABRAL RINALDI

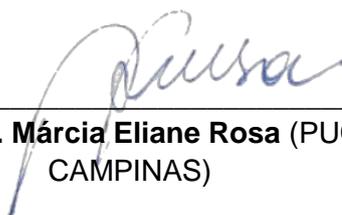
**“PRÁTICAS CONTEMPORÂNEAS DE TATUAGEM: DO CORPO
CULTURALIZADO AO CORPO CAPITALIZADO”**

Este exemplar corresponde à redação final da Dissertação de Mestrado em Linguagens, Mídia e Arte da PUCCampinas, e aprovada pela Banca Examinadora.

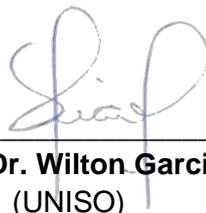
APROVADA: 11 de dezembro de 2017.



Prof. Dr. Tarcísio Torres Silva
(Orientador - PUC-CAMPINAS)



Prof. Dr. Márcia Eliane Rosa (PUC-
CAMPINAS)



Prof. Dr. Wilton Garcia
(UNISO)

AGRADECIMENTOS

Ao Prof. Dr. Tarcisio Torres Silva pela confiança e pela oportunidade de trabalhar ao seu lado, pelos desafios propostos e por proporcionar um trajeto conjunto e interessante.

Juntamente com o Prof. Dr. Tarcisio Torres Silva, à Profa. Dra. Márcia Eliane Rosa, ambos muito importantes para a minha formação enquanto pesquisadora e meu interesse pela carreira acadêmica. Participando do grupo de estudos sobre Urbanidades ainda no período da graduação, eu descobri meu interesse pelo corpo e temas relacionados.

Aos professores doutores envolvidos no programa: Carlos Alberto Zanotti, Cesar Antonio Pereira, Eliane Fernandes Azzari, Eliane Righi de Andrade, Juan Manuel Adan Coello, Luisa Angélica Paraguai Donati, Maria de fátima Silva Amarante, Ricardo Gaiotto de Moraes, Rogério Eduardo Rodrigues Bazi, por proporcionar uma experiência incrível e inovadora com esse projeto.

À coordenadora do programa, Paula Cristina Somenzari Almozara, pela atenção e dedicação em todos os momentos.

Ao Prof. Dr. Wilton Garcia por suas indicações e apontamentos, além dos livros que me foram dados como presente e recebidos com muito carinho e consideração.

À Profa. Dra. Tatiana Amendola Sanches pelo carinho e disponibilidade.

Aos meus companheiros nessa etapa: Amanada Maria Artioli Pezzo, Caroline Scassiotti de Souza, Christina de Toledo Zaccarelli, Danilo Fontanetti Christofolletti, Giovanna Chinellato, Matheus Reis, Rodrigo Souza Fontanini de Carvalho, Talita Bristotti Pereira da Silva, Talita Guimarães da Silva e Thais Gomes da Silva.

À Jessica Leite e à Mayara Garcia Azevedo pela dedicação, cooperação e carinho em todo esse trajeto.

À minha família pelo apoio e compreensão. Especialmente à minha mãe, que dedicou grande parte do seu tempo para viabilizar meu período de mestrado, além das palavras de motivação e amor.

À minha grande amiga Beatriz Trefiglio de Alcantara pelo apoio nos momentos de dificuldade e o carinho e companheirismo de sempre.

Gostaria de agradecer a todos que participaram da minha formação como pessoa, desde os tempos de colégio, os meus professores da universidade, amigos em geral, mas lembrar todos que foram importantes em toda essa trajetória seria mais uma composição semelhante a essa. Mas considero importante lembrar que a vida não é feita de momentos isolados, mas uma construção sem deixar de lado nenhuma das etapas.

O espetáculo não é um conjunto de imagens, mas uma relação social entre pessoas, mediada por imagens. (DEBORD, 1997, p.14)

RESUMO

As relações com o corpo sofreram diversas influências durante a história ocidental, essas foram responsáveis pela criação de padrões e modelos a serem seguidos; baseados no conceito de disciplinas e estruturas disciplinares propostos por Foucault. Na modernidade, novas sujeições são responsáveis por mudanças nessas relações, mas, ao invés de libertarem os corpos dos diversos padrões propostos, parecem criar novos modelos a serem seguidos. Nisso, a modificação corporal (*body modification*) também ganha novos contornos. A partir do entendimento dessas influências que incidem no corpo dentro de um sistema econômico pautado na positividade, voltado para a otimização da produtividade e o peso desse regime sobre o indivíduo, observamos algumas novas disciplinas que influenciam os corpos na modernidade. Enfatizando determinadas subculturas da internet e alguns modelos estéticos notáveis na rede e na mídia convencional, foi elaborada uma análise das *aesthetics* populares em algumas plataformas da internet com base numa das modificações corporais mais comuns, a tatuagem. Nessa subcultura observa-se uma popularização da estética *ink*, atualmente presente também na mídia convencional. Sendo assim, foi indicada a seleção de um corpus de análise: foram selecionados quatro perfis com curadoria – que apresentam fotos de indivíduos com tatuagens – para criação de um banco de dados visuais que possa gerar um debate e apontar algumas tendências notáveis de comportamento e posicionamento em rede. A proposta foi desenvolver uma taxonomia visual da estética almejada por indivíduos tatuados. Projetar o perfil nas redes, tornar-se uma celebridade, ganhar visibilidade, mostrar uma vida feliz, plena, de sucesso, são objetivos almejados por uma população que está cada vez mais presa num mundo repleto de frustrações escondidas na máscara possibilitada pelas redes sociais. Esse espetáculo faz parte da positividade capitalista moderna. Há uma tendência à uma hiperestetização do mundo, uma busca por uma hiper-realidade perfeita, por uma vida feliz, bem-sucedida, magra, que parece projetar uma hiper-realidade virtual, que, por sua vez, pretende esconder um sentimento de frustração generalizado. Esses simulacros hiper-realistas modernos publicados em rede e a positividade do sistema capitalista funcionariam então como uma distopia social.

Palavras-chave: disciplinas, body modification, tatuagem, aesthetic, distopia

ABSTRACT

The relations with the body have suffered diverse influences during the western history, these were responsible for the creation of patterns and models to be followed; based on the concept of disciplines and disciplinary structures proposed by Foucault. In modernity, new subjections are responsible for changes in these relations, but instead of freeing the bodies of the various proposed patterns, they seem to create new patterns to be followed. Thereon, the body modification also gains new contours. From the understanding of these influences that affect the body within an economic system based on positivity, focused on the optimization of productivity and the weight of this regime on the individual, will be proposed some new disciplines that influence bodies in modernity. Emphasizing certain Internet subcultures and some notable aesthetic models in the network and conventional media, an analysis of popular *aesthetics* was developed on some Internet platforms based on one of the most common body modifications, tattoo. In these subcultures is possible to observe a popularization of the ink aesthetics, currently present also in conventional media. Thus, the selection of a corpus of analysis was indicated: four profiles with curators were selected - which present photos of individuals with tattoos - to create a visual database that can generate a debate and point out some notable tendencies of behavior and positioning network. The proposal is to develop a visual taxonomy of the aesthetics sought by tattooed individuals. Projecting the profile on the networks, becoming a celebrity, gaining visibility, showing a happy, full, successful life are goals sought by a population that is increasingly trapped in a world full of frustrations hidden in the mask made possible by social networks. This spectacle is part of the modern capitalist positivity. There is a tendency towards a hyperesthetizing of the world, a search for a perfect hyper-reality, for a happy, successful, lean life that seems to project a virtual hyper-reality, which, in turn, seeks to hide a feeling of frustration generalized. These modern hyper-realistic simulations published in network and the positivity of the capitalist system are like a social dystopia.

Keywords: disciplines, body modification, tattoo, aesthetic, dystopia

SUMÁRIO

Introdução	10
1. Capítulo I: Uma construção do conceito de corpo na história ocidental.....	19
1.1. A tatuagem no século XIX e início do século XX.....	32
2. Capítulo II: Novas disciplinas sociais e corporais.....	39
2.1. A tatuagem representada na mídia convencional brasileira 2017....	50
3. Capítulo III: A estética do cotidiano de qualquer um.....	54
3.1. Internet, estética e instagranismo.....	55
3.2. Internet <i>aesthetics</i>	60
3.3. Proliferação midiática e estética <i>ink</i>	70
3.4. <i>Instagram aesthetics</i> : perfis de celebridades.....	76
4. Capítulo IV: A imagem capitalizada do <i>Instagram</i>	86
4.1. <i>Instagram aesthetics</i> : páginas selecionadas.....	90
4.2. Metodologia.....	91
4.3. As 100 fotos mais curtidas por páginas selecionadas.....	98
4.4. Taxonomia fotográfica: categorias.....	102
Discussões	110
Referências	119

INTRODUÇÃO

A atração pelo belo parece representar, através dos tempos, uma obsessão para o homem. Durante a história o ser humano buscou razões para criar arte, seguindo padrões estéticos artísticos e sociais. Umberto Eco (2014) reuniu em sua obra *História da Beleza* argumentos sobre o desenvolvimento do belo através da arte. O autor defende que os padrões estéticos dependem de seu contexto e que muda através dos tempos por influências culturais, religiosas, científicas. Ao longo da obra mencionada é interessante perceber a retomada do feio como pertencente ao belo (ECO, 2014, p.147): “mesmo os monstros contribuem, nem que seja por contraste (como fazem as sombras e os claros-escuros em um quadro) para a Beleza do conjunto”. Para a arte, a música e a manifestação pessoal, o “grotesco” faz parte da representação humana, o feio depende do gosto e do período em que está sendo analisado.

Durante o desenvolvimento da sociedade – especialmente a sociedade ocidental, que é o foco dessa pesquisa – os padrões estéticos passam a ser cada vez mais relevantes, e de acordo com Lipovetsky e Serroy, acabam penetrando na sociedade, como se a estética gerisse o mundo. Por esse motivo, decidimos apresentar um panorama histórico, a partir da visão de Humberto Eco (2014, 2015) sobre a história da arte ocidental, para entender esse percurso até os dias de hoje, quais as influências que incidem no homem moderno. Analisaremos, especialmente, a influência das disciplinas enunciadas por Foucault (2017), como elas tomaram conta das estruturas sociais do ocidente e como entraram em declínio em um certo momento histórico. O foco dessa pesquisa é o corpo, esse está inserido na sociedade e é afetado pelos regimentos, normas e padrões que fazem parte dela, por isso entendemos essa análise como uma necessidade para o encaminhamento da pesquisa. Por esse motivo, vamos abordar um pouco da história da modificação corporal, especialmente da tatuagem, nesse percurso.

Mas o foco da análise é a sociedade ocidental moderna e essa dominação da estética que parece reger a atualidade: “Depois da arte-para-os-deuses, da arte-para-os-príncipes e da arte-pela-arte, triunfa agora a arte-para-o-mercado. (LIPOVETSKY; SERROY, 2015, p.28). O apelo plástico extremamente presente na sociedade capitalista (LIPOVETSKY; SERROY, 2015) reestabelece as relações do ser com a sua aparência e, conseqüentemente, o corpo passa a ser relevante como componente do indivíduo. A representação e a relação do homem com o corpo passaram por muitas

mudanças e influências durante a história ocidental e é foco de discussões até os dias de hoje.

Para Le Breton “Essa paixão repentina pelo corpo é uma consequência da estruturação individualista de nossas sociedades ocidentais” (LEBRETON, 2013, p.53). É possível que essas noções sobre o belo e o corpo possam sugerir uma preocupação em transmitir a individualidade através da pele. Alterações no corpo podem ser consideradas uma busca por um verdadeiro eu. “O corpo é então submetido a um design às vezes radical que nada deixa inculto (*body building*, marca corporal, cirurgia estética, transexualismo etc)” (LEBRETON, 2013, p. 22), não apenas pela estetização da pele, mas também pela experiência da exploração sensorial e do fetiche como parte da construção do ser: “Trata-se de amar o próprio corpo, de ‘reatar com sua sensorialidade’ adotando os produtos e as técnicas que convêm à sua personalidade”. (LIPOVETSKY; SERROY, 2015, p.349). Se o ser humano tem o poder de decidir a sua aparência física, o corpo pode então ser entendido como a tela da subjetividade. As pessoas buscam autenticidade ou pertencimento a partir das decisões aplicadas no próprio corpo.

Para LeBreton (2013), a marca corporal, considerada símbolo de alienação na Grécia antiga, é hoje uma sugestão de “pertencer a si” (LEBRETON, 2013, p.40). O autor defende que as marcas representam uma vontade de “atrair o olhar” e “fabricar uma estética da presença”. “A indústria do design corporal desenvolve-se a partir do sentimento de que a soberania relativa da consciência do indivíduo deve se entender igualmente à sua aparência e não deixar a carne inculta” (LEBRETON, 2013, p. 28). Isso, como veremos no primeiro capítulo, a partir de uma maior liberdade adquirida pelo homem para lidar com seu próprio corpo. Apesar de ser uma conquista recente, sinais dessa liberdade corporal já apareciam no século XVI: “Em uma sociedade que vai sustentar doravante a prevalência do humano e do terrestre sobre o divino, o obscuro transforma-se em orgulhosa afirmação dos direitos do corpo.” (ECO, 2015, p.142). Ainda na mesma obra:

Para Carl Gustav Jung (em seu ensaio de 1932 sobre o Ulisses de Joyce), o feio de hoje é sinal e indício de grandes transformações por vir. Isso significa que aquilo que será apreciado amanhã como grande arte poderá, de todo modo, parecer desagradável hoje e que o gosto está sempre atrasado em relação ao aparecimento do novo. Ideia que vale para qualquer época, mas que parece particularmente adequada para caracterizar obras produzidas pelos movimentos da vanguarda ‘histórica’ dos primeiros decênios novecentistas. (ECO, 2015, p.366)

Ainda sobre as relações com o corpo, um movimento que nos interessa nesse contexto é o da *body modification*, que pode ser definido como qualquer alteração visível

do corpo, independente do período histórico. Nesse sentido, práticas antigas ou tradicionais, nos interessam como referência e não como objeto de estudo em si. Gostaríamos de enfatizar nossa curiosidade no padrão *heavily modified*, indivíduos com mais de dois terços do corpo coberto por tatuagens (*body suit*) ou com modificações menos convencionais: escarificação, *branding*¹, implantes subcutâneos, aplicação de presas, bifurcação da língua, pintura do globo ocular e nulificação². Mesmo que nosso foco nessa pesquisa sejam as modificações aceitas pelo mainstream – como a tatuagem e o uso moderado de piercings – gostaríamos de mencionar esse padrão como origem da curiosidade para realização dessa pesquisa: a modificação corporal extrema e o relacionamento dos praticantes dela com seus corpos foi a origem do interesse pela realização desse trabalho.

Para entender a modificação corporal no contemporâneo, é importante conhecer o movimento dos “modernos primitivos”. Um movimento que surgiu nos anos de 1930 e que além de uma busca por processos ritualísticos, procurava se afastar do sistema econômico em que estava inserido – quando surgiu, nos Estados Unidos, eram contrários ao capitalismo, ao cristianismo e aos exercícios sociais – abusando de práticas que não são recorrentes como a modificação corporal extrema e a *body play*³, inclusive em atitudes como sua relação com o sexo e a sexualidade. Rosenblatt define os *primitive moderns* como:

Uma busca antropológica em um enigma social contemporâneo – a crescente retomada das práticas ancestrais de decoração como as simbólicas/profundas tatuagens, aplicação de piercings, e escarificações rituais. Ações “primitivas” que rompem limites convencionais de comportamento e estética são objetivamente analisadas. (VALE; JUNO *apud* ROSENBLATT, 1997, p.287)

Tentaremos entender, ao longo dessa pesquisa, como essa liberdade relativa do corpo foi construída durante a história ocidental e ideologias e influências que dominaram os homens nessa sociedade. Também tentaremos mencionar a construção de novos padrões que determinam comportamentos e estéticas na sociedade atual. Além de buscar atualizar essas discussões para o ambiente virtual e observar alguns

¹ Marcas feitas na pele com ferro quente, como eram feitas as marcas e gado.

² Retirada de partes do corpo, como orelha, nariz, dedos, etc. Existem relatos de pessoas que retiraram o braço, mas o termo está relacionado à retirada de pequenas partes.

³ Termo utilizado para caracterizar o descobrimento do corpo em relação ao mundo através de brincadeiras de crianças. Fakir utiliza o termo para caracterizar práticas dolorosas muito comuns em tribos e entre os *primitive moderns*; existe uma relação entre descobrir o corpo através de sensações.

novos padrões construídos nas redes. Aparentemente, os regimentos são outros, mas hoje o corpo ainda é submetido a diversos padrões, como por exemplo:

A estética da magreza não é um culto totalmente arbitrário impulsionado apenas pelas imagens publicitárias: razões de fundo, ligadas ao individualismo moderno, à cultura do domínio técnico, à valorização do princípio do controle de si, à ideologia da saúde, sustentam a promoção dessa norma estética. (LIPOVETSKY; SERROY, 2015, p.351)

Nesse período de incertezas e instabilidade, as pessoas entram em conflito com a sua subjetividade e, no caso dos indivíduos modificados, começam a expressar-se através da pele, trazendo para a superfície o que eles querem que a sociedade veja. Num período em que tudo é líquido (BAUMAN, 2000), o corpo não precisa ser estável. Nesse sentido, vale considerar então o conceito de identidade, que está em crise para uma série de autores (BAUMAN, 2000; MASSUMI (1993); LEBRETON, 2013, entre outros). As transformações culturais abalam a ideia que o homem tem dele mesmo. A crise de identidade faz com que o ser humano busque uma individualidade no meio em que está inserido. O trecho da obra de LeBreton propõe uma explicação para a relação do corpo e da sociedade em que está inserido:

O extremo contemporâneo erige o corpo como realidade em si, como simulacro do homem por meio do qual é avaliada a qualidade de sua presença e no qual ele mesmo ostenta a imagem que pretende dar aos outros. 'É por seu corpo que você é julgado e classificado'. (LEBRETON, 2013, p. 31)

As alterações no corpo, segundo Rosenblatt (1997), criam comunidades. Não apenas pela identificação estética, mas pelas relações estabelecidas entre quem recebe a modificação, quem faz a modificação e seus espectadores. Para a sociologia, as modificações ganham relevância quando essas práticas começam a integrar o mercado de consumo e sua indústria de desenvolvimento de corpos (FERREIRA, 2014), atingindo uma dimensão significativa. A absorção das modificações corporais pelo mercado é notável quando passam a ser praticadas por celebridades no mundo, pois mostra que a maior parte dos meios de divulgação de imagem acolhem as modificações – como a tatuagem e o uso moderado de piercings. Alguns indivíduos se tornaram populares, especialmente na internet, por suas modificações. Apesar de Paul Sweetman já relativizar em 1999 as modificações corporais como acessórios da indústria *fashion*, ele acreditava que as modificações não seriam um “supermercado de estilo”

(POLHEMUS *apud* SWEETMAN, 1999, p.53) por serem permanentes e não mutáveis e passageiras como a moda. As alterações se enquadram, segundo ele, num conceito “*anti-fashion*”.

Talvez essa conceituação seja um pouco idealizada, as modificações corporais, especialmente a tatuagem, foi absorvida pelo mercado e pela moda. Existem muitas marcas que se apoiam no estereótipo descolado das tatuagens e estilistas e designers que admiram esse padrão, por exemplo. Para Lipovetsky e Serroy (2015, p.30) “o processo de estetização hipermoderno extrapola em muito as esferas da produção, tendo alcançado o consumo, as aspirações, os modos de vida, a relação com o corpo, o olhar para o mundo”. Os autores entendem que o mundo atual é voltado para o consumo rápido, de massa, um apego ao kitsch generalizado, para eles:

Vê-se isso claramente com o desenvolvimento da tatuagem, que se tornou um amplo fenômeno no mundo. Eis um kitsch que se exhibe mediante uma maneira de brincar com o corpo, pô-lo em cena, não temer exibi-lo sobrecarregado de motivos, de cores, de figuras: um formidável catálogo do heteróclito, do estranho, do delirante, como um ex-voto vivo, uma pele que virou decoração, um kitsch animado. Um kitsch pós-conformista, descolado, expressivo da singularidade de si. (LIPOVETSKY; SERROY, 2015, p.310)

A importância da matéria como constituinte do ser é um reflexo da dinâmica de individualização. Apesar de o homem estar cada vez mais submetido à pressão social nas decisões e nas opiniões, ele busca moldar e reafirmar aquilo que acredita e concorda. Essa busca por princípios próprios faz ele se voltar ao seu eu. Os sujeitos estariam então “fadados a uma existência cada vez mais reflexiva, problemática, conflitual em todas as suas dimensões, sejam íntimas, familiares ou profissionais”. (LIPOVETSKY; SERROY, 2015, p.33), apesar de os conflitos do ser estarem sujeitos às influências sociais, o pensamento iluminista gerou na sociedade ocidental uma supervalorização do eu, o que trouxe algumas dificuldades nas relações do homem moderno, tentaremos explicar algumas dessas complicações mais para frente.

Algo que nos intriga nesses novos padrões estéticos é também a internet, já que parece ser responsável pela popularização de estilos que antes não eram aceitos nas ruas e acabaram tendo as redes sociais como vitrines de estilo e uma sensação de autenticidade. Ao longo dessa pesquisa, tentaremos entender também alguns movimentos que aconteceram na internet e acabaram alcançando o *mainstream* e a mídia convencional – como a TV aberta e a propaganda em geral. E, também, a possibilidade de geração de novas celebridades em rede, já que essa mídia parece propiciar:

Assim, acompanhando o deslocamento do eixo em torno ao qual as subjetividades modernas se construía, um movimento que abandona aquele cerne interior para se concentrar em tudo aquilo que os outros veem, as novas mídias permitem a multiplicação dos emissores e possibilitam que qualquer um possa ser visto, lido e ouvido por milhões de pessoas. (SIBILIA, 2016, p. 353)

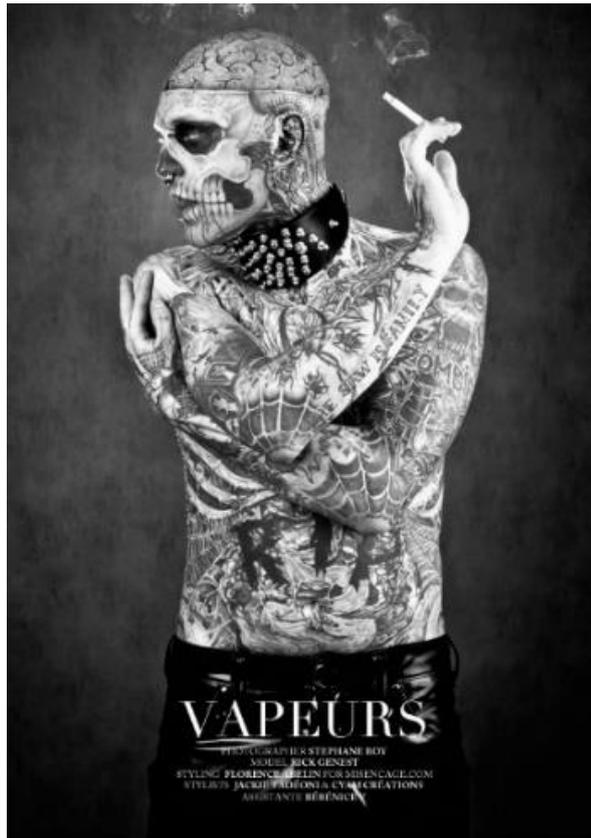
Nesse sentido, conceituamos os praticantes da modificação corporal ocidental contemporânea como um grupo que a priori queria levar uma vida que não se adequasse aos padrões mercadológicos e imposições sociais (*primitive moderns*), agora encontra seu eu inserido na sociedade e no mercado. Para Rosenblatt (1997) os modernos primitivos se veem como resistentes ao sistema, mas as diversas práticas de modificação e seus processos estão capitalizadas, como várias outras práticas inicialmente contestadoras. A prática da modificação corporal não é barata e nem de livre acesso. Algumas tatuagens podem ser reproduzidas em vários corpos, existem catálogos de estilo e reprodução, mais como um acessório da moda do que uma preocupação com a autenticidade e a diferenciação.

Podemos citar exemplos de indivíduos modificados que parecem não estar inseridos no movimento dos *primitive moderns*. O canadense Rick Genest (*Zombie Boy*), tem seu corpo completamente coberto de tatuagens, inclusive o rosto, para se parecer com um zumbi, produto da moda altamente reproduzido pelo cinema e televisão. Ele se tornou uma subcelebridade depois fazer parte de um clipe musical da cantora Lady Gaga e de uma campanha publicitária no ano de 2011. Na figura 1 podemos ver o modelo na *Factice*, uma revista de moda francesa. Em mulheres é menos comum a tatuagem cobrindo o rosto, mas o corpo coberto por tatuagens, *piercings*, língua bipartida, presas e orelhas de elfo são modificações recorrentes. No geral há uma estética almejada, contornos do rosto e padrões *inked*⁴. Muitas trabalham como *covered models*⁵.

⁴ *Inked* significa tatuado. O termo vem da palavra da língua inglesa *ink* (tinta) e foi popularizado com o surgimento da *Inked Magazine*, revista que mostra pessoas tatuadas.

⁵ *Covered models* é um termo utilizado em redes sociais como profissão de pessoas que trabalham como modelo fotográfico ou de passarela e que tem a pele coberta por tatuagens.

Figura 1: Rick Genest (Zombie Boy)



Fonte: http://main-designyoutrust.netdna-ssl.com/wp-content/uploads/2012/05/a076c_Rick-Genest-Stephane-Roy-Factice-01.jpg?iv=67

Na argumentação apresentada entendemos o corpo moderno primitivo como culturalizado e que o corpo da *body modification* contemporânea, entendida nos termos mencionados, tende a uma aproximação do mercado podendo ser interpretado como próximo a um corpo capitalizado. Indivíduos que estão inseridos em grupos, que se promovem baseados em uma autoimagem, que têm múltiplas identidades: eles fazem parte da concepção de pós-humano e das redes. Esses indivíduos estão ganhando cada vez mais visibilidade, com uma potencialidade notável ao ganho de popularidade na internet, podendo se tornar verdadeiras *celebrities* da rede:

Afinal, o que se busca ao se exibir nas redes? Seduzir, agradar, provocar, ostentar, demonstrar aos outros – ou à alguém em particular – quanto se é belo e feliz, mesmo que todos estejam a par da obviedade: o que se mostra nessas vitrines costuma ser uma versão “otimizada” das próprias vidas. (SIBILIA, 2016, p. 42)

Para a realização dessa pesquisa, executamos pesquisas bibliográficas em dois momentos: um para entender o desenvolvimento das relações do homem com seu corpo na sociedade ocidental, analisando um percurso da história da arte, pois julgamos possível analisar algumas alterações a partir dos modos de representação ao longo dos séculos. O segundo momento apresenta uma análise do contexto atual da sociedade ocidental em que os corpos estão inseridos e, conseqüentemente, algumas influências claras a que estão submetidos. Listaremos as etapas propostas a seguir:

A primeira etapa de pesquisa bibliográfica que pretendia entender as influências históricas, principalmente do ocidente, que moldaram a relação do homem e da sociedade com seu corpo, os modos de repressão e subjetivação e as práticas de modificação corporal, que foram abordados no primeiro capítulo. Foi nesse momento que entendemos a tatuagem como objeto, mas, ao mesmo tempo, tentamos abordar como sua origem foi mais subversiva do que conhecemos nos dias de hoje.

Ainda em estudo bibliográfico, percebemos a necessidade de situar essa relação do corpo enquanto estado da arte. Entender como essas influências da história ocidental transformaram o período atual e como os autores contemporâneos estão tratando essa relação do ser com a sua intimidade, identidade e subjetividade, essa abordagem está presente no segundo capítulo.

Se consideramos a tatuagem uma prática inserida no *mainstream*, devemos justificar esse pertencimento. O terceiro capítulo se propôs a exemplificar, através da mídia convencional, especialmente a TV e novas plataformas de produção e transmissão cinematográfica como o Netflix, mostrando celebridades que façam parte desses espaços e apresentem tatuagens. Foram citados nessa etapa David Beckham, Ruby Rose, Zombie Boy, Kat Von D, Henrique Fogaça e Penelope Nova. Em paralelo com essa etapa, decidimos realizar nossa coleta de dados na rede social *Instagram*, por ser uma ferramenta que surgiu concomitante a popularização das buscas por tatuagem. Além de ser uma das plataformas mais utilizadas pelos brasileiros – 4ª rede social mais utilizada no Brasil de acordo com a Pesquisa Brasileira de Mídia, de 2015⁶ (Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República). E também por ser uma rede de linguagem principalmente visual.

No último capítulo, pretendemos analisar 4 perfis da rede *Instagram* que apresentam curadoria e parecem aceitar fotos de qualquer pessoa que queira ter seu conteúdo publicado. Escolhemos duas páginas com fotos majoritariamente femininas –

⁶ Disponível em: <http://www.secom.gov.br/atuacao/pesquisa/lista-de-pesquisas-quantitativas-e-qualitativas-de-contratos-atuais/pesquisa-brasileira-de-midia-pbm-2015.pdf>

tattsandtitties e *tittzntattz* – e duas páginas com conteúdo masculino – *beardandtattos_* e *tattoomodels*. Para um entendimento visual serão publicadas montagens com as 80 últimas fotos (considerando o período de coleta) como foram feitas na etapa anterior. Além disso, serão organizadas as 100 fotos com mais likes (considerando o período da coleta) em cada um dos perfis e, a partir dessas 400 fotos, serão selecionadas e organizadas categorias de padrões de imagem para fim de análise. Utilizaremos o conceito de taxonomia fotográfica (CAMARGO e STEFANICZEN, 2016).

Capítulo I: Uma construção do conceito de corpo e práticas corporais na história ocidental

Não se sabe ao certo quando as práticas de modificação corporal começaram a ser utilizadas na história. Para a tatuagem existem duas hipóteses antropológicas: a de que ela teria sido praticada por um indivíduo e se espalhado por todos os continentes ou a de que a prática teria surgido em diversos pontos do globo ao mesmo tempo, mas ainda não foi possível estabelecer uma origem exata.

Os homens primitivos criavam desenhos em seu corpo “para marcar os fatos da vida biológica: seu nascimento, puberdade, reprodução, morte. Depois, os fatos da vida social: virar guerreiro ou sacerdote ou rei, casar-se, celebrar a vitória, identificar os prisioneiros, pedir proteção ao imponderável, garantir a vida do espírito antes, durante e depois do corpo.” (MARQUES, 1997, p.14). Nos estudos de Wohrlab, Fink, Kappeler e Brewer – *Perception of human body modification* -, os autores defendem que as tatuagens eram altamente arriscadas e responsáveis pela transmissão de doenças em tribos. Por esse motivo, os indivíduos com muitas tatuagens eram considerados mais fortes e atraíam a atenção das mulheres e dos guerreiros inimigos (WOHRLAB; FINK; KAPPELER; BREWER, 2008, p.202). Vale ressaltar a modificação corporal dos faraós egípcios. Seus deuses eram figuras híbridas de homens com animais e os faraós deveriam se aproximar dessas imagens. Por esse motivo, sendo homens ou mulheres, os faraós se pareciam com leões, com a aplicação de um falso cavanhaque que imitava a calda do animal (Ecce Hommo, 1999) e ornamentos que os retomassem.

Vamos direcionar este capítulo para a história ocidental. O período da antiguidade clássica se estende dos séculos VIII-VII a.c. até o início da Idade Média. É importante ressaltar a relevância das civilizações grega e romana na época e a influência que tiveram no desenvolvimento da sociedade ocidental. A Grécia antiga era marcada pela mitologia, que servia para explicar aquilo que não se podia entender através da análise da natureza, e pela tradição. Apenas os homens gregos eram considerados povo e, por esse motivo, haviam muitas diferenças sociais: a guerra era valorizada, já que os territórios deveriam ser defendidos e conquistados, bem como a mão de obra, já que os escravos de guerra trabalhavam nas polis.

A moral quanto ao corpo e ao sexo não era rigidamente organizada e autoritária, apenas estabelecia algumas normas de conduta para evitar os excessos, que significavam falta de controle do indivíduo sobre si mesmo, prescrevendo o ‘bom uso’ dos prazeres (bebida, comida, sexo) (Rosário *apud* Barbosa; Matos; Costa, 2011). Estes, porém, eram

considerados apenas para os *cidadãos*, isto é, para os homens livres, estando excluídos tanto os escravos quanto as mulheres. (BARBOSA; MATOS; COSTA, 2011, p.25)

A mitologia na Grécia antiga servia para explicar os mistérios da natureza e dos homens. O período foi marcado pela busca de verdades e justificativas para todos os eventos ocorridos, os símbolos divinos eram deuses, semideuses ou heróis e apresentavam características físicas e emocionais humanas. Por esse motivo o povo (homens livres) deveria cuidar de seu próprio corpo e se aproximar da perfeição física dos deuses. Os corpos masculinos eram exibidos publicamente: o ideal era ter corpos esculpidos, mostrando seus cuidados e seu empenho como guerreiro.

Vale a pena mencionar que os gregos não acreditavam em vida após a morte e sua motivação era a vida terrena, vencer outros povos e o aprimoramento pessoal. O Cuidado de Si, enunciado por Foucault (2014), explica a relação do homem da antiguidade na Grécia com seu próprio corpo e a necessidade de ter saúde para assim poder governar e vencer. O princípio da antiguidade clássica é de que apenas um corpo e mente saudáveis são capazes de transferir conhecimento e participar da política, como se fosse necessário cuidar de si para cuidar do outro.

Foi nesse período que o termo “estigma” foi criado. Para os gregos o corpo perfeito era reflexo de uma mente superior e, por esse motivo, adotaram a prática de marcas corporais para identificar as pessoas que não faziam parte da sociedade ou apresentavam algum desvio de conduta ou uma degeneração moral, como os escravos, traidores ou criminosos. Era utilizada a escarificação com objetos cortantes ou o *branding*⁷, que marcava a pele com metal quente, deixando cicatrizes. O estigma foi utilizado por muitos séculos para marcação de pessoas que não pertenciam à sociedade e foi um dos fatos históricos que geraram preconceito aos praticantes da tatuagem do século XVIII, XIX e XX.

Os gregos, que tinham bastante conhecimento de recursos visuais, criaram o termo estigma para se referirem a sinais corporais com os quais se procurava evidenciar alguma coisa de extraordinário ou mau sobre o status moral de quem os apresentava. Os sinais eram feitos com cortes ou fogo no corpo e avisavam que o portador era um escravo, um criminoso ou traidor uma pessoa marcada, ritualmente poluída, que devia ser evitada; especialmente em lugares públicos. (GOFFMAN, 2004, p.5)

⁷ A origem da palavra vem da marcação de gado, que servia para estampar no animal quem era o seu dono.

Utilizavam as emoções divinas para justificar problemas naturais e, por esse motivo, julgavam necessário agradar os deuses com homenagens, promovendo ritos e cultos diversos. Os jogos olímpicos são um exemplo: mais uma vez era necessário o aprimoramento físico do homem para ser vitorioso e agradar os deuses. Outra importância do cuidado com o corpo, dos homens gregos ou das pessoas que eles governavam, era para a realização de sacrifícios humanos para os deuses. A diferença entre os homens livres e os outros estratos sociais e os sacrifícios, além da busca por corpos perfeitos, seriam características que influenciariam as práticas corporais da sequente história ocidental.

Após a conquista romana e o início do Império Bizantino, essas características gregas influenciaram a cultura e, portanto, a Idade Média. O período baseia-se principalmente na crença cristã, com os ideais de vida após a morte, os conceitos de céu e inferno e, conseqüentemente, de bem e mal. É a partir da cultura cristã que surge também a ideia de pecado, geralmente pautada nos desejos carnis, e com ele a culpa e a auto penitência como práticas comuns. É também valorizado o sacrifício de Cristo pelo seu povo e propagada a ideia da importância da benevolência e do cuidado com o outro, apesar de as práticas de cuidado com o seu próprio corpo serem retomadas com determinada importância ao longo do período. No começo da era cristã, olhar para si tem uma conotação bastante egoísta.

O cristianismo prega uma busca pela vida após a morte, uma devoção para alcançar o paraíso e o medo de que as ações do homem o guiem para o inferno. Para que a humanidade não percorresse o caminho errado, com a influência do diabo, era necessário seguir uma cartilha e não cometer nenhum dos pecados listados – ligados ao corpo, gerando uma preocupação com uma disciplina que contenha o indivíduo. Por esse motivo, o corpo na Idade Média é negado, considerado a incitação do mal e proibido. Os prazeres do corpo levam o homem a se desviar do caminho do paraíso.

De um lado, o perecível, o putrescível, o efêmero, o que deve voltar a ser pó, que, no entanto, é chamado a reconstruir-se para ressuscitar no último dia; do outro, o imortal. De um lado, o que é atraído para baixo pelos pesos, pelas opacidades das substâncias carnis; do outro, o que aspira à perfeição celeste. O corpo, portanto, é considerado perigoso: é o lugar das tentações; dele, de suas partes inferiores, surgem naturalmente as pulsões incontroláveis; nele se manifesta o que depende do mal, concretamente, pela corrupção, pela doença, pelas purulências às quais nenhum corpo escapa; sobre ele se aplicam os castigos purificadores que expulsam o pecado, a falta. (DUBY, 2011, p.541)

Importante destacar a contradição relativa às marcas corporais no período cristão. Quando não era a religião oficial e seus seguidores eram considerados pagãos, era comum criarem sinais de identificação, como a cruz, as letras IHS (iniciais do nome de Cristo), o peixe, letras gregas ou o símbolo da igreja. (MARQUES, 1997, p. 31). O imperador Constantino se colocou contrário à prática de tatuagem e escarificação, para ele não se podia agredir a criação de Deus. Em 787, O papa Adriano I perseguiu a tatuagem. Essa limitação ocorria também em outras religiões. Maomé viria a julgar práticas corporais tribais, como alteração da pele, afiação dos dentes e a castração de escravos. (MARQUES, 1997, p.33)

Já no fim da idade clássica, o martírio de Cristo e seu corpo sacrificado passam a ser considerados belos, já que seu flagelo foi efeito de um ato de salvação da humanidade, para Umberto Eco “[...]a figura de Cristo era sofrida, apresentava os sinais da tortura, mas para salvar seu povo – o que torna o auto flagelo uma prática aceitável e o corpo mutilado por penitência não era considerado feio” (ECO, 2014, p.133). Porém, nessa mesma obra o autor menciona: “Dentre os séculos VI e VII, o belo se confundia com o útil, mesmo que a utilidade de um objeto fosse unicamente o enfeite. Para autores da época, um corpo mutilado ou deformado não poderia ser belo por não cumprir sua função de corpo”. (ECO, 2014, p.111)

Nesse sentido, o corpo que sofre é então belo e um reflexo da salvação, desde que o sofrimento não cause nenhuma debilidade, caso isso aconteça o corpo será considerado feio nos padrões apresentados. Da mesma maneira que deformidades físicas de nascença eram escondidas do público. Por um tempo acreditou-se que essas falhas corpóreas eram um castigo por algum erro cometido pelos pais das crianças, da mesma forma as cicatrizes ou marcas no corpo eram consideradas provas da ligação com o demônio e com o pecado. O mártir passa a ser considerado um exemplo a ser seguido por sua devoção e capacidade de abnegação do corpo e das dores por ele sentida, mas o corpo não deveria apresentar debilidades motoras ou funcionais.

Além da questão do flagelo, ganha importância a herança clássica do embelezamento do corpo: “É incontestável, em todo caso, que a beleza física contou cada vez mais no decorrer desses séculos [XI-XIII] entre as armas que dispunha a identidade pessoal para afirmar-se no seio do coletivo.” (DUBY, 2011, p.546). A partir do século XII as roupas passam a valorizar o corpo feminino e há uma preocupação em mostrar certos aspectos sociais, como a riqueza ou a virtuosidade da mulher. No final do século XIII, o corpo ganha uma dimensão razoavelmente importante: se Cristo ressuscitou em seu corpo, então o homem deve amar e respeitar o seu próprio (DUBY,

2011, p.543). O corpo passa a ser objeto de trabalho e ajuste (DUBY, 2011, p.545). Ainda é necessária a cautela, pois o corpo permanece como fonte de pecado e deve ser mantido puro e imaculado.

Ainda nas questões relacionadas ao corpo, é relevante chamar atenção ao período da inquisição que começa no século XII e tem sua pauta nos tribunais no século XIV. Nesse período começam a ser utilizadas práticas como a tortura e execuções públicas como punição do Estado: “A inquisição, inicialmente com o intuito de salvar a alma dos hereges, passou a empregar, mais tarde, a tortura e a fogueira como forma de punição, com autorização do Papa Inocêncio IV, em 1254.” (BARBOSA; MATOS; COSTA, 2011, p.27). As punições públicas e cruéis serão destacadas por Foucault (2014-2) como um dos motivos do desenvolvimento disciplinar:

No entanto, um fato é certo: em algumas dezenas de anos [fim do século XVIII e começo do século XIX], desapareceu o corpo suplicado, esquartejado, amputado, marcado simbolicamente no rosto ou no ombro, exposto vivo ou morto, dado como espetáculo. Desapareceu o corpo como alvo principal da repressão penal. (FOUCAULT, 2014-2, p. 13)

No período da Idade Média o estigma corporal era considerado ligação com o diabo, as pessoas não se arriscavam a fazer tatuagens com medo da perseguição da inquisição. Na França e na Itália, no período da Idade Média, os criminosos eram marcados em brasa, bem como os desvios morais, como no caso das prostitutas francesas com a marca da flor-de-lis. Ainda nesse período, a Inglaterra marcava os desvios com a sigla BC, um sinal de falta de caráter. Por outro lado, os cavaleiros das cruzadas (séculos XI ao XIII) faziam registros religiosos e de batalhas em seus corpos. Entre os cristãos cópticos (russos, armênios, abissínios e sírios) a tatuagem também era bastante difundida. (MARQUES, 1997, p.35)

Nos séculos XIV e XV, começam a surgir imagens da cultura cristã que tornaram a nudez parte de sua ideologia: “Adão, o glorioso, e Jesus, o supliciado, impõem ao povo fiel os dois termos da história da Criação e da Redenção, esplendor do corpo virgem e dor do corpo martirizado.” (DUBY, 2011, p.601). O corpo nu deixa de ser considerado um pecado desde que seja sacro. Entretanto, passa-se a entender o corpo despido e em alguns ambientes restritos ele passa a ser permitido. Mais uma vez o corpo assume um papel de destaque, embora seja imprescindível lembrar que suas vontades são a origem dos pecados.

Sem dúvida, as formas novas da devoção, a partir do século XIV, conservam da tradição ascética a preocupação de pôr o corpo em seu lugar; mas, se a extrema santidade passa sempre pelo abandono de

nosso despojo, se o movimento penitencial faz dos flagelantes especialistas do ferimento e da humilhação do corpo, a massa dos fiéis é convidada à imitação de Cristo, que não era um eremita, mas um homem no meio do povo. (DUBY, 2011, p.611)

Como exemplo do sofrimento embelezado do cristianismo, utilizamos o quadro do século XV de Andrea Mantegna, St. Sebastian. O santo morreu ainda no período do império romano, 288 d.c. É lembrado por ser um mártir e a maior parte das representações o retratam com três flechas cravadas em seu corpo por ordem do imperador romano Dioclesiano como castigo por defender o cristianismo. No relato, o santo milagrosamente sobrevive às flechas. No quadro, podemos ver o corpo despido, com exceção do sexo, a expressão no rosto, indicando uma mudança nas tendências artísticas (após um período de negação da representação humana realista há uma retomada da forma clássica), além das ruínas gregas. No canto inferior esquerdo, é possível perceber que havia uma estátua grega, propondo uma sobreposição, como uma soberania, sobre a outra cultura (pagã).

Figura 2: St. Sebastian, Andrea Mantegna, 1480, Musée du Louvre, Paris



Fonte:

<http://www.travelingintuscany.com/images/art/andreamantegna/andreamantegna088700.jpg>

Umberto Eco menciona uma tendência renascentista e pós-renascentista à “pulcrificação”, ou seja, uma tendência a representar como belos: “fatos dolorosíssimos, de modo que, mais que o tormento, importa antes a força viril ou a doçura feminina com que os santos o enfrentam.” (ECO, 2015, p.56). Pensando ainda na concepção de Foucault (2014-2), essa representação seria responsável por reafirmar a negação do sexo e, conseqüentemente, do corpo, como outra forma de sujeição, como se o castigo do corpo, a negação do prazer, o martírio fossem a maneira correta de se relacionar com seu próprio corpo.

Além da valorização do corpo como reservatório da alma e do empenho em lembrar do lugar desse invólucro com sua importância enquanto recipiente e perigo enquanto carnal, é também no século XIV que surge o grande tratado de Konrad von Meigenberg, *Das Buch der Natur* (DUBY, 2011, p.611), que sugere a necessidade de manter um corpo saudável para abrigar a alma. O texto propunha dietas, exercícios físicos, contato com a natureza. Nesse tratado aparece a expressão até hoje utilizada: uma mente sã num corpo sã (*mens sana in corpore sano*)⁸. Começa a existir então uma relação entre o bem-estar físico para gerar um bem-estar astral, retomando a cultura da época clássica.

Nesse período não existia o conceito de privacidade, o indivíduo quase nunca estava sozinho e não exercia atividades de autorreflexão. Os prazeres carnavais eram altamente condenados pela burguesia, mas era comum entre os trabalhadores do campo satisfazerem seus desejos ao ar livre durante o trabalho. Além disso, as famílias dos trabalhadores viviam sob o mesmo teto, dormiam no mesmo cômodo e muitas vezes no mesmo leito. Aparentemente, a crença cristã ainda não era suficiente para convencer toda a população, especialmente as parcelas que não pertenciam à aristocracia, qual era a maneira correta de agir e se comportar. Por esse motivo, além da doutrina cristã, que era por si só bastante severa e pregava o medo de um castigo, a herança das leis da antiguidade clássica vai colaborar, ao longo da Idade Média, com o desenvolvimento das estruturas disciplinares analisadas por Foucault (2017). A população não era apenas sujeitada pela religião, mas também por todas as outras estruturas de poder que moldavam a maneira de pensar, especialmente para o corpo. “O século XVII: seria o início de uma época de repressão própria das sociedades chamadas burguesas [...]” (FOUCAULT, 2017, p.19).

⁸ Mens sana in corpore sano ("uma mente sã num corpo sã") é uma citação latina, derivada da Sátira X do poeta romano Juvenal. – do livro de Susanna Morton Braund, *Juvenal and Persius* (2004)

Durante os séculos do renascimento (XIV-XVII), a sociedade ocidental começou a se guiar pelo método científico, com uma supervalorização das matérias exatas e do racionalismo. Uma busca pelo conhecimento e pela descoberta das verdades – também faz parte da herança clássica, essa busca da verdade era uma prática dos filósofos gregos. Foi nesse período que começou a haver uma maior preocupação com a liberdade do ser humano. O modo de pensar deixa de ser teocêntrico e começa a ser antropocêntrico. Conseqüentemente, há uma tendência ao cuidado do corpo. “Em uma sociedade que vai sustentar doravante a prevalência do humano e do terrestre sobre o divino, o obscuro transforma-se em orgulhosa afirmação dos direitos do corpo.” (ECO, 2015, p.142)

Foi também nos séculos renascentistas que a cultura ocidental entrou em contato com o interior dos corpos. Ainda no século XIV, começaram a ser praticadas dissecações com objetivo exploratório: o corpo deveria ser decifrado, seguindo o ideal lógico que guia o período. Com essa busca foram feitas inúmeras descobertas na área médica, então se desenvolve a preocupação em manter o corpo saudável e se popularizam práticas de disciplina e controle corporais, como os exercícios físicos. Em meados do século XVI, é aplicado na Europa um método de ensino das artes praticado nas academias (academicismo), criadas para elevar o *status* do artista, aproximando-os das elites. O método foi amplamente utilizado no território Europeu e em colônias europeias, inclusive no oriente, e consistia em uma hierarquia, uma sistematização e uma rigidez, inaugurando mais uma das estruturas disciplinares apontadas por Foucault (2014-2).

Mas as disciplinas se tornaram no decorrer dos séculos XVII e XVIII fórmulas gerais de dominação [...] O corpo humano entra numa maquinaria de poder que o esquadilha, o desarticula e o recompõe. Uma “anatomia política”, que é também igualmente uma “mecânica do poder”, está nascendo; ela define como se pode ter domínio sobre o corpo dos outros, não simplesmente para que façam o que se quer, mas para que operem como se quer, com as técnicas, segundo a rapidez e a eficácia que se determina. A disciplina fabrica assim corpos submissos e exercitados, corpos “dóceis”. (FOUCAULT, 2014b, p. 135)

Essas mudanças de costumes trazem de volta a beleza útil e prática nos séculos XVI e XVII. O corpo deve ser saudável e apto à prática de atividades produtivas, porque o período mostra sinais de mudança no sistema econômico. Na arte é crescente a representação do corpo real, um corpo vivo que sente, os artistas mostram uma preocupação em representar o corpo efêmero, que adoece. As representações e os estudos do corpo mostram os excretas físicos como algo grotesco, como se aquilo que sai do organismo fosse resto descartável e desvalorizado. Com isso, a população passa

a ter uma repulsa de qualquer resíduo corpóreo e das atividades relacionadas a eles, não se pode falar sobre os excrementos.

De fato, o ser humano mostra-se incomodado (pelo menos na sociedade ocidental) diante de tudo aquilo que é excrementício ou que é ligado ao sexo. [...]. Este mal-estar expressou-se através do pudor, ou seja, o instinto ou dever de abster-se de exibir e de fazer referência a certas partes do corpo e certas atividades. (ECO, 2015, p.131)

O corpo é valorizado, considerado belo, mas o que sai dele causa repulsa. Aquilo que produz excretas passa a ser escondido do meio público, estritamente ligado ao âmbito privado. Para Foucault (2017), o fato de não poder falar do sexo, antes por ser considerado pecado, agora por gerar resíduos, mas ao mesmo tempo falar sobre ele de maneira velada e racional, gerou uma censura na história ocidental que o precede. Nesse período as concepções de belo e feio são consideradas indissociáveis. “O feio era uma curiosidade natural[...]” (ECO, 2014, p. 152). Mesmo os monstros eram considerados objeto de estudo, os estudiosos tentavam dissecar, observar, analisar, testar – essas práticas tinham como objetivo alcançar novas descobertas, cada vez tentando entrar mais fundo no corpo.

Havia uma relativização maniqueísta entre o bem e mal, decorrente da valorização humanista. Antes havia um Deus, completamente bom, e um demônio, que representava todo o mal. Os homens e a vida não eram assim, então, se a visão teocêntrica começa a ser questionada, surge a representação e a valorização de um ser e uma sociedade que tem ao mesmo tempo atitudes boas e atitudes más. O conflito com o corpo começa, então, a ficar ainda mais complexo: um corpo útil para trabalhar, mas um corpo que padece e excreta substâncias repulsivas, um corpo que é belo por ser saudável e um corpo que é belo por ser vivo e representar algo natural, mesmo que seja a doença ou a morte, um corpo que sente, mas que deve ser reprimido e controlado.

Com a valorização do humano, algumas representações teológicas perdem valor, é o caso da figura do Satanás. Ainda há uma demonização nas representações, mas ela não está ligada às crenças religiosas e sim ao diferente. O inimigo, como era na idade clássica, é o outro, o estrangeiro. No período das Grandes Navegações (séculos XV ao XVII), a sociedade europeia entrou em contato com diversas culturas e costumes bem diferentes dos seus, alguns, inclusive, bastante repudiados. Os traços físicos dos povos encontrados nas viagens eram também bastante diferentes dos europeus, gerando representações do mau, do inimigo, como estereótipos de outras culturas.

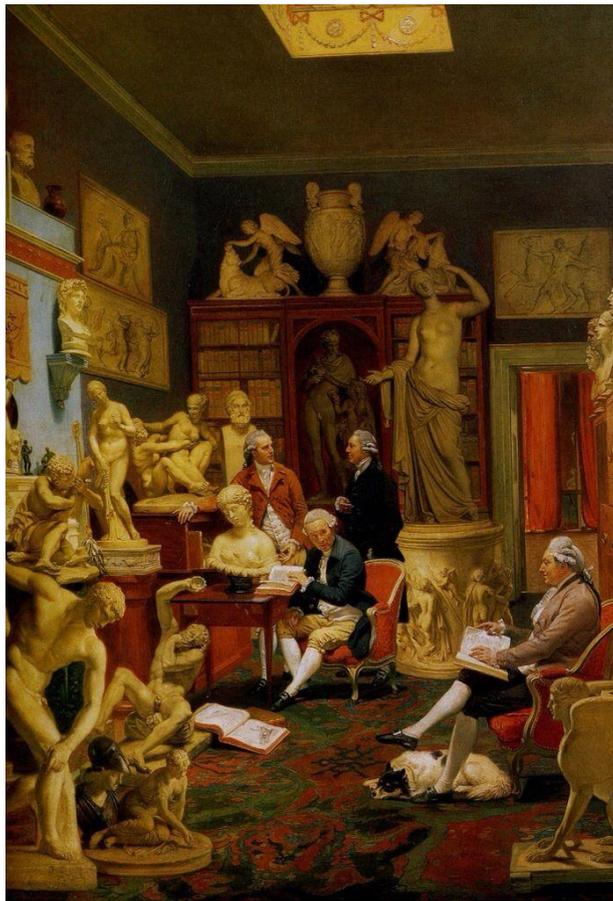
A imagem do outro foi fortalecida com o avanço colonizador europeu, muitas culturas foram submetidas e praticamente desapareceram. A catequização em conjunto com as mudanças comerciais e judiciárias que foram importadas pela Europa dizimaram a prática da tatuagem e da escarificação por um longo tempo. O corpo marcado era considerado o corpo do escravo, como na Grécia. Também foi assim na França nos séculos XVII, XVIII e XIX e na Inglaterra e nos Estados Unidos no século XX.

No século XVII que a obra de Descartes (1596-1650) promove a completa separação entre corpo e mente. Para o autor a mente tem um potencial ilimitado, mas o corpo é perecível. Essa separação entre corpo e alma também pode ser interpretada como uma herança clássica. Não é ainda uma desvalorização do corpo, existe a necessidade de cuidar do físico da melhor maneira possível para que ele não atrapalhe a mente, mas essa matéria que adoece, limita a grandeza da mente humana – considerada então como a melhor parte da humanidade e embasando as teorias iluministas e a futura depreciação do corpo.

Convencionalmente o século XVIII é considerado o período iluminista, o século das luzes, em contraposição à era das trevas da idade média. O termo também se refere ao progresso e à tendência de considerar o homem um ser perfeito, próximo do que antes era a representação do divino, ou seja, brilhante. Vamos tentar considerar esse século como referência iluminista, mas muitas características do período já foram mencionadas. O que rege o pensamento iluminista é a progressão da burguesia. A proposta da elite europeia era reformar a sociedade, contrapondo o período medieval. O homem era considerado o centro, um ser com capacidade para melhorar o mundo e otimizar seu funcionamento. Por esse motivo, passa a existir uma tendência à dominação da natureza, essa precisa se tornar uma ferramenta para a soberania humana. A razão norteia esse século.

A obra de Johann Zoffany (Figura 3) é bastante representativa desse período. O artista retrata Charles Towneley e sua coleção de arte clássica. No quadro podemos ver um inglês rico estudando e conversando com seus amigos em um ambiente repleto de obras de arte da antiguidade. A arte do século XVIII passa do barroco e seus exageros ao rococó e o neoclassicismo, que propõe uma estética elegante e delicada, retomando a beleza clássica e refletindo os ideais iluministas com uma proposta de equilíbrio e moderação. Outra característica marcante da arte clássica é o idealismo do homem, com corpos perfeitos e atraentes, mas agora como adoração do corpo humano em si e não dos deuses que as esculturas representavam.

Figura 3: Charles Towneley and Friends in his Park Street Gallery por Johann Zoffany 1781-83.
Towneley Hall Art Gallery and Museum, Towneley Park, Burnley



Fonte: <https://s-media-cache-ak0.pinimg.com/736x/cc/c0/df/cc0df3ccb3037c502b4dbd96578a351.jpg>

O iluminismo também critica o mercantilismo: o momento do desenvolvimento burguês e das alterações das relações de troca. O mercantilismo era considerado incapaz de gerar grandes riquezas já que não presumia acúmulo, apenas trocas, e esse sistema não era condizente com o desenvolvimento burguês. As instituições disciplinares ganham muita força no período, já que era necessário o controle do trabalhador e de seu corpo para que sua força de trabalho pudesse ser explorada. É também o século da Revolução Francesa e da Declaração dos Direitos do Homem e do Cidadão, que presumem uma liberdade até então denegada à população. Alguns autores, como Foucault (2017), consideram essa declaração uma compensação, como se o fato de doutrinar e encaixar os homens em espaços específicos só fosse aceito por uma sensação de liberdade que foi criada a partir de então.

Mas o corpo também está diretamente mergulhado num campo político: as relações de poder têm alcance imediato sobre ele; elas o investem, o marcam, o dirigem, o supliciam, sujeitam-no a trabalhos, obrigam-no a cerimônias, exigem-lhe sinais. Este investimento político

do corpo está ligado, segundo relações complexas e recíprocas, à sua utilização econômica; é, numa boa proporção, como força de produção que o corpo é investido por relações de poder e de dominação; mas em compensação sua constituição como força de trabalho só é possível se ele está preso num sistema de sujeição (onde a necessidade é também um instrumento político cuidadosamente organizado, calculado e utilizado); o corpo só se torna força útil se é ao mesmo tempo corpo produtivo e corpo submisso. (FOUCAULT, 2014b, p. 29)

A impossibilidade de explicar o mundo através da razão, a valorização da mente em detrimento ao corpo, a importância da liberdade do homem, mas a necessidade de moldá-lo para trabalhar na geração de renda, acabaram criando uma sensação de insatisfação e “[...]um mal-estar profundo em relação à época que invade não somente os artistas e intelectuais, mas todo o estrato burguês.” (ECO, 2014, p. 313). Nas artes há crescente interesse na estética das ruínas, que gerava uma aproximação com a morte, com o corpo que envelhece, adoce, limita a mente. Esse sentimento de incerteza coloca fim ao século das luzes e dá início à era romântica e a valorização das emoções. Apesar do prestígio da ciência continuar presente no século XIX, passa a existir agora uma preocupação com os sentimentos humanos, supervalorizados, e um olhar para o eu. As últimas décadas do século XVIII e o século XIX são marcados pelo período do romantismo, do homem romântico que transita entre: “Beleza e melancolia, coração e razão, reflexão e impulso.” (ECO, 2014, p.299). Fim da soberania francesa e início da potência britânica.

Foi o século da revolução industrial e da submissão de trabalhadores a condições precárias e controle de seus corpos enquanto ferramentas. Também foi um período de migrações para os grandes centros urbanos, ambas condições que favoreceram a proliferação de doenças contagiosas, como a tuberculose, e, devido a isso, um grande avanço da medicina. As teorias sobre a saúde pública e a medicina social também foram cunhadas nesse período. Com as melhorias na área médica, também foi o século de um significativo aumento populacional, bastante necessário para produção de força de trabalho da época. Durante esse século também ocorreu a libertação dos escravos e, na segunda metade desse, as teorias liberalistas e marxistas tomaram conta da Europa.

No início desse século surge a corrente filosófica denominada positivismo. Para August Comte⁹ (1830-42), um dos principais pensadores dessa corrente, o positivismo

⁹ Isidore Auguste Marie François Xavier Comte (1798-1857) um dos grandes filósofos franceses do século XIX, fundador do Positivismo (Maison Auguste Comte, disponível em: <<http://augustecomte.org/auguste-comte/>> - acessado em 18/08/2017)

surge como reflexo da crise da idade média que, como vimos até aqui, tornou-se insustentável para o pensamento da sociedade ocidental. Além disso, um desenvolvimento sociológico do iluminismo que propõe uma negação ao teológico e metafísico e a qualquer fato que não possa ser explicado através do conhecimento científico. Os positivistas contrapunham inclusive o racionalismo, já que a busca por causas ou efeitos que não pudessem ser comprovadas pela ciência seriam consideradas buscas sem sentido. O positivismo pode ser entendido como um reflexo do desdobramento do desenvolvimento industrial e da necessidade da época de valorização humana, já que aqui começam as preocupações com o desenvolvimento tecnológico e o questionamento sobre as condições de trabalho, que são discutidas até os dias de hoje.

Comte propõe um método positivista, para ele, quaisquer acepções idealistas ou racionalistas iriam contra o natural. Acredita que não existe motivo para justificar fenômenos, o único método científico capaz de produzir um entendimento da sociedade seria a observação. Os pensadores positivistas se colocam então contrários ao romantismo e ao transcendentalismo que surgiram na época, negando a subjetividade e reforçando a importância que davam ao campo do sensível e da observação de fatos. Comte estabelece uma conceituação baseada em sua Lei dos três estados, que propõe estágios pelos quais a sociedade se desenvolve: primeiro o estado teológico baseado em deuses e com uma busca por semelhança a essas entidades ou por um paraíso; o segundo estado seria o metafísico, uma transição, ainda busca respostas através do uso da razão, apresenta também uma busca por algo que transpõe o humano; o terceiro estado é o positivo, sem busca por razões e apenas se apoiando na observação de fatos, a ideia é um entendimento do concreto.

Seguindo essa lógica progressiva dos três estados, Comte (1852) propõe uma religião humana como estágio final das religiões que vieram antes. Ao contrário das crenças anteriores, a religião humana se baseia no concreto, sem aspiração por crenças e baseada no conhecimento científico. Seu principal objetivo era a regeneração da sociedade e da moral de seus indivíduos. Essa nova religião tem como base práticas das religiões que a precedem: seu deus é a humanidade, seus santos, pessoas que trouxeram algum progresso relevante para esse deus, além disso apresentava um calendário próprio e propunha hábitos, cultos e uma doutrina.

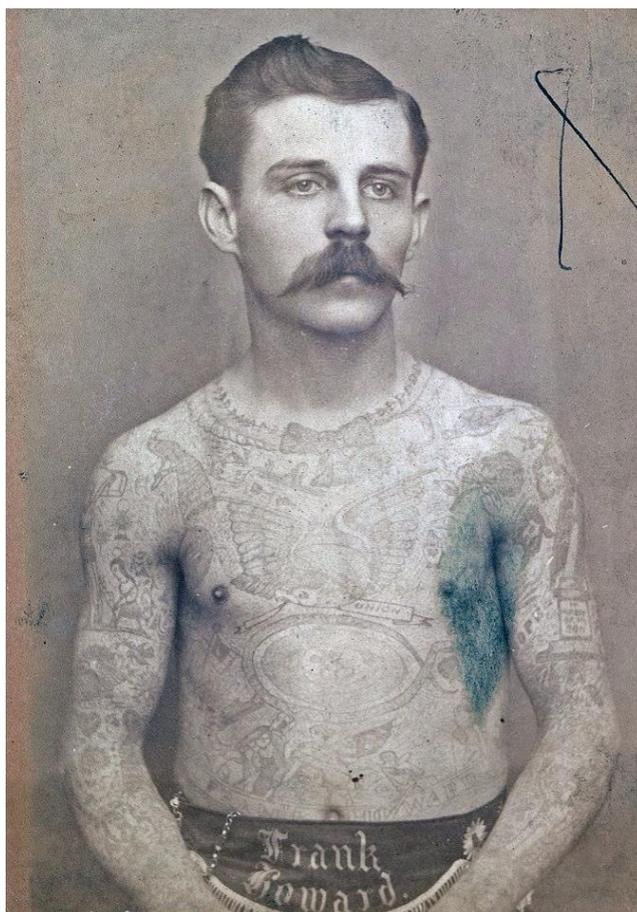
A tatuagem no século XIX e início do século XX

O período também foi responsável pela relação negativa dos países de tradição católica à tatuagem. Um exemplo é este autor italiano que utilizou a tatuagem, dentre outros traços físicos, para caracterizar pessoas moralmente degeneradas. Para Cesare Lombroso, em sua obra *O homem criminoso* (1876): “Tatuagem é um sinal de inferioridade mental praticado por raças inferiores. “(LOMBROSO *apud* MARQUES, 1997, p.63).

Contudo, no século XIX positivista, triunfam, no campo da antropologia criminal, as posições de Cesare Lombroso, que, em *O homem delinquente*, tentava demonstrar que os traços da mente criminosa estavam sempre associados a anomalias somáticas. Lombroso não chegava à simplificação de dizer que quem é feio é sempre delinquente, mas associava estigmas físicos a estigmas morais, como argumentos que se pretendiam científicos. É fácil, pelo menos na divulgação popular tais teorias, não dar a devida importância ao fato de que muitas deficiências físicas verificam-se com maior frequência em camadas sociais oprimidas pela má nutrição e outras doenças e de que, obviamente, é entre estes marginalizados que os comportamentos sociais se dão com maior frequência. Daí a encorajar o preconceito de que ‘quem é feio é mau por natureza’ é um passo. (ECO, 2015, p.261)

A tatuagem era símbolo do estigma moral, por esse motivo, era comum ver prisioneiros, piratas, marinheiros, prostitutas, que portavam tatuagens. Nesse grupo também estavam artistas circenses que se tornavam atração por seus corpos cobertos de desenhos. Dentre os diversos exemplos desse grupo, vamos citar Frank Howard (1857-1920), conhecido como “o homem tatuado original”, que após uma turnê com o circo Barnum & Bailey, no início dos anos 1890, com a sua irmã, Annie Howard, decidiu abrir um estúdio de tatuagem em Boston, que se estabeleceu como um dos maiores estúdios da costa leste americana.

Figura 4: Frank Howard, final da década de 1890



Fonte:

http://68.media.tumblr.com/8c7f842c50bb49aba09ead7e7ca02205/tumblr_nltsnqjk8O1r65d8uo1_1280.jpg

Mas foi também no período vitoriano europeu (1837-1901), que a tradição militar dos reis e da nobreza fizeram com que essa parcela da população entrasse em contato com a prática da tatuagem, inclusive com os tatuadores que faziam os desenhos nos navios, e com diversos estilos, em especial o Japonês, após a abertura do país. O estilo asiático de tatuagem foi altamente valorizado na Europa, influenciando os desenhos modernos. Sailor Jerry¹⁰ foi um famoso tatuador de marinheiros e aprendeu a tatuar primeiramente com a técnica *hand-poke tattoo*¹¹. Seu estilo de arte foi bastante influenciado por suas viagens ainda na marinha norte americana ao sudeste asiático e teve grande influência no estilo de tatuagem moderno.

Para ilustrar, apresentamos os pôsteres circenses, do início do século XIX, que anunciavam os *side shows*, também conhecidos como *freak shows* – ou ainda, no Brasil,

¹⁰ Norman Keith Collins (1911-1973), artista tatuador, marinheiro e músico norte americano.

¹¹ Técnica que não utiliza a máquina para execução de tatuagens.

como show de horrores. Geralmente esse tipo de show apresentava pessoas consideradas aberrações, com alguma anomalia genética marcante, como maior ou menor número de membros no corpo, excesso de pelos, tamanho do crânio diferente do convencional ou, nesse caso, tatuagens que cubram o corpo:

Figura 5: *Vintage Circus Sideshow* - reimpressão de poster, originalmente desenvolvido e impresso na Alemanha, La Bella Angora, 1906.



Fonte: https://www.yellowbeakpress.com/products/vintage-la-bella-angora-queen-of-tattooed-women-poster-print?utm_campaign=Pinterest%20Buy%20Button&utm_medium=Social&utm_source=Pinterest&utm_content=pinterest-buy-button-0c86dbd60-2797-46fe-9feb-ed50c7252298

Figura 6: *Vintage Circus Sideshow* - reimpressão de poster, originalmente desenvolvido e impresso na Alemanha, Don Manuêlo, 1908.



Fonte: https://www.yellowbeakpress.com/products/vintage-don-manuelo-tattooed-strongman-poster-print?utm_campaign=Pinterest%20Buy%20Button&utm_medium=Social&utm_source=Pinterest&utm_content=pinterest-buy-button-0b570a8f6-4a03-4075-b687-c6a1c3315cd2

Figura 7: *Vintage Circus Sideshow* - reimpressão de poster, originalmente desenvolvido e impresso na Alemanha, Annie Frank, 1911.



Fonte: https://www.yellowbeakpress.com/products/vintage-annie-frank-living-picture-gallery-poster-print?utm_campaign=Pinterest+Buy+Button&utm_content=pinterest-buy-button-0c1dad5f-73d4-4d87-86b5-5615251743f8&utm_medium=Social&utm_source=Pinterest

No século XX surgiu o movimento denominado *primitive moderns*, que teve início com Fakir Musafar – xamã, artista, *piercer*, e modificador do corpo, conhecido por sua extensa pesquisa sobre modificação corporal e diretor do Fakir Body Piercing & Banding Intensives, único curso da área no mundo; Fakir também deu nome aos jogos corporais – que, influenciado pelos hábitos de uma reserva indígena, buscou entender e conhecer as técnicas de modificação corporal e praticá-las em seu próprio corpo. O termo “modern primitives” foi utilizado por ele em 1979. O termo era relacionado às pessoas que faziam parte de sociedades modernas, mas adotavam práticas primitivas. Ele começou suas experiências de modificação aos 12 anos (1942) com um espartilho e aos treze anos colocou seu primeiro piercing no prepúcio.

Figura 8: Fakir Musafar - waist training



Fonte: <http://www.fakir.org/images/GentlemanW.jpg>

Para Fakir, as regras eram uma restrição de sua liberdade e alteridade. Ele praticava “jogos corporais” para se aproximar da magia. Para ele, esse era o meio de controlar o mundo. Suas experiências buscavam aproximá-lo da morte e da espiritualidade: Fakir explica suas práticas como uma transcendência, uma busca do êxtase, e para alcançar o eu ou uma verdade espiritualizada, torna-se necessária a dor. (DOSSIN; RAMOS, 2008, p.7) Fakir também apresentava uma explicação para essa sua relação com a dor. Para ele a dor que era esperada e muitas vezes procurada não era ruim para o ser. Quando ele se submete à alguma dor extrema, se aproxima de estados de espírito que transcendem a carne.

Os primitivos modernos não são nominados unicamente por suas práticas ritualísticas, mas também por associações primitivas com a sexualidade não repreendida pelo catolicismo e uma tentativa de existir num molde anterior à condição social (ROSENBLATT, 1997, p. 322). As modificações em si não fazem do indivíduo um moderno primitivo, pois segundo as doutrinas do movimento ele precisaria ter convicções que confrontassem o mercado para isso. Provavelmente esse é o ponto que afasta os indivíduos que praticam a modificação corporal unicamente como forma de expressão, arte ou adorno dos modernos primitivos, pois em nossa perspectiva acreditamos que a *body modification* praticada nos dias de hoje não necessariamente nega o sistema e que seus participantes não buscam somente viver marginais a ele. As modificações parecem ter uma relação estreita com a pós-modernidade do que com a tradição dos primitivos modernos.

Considerando o que foi visto nesse primeiro capítulo, gostaríamos de destacar alguns pontos que terão alguma influência no imaginário corporal contemporâneo. Como por exemplo a busca por um físico perfeito e saudável, a repreensão e o pudor com o corpo herdados da cultura cristã, a prática de flagelos corporais como penitência e a relação dos prazeres do corpo com o pecado, a supervalorização da mente humana e a preocupação médica com a manutenção da saúde corpórea, o enaltecimento humanista e a noção de superioridade e importância da espécie humana. E as disciplinas: “[...] arte de dispor em fila, e da técnica para a transformação dos arranjos. Ela individualiza os corpos por uma localização que não os implanta, mas os distribui e os faz circular numa rede de relações” (FOUCAULT, 2014b, p.143).

Com isso, veremos agora como essas influências históricas ocidentais permeiam o pensamento e os relacionamentos entre indivíduos e desses com seus próprios corpos, além de alguns pensamentos da atualidade que contribuem para mudanças nessas relações. O segundo capítulo desse trabalho pretende entender algumas relações modernas que influenciam nos corpos e nas práticas que os envolvem.

Capítulo II: Novas disciplinas sociais e corporais

A curiosidade em torno do tema surgiu pelo interesse sobre a modificação corporal no geral. As modificações extremas, as cirurgias plásticas e até mesmo a maquiagem. Porém, gostaríamos de entender como ou porque algumas das modificações são absorvidas pelo mercado, pela mídia, pela sociedade e como é possível analisar a individualidade e a diferenciação do sujeito em certos espaços. Por esse motivo, pretendemos, a partir daqui direcionar nosso estudo.

Terminamos o capítulo anterior escrevendo sobre os *primitive moderns*, as práticas de jogos corporais e a busca por uma quebra com os padrões sociais. Não nos interessa nessa pesquisa entender essas modificações extremas e que ainda não fazem parte da mídia, essa análise foi feita para possibilitar o entendimento desse rompimento com padrões estéticos e amarrações sociais que permeiam a discussão em torno da modificação corporal e da liberdade para entender e trabalhar o próprio corpo. Os *primitive moderns* ainda não estão presentes na grande mídia, ainda existe um espaço de contestação. Talvez eles ainda sejam as aberrações dos circos do século XIX nos dias de hoje, mas vamos deixá-los de lado nesse estudo já que nos interessam os padrões aceitos no *mainstream*, as tatuagens que são atualmente valorizadas pela mídia e pela moda.

Vamos tentar entender nesse capítulo como essa influência da sociedade ocidental faz com que nos relacionemos uns com os outros, com sigo mesmo, com a natureza, com a sociedade, e de qual maneira essas relações são estabelecidas. O nosso foco de análise continua sendo o corpo, mas alguns temas relacionados às inter-relações que podem influenciar padrões estéticos, hábitos ou comportamentos relacionados ao corpo também nos interessam. Tentaremos mostrar como os corpos em sociedade na atualidade foram construídos a partir dessa cultura do ocidente que apontamos no capítulo anterior.

Um dos pontos principais apontados no primeiro capítulo como estopim para muitas das mudanças da sociedade moderna é o desenvolvimento do capitalismo e a noção de liberdade que esse sistema carrega. Essa mudança acaba sendo responsável pelo declínio das instituições disciplinares, já que o conceito de liberdade implica diversas autonomias. Veremos nesse capítulo que esse conceito é bastante frágil nos dias atuais, existe apenas uma sensação de liberdade. Mas podemos dizer que no desenvolvimento da sociedade ocidental ocorreu uma busca pela liberdade do homem

e conseqüentemente de seus corpos, o que antes era entendido como regra passa a ser questionado em diversos aspectos. Mas ainda não deixamos de ter amarrações e sujeições, elas apenas foram deslocadas, é isso que tentaremos mostrar nesse capítulo: os corpos estão cada vez mais livres das disciplinas enunciadas por Foucault (2017), mas, cada vez mais, influenciados por novos padrões.

Atualmente a religião já não tem mais força primordial para o regimento social (pelo menos no ocidente), mas muito do pudor e do medo de assuntos que envolvam a sexualidade ainda estão presentes nas relações interpessoais. Ainda é comum a prática de ensino nas famílias, na escola, no ambiente médico, de como se relacionar com as questões sexuais, aquilo que deve ser entendido como certo ou não, a necessidade de se prevenir doenças ou a natalidade com o uso de preservativos, a maneira correta de se tratar o sexo e a sexualidade, as diferenças entre homem e mulher, uma tentativa de normatização. Existe uma onda conservadora que sugere a necessidade de manutenção dessas estruturas disciplinares, defendendo a importância da contenção do homem em diversos aspectos.

Ao mesmo tempo, existe uma necessidade de entendimento das diferentes opções e das diferentes percepções do corpo, que anteriormente não eram aceitas ou discutidas e que parecem contrapor as regras e as conceituações disciplinares, fixas. Aparecem novas maneiras de se entender o corpo, não mais homem e mulher, constituição familiar tradicional, relacionamentos padronizados. O que antes era entendido como verdade, passa a ser questionado. O corpo ainda faz parte da sociedade, ainda está submetido às normas de conduta, ainda é explicado através da ciência, da biologia, da sociologia, nas bases humanistas, com a necessidade de entendimento, conhecimento, cuidado, mas as relações entre sujeito e sociedade, e com ele mesmo, vem sofrendo mudanças. Nas palavras de Wilton Garcia:

A dinâmica interna do próprio sujeito – longe de uma perspectiva narcísica – é fruto das discussões com o outro, no sentido de alteridade, repensando até mesmo o conceito de panóptico em *Vigiar e Punir* (1987). Foucault resgata a ordem disciplinar do sistema dominante, entre público e privado para demonstrar a castração do sujeito, em que o corpo pulsa afeto, erótica, desejo, gênero, sexo e sexualidade como forma de controle sociocultural e de poder do Estado. Em *História da Sexualidade* (1999), ele descreve o território da economia sexual com base na saúde e na filosofia, em que a problematização da moral, da ética, da estética e da dietética do corpo já era pensada desde a antiguidade grega, porém essas reflexões devem ser atualizadas. (GARCIA, 2005, p.5)

Foucault propõe em suas análises uma descentralização do poder soberano (o Estado) em *micro-poderes*, responsáveis por disciplinar o corpo dos indivíduos potencializando sua capacidade de funcionamento enquanto máquinas trabalhando pela indústria. Ainda em relação ao corpo, o autor propõe uma organização do corpo coletivo através do *biopoder* – conjunto de técnicas que promovam um controle populacional através da subjugação de corpos. Esse conceito foi cunhado a partir da percepção do homem como pertencente à espécie humana e o reconhecimento da existência de um corpo que o incluiria nessa categorização:

Mais precisamente, eu diria isto: a disciplina tenta reger a multiplicidade dos homens na medida em que essa multiplicidade pode e deve redundar em corpos individuais que devem ser vigiados, treinados, utilizados, eventualmente punidos. E, depois, a nova tecnologia que se instala se dirige à multiplicidade dos homens, não na medida em que eles se resumem em corpos, mas na medida em que ela forma, ao contrário, uma massa global, afetada por processos de conjunto que são próprios da vida, que são processos como o nascimento, a morte, a produção, a doença etc. (FOUCAULT, 1999, p. 291)

Vamos citar brevemente algumas instituições e ideias propostas por elas que até hoje influenciam o *modus operandi* da sociedade. Inicialmente a igreja: a religião ensina o que é certo e como as pessoas devem agir civilizadamente negando seus instintos e os prazeres do corpo. Depois da igreja, o *biopoder* (FOUCAULT, 2014a) também controla o corpo da população. Práticas como controle de natalidade foram utilizadas para que o governo pudesse gerir o povo de uma maneira vantajosa para o poder. Os hospitais seriam outra instituição com poder de limitação, as pessoas são internadas ou isoladas por alguma doença, políticas de prevenção para que o trabalhador esteja saudável e possa exercer sua função por mais tempo. Os manicômios ou as clínicas de psiquiatria ou psicanálise também moldam o indivíduo para que ele seja normal nos padrões impostos a ele.

As escolas também exerciam o papel de normatização: os alunos eram educados para entenderem o mundo de determinada maneira e funcionarem de acordo com as necessidades do capitalismo. Ainda hoje é muito comum se falar em ensino profissionalizante, facilidade de acesso ao mercado de trabalho, parece que o ensino tem como única prioridade a formação de força de trabalho. Outra estrutura disciplinar bastante forte era a família. Anteriormente assuntos de controle corporal eram passados como ensinamentos familiares, as mães ensinavam as filhas a fazerem o enxoval para o casamento, era explicado que o sexo só era permitido após a comunhão, dentre outros aspectos.

O indivíduo e seu corpo ainda estão inseridos em estruturas disciplinares, mas essas, perderam força ao longo dos séculos. Hoje, os relacionamentos intra e interpessoais são diferentes do período estudado – e inclusive do vivido – por Foucault, apesar de ser possível analisar a partir de suas pesquisas, é necessária uma atualização. É possível entender o corpo como disciplinado, mas as práticas atuais pretendem uma autonomia muito maior por parte do indivíduo em relação ao seu próprio corpo, ao menos há essa sensação. Apesar de o corpo estar sujeito à produtividade, às restrições médicas, aos padrões estéticos e às expectativas sociais, parece haver uma maior liberdade, já que, na atualidade, o sujeito se tornou seu próprio patrão e seu desenvolvimento depende unicamente de seu próprio esforço.

Esse conceito parece extremamente confortante e libertário, mas é o pensamento que gera maximização da busca por eficiência do seu humano – o homem é inteiramente responsável pelo seu sucesso, conseqüentemente, ele é responsável pelo seu fracasso. Esse modo de pensar impulsiona o excesso de trabalho, a falta de sono, dentre outros aspectos relacionados ao corpo (HAN, 2016). Nas palavras do autor: “A sociedade do século XXI não é mais a sociedade disciplinar, mas uma sociedade de desempenho.” (HAN, 2016, p.23)

O autor explica como a sociedade disciplinar estava pautada no *não*. Como tentamos explicar até agora, o homem vivia cercado por negativas sobre o seu corpo, não se pode falar de sexo, não podemos associar o corpo humano à excretas, não deve adoecer, não se deve agir como se quer. Para o autor, essa relação negativa gerava “loucos e delinquentes” (HAN, 2016, p.25). Mas a sociedade atual, apesar de pautada na positividade, gera “depressivos e fracassados”. Ainda na mesma página, “A positividade do poder é bem mais eficiente que a negatividade do dever”. Como mencionamos no parágrafo anterior, a positividade enunciada por Han é responsável pela auto regulação, pela autocrítica, por uma busca pelo aprimoramento constante, por uma auto cobrança sem fim. Estaríamos livres dos padrões do passado, mas estamos sujeitos a inúmeros novos padrões que determinam o corpo.

Essa busca interminável pelo aprimoramento pessoal faz com que a sociedade pense de maneira quase contrária ao período iluminista: nossa mente é muito dispersa, nós conseguimos treinar nossos corpos e eles se tornam mais eficientes, melhoramos a medicina e temos cada vez mais controle das doenças, mas a nossa mente vive dificultando nosso pleno desenvolvimento com distrações e sentimentos. Fica evidente o aumento dos discursos com o incentivo ao esporte como prática para melhoria do desempenho cognitivo, ou o uso de substâncias como a cafeína para otimização das

funções neuronais, além do uso de medicamento com prescrição restrita que fazem com que a nossa mente trabalhe de maneira mais precisa de menos humana.

Existem autores que consideram métodos ainda mais *mecanizadores*. É o caso de Noah Harari, que menciona experimentos que excluam sentimentos da mente humana, método que foi utilizado para tratar pacientes com memórias responsáveis por estresse extremo, como a dos soldados que participaram da guerra. O autor analisa esses experimentos para justificar a falta de livre arbítrio do homem. Para ele, nós nunca tivemos escolhas, já que estamos inseridos em diversas subjetivações que nos fazem pensar de uma maneira ou de outra, ou seja, o homem nunca poderá fazer uma escolha plena, já que está sempre submetido à uma pré-triagem que nos dá opções, e opções são limitações da liberdade de escolha, isso porque os seres “Humanos não são indivíduos. Eles são ‘divíduos’”. (HARARI, 2016, p. 294).

Portanto, além do enfraquecimento das estruturas disciplinares, também estamos enfrentando essa crise do pensamento humanista. Ainda tentamos prevenir a morte, estender a vida a qualquer custo, evitar a doença, cuidar do corpo para que possamos usar a mente à plena potência. Mas entender o homem como ser superior, animal inteligente, dominador, fecundador, fica cada vez mais inviável. O homem se depara com desastres naturais, problemas climáticos, inteligências artificiais e não consegue mais se afirmar como antes, gerando mais um problema de identidade. “O que há de humano no ser humano, de natural na natureza, que é preciso proteger?” (BECK, 2016, p.34). O homem deixou de ser a figura central, a ideia é semelhante à descoberta do sol enquanto centro do universo, descobrimos nossa vulnerabilidade e impotência em diversos aspectos. Ainda de acordo com o autor:

Acabam sendo feridos e despertados níveis de uma consciência natural do ser humano, que solapam e impugnam o dualismo de corpo e espírito, natureza e humanidade. [...] Uma comunhão entre a Terra, as plantas, os animais e os seres humanos se torna perceptível, uma “*solidariedade das coisas vivas*”, que envolve tudo e a todos igualmente na mesma ameaça. (BECK, 2016, p. 91)

O autor utiliza o declínio do pensamento humanista para justificar o que ele chama de *sociedade de risco* (BECK, 2016), que parte do medo de não conseguir controlar tudo com a mente brilhante e evoluída do homem. Os avanços da ciência se mostraram limitados e ineficientes em diversos aspectos, não seria possível ter o controle e a capacidade de prevenção para tudo. O homem agora não se preocupa com a saúde unicamente por achar que sua vida é altamente relevante para o mundo e que sua mente pode ser de suma importância para a sociedade, mas porque ele tem medo

da sua própria fragilidade. Conseqüentemente, a crise do pensamento humanista também reorganiza a relação do homem com seu corpo, com o outro, com a natureza, com o espaço físico.

Então, o homem moderno está livre para tomar suas próprias decisões com relação à sua vida e seu corpo, mas ele deve ser bem-sucedido, trabalhar no seu próprio espaço e tempo e mostrar como pode ser efetivamente eficiente e bem coordenado com suas próprias obrigações. Além disso, ele deve ser livre para escolher seu próprio corpo e para conviver com ele como achar melhor, mas será mais aceito se for magro e saudável, se importar com suas rotinas e o melhoramento pessoal. A mente do homem é considerada confusa e cheia de distrações que geralmente envolvem sentimentos e atrapalham o pleno desenvolvimento social. O homem foi realocado enquanto animal vivo, perecível, vulnerável e não mais como ser superior capaz de controlar todo o movimento da Terra e espaço.

A partir desses aspectos o homem contemporâneo vai se enquadrando em novos moldes, novas expectativas, novas maneiras de se relacionar. Estamos propondo que essas novas sujeições sejam chamadas de *novas disciplinas*. Mesmo que essas não sejam exercidas por estruturas disciplinares bem estabelecidas, elas fazem parte de uma nova estrutura social diretamente ligada à estrutura comercial e mercadológica, como se o mundo fosse determinado por uma nova grande estrutura disciplinar generalizada. Tentaremos retomar mais alguns aspectos citados no capítulo anterior que podem ter colaborado para essas *novas disciplinas*.

Mais um ponto relevante para retomada do que entendemos como desenvolvimento da sociedade ocidental no primeiro capítulo: a ideia de privacidade – que, como mencionado, surgiu depois da Idade Média, quando a solidão era considerada um estado daqueles que não podiam conviver em sociedade ou extremamente raro para as pessoas comuns. Foi assim que, na modernidade, surgiram “dois âmbitos claramente delimitados: o espaço público e o privado, cada um com suas funções, regras e rituais que deviam ser prudentemente respeitados.” (SIBILIA, 2016, p.95). As práticas pessoais tendem a ficar, cada vez mais, restritas ao âmbito privado. As cidades são cada vez menos um espaço para as pessoas, elas viram espaços de carros, de empresas, mas não de quem a habita.

A autora explica que o declínio do espaço público juntamente com o inchaço do âmbito privado, assim como a supervalorização do eu, denominado por Richard Sannett de “regime da autenticidade” (*apud* SIBILIA, 2016, p.92) pode ser entendido:

Ainda de acordo com a tese do sociólogo estadunidense, tanto esse intenso desejo de legitimar a si mesmo mostrando uma personalidade autêntica – isto é, sintonizada com aquilo que realmente se era – como essa dupla tendência de abandono do espaço público e inflação do âmbito privado obedeceram a interesses políticos e econômicos específicos do capitalismo industrial. (SIBILIA, 2016, p.93)

Essa tendência à reclusão evidenciou-se com o surgimento e, principalmente, popularização da internet. As pessoas se afastam, gradativamente, da esfera pública, se entretém dentro de suas casas, em seus computadores, consumindo na rede. Um elemento importante dessa tendência a reclusão apresentadas na obra de Paula Sibilia é a narrativa de si. Quando as pessoas se voltam para o eu em ambiente privado, surgem as práticas de diários, que com a popularização da internet se convertem em blogs. Há uma busca cada vez maior por uma personalidade que interesse ao outro, que seja passível de *likes*. Mas ao mesmo tempo, há a necessidade de ser autônomo, gerir a si mesmo, parecer autêntico e forte.

Interessante perceber como esse êxodo do espaço público para o privado e a popularização da internet parece ter gerado uma popularização do íntimo, muitas pessoas expõem a sua privacidade para o outro na rede em uma relação bastante complexa e que demandaria outro trabalho de pesquisa só para tentar entender essa corrente. Não pretendemos fazer uma análise profunda sobre isso, mas é um tema relevante, já que o nu faz parte desse íntimo e apresenta uma crescente aparição na rede como algo normal, quase público.

Essas mudanças no pensamento social ocasionam alterações nos hábitos de consumo da sociedade. As pessoas se afastam do público, mantem sua rotina no privado, vivem voltados para o seu próprio eu, consomem para se satisfazer. “Não mais viver e se sacrificar por princípios e bens exteriores a si, mas se inventar, estabelecer para si suas próprias regras visando uma vida bela, intensa, rica em sensações e em espetáculos.” (LIPOVETSKI; SERROY, 2015, p.32). A busca por uma vida plena passa a ser cada vez mais intrusiva e menos dependente de fatores externos e das estruturas disciplinares, aquelas enunciadas por Foucault, mas se mostram ligadas ao que chamamos anteriormente de *novas disciplinas*.

Passa a existir uma preocupação com o eu, com a interioridade e, conseqüentemente, com o corpo. O sujeito tem maior interesse em si, na sua individualidade e em como mostrar que é especial e único. “Essa paixão repentina pelo corpo é uma consequência da estruturação individualista de nossas sociedades

ocidentais[...]. "(LEBRETON, 2015, p.53). O autor menciona como a modificação corporal vem reforçar essa ideia de identidade única:

O estigma simbolizava a alienação ao outro na sociedade grega antiga; hoje, ao contrário, a marca corporal ostenta o pertencer a si. Traduz a necessidade de completar por iniciativa pessoal um corpo por si mesmo insuficiente para encarnar a identidade pessoal. (LEBRETON, 2015, p.40)

A medicina mostra como deve ser o corpo saudável, como cuidá-lo e aprimorá-lo. São ensinados moldes de vida excelente e meios para alcançá-la, seja através de atividades físicas regulares, alimentação regrada, ou controle por medicamentos e intervenções cirúrgicas. Essas palavras fazem parte do regimento disciplinar: moldes, ensinamentos, regular, regrado, controle. São padrões e métricas que ensinam aquilo que é certo ou errado dentro de uma normalidade criada durante a história, por esse motivo escolhemos tratar essas subjetivações várias como *novas disciplinas*. "Presenciam-se as (trans/de)formações do corpo e, com elas, instauram-se 'novas/outras' mediações entre o cuidar da aparência física e de sua representação sociocultural. "(GARCIA, 2005, p. XIV).

O corpo fica preso em padrões estéticos, políticos e médicos que propõe o certo e o errado. Além de refletir uma personalidade que se pretende única, forte e especial. As pessoas precisam trabalhar, ter rendimento e manter o corpo apto a gerar produtividade. É necessário cuidar da postura enquanto fica sentado por horas em um escritório ou na frente de um computador, não se deve ignorar a circulação, ponderando a movimentação dos membros ao longo do dia. Seria ideal conciliar a rotina do trabalho com exercício físico diário, procurar manter uma alimentação completa e se preocupar em manter seus horários. Além disso, o corpo deve ser bonito, mas cada vez mais, o bonito está relacionado à saúde e ao bem-estar. Para Lipovetsky e Serroy:

De resto, a cultura técnica não é a única a sustentar o ativismo estético. Este também é favorecido por nossa cultura individualista-consumista-narcisista, em que agradar a si e aos outros, melhorar-se fisicamente se tornaram atitudes e aspirações legítimas. Em nossos dias, as novas normas do corpo exacerbam as paixões narcisistas de autovigilância, de manutenção de si, de otimização da aparência. E os valores individualistas e consumistas levam a querer o que há de melhor para si, a aceitar menos o inato, a recusar desgraças físicas e as marcas da idade. (LIPOVETSKI; SERROY, 2015, p.353)

Existem diversas cartilhas que devem ser seguidas pelo homem em sociedade, e, apesar de não ser comum, o flagelo como era praticado na era cristã, o corpo parece

estar sofrendo com essas novas obrigações, como os regimes, por exemplo. O que queremos apontar nesse capítulo é uma possível normatização de relações com o corpo que antes eram consideradas subversivas – como o caso das tatuagens, anteriormente consideradas estigmas e marcas de problemas de conduta ou exclusão social – e que agora são absorvidas pela grande mídia e pela estética convencional. “Hoje a tatuagem saiu da clandestinidade e afasta-se da imagem ruim que por muito tempo carregou, seu valor até se inverte, suaviza-se com os *kits* de tatuagem provisória à venda no comércio. “(LEBRETON, 2015, p.35).

Não quer dizer que todas as pessoas que pratiquem uma modificação corporal ou que busquem um estilo de vida diferentes estejam completamente inseridos num modelo social e não tenham autonomia ou consciência, e que sejam completamente imersas em um sistema, sem nenhum senso crítico. Mas entender que o sistema está absorvendo diferentes padrões que não são antagônicos enquanto estabilização do *status quo*, perceber o que importa para a sociedade atual enquanto resquício de um modo de pensar humanista, o que valoriza do homem e a prevenção da vida acima de qualquer coisa.

Mas as tatuagens e outras marcas permanentes do corpo, funcionam cada vez mais como meio de afirmação pessoal e de identidade. Especialmente porque o corpo vem sendo considerado “maleável, uma forma provisória, sempre remanejável, da presença fractal própria. “(LEBRETON, 2015, p.36). O autor menciona, na sequência desse mesmo trecho, a importância de Jean Paul Gaultier e seu desfile com modelos tatuados e com piercings, tornando normal a modificação corporal no mundo da moda e da mídia convencional. O desfile foi da coleção de primavera do estilista, em 1994, que, na época, causou comoção do público e da imprensa:

Figura 9: Desfile da coleção de primavera de Jean Paul Gaultier



Fonte: <http://assets.vogue.com/photos/55d9ffd2236da4c133179296/master/pass/JEAN-PAUL-GAULTIER-SPRING-1994-RTW-03.jpg>

O estilista ficou bastante conhecido e caracterizado por esse desfile. Em 2012, foi convidado pela marca Coca-Cola para desenvolver embalagens promocionais de distribuição limitada à França. O design das garrafas apresentava tatuagens em um tom que lembra a pele. Na imagem a campanha relativa ao produto:

Figura 10: Anúncio da edição especial da Coca-Cola light desenhada por Jean Paul Gaultier (2012)



Fonte: <https://labelledujourblog.files.wordpress.com/2012/06/diet-coke-tatto2.jpg>

Gaultier foi, por muitos anos, renegado por críticos da moda e pelo público, mas acabou contribuindo para a normalização da modificação corporal na publicidade e nas grandes revistas de moda. Apesar de terem sido absorvidas pela mídia, muitos autores defendem que as marcas corporais permanentes se distinguem da moda tradicional por não serem passageiras.

Ao não jogar o jogo da versatilidade da moda, mas, ao contrário, o da duração “para sempre”, a tatuagem se torna o instrumento da singularização pessoal, da extrema personalização da aparência individual. Isso, contra o fundo de um superinvestimento no corpo que substitui o fetichismo da moda vestimentária. [...] E é quando a moda efêmera não parece mais ser suficientemente individualizante que pode triunfar a tatuagem como estratégia que se vale da durabilidade como meio de hiperdiferenciação e de hiperpersonalização. Ao culto das marcas comerciais se soma agora o *branding de si próprio* na pele. (LIPOVETSKI; SERROY, 2015, p.371)

Essa exteriorização da subjetividade através da moda, do corpo, da modificação corporal tem como principal propósito mostrar para o outro, ostentar, provocar, seduzir, gerar interesse. Nessa busca por aparecer, por se *hiperdiferenciar* e se *hiperpersonalizar*, as pessoas se expõem cada vez mais nas redes, os padrões deixam de ser ditados pela mídia convencional para serem absorvidos por ela. Essa *hiperexposição* do eu está abrindo espaço para uma popularização do *divíduo* contemporâneo: a subjetividade única e especial pode tornar uma pessoa comum, uma celebridade.

Podemos entender essas *novas disciplinas* como pessoais e moldadas por cada indivíduo e por aspectos sociais diversos. A diferença é que antes as disciplinas eram ensinadas por estruturas sociais fixas e essas *novas disciplinas* seriam reforçadas por diversos aspectos sociais, do capitalismo, da convivência com os outros, das cobranças pessoais, do mercado, da alteridade, da subjetividade e de qualquer outra influência que incida no ser. Essa maneira de pensar o presente entende o sujeito como uma constante mutação exposta a inúmeros fatores internos e externos.

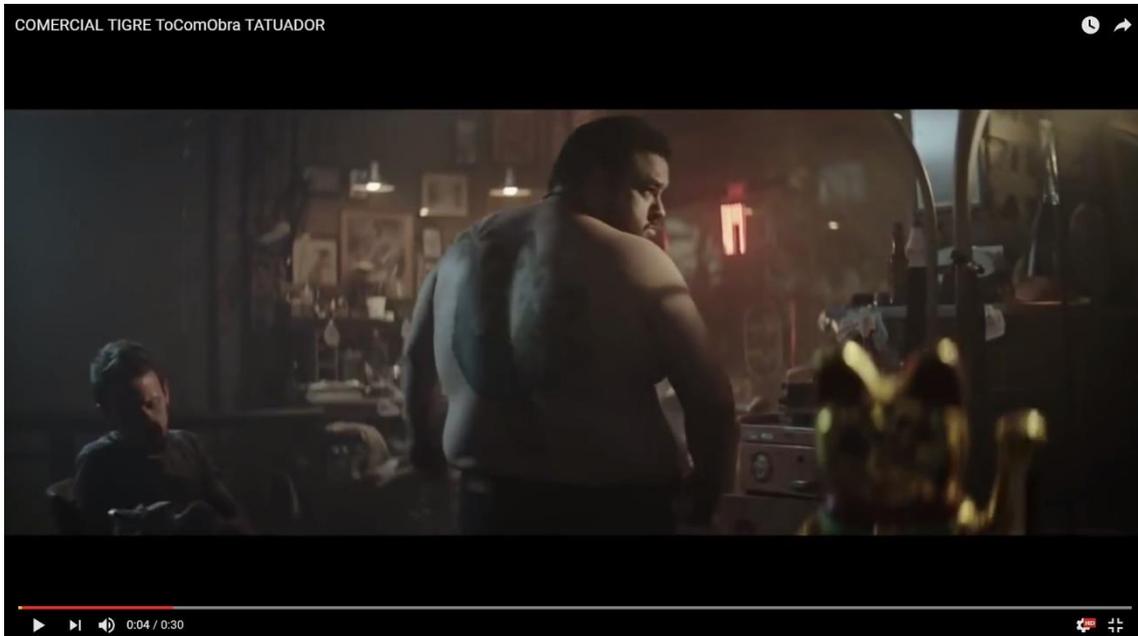
Gostaríamos de encerrar essa parte com a discussão de individualidade influenciada por *novas disciplinas*, além da absorção de padrões estéticos – que anteriormente foram considerados subversivos – pela grande mídia, e essa curiosa exposição do privado nas redes sociais. Todas essas características serão utilizadas para análise do novo padrão *inked* que se popularizou na rede.

A tatuagem representada na mídia convencional brasileira em 2017

A mídia brasileira costuma ser bastante conservadora em padrões estéticos. Por esse motivo, gostaríamos de apontar a repetição do tema tatuagem nas campanhas de TV de 2017. É interessante perceber que nenhum dos três exemplos tem uma ligação direta com a tatuagem, apenas foram utilizados enquanto estética popular. A primeira campanha apresenta diversas situações em que um indivíduo que está realizando obras em sua casa tem problemas com a marca escolhida para reforma. Nesse filme, especificamente, o tatuador “está com obra” e não consegue prestar atenção em seu trabalho, cometendo um erro na tatuagem escolhida pelo cliente – a escolha era um dragão e o tatuador fez um pavão nas costas do cliente. Quando a tatuagem estava terminada e o homem olha no espelho, ele reclama do desenho feito e o tatuador se

desculpa dizendo que está com obra e não usou a marca da campanha, o homem então o abraça mostrando que o motivo do erro é totalmente compreensível.

Figura 11: Captura de tela do comercial da Tigre – ToComObra: tatuador (2017)



Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=RSrjME7-Mmw>

A segunda campanha é da marca de itens para animais de estimação, Petz. A campanha *ame de novo* propõe a adoção de animais de estimação a partir das tatuagens. Não existe nenhuma relação direta entre os produtos e o estúdio de tatuagem em que foi gravada a campanha, mas a marca propõe a adoção de animais de estimação para suprir o espaço deixado pelos amores registrados nas tatuagens: ao invés de encobrir o nome do ex, amar um novo ser com o mesmo nome, já que os animais não se importam com o nome pelo qual são chamados.

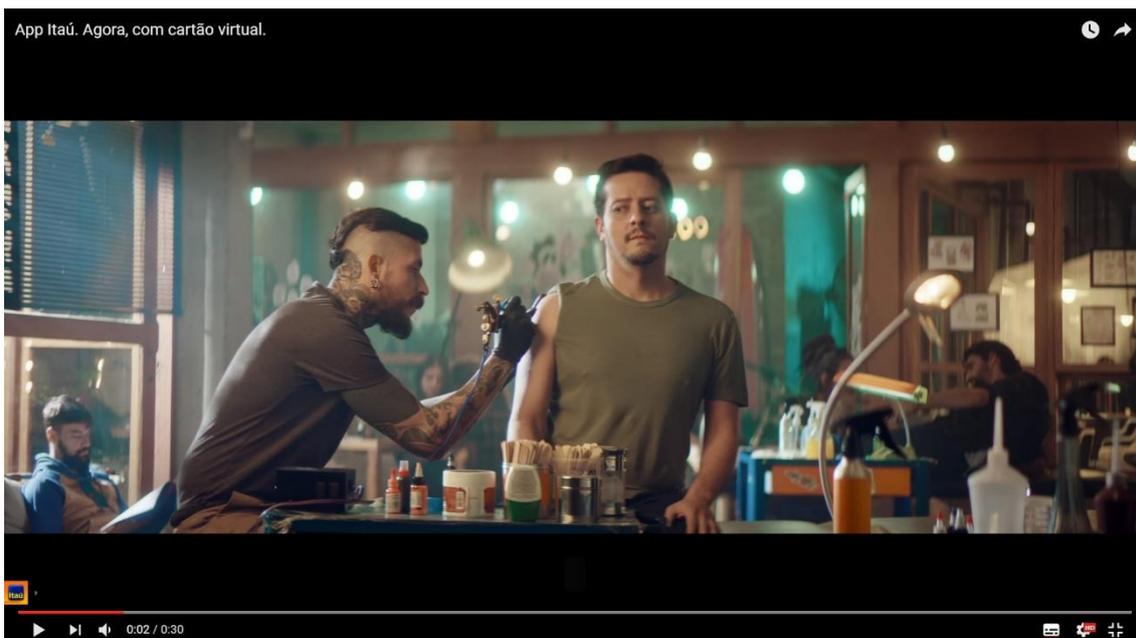
Figura 12: Captura de tela do comercial da Petz: Ame de novo (2017)



Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=-e82bQU9rzi>

A terceira campanha relaciona à insegurança e o medo de fazer uma tatuagem ao uso do novo aplicativo do banco Itau que possibilita o pagamento de comprar em máquinas credenciadas através de um cartão virtual gerado a partir do aplicativo no celular dos clientes.

Figura 13: Captura de tela do comercial do banco Itau: app Itau (2017)



Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=ZK7GX0y-LUI>

Decidimos apresentar essas campanhas unicamente para exemplificar a popularização do padrão *inked* na mídia convencional, incluindo a mídia tradicional brasileira que não costumava variar as representações. Mas a partir daqui, só vamos tratar da mídia convencional para citar celebridades que nos interessem, o foco desse trabalho não é a mídia convencional, ela serve apenas como comprovação de adesão de padrões estéticos individuais – vindos especialmente das redes – pelo *mainstream*. No próximo capítulo vamos citar alguns padrões estéticos, redes sociais, aplicativos e celebridades que nos interessam nesse contexto.

Capítulo III: A estética do cotidiano de qualquer um

Nos capítulos anteriores, tentamos compor o cenário das relações com o corpo que ainda influenciam os dias atuais. As disciplinas que controlavam os corpos parecem terem sido questionadas com a relativa sensação de liberdade que discutimos anteriormente. Gostaríamos, porém, de propor uma composição visual e estética das redes sociais que indiquem essa tendência ao que chamamos de novas disciplinas. Para isso, vamos utilizar alguns termos de pesquisa relativos ao objeto de pesquisa ou pessoas famosas e criar imagens ilustrativas a partir disso. Vamos ressaltar novamente que não estamos tentando generalizar nenhuma estética, apenas comprovar que existem alguns padrões bem definidos, não necessariamente que eles sejam universais ou essencialmente únicos. Lembrando também que estamos tentando ilustrar tendências ocidentais.

Um tema bastante recorrente da modernidade é a midiatização, uma discussão iniciada com a obra *A sociedade do espetáculo* de Guy Debord (1997), que propunha uma tendência à espetacularização generalizada na sociedade. Para o autor, a cultura das imagens gera uma mercantilização de tudo, fomentada pela indústria de consumo. Ele apontou uma tendência da minimização da importância do homem, como mencionamos anteriormente com a crise do pensamento humanista, que sugere uma degradação da importância dos seres e sua individualidade, a partir do consumo, propondo que o ter seria mais importante do que o ser. O passo seguinte seria o parecer. Nas palavras de Paula Sibilia:

Por isso são tão valiosas as suas observações acerca das relações que se mercantilizam ao ser mediadas por imagens; bem como a passagem do ser para o ter, e deste último para o parecer, deslizamentos que acompanham a ascensão de um tipo de subjetividade cada vez mais espetacularizada, o triunfo de um modo de vida baseado nas aparências e a transformação de tudo em mercadorias. (SIBILIA, 2016, p.347)

Essa importância do parecer se destaca cada vez mais nas mídias. A publicidade vende uma estética bastante moldada e um ideal de status social passível de compra. Não se fala mais em comprar algo para ter a posse do objeto, mas para adquirir um conjunto de aspectos que sejam adquiridos com ele. Anteriormente se falava em consumir para pertencer a um grupo ou uma tribo, mas entendemos que hoje, o ato de consumo está muito mais ligado à uma satisfação pessoal, mesmo que seja utilizado para parecer – ou aparecer, já que cada vez mais importa ser notado e ser único.

Voltamos então à questão da identidade, moldada a partir das várias subjetivações em que o sujeito está inserido, e por isso, não é fixa nem estável, muito menos única, e que pode ser construída.

Além disso, a propaganda e o cinema parecem ter desenhado a vida cotidiana: é possível fazer o comum parecer espetacular com edição, iluminação, teatralização. Isso explica, por exemplo, o sucesso dos programas de reality show. As pessoas se interessam pela intimidade, mas não qualquer uma, não é a vida comum que chama atenção, mas a vida comum redesenhada. Lipovetsky e Serroy (2015) utilizam o reality show de 2001, *Loft Story*, como exemplo dessa construção:

E não é a banalidade do real que é mostrada, mas um real que se tornou espetáculo, parecendo um filme, com suas lágrimas e seus risos, seus dramas e seu final feliz, e filmado como tal, com closes, flashbacks, montagem precisa, fundo musical. Nesses programas, não é o banal que fascina, mas as reações individuais, os amores, as paixões e as rivalidades: fenômenos subjetivos que, apesar de vividos por indivíduos quaisquer, nunca são totalmente do domínio do banal. É a subjetividade, o emocional, o excesso das situações e das reações que cativam os telespectadores, não o espetáculo da insignificância e da platitude. (LIPOVETSKY; SERROY, 2015, p.285)

Internet, estética e instagranismo

Se esse cotidiano moldado pode ser interessante aos olhos dos outros na mídia convencional, é fácil transportar essa estética para a internet. É comum que pessoas normais se tornem celebridades, ícones, *influencers* e é possível que qualquer um consiga se promover para tal. O autor Lev Manovich (2016) propõe em seus estudos uma nova tendência estética, quase uma tendência artística dos dias atuais, que parte das redes: o *Instagramismo*. Para ele existe uma construção almejada em redes sociais e ele explica como construir essa estética, como tornar seu perfil aprazível e, conseqüentemente, popular; é necessária uma padronização do *feed* imagético, com tons, temas e humores constantes. Ele explica que não é necessário que um padrão seja igual ao outro, mas que cada perfil tenha um padrão bem definido. O autor comenta essa tendência no seu trabalho:

Eu uso o termo *Instagramismo* para me referir à estética de fotos publicadas no Instagram e outras plataformas. Proponho que o aspecto fundamental do *Instagramismo* seja o foco no *humor* e na *atmosfera*, em vez de *representação* ou comunicação de *emoções*. Eu também proponho que o *Instagramismo* não se opõe drasticamente aos

gêneros "comerciais" e "dominantes" de imagens, como nas representações de *estilo de vida* de fotografia e videografia. Em vez disso, estabelece pequenas e sutis distinções dessas imagens em termos do que é mostrado, como é mostrado e com que finalidade. Em contraste com as diferenças muitas vezes binárias entre culturas "altas" e "baixas", ou as oposições claras entre a cultura "mainstream" e as "subculturas" durante o século XX, como analisado por Pierre Bourdieu, Dick Hebdige e outros, o *Instagramismo* usa um mecanismo alternativo. Nesse sentido, ele participa do maior movimento estético do início do século XXI também exemplificado no estilo "normcore"¹².

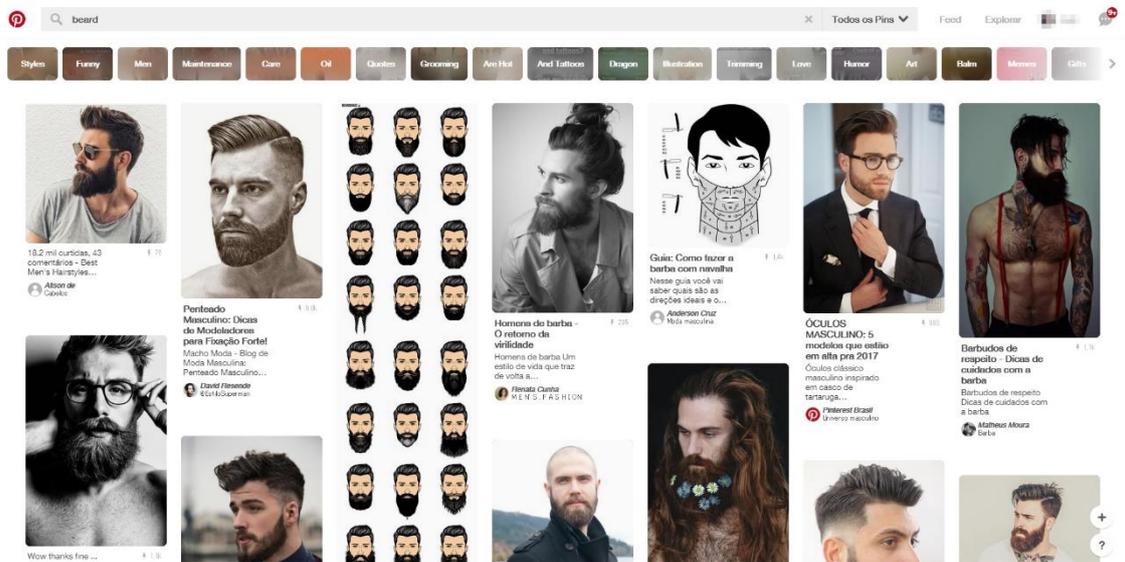
As distinções, alta/baixa e mainstream/subcultura, corresponderam às diferenças de renda, tipos de ocupações, antecedentes e educação. Em contraste, vejo o Instagramismo como a estética da nova classe *mundial da juventude digital* que emerge no início de 2010. Esta classe se sobrepõe parcialmente com a global *classe Adobe*. (MANOVICH, 2016, p.6, tradução nossa)

Entendemos como uma possibilidade tornar a própria vida um produto a ser consumido pelos seguidores nas redes sociais, e é isso que tentaremos propor nesse trabalho: qualquer um pode projetar seu cotidiano esteticamente e se tornar um influenciador ou uma celebridade. Como a estética da modificação corporal se popularizou com o desenvolvimento da cultura da internet, esse capítulo pretende apontar algumas tendências estéticas facilmente percebidas na contemporaneidade, algumas relações diretas entre períodos e termos relevantes de pesquisa na internet, e figuras públicas representativas do padrão proposto nesse trabalho. Manovich cita uma geração que emerge em 2010, coincidentemente, vamos citar muitos eventos ocorridos em 2011, vamos entendê-los como afirmação dessa geração citada pelo autor.

Em 2011, foram criados os aplicativos *Instagram* e *Pinterest*, que presumem a veiculação de imagens com marcações para caracterização. Ambos os aplicativos ajudaram a popularizar estilos que não eram muito vistos nas ruas, mas estavam crescendo no mundo. Como exemplo, a moda das barbas masculinas bem delineadas (Figura 14) e as maquiagens femininas marcantes (Figura 15), com sobrancelhas reforçadas, bastante populares nos dias de hoje.

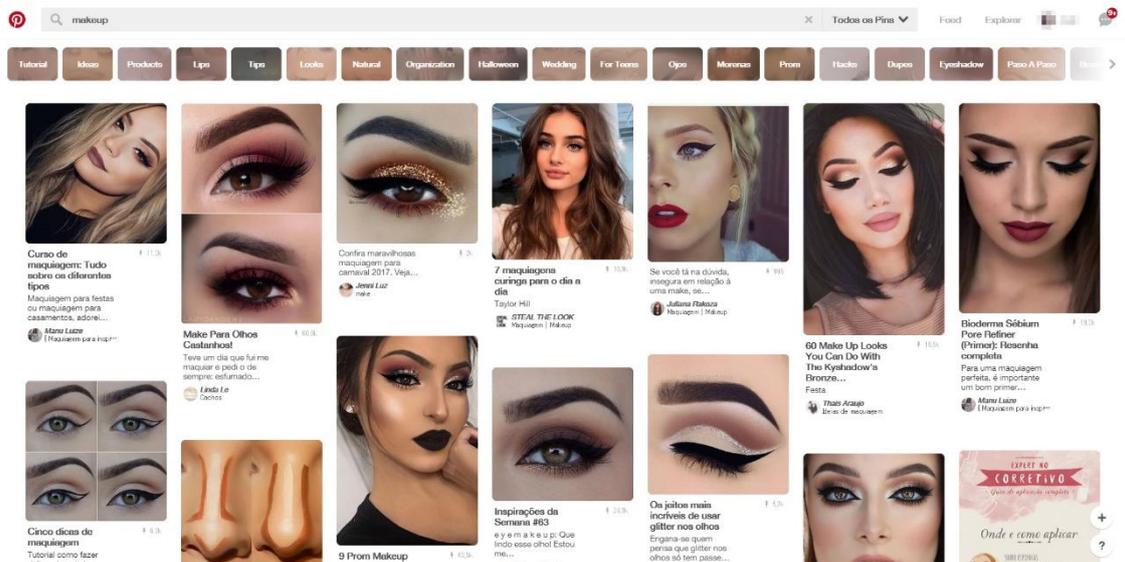
¹² Estilo "normcore" é definido como normal, estilo básico com cores neutras, tamanhos amplos e confortáveis. Apesar de partir de um movimento que se opunha a moda, acabou sendo absorvido pelo mercado.

Figura 14: Captura de tela de resultado de busca com o termo “beard” no dia 15/09/2017



Site: <https://www.pinterest.co.uk>

Figura 15: Captura de tela de resultado de busca com o termo “makeup” no dia 15/09/2017

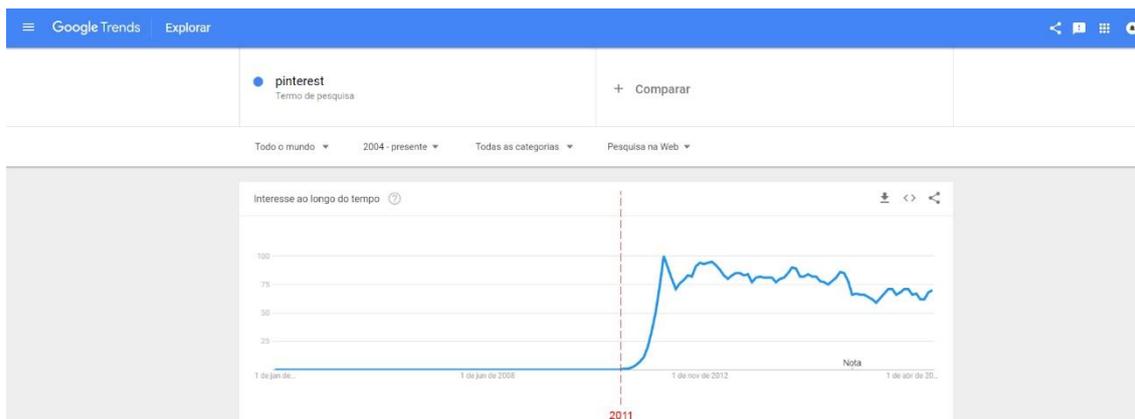


Site: <https://www.pinterest.co.uk>

Para ilustrar a relevância desses aplicativos, vamos apresentar os gráficos da ferramenta *Trends*, da empresa Google, de pesquisa de ambos os termos, *Instagram* e *Pinterest*, ao longo dos anos. A busca foi efetuada de 2002 até o presente, mas os aplicativos foram criados em 2010. O *Pinterest* (Figura 16) teve seu pico de popularidade quase um ano após seu lançamento (março de 2010, pico em fevereiro de 2012), mas

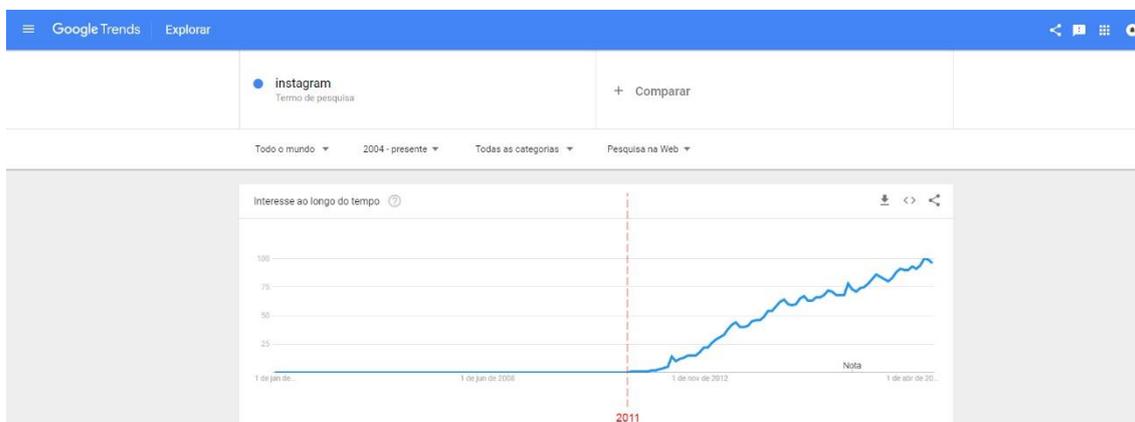
manteve sua popularidade acima da taxa de 50%, ou seja, nunca teve um significativo declínio nas buscas (estamos considerando as buscas do aplicativo no Google e não sua utilização oficial). O *Instagram* (Figura 17), após o seu lançamento (outubro de 2010), continua crescendo em popularidade.

Figura 16: Gráfico gerado pelo Google Trends, de 2004 até o presente, a partir do termo “Pinterest”



Site: <https://trends.google.com.br>

Figura 17: Gráfico gerado pelo Google Trends, de 2004 até o presente, a partir do termo “Instagram”



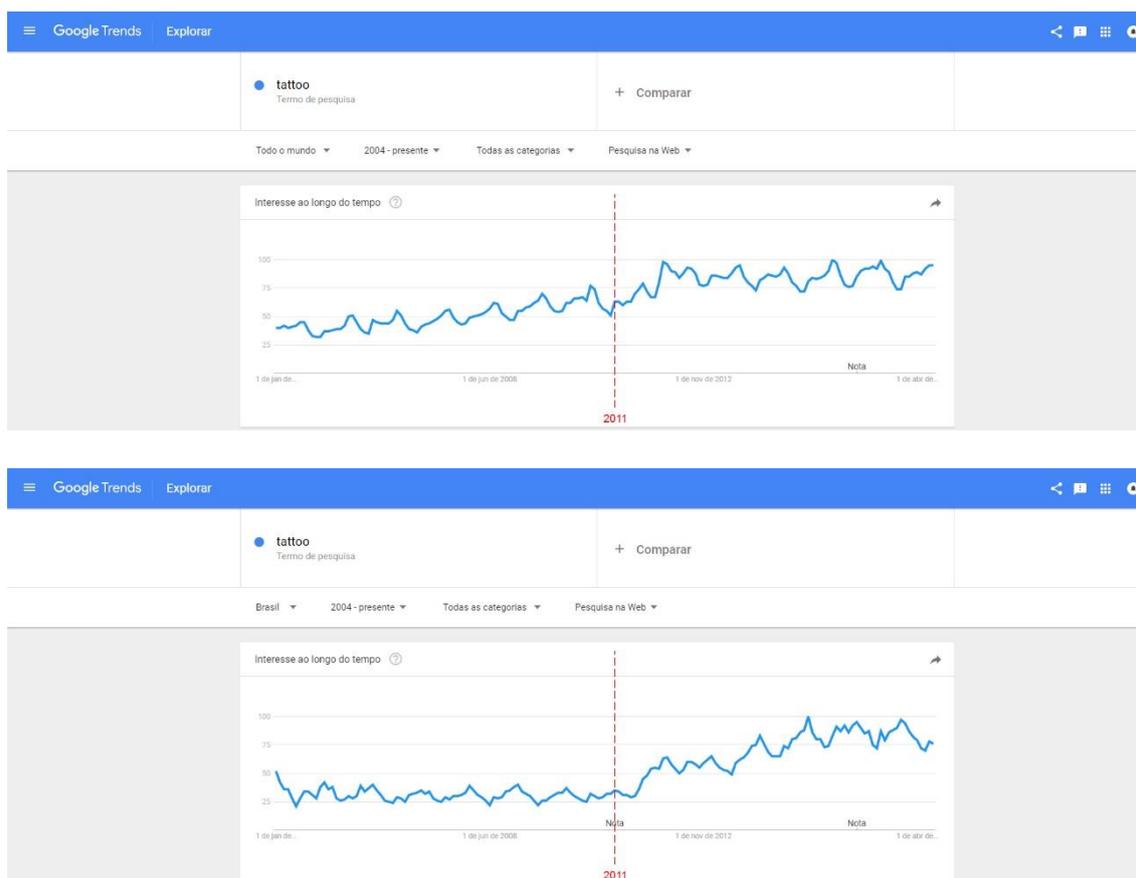
Site: <https://trends.google.com.br>

Por entendermos que essas redes tiveram uma importância na popularização das tatuagens e na divulgação desse padrão, vamos utilizar o *Instagram* como fonte de coleta de dados visuais e numéricos daqui para frente. Mas, nesse capítulo, tentaremos entender como a internet, as redes sociais e a mídia convencional proporcionaram o

surgimento de um padrão estético *ink* e, a partir disso, entender algumas mudanças de comportamento e, principalmente, as mudanças em relação ao próprio corpo.

Podemos também analisar, a partir da mesma ferramenta, a popularização do termo “tattoo” nas buscas nacionais e internacionais. O *Google Trends* limita suas buscas ao ano de 2004, mas o termo já era procurado anteriormente. Mesmo assim, fica possível perceber que, a partir de 2011, as buscas tiveram um aumento relevante. Também são notáveis os picos invertidos em ambos os gráficos, isso porque o termo é mais procurado no verão (que ocorre em diferentes épocas do ano para o hemisfério norte e sul), provavelmente porque as pessoas tenham mais interesse em fazer tatuagens nos períodos em que a pele ficará mais exposta ou por verem mais tatuagens nas ruas e na internet nesse período.

Figura 18: Gráfico gerado pelo Google Trends, de 2004 até o presente, a partir do termo “tattoo” no mundo e no Brasil, respectivamente



Site: <https://trends.google.com.br>

Internet *aesthetics*

Enquanto elaborávamos a pesquisa na rede e, também, enquanto usuários de redes sociais, nos chamaram atenção algumas tendências e padrões notáveis da internet. Gostaríamos de explicar algumas tendências que surgiram no meio online para entender o que chamamos de *aesthetics* e com quais bases. Padrões que confundem a realidade, como se aquilo que é real fosse contado de maneira fictícia, nas palavras de Rancière: “A revolução estética reorganiza as regras do jogo, fazendo duas coisas interdependentes: a confusão das fronteiras entre a lógica dos fatos e a lógica das ficções e o novo modo de racionalidade que caracteriza a ciência da história. “(RANCIÈRE, 2004, p.36, tradução nossa), também na proposta de Lipovestky e Serroy (2015) de *reality show* que mencionamos anteriormente. Gostaríamos de apontar para algumas tendências e propor um entendimento das redes sociais a partir disso. Parece haver uma necessidade de tornar tudo belo, para que o estético seja consumido a todo momento, em qualquer lugar, de maneira simples e rápida. Os autores apontam:

O indivíduo transtético é reflexivo, eclético e nômade: menos conformista e mais exigente do que no passado, ele se mostra ao mesmo tempo um “drogado” do consumo, obcecado pelo descartável, pela celeridade, pelos divertimentos fáceis. [...] Com o incremento do consumo, somos testemunhas de uma vasta estetização da percepção, da sensibilidade paisagística, de uma espécie de fetichismo e de voyeurismo estético generalizado.” (LIPOVETSKY; SERROY, 2015, p. 31)

Muito dessa construção estética nas redes, está relacionada com a empresa *Pantone*¹³. A partir de 2011 a empresa começou a selecionar as cores de cada ano (Figura 34) e aumentou sua popularidade a partir de então. Vamos utilizar como exemplo de popularidade da marca a Barbie lançada em 2012 (Figura 35) que divulga o padrão rosa Barbie do logo da marca, 219-C, e uma captura de tela da rede *Pinterest* (Figura 36) do resultado das buscas pelo termo *Pantone*:

¹³ Criada em 1962, a empresa gerou seu primeiro sistema de cores em 1963 e é referenciada mundialmente para seleção de cores ou padrões de cores. Algumas bandeiras de países utilizam esse sistema, por exemplo.

Figura 26: Cores do ano selecionadas pela empresa *Pantone*

YEARS OF COLOR



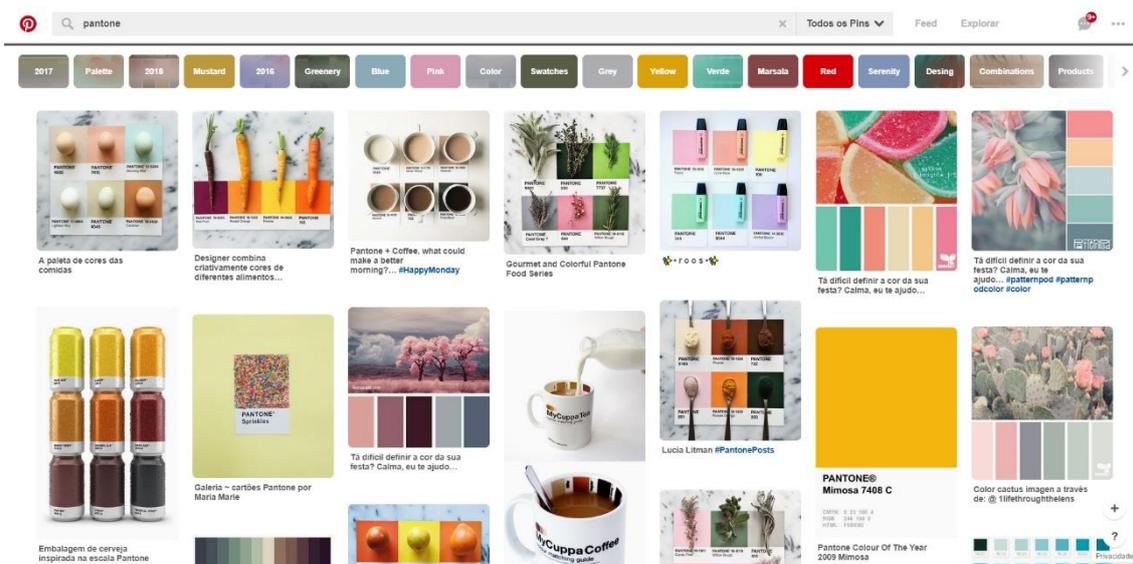
Fonte: <https://www.pantone.com/>

Figura 27: Barbie *Pantone*



Fonte: https://3.bp.blogspot.com/-Yhj5A90BZ-E/TqOPbWkwzKI/AAAAAAB4dY/_UkKR1xqH-Y/w1200-h630-p-k-no-nu/Pantone%2Bbarbie%2Bhero%2BIIHIIH.jpg

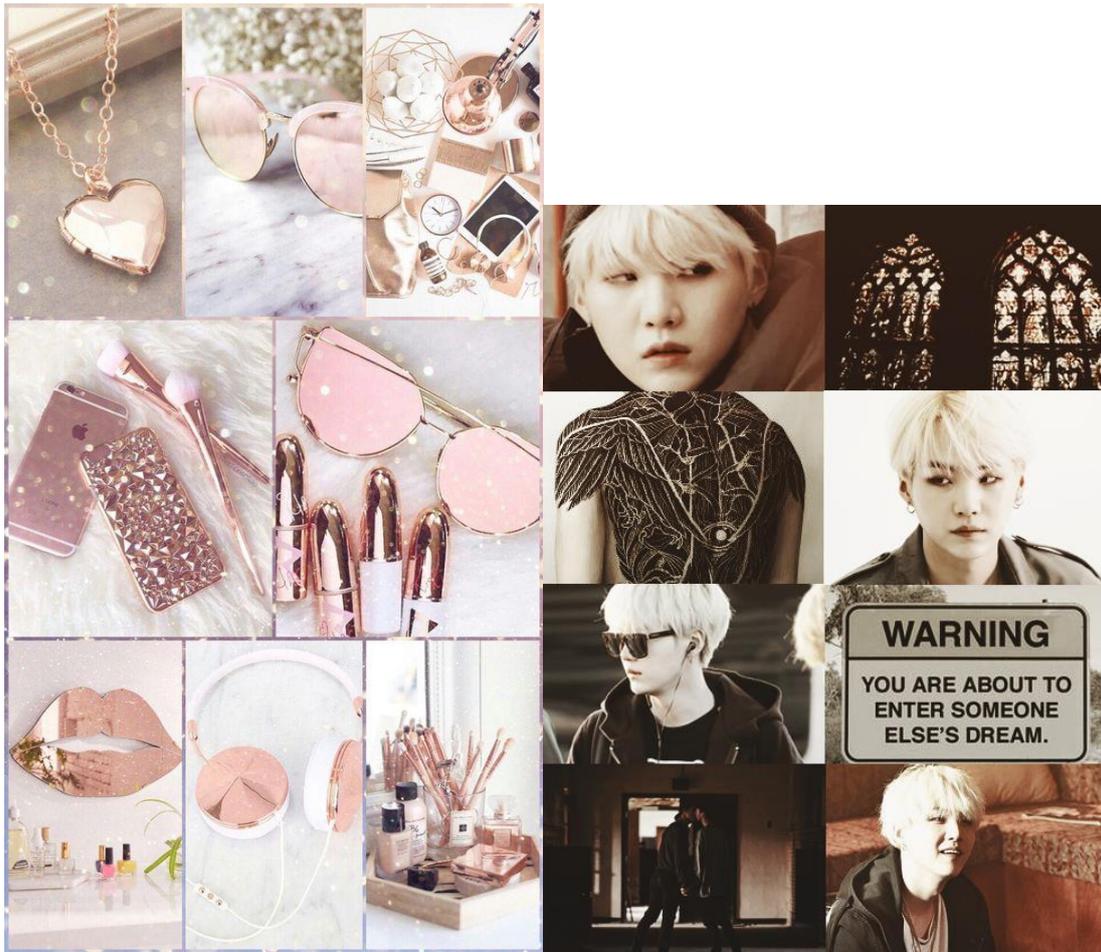
Figura 28: captura de tela busca por *Pantone* no *Pinterest*



Data da coleta: 03/11/2017

Ilustramos essa coleta do *Pinterest* pois se tornou uma prática comum apontar cores na escala *Pantone* na internet. Pessoas comuns buscando classificar imagens, sendo cruas reais ou editadas, a partir de uma escala de cores, geralmente criando coleções esteticamente aprazíveis e com um ar artístico e profissional. Aparentemente, essa tendência de apontar escalas de cores deu origem às montagens publicadas em redes sociais ou sites de imagem, comumente denominadas *aesthetics*: consiste em uma coletânea de imagens com temáticas e cores harmônicas entre si, gerando uma visualidade agradável. Vamos elencar dois exemplos:

Figura 29: Aesthetics no Pinterest



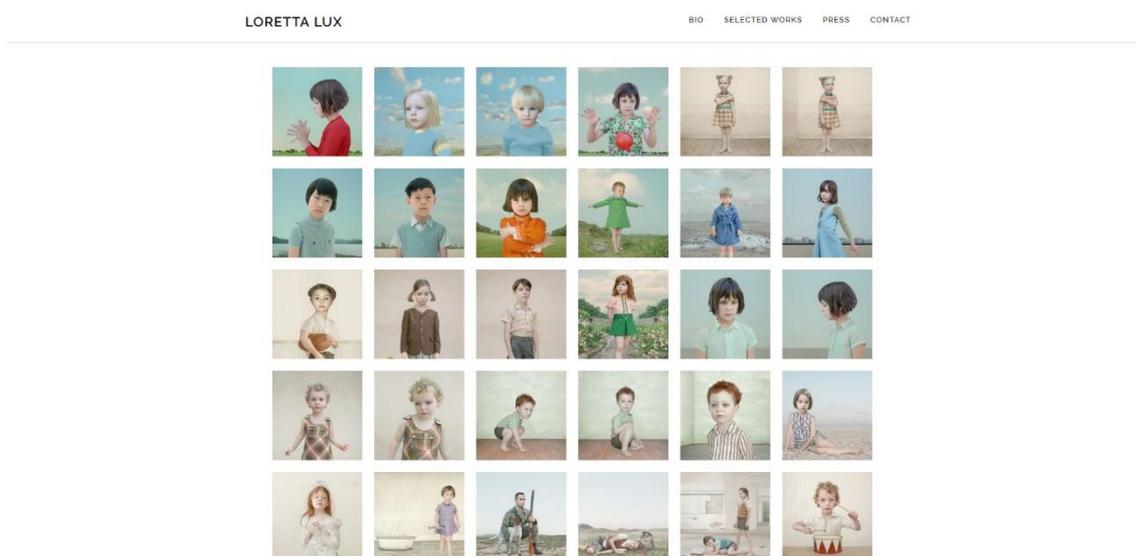
Fonte: <https://www.pinterest.co.uk/pin/624100460832731090/>;
<https://www.pinterest.co.uk/pin/315252042655043566/>

Rancièr aponta para a estética que deixou de fazer parte do domínio da arte e se espalhou para as demais esferas da sociedade. Conseqüentemente, a arte não precisa mais ser criada unicamente pelos artistas profissionais, o desenvolvimento de ferramentas e técnicas de edição de imagem, propicia a emergência de pessoas comuns enquanto criadoras de estéticas, gerando uma possibilidade para que qualquer um possa ser artista. Além disso, ainda segundo o autor, existe uma linha fina entre arte e mundo, entre ficção e realidade:

O real deve ser ficcionalizado para ser pensado. Esta proposição deve ser distinguida de qualquer discurso - positivo ou negativo - segundo o qual tudo é "narrativa", com alternâncias entre narrativas "grandiosas" e narrativas "menores". A noção de "narrativa" nos prende em meio a oposições entre o real e o estratagema, onde ambos, os positivistas e os desconstrucionistas, estão perdidos. Não se trata de reivindicar que tudo é ficção. É uma questão de afirmar que a ficção da idade estética definiu modelos para conectar a apresentação de fatos e formas de inteligibilidade que desfocavam a fronteira entre a lógica dos fatos e a lógica da ficção. (RANCIÈRE, 2004, p.38, tradução nossa)

O que nos remeteu ao hiper-realismo, uma corrente de pintura, escultura e artes gráficas surgida nos E.U.A., no final dos anos 60 e início dos anos 70. Se assemelha ao efeito da fotografia em alta resolução, buscando uma reprodução da realidade, uma interpretação minuciosa do visível. Gostaríamos de citar um exemplo de artista hiper-realista pois a estética de ser trabalho se aproxima da estética proposta até então e relativiza essa margem entre o real e a ficção. Loretta Lux trabalha com a fotografia hiper-realista, a artista fotografa crianças e trabalha com uma estética pastel:

Figura 30: captura de tela da página da artista



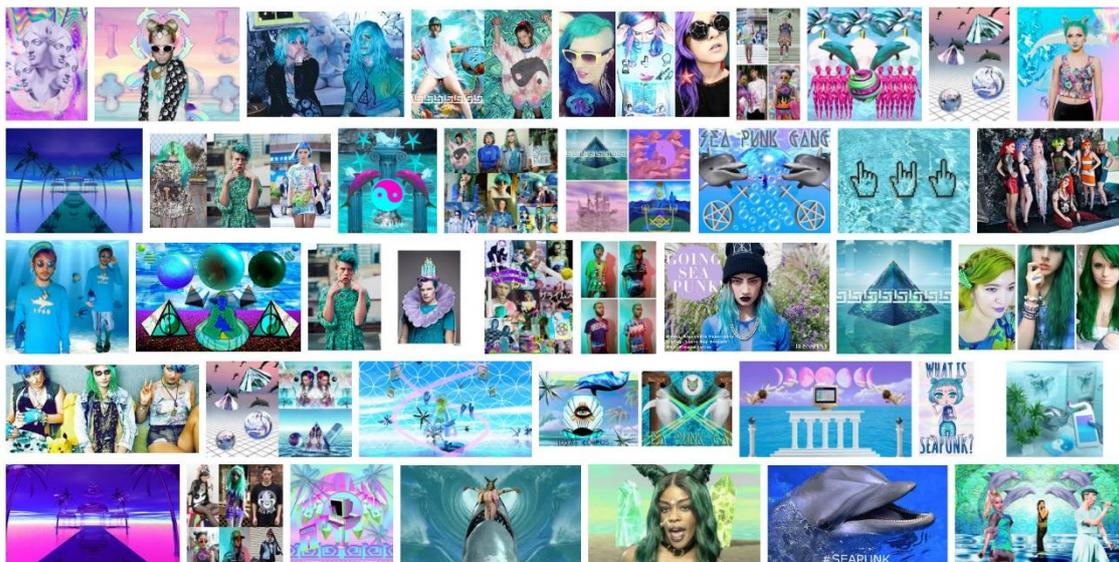
Fonte: <https://lorettalux.de/selected-works/>

Essa tonalidade pastel nos traz a mais uma tendência, não apenas na internet, mas que está diretamente ligada ao gosto da geração y. Vamos retomar as cores do ano selecionadas pela Marca *Pantone* em dezembro de 2016, o *Rose Quartz* e o *Serenety* e, conforme apontado pela empresa, suas intersecções de cores. Para quem utiliza o *Tumblr*¹⁴, essa combinação de cores parece bastante previsível. O azul e o rosa vem se popularizando desde 2010 ou 2011 com o surgimento do *Seapunk* (Figura 8): um micro gênero de música eletrônica que começou como uma piada de hashtag no Twitter, e ficou mais pela sua estética visual online do que sua música. Consistia na colagem de imagens subaquáticas, com esculturas romanas e uma clara apologia às raves dos anos 90, com cores vibrantes, principalmente o turquesa, verde esmeralda, rosa e roxo. No final de 2011, os gráficos e imagens de moda da *Seapunk* explodiram

¹⁴ Plataforma de blogging lançada em 2007.

no Tumblr e o estilo foi rapidamente apanhado por blogueiros de moda e revistas de música e cultura online, foi a primeira subcultura online a ser absorvida pelo *mainstream* tão rapidamente. Ainda não nos tons apontados pela *Pantone*, mas o movimento deu origem à outras correntes.

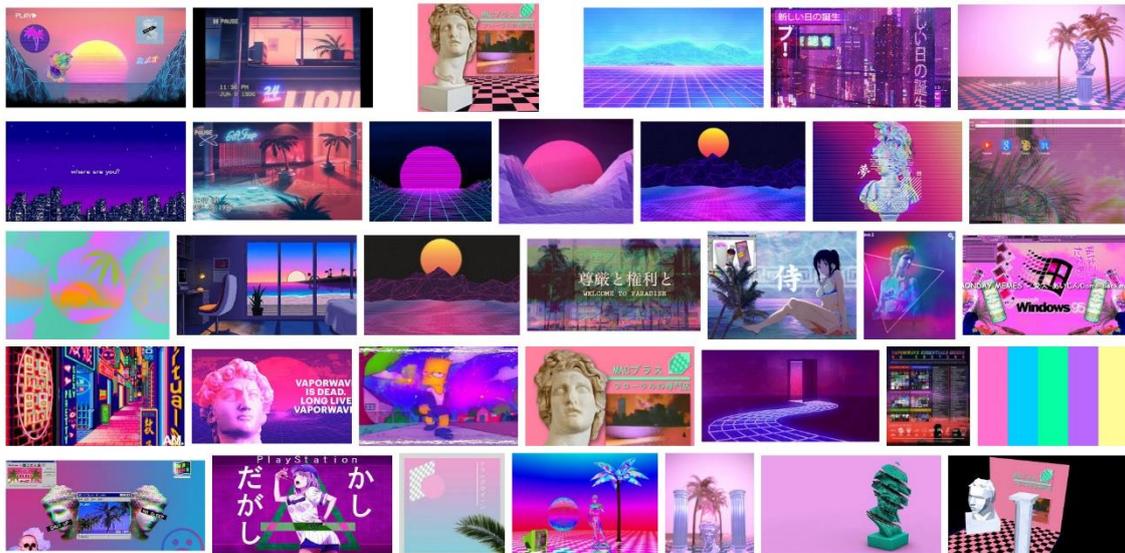
Figura 31: captura de tela do resultado na aba de imagens da pesquisa pelo termo Seapunk no Google.



Site: <https://google.com.br>

Ainda na época em que o *Seapunk* ganhou certa notoriedade, foi criado o estilo *Vaporwave*. Quando o primeiro surgiu, foi uma piada ao kitsch da internet. Já o *Vaporwave* fazia uma crítica ao kitsch e essa cultura de mercado que a internet favorece. A estética ainda era muito colorida, mas utilizava elementos do mercado, como logotipos, mídias mortas, elementos de interfaces e grades de perspectivas. Enquanto produção musical, apresenta um remix de músicas de elevador, chamadas em espera ou jazz. O estilo *Vaporwave* parece um pouco irônico, muito calmo e forçadamente suave. Mesmo o nome do movimento reforça essa crítica: onda de vapor, vapor suave e que se dissipa com facilidade, e a onda faz referência ao capitalismo, passageira e relativa ao mercado.

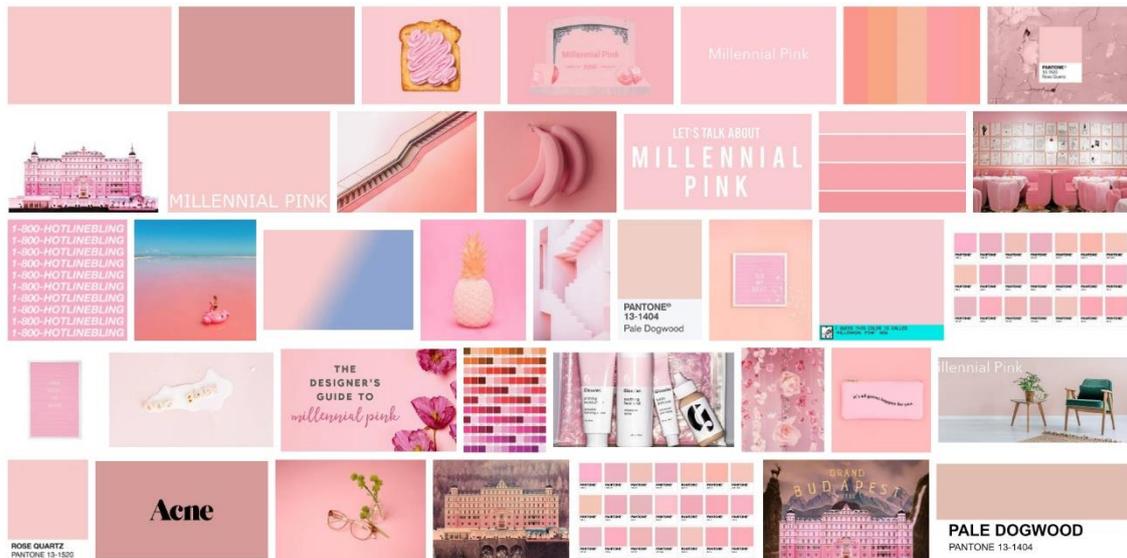
Figura 32: captura de tela do resultado na aba de imagens da pesquisa pelo termo Vaporwave no Google.



Site: <https://google.com.br>

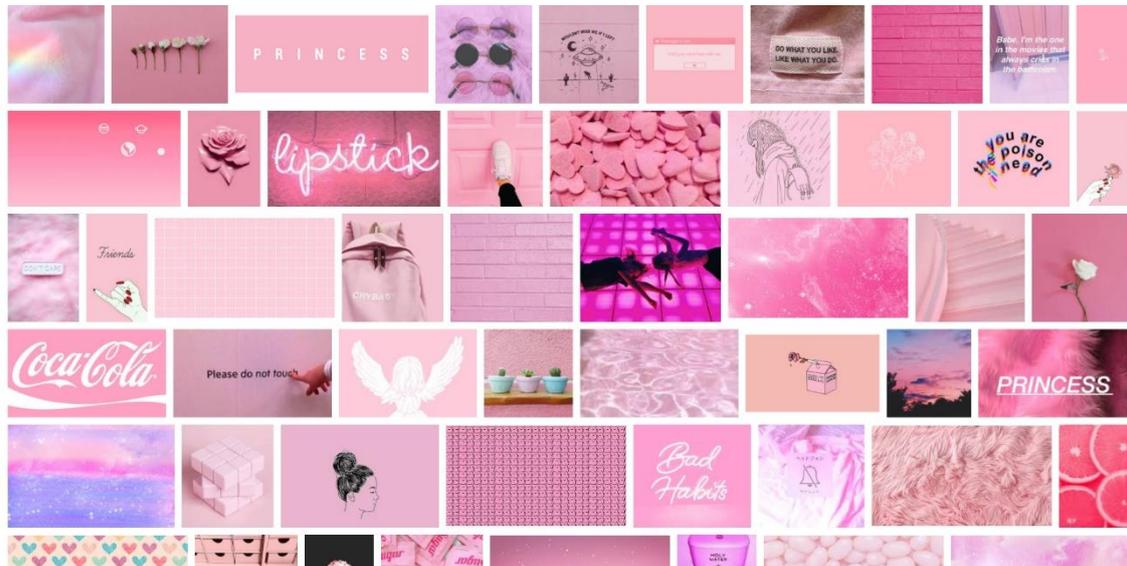
Nessa segunda captura de tela, percebemos uma predominância da cor rosa. A cor eleita pela *Pantone* em 2017 é a *Greenery*, um tom de verde que lembra um jardim num dia ensolarado. O que era de se esperar era um gradual esquecimento do rosa, mas ele vem ganhando mais força, seja na moda, na decoração ou na internet. Por esse motivo, essas tonalidades de rosa que se enquadram no *nude*, comparados a cor da pele clara, receberam um novo nome: *millennial pink* (também conhecido como *Tumblr pink*). O nome da cor está ligado a geração Y, também conhecida como geração *millennium*. Um dos motivos é o apego dessa geração com o período da infância, como muito se discute nos dias de hoje, esse apego justificaria a popularidade da indústria dos HQ's, desenhos animados, adaptações de super-heróis para o cinema e dos brinquedos e miniaturas. O rosa *millennium* é como a lembrança feliz do período da infância.

Figura 33: captura de tela do resultado na aba de imagens da pesquisa pelo termo *millennial pink* no Google.



Site: <https://google.com.br>

Figura 34: captura de tela do resultado na aba de imagens da pesquisa pelo termo *Tumblr pink* no Google.



Site: <https://google.com.br>

Além disso – inclusive com a ajuda e influência da Vaporwave – o rosa vem se ressignificando com o passar dos anos. Antes era considerado uma cor feminina, polarizadora, mas com a intenção irônica do movimento, ele passou a ser considerado representativo do agênero (*genderless*), e por esse motivo, se torna cada vez mais popular. Mas o rosa, exceto como constatação da tendência estética nas redes, não nos

interessa diretamente, estamos mais interessados nessas convenções de padrões populares da rede, e essa mistura de realidade com ficção, ou, como podemos sugerir, uma hiper-realidade das redes sociais. Escrevemos essa contextualização para justificar a utilização do termo *aesthetics*, utilizado por conselheiros de redes sociais, apontados na obra de Manovich, que propõe meios para obter popularidade com estéticas almeçadas nas redes sociais:

As palavras “aesthetics” ou “aesthetic” são usadas proeminentemente por Instagramers e autores de publicações e vídeos de conselhos. Por exemplo, a pesquisa no Youtube do termo “instagram aesthetic feed” encontra 7 200 vídeos, enquanto a pesquisa pela frase “Instagram aesthetic” no Google encontra 144 000 resultados (ambas as pesquisas realizadas no dia 22 de novembro de 2016). (MANOVICH, 2016, p. 4, tradução nossa)

Manovich utiliza algumas outras tendências da rede e da mídia em alguns países específicos para justificar esse novo apelo estético, dentre elas, a *Kinfolk*, “é uma revista de estilo de vida lento publicada pela Our que explora formas para os leitores simplificarem suas vidas, cultivar a comunidade e passar mais tempo com os amigos e familiares.” (MANOVICH, 2016a, p. 94). O autor propõe que essa proposta estética da revista que ficou extremamente popular no *Instagram*, parece ir na contramão da ideologia primária do aplicativo, já que “O neologismo “Instagram” sugere velocidade, decisão rápida e ação rápida. E se esta foi a intensão original da plataforma, então esses jovens visualmente sofisticados e muitos membros da classe criativa global usam hoje em um caminho oposto” (MANOVICH, 2016a, p. 95).

Na obra mencionada, o autor fala desse estilo de vida lento, que, assim como a Vaporwave, pode ser entendido como crítica ao estilo de vida caótico proposto pelo sistema capitalista e pela modernidade. Além disso, esse *slow lifestyle* proposto na revista, seria o responsável pelo apego estético, já que propõe um ritmo de vida calmo, valorizando os detalhes e gerando essa preocupação e dedicação na criação de *aesthetics*.

Além da revista *Kinfolk*, o autor também menciona algumas outras “mídias convencionais” – vamos utilizar o termo aqui entre aspas por não estarmos citando mídias tão convencionais para o mundo, mas em regiões específicas e com formatos convencionais. O autor cita a música *pop* sul coreana e novos estilos de música russos e ucranianos como exemplos de sucesso na produção de vídeos com uma preocupação estética do começo ao fim da produção, segundo ele, poucos filmes conseguiram conquistar essa perfeição estética pois as narrativas acabam quebrando a sequência

de imagens. Vamos criar uma montagem com a visualidade de um clipe de k-pop lançado no dia 18 de julho de 2017:

Figura 35: captura de tela de cenas do clipe Ko ko bop do grupo EXO, produzido pela empresa S.M. Entertainment.



Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=IdssuxDdqKk>

Como analisado no texto de Manovich (2016a), a produção apresenta uma preocupação constante com a estética e uma semelhança com o padrão almejado no *Instagram* e também na revista *Kinfolk*. Percebemos algumas identidades visuais psicodélicas que se aproximariam, em alguns aspectos, da estética proposta na *Vaporwave*. Também gostaríamos de ressaltar a paleta de cores utilizada na produção de filmagem e relembrar que a cor de 2017 eleita pela empresa *Pantone* é a *Greenery*.

Proliferação midiática e estética *ink*

2011 foi o último ano do programa *LAink* do canal TLC com a tatuadora e cantora Katherine von Drachenberg. Ela ficou conhecida por seu trabalho no reality show *Miami Ink*, série que foi gravada no estúdio *Love Hate Tattoo Studio*¹⁵, ainda considerado um dos mais famosos do mundo. Kat Von D participou da série durante quatro temporadas, de 2005 a 2007 até ter seu próprio programa em seu estúdio que foi transmitido em TV fechada de 2007 até 2011. Ambos os programas apresentavam celebridades e pessoas comuns fazendo tatuagens. A tatuadora também se tornou conhecida por sua linha de maquiagem, lançada em 2008 em parceria com a Sephora, até hoje comercializada em lojas da marca pelo o mundo.

¹⁵ Um dos estúdios de tatuagem mais famosos do mundo, criado por Ami James. O estúdio tem tatuadores e clientes famosos, por esse motivo, além de renomado estúdio de tatuagens, o local também é ponto turístico.

Figura 19: Anuncio do programa *LA Ink* do canal *TLC* com Kat vonD (2007-2011)



Fonte: http://images.fanpop.com/images/image_uploads/LA-Ink-kat-von-d-653458_1024_768.jpg

2011 também foi o ano do clipe musical da cantora Lady Gaga, *Born This Way*, com a participação de Rick Genest, também conhecido como Zombie Boy, artista, ator e modelo canadense. A música fez sucesso e garantiu novos contratos para o modelo e aumentou a curiosidade do público sobre suas tatuagens. Depois de ser diagnosticado com um tumor cerebral e passar por uma cirurgia de alto risco com poucos danos, em suas próprias palavras, “voltar do mundo dos mortos”, começou a cobrir seu corpo com tatuagens e se identificou como Zombie boy, preferindo a nomenclatura de zumbi à caveira pela história de suas tatuagens. Rick Genest teve sua carreira pautada na cena underground e em trabalhos em feiras e revistas específicas do público ‘freak’.

Figura 20: Captura de tela do clipe *Born This Way* (2011) – Lady Gaga, com Rick Genest



Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=wV1FrqwZyKw>

Depois disso, Rick Genest começou a aparecer em revistas de moda e shows de TV, além de um desfile com Lady Gaga e uma aparição em seu vídeo clipe *Born this way*. Ainda em 2011 ele apareceu em diversas revistas de moda conceituadas e na campanha da *L’Oreal Go Beyond the Cover*, de seu produto *Dermablend Professional*, que lhe rendeu um contrato de dois anos com a empresa o tornando o primeiro porta voz masculino da marca. Em 2012 ele apareceu no clipe *Sabotage* da cantora pop Honey. Também em 2012, teve sua figura de ação lançada na *Comic Con* de San Diego pela empresa *Tonner Doll Company*. Em setembro do mesmo ano, ele se tornou o modelo principal da marca de roupas do cantor Jay-Z, *Roc-A-Wear*. Em 2013 atuou no filme *47 Ronin*.

A campanha da marca *Dermablend Professional* na página inicial do YouTube que mostrava um vídeo com Rick Genest sem suas tatuagens e então o processo inverso de sua maquiagem. A *Dermablend Professional* é uma submarca da empresa americana *L’Oreal* e tinha pouca visibilidade e baixo investimento. O lançamento do vídeo (viral que em 10 dias já havia atingido mais de 5 milhões de expectadores) trouxe notoriedade à marca em pouco tempo: depois de 10 dias as buscas pelo *Dermablend* superaram as buscas pelo *Zombie Boy*, o dobro da taxa de cliques em comparação com a média do *YouTube* e tempo de reprodução de vídeo 1,5 vezes maior em comparação com a média do *YouTube*, aumento de 54% da base de usuários nos EUA inscritos no canal da marca *Dermablend* no *YouTube* e em 24 horas, gerou o mesmo número de

visitantes únicos para o website de comércio eletrônico da empresa que o número de visitantes durante todo o mês de setembro. Imagem conceitual da campanha:

Figura 21: Rick Genest com suas tatuagens e com a cobertura da maquiagem



Fonte: <http://freakdeluxe.co.uk/wp-content/uploads/2014/04/Vichy-Dermablend-Zombie-Boy.jpg>

Além de subcelebridades como Lady Gaga, também podemos citar o jogador David Beckham como figura representativa da mídia tradicional que popularizou o padrão *ink*, além da estética de homens com barbas citada no início desse capítulo. O jogador foi criticado várias vezes na mídia tradicional e no meio esportivo por suas tatuagens. Por esse motivo, ele costumava jogar com mangas compridas.

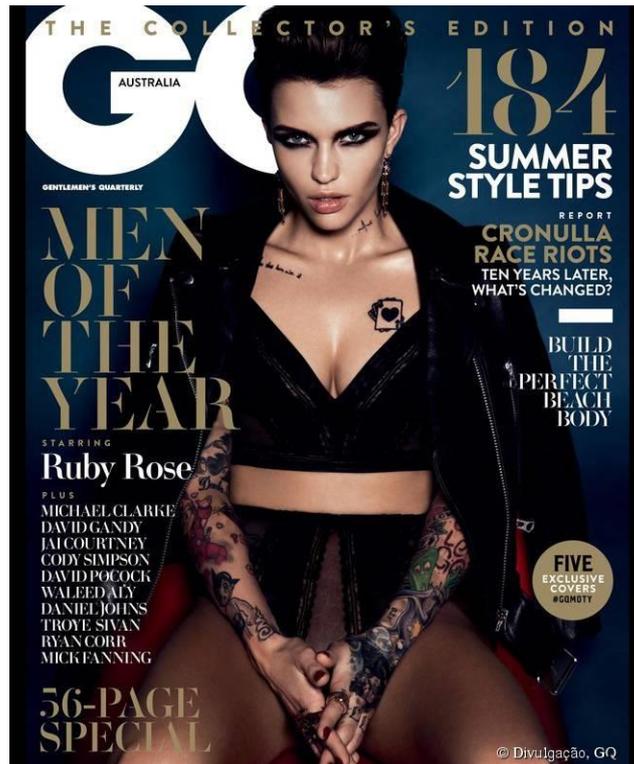
Figura 22: David Beckham em entrevista para a revista *People*



Fonte: <https://peopledotcom.files.wordpress.com/2016/08/beckham-sma-1-435.jpg?w=435>

Além disso, o seriado popular da emissora Netflix, *Orange is the New Black*, que utilizou a atriz e modelo australiana Ruby Rose (Figura 23) como uma de suas protagonistas, uma mulher, com muitas tatuagens, em um papel principal de uma série mundialmente popular.

Figura 23: Ruby Rose na capa da GQ Austrália (2015)



Fonte: <http://static1.preparadopra valer.com.br/articles/5/90/25/@/46630-ruby-rose-e-escolhida-mulher-do-ano-660x0-1.jpg>

No Brasil, na TV aberta, podemos citar o chef de cozinha, empresário e cantor, Henrique Fogaça, que trabalha, desde 2014, como jurado do programa Master Chef, exibido pela rede Bandeirantes.

Figura 24: Jurado do programa Marterchef Brasil, Henrique Fogaça (2014 - ainda é jurado)



Fonte: http://4.bp.blogspot.com/-OjWOrN6tzW4/VVpJuzqZInI/AAAAAAAAU2I/MJ5WVT_-ZKw/s640/henrique.jpg

Um exemplo feminino brasileiro é a apresentadora de TV fechada Penélope Nova, que trabalhou por 14 anos pelo canal MTV Brasil e participou do *reality show* A Fazenda 5.

Figura 25: Penélope Nova



Fonte: http://corpoacorpo.uol.com.br/upload/imagens_upload/penelopee.jpg

Instagram aesthetics: perfis de celebridades

As celebridades mencionadas até então foram apontadas aqui por estarem inseridas em uma mídia convencional (no caso selecionado, a TV) além das redes sociais e, especialmente, seus perfis pessoais na rede *Instagram*. A fim de ilustrar a estética do *Instagram* proposta pelo *Instagranismo*, fizemos coletas de fotos em determinadas datas dos perfis das celebridades mencionadas anteriormente. Foram selecionadas as 80 fotos mais recentes (em cada data de coleta) dos perfis e

organizadas no software de edição de imagens Photoshop formando uma imagem para cada *Instagram* escolhido. Os perfis serão dispostos em ordem alfabética.

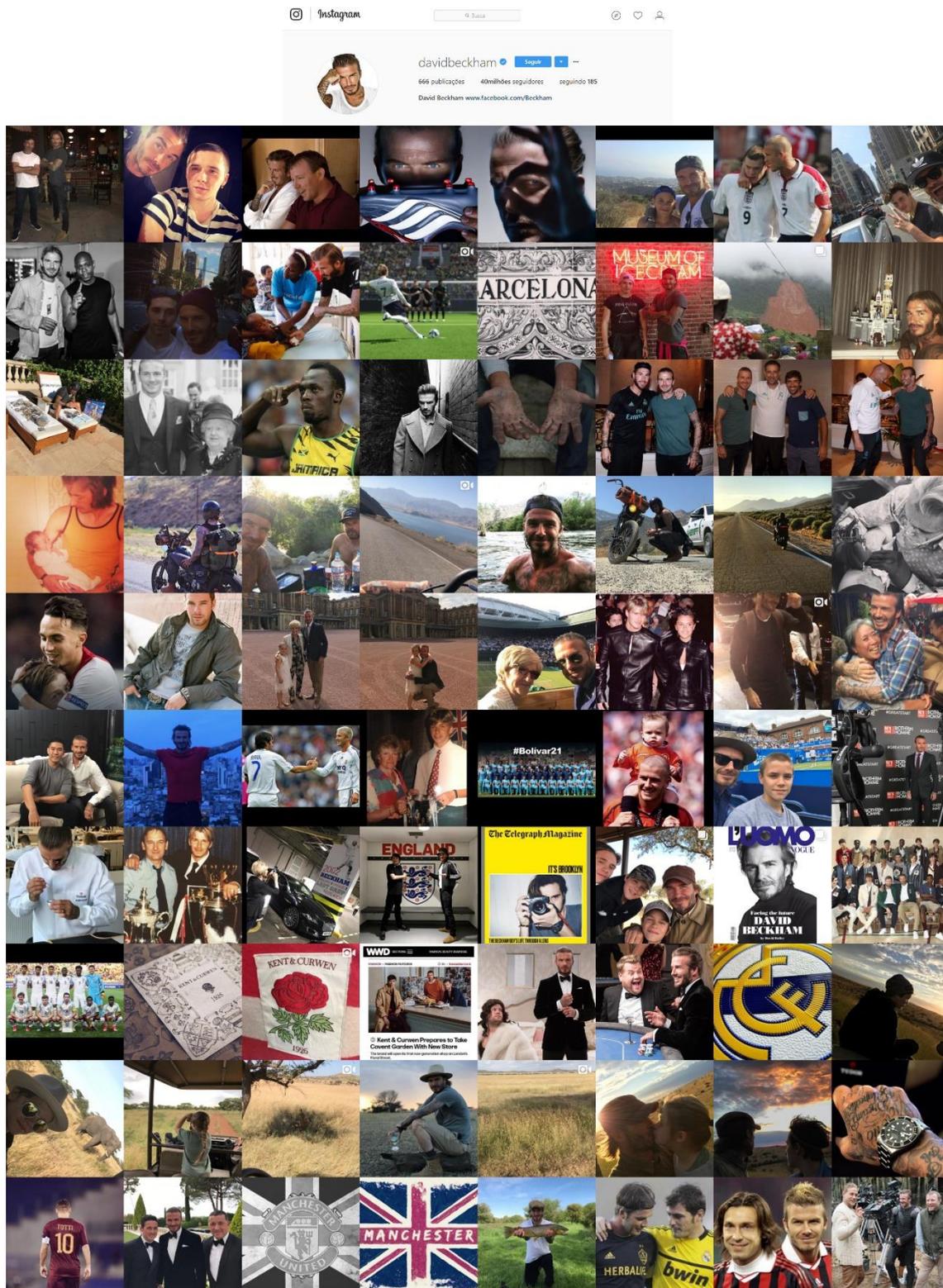
Vamos utilizar o *Instagram* como plataforma de pesquisa por ser uma ferramenta que surgiu concomitante a geração e 2010 mencionada por Manovich, por ter sido lançado no mesmo período da popularização das buscas por tatuagem – como apontado no gráfico do *Google Trends*. Além de ser uma das plataformas mais utilizadas pelos brasileiros – 4ª rede social mais utilizada no Brasil de acordo com a Pesquisa Brasileira de Mídia de 2015¹⁶ (Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República). E também por ser uma rede de linguagem principalmente visual. Nas palavras de Camargo e Stefaniczen:

No Instagram, as imagens são exibidas quase de forma exclusiva ao usuário/observador, podem ter ou não uma legenda que agrega outros sentidos à imagem – representando uma célula diegética formada entre um texto visual e um texto verbal. Em outros termos, diferente das demais, essa mídia é um pouco menos “barroca”. (CAMARGO; STEFANICZEN, 2016, p.44)

Na primeira imagem dessa série a baixo, vemos as 80 fotos mais recentes, coletadas no dia 11 de setembro, do perfil pessoal de David Beckham. É possível perceber que seu *Instagram* apresenta muitas fotos de sua principal profissão, o futebol, e dos clubes em que jogou. As fotos são apresentadas com baixa saturação e filtros de tonalidades quentes. Também é possível perceber que o modelo publica muitas fotos com a família ou fazendo atividades ao ar livre.

¹⁶ Disponível em: <http://www.secom.gov.br/atuacao/pesquisa/lista-de-pesquisas-quantitativas-e-qualitativas-de-contratos-atuais/pesquisa-brasileira-de-midia-pbm-2015.pdf>

Figura 36: David Beckham – coleta realizada no dia 11 de setembro de 2017

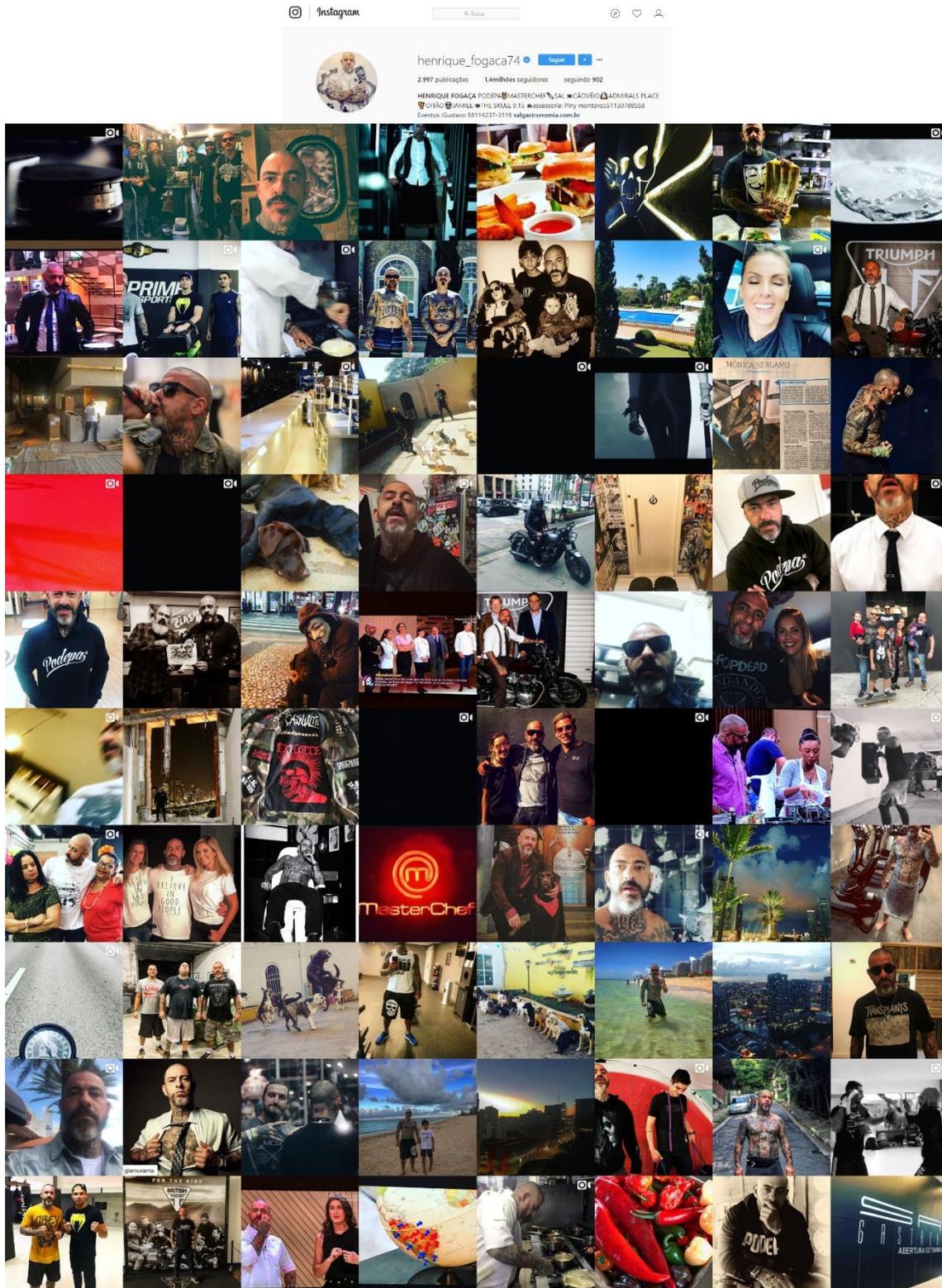


Perfil: <https://www.instagram.com/davidbeckham>

A segunda imagem da série mostra as 80 fotos mais recentes, coletadas no dia 11 de setembro, do perfil pessoal de Henrique Fogaça. Podemos perceber muitas fotos

em tonalidades escuras, com contrastes bem exaltados, predominância das cores preta e vermelha. O perfil apresenta fotos de culinária, suas apresentações enquanto cantor, seus hobbies – motos e skates – além de academias e prática de esportes.

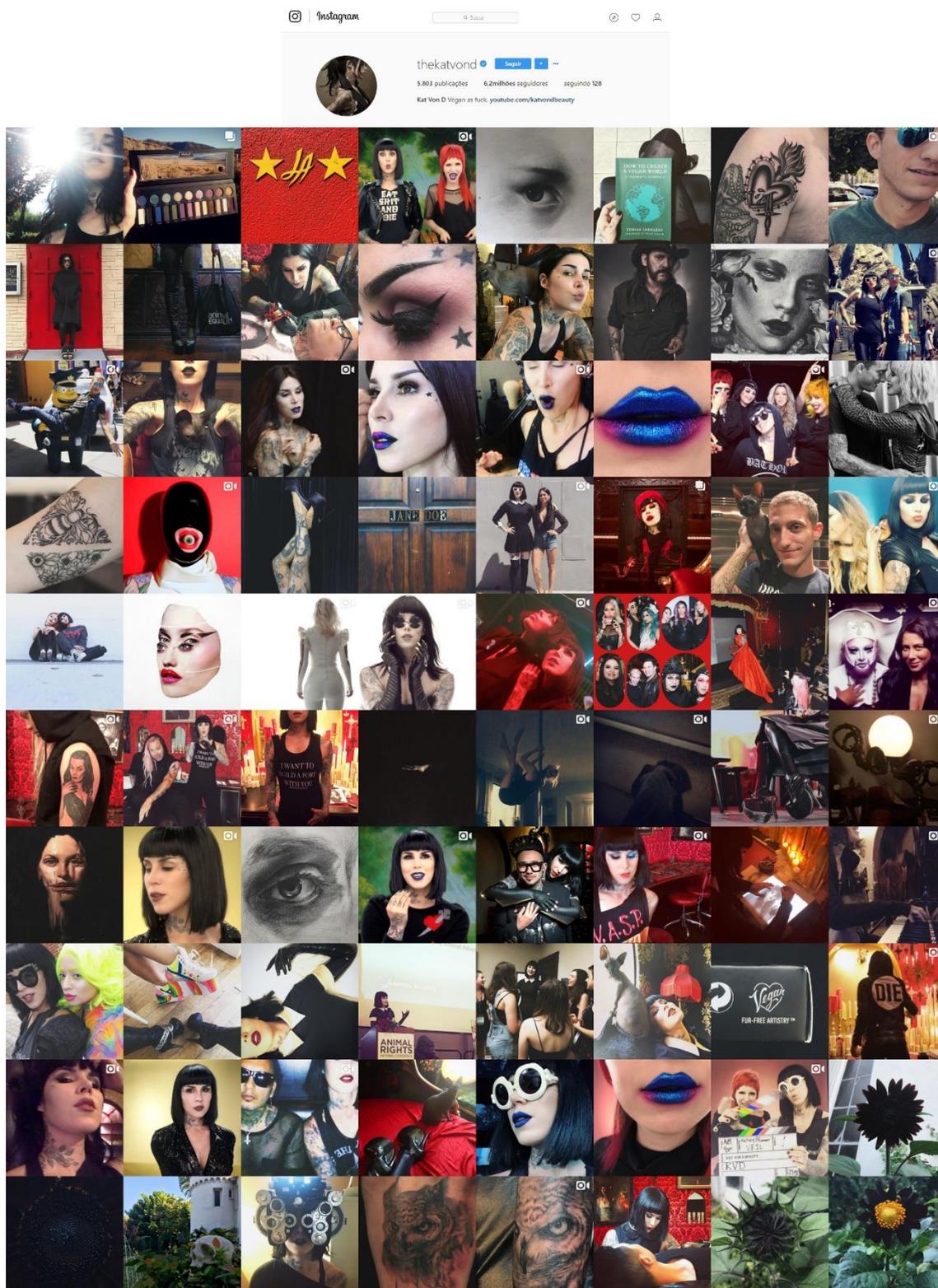
Figura 37: Henrique Fogaca – coleta realizada no dia 11 de setembro de 2017



Perfil: https://www.instagram.com/henrique_fogaca74

A terceira imagem apresenta o perfil de Kat VonD, com imagens coletadas também no dia 11 de setembro, com uma tonalidade mais escura, predominância de vermelho, ênfase em maquiagem e uma estética gótica.

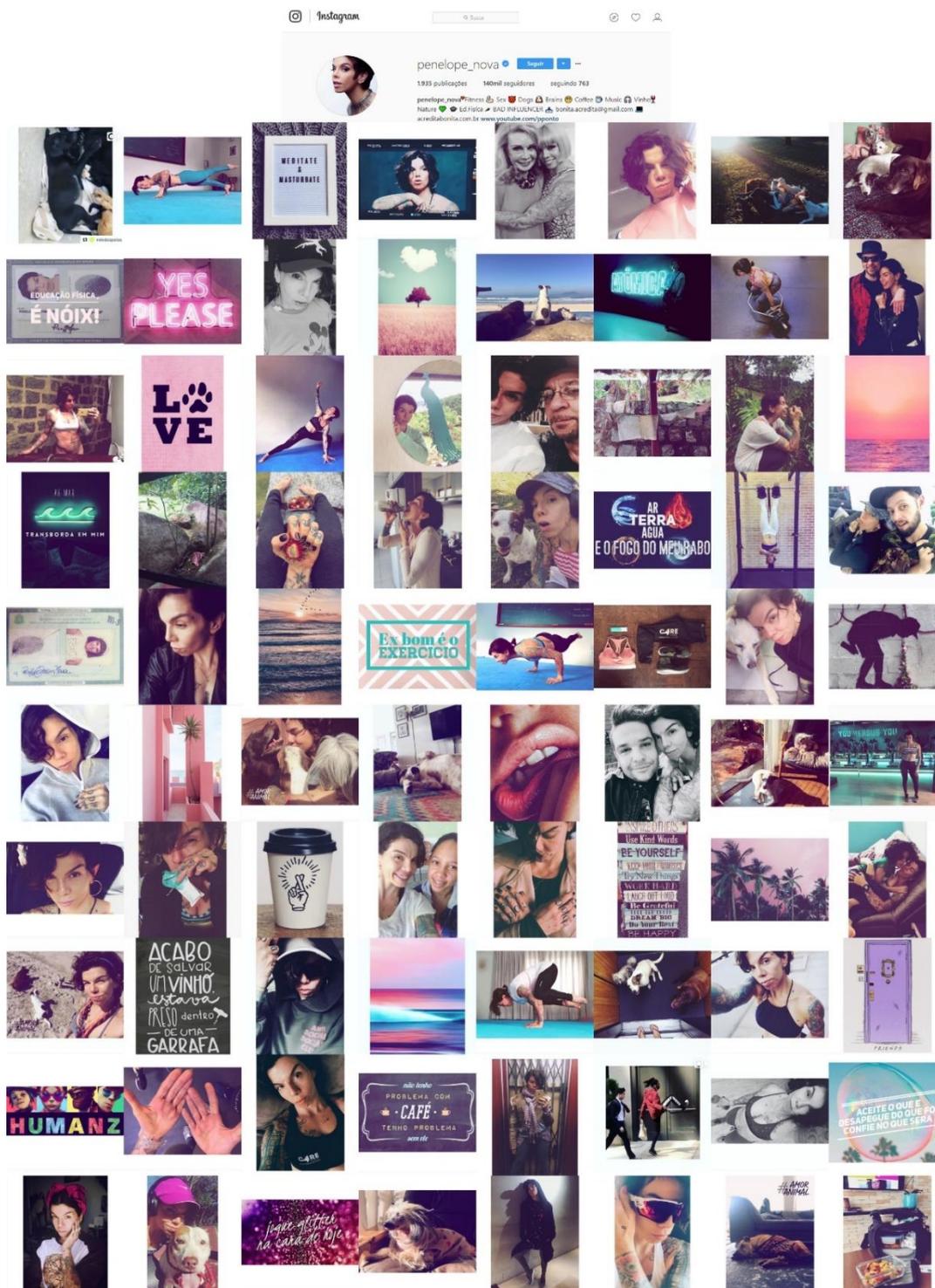
Figura 38: Kat VonD – coleta realizada no dia 11 de setembro de 2017



Perfil: <https://www.instagram.com/thekatvond>

A quarta imagem, criada a partir da coleta realizada no dia 24 de setembro, apresenta tonalidade pastel, principalmente em tons de rosa e lilás, a maioria das fotos não foram postadas nas proporções tradicionais do *Instagram*, apresentando margem na montagem. Existem muitas fotos em academias ou praticando exercícios físicos e com animais de estimação.

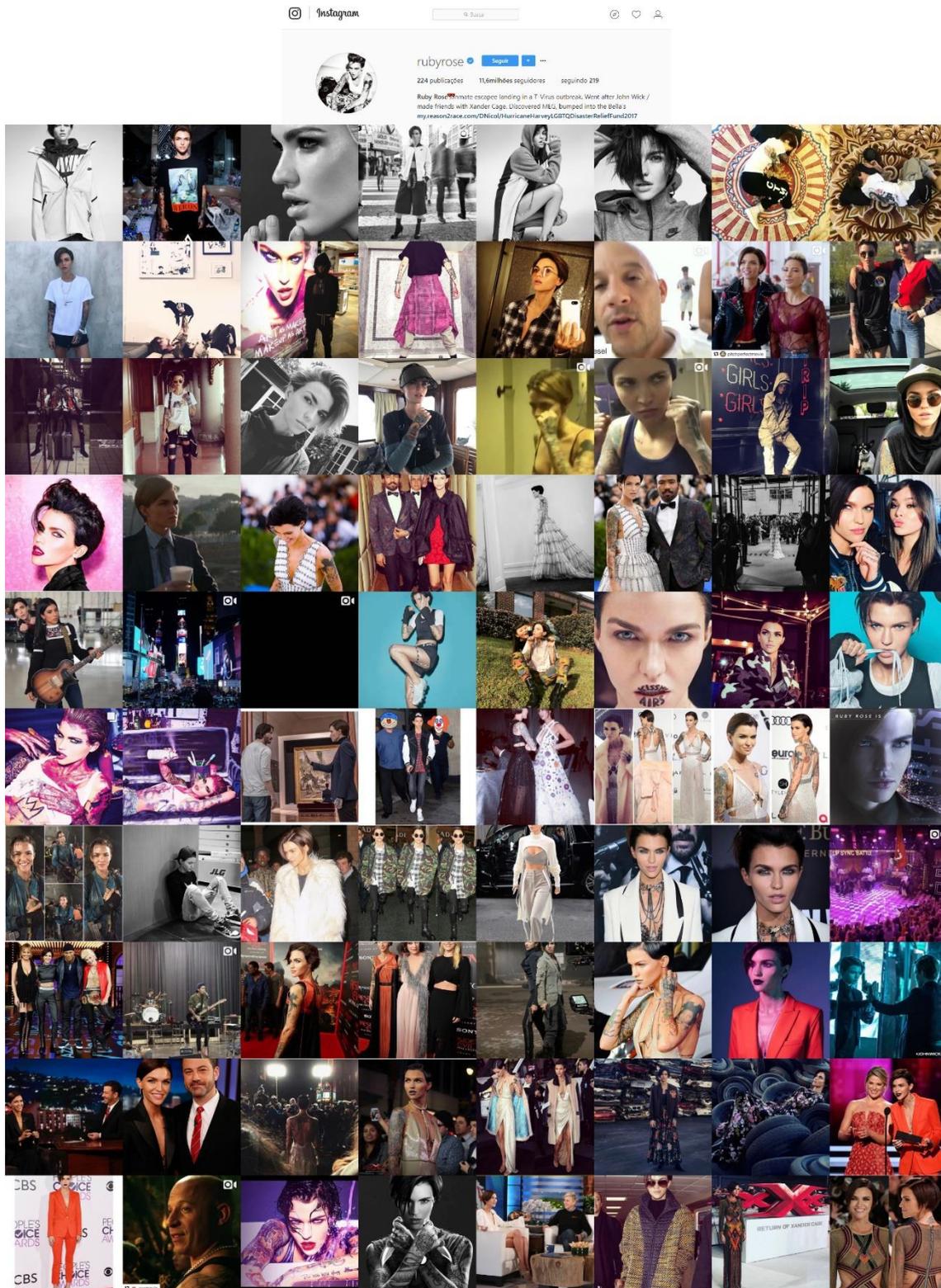
Figura 39: Penélope Nova – coleta realizada no dia 24 de setembro de 2017



Perfil: https://www.instagram.com/penelope_nova

A quinta imagem apresentada mostra o perfil de Ruby Rose, as 80 fotos foram coletadas no dia 11 de setembro. Podemos perceber uma tendência ao uso de cores vibrantes, com saturação alta, presença de cores fortes como rosa e laranja e uma predominância de preto. A atriz posta muitas fotos de ensaios fotográficos, eventos públicos e aparições na mídia convencional, além de fotos de seu cotidiano e suas atividades físicas para treino ou preparação para filmagens.

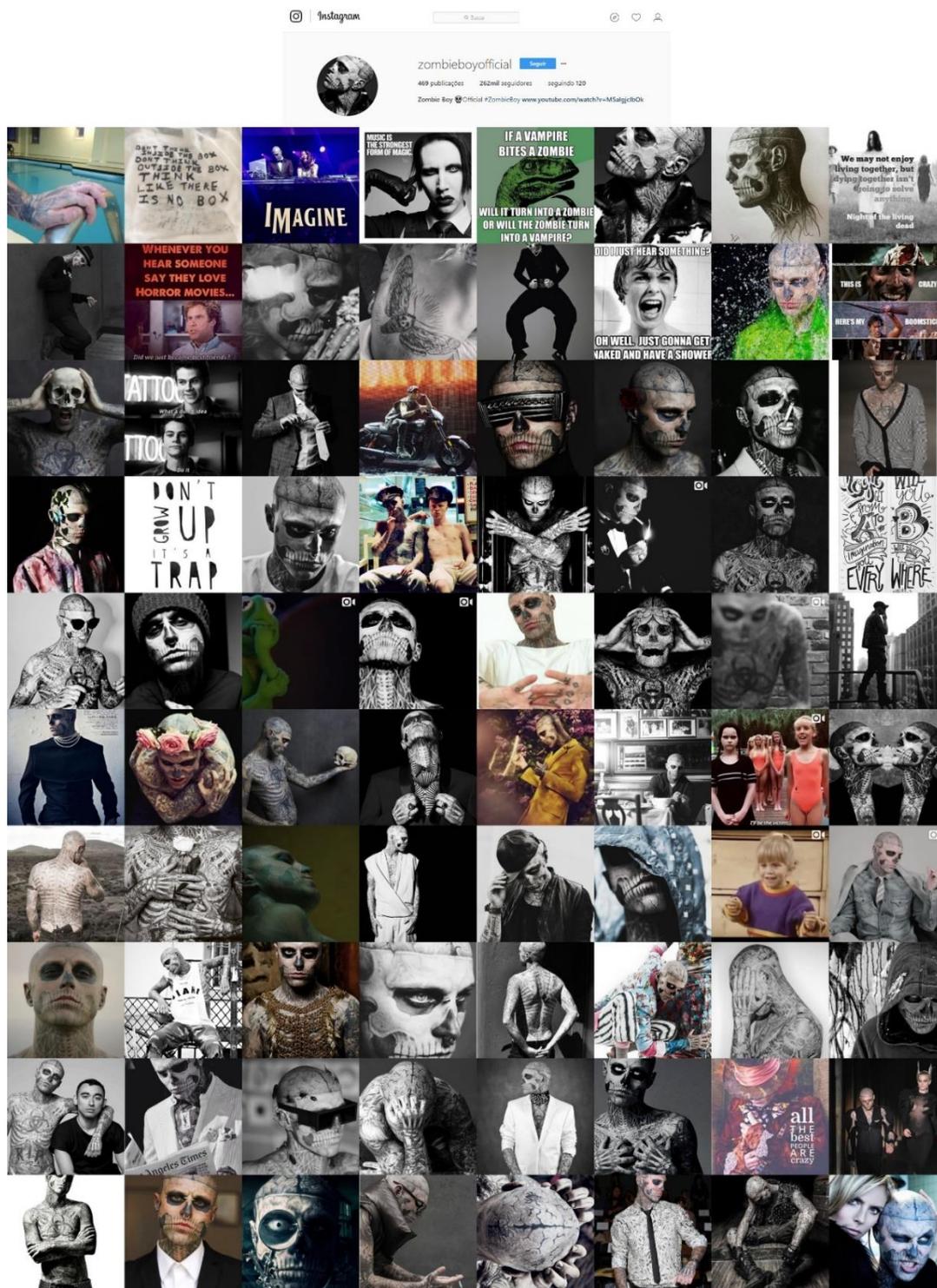
Figura 40: Ruby Rose – coleta realizada no dia 11 de setembro de 2017



Perfil: <https://www.instagram.com/rubyrose>

A última imagem apresentada mostra as 80 fotos coletadas no dia 11 de setembro do perfil de Rick Genest. Seu *Instagram* é majoritariamente preto e branco, muitas fotos foram publicadas nesse padrão. A maior parte de suas publicações são de ensaios fotográficos e ele apresenta uma tendência mais humorística, publicando imagens engraçadas.

Figura 41: Zombie Boy – coleta realizada no dia 11 de setembro de 2017



Perfil: <https://www.instagram.com/zombieboyofficial>

O que foi feito até aqui deve servir como base de sustentação para a metodologia proposta a seguir. Essas montagens foram propostas para criar uma visualidade que, para a nossa pesquisa, consideramos essencial. Estamos utilizando estratégias metodológicas da obra de Manovich (2016a), que propõe a coleta, organização e análise de imagens, especialmente no *Instagram*. Sendo assim, no próximo capítulo apresentaremos novas visualidades de páginas específicas que foram selecionadas para então criarmos grupos temáticos; a partir dessa classificação, apontaremos algumas tendências notáveis da base de dados coletada e apresentaremos nossa metodologia de análise.

Capítulo IV: A imagem capitalizada do *Instagram*

Ao longo desse trabalho tentamos entender as mudanças no relacionamento do sujeito e seu corpo, levando em consideração suas influências histórias e algumas práticas que nos interessavam, dentre elas, a modificação corporal. Ao longo da pesquisa o *corpus* foi se tornando mais específico e passamos a entender a tatuagem como prática primeiramente subversiva e atualmente aceita na mídia tradicional, se encaixando no propósito e no trajeto, e se tornando o objeto principal de análise. No final do capítulo anterior, propusemos uma coleta de fotos em determinadas datas dos perfis de celebridades. Nesse capítulo, faremos o mesmo processo com páginas selecionadas durante a pesquisa.

As redes sociais maximizaram as relações que mencionamos no capítulo dois. Se o homem precisa ser cada vez mais eficiente, bem-sucedido, interessante, único e influente, a possibilidade de mostrar um *self* forte e estruturado que as redes sociais viabilizam, acabou gerando uma ambição por reconhecimento e popularidade de um eu perfeito. Nas redes, as pessoas podem ser sempre felizes, bonitas, se alimentarem bem, com pratos bonitos, praticarem exercícios físicos, terem um corpo sarado, mesmo que isso só apareça naquela foto ou naquela publicação e não na vida da pessoa que está publicando.

O que acontece agora com pessoas comuns nas redes sociais, parece relembrar o que acontecia com as celebridades do pré-internet, pessoas que estavam sempre bonitas, sempre felizes, pelo menos aos olhos do público. Além dessa semelhança com as celebridades, as pessoas comuns que utilizam redes sociais nos dias de hoje, também podem se tornar subcelebridades na rede. Elas podem se autopromoverem, praticarem um marketing pessoas e desenvolverem uma estética própria de publicação. Além de utilizar ferramentas de divulgação e até mesmo patrocínios, unicamente por terem um grande número de seguidores e serem considerados *influencers* nas redes.

Com essas estéticas, surgem alguns padrões físicos almejados, com corpos esculpados e musculatura bem desenhada, mulheres sensuais, sempre com maquiagens bem-feitas, valorizando traços populares e com traços femininos destacados, homens com barba e um perfil aventureiro, um espírito livre, com um lado delicado, que gosta de animais, crianças, cozinha. Outro perfil popular que notamos são os corpos tatuados. Nesse capítulo, vamos propor algumas estéticas que são utilizadas

pelas pessoas com tatuagens, que coincidem com outros padrões almejados nas redes e que acabam se tornando uma cartilha de como criar um perfil popular.

Para Manovich, temos que entender algumas estéticas fotográficas que podem ser classificadas como normais, convencionais e populares. Para isso, existem alguns padrões a serem seguidos, segundo o autor: casual, profissional e projetado. E que essas fotos se misturam na rede social de maneira que possam ser aproximadas em um certo arranjo. Segundo ele, critérios como arte e comércio, individual e corporativo, natural e fabricado, bruto ou editado, que até o século passado eram opostos, hoje se misturam nas redes sociais. O autor menciona:

Na minha opinião, os autores "presos" do Instagram são os que publicam fotos com o que eu chamei estética profissional, ou aspiram ou já desfrutam de sua vida burguesa "normal" e não questionam a mundo como apresentado a eles em publicidade e em "notícias". Suas boas fotos expressam essa sensação de conformidade, o desejo de ser como todos os outros, ou seja, seguir as normas sociais e culturais dominantes. Eu estou usando termos como "dominante" e "mainstream" para me referir a comportamentos, gostos e valores que estão sendo realizados e praticados por uma parcela significativamente maior de pessoas do que quaisquer outras alternativas. Isso pode levar estes valores a parecerem naturais e corretos. (MANOVICH, 2016, p. 22, tradução nossa)

Nesse trecho ele está questionando o comportamento de alguns indivíduos nas redes, reforçando que alguns podem ter um perfil mais contestador em um aspecto fotográfico, mas que a maior parte está utilizando estéticas profissionais como as da publicidade ou dos noticiários para ganhar popularidade. Mais uma vez, não estamos tentando generalizar um grupo ou padrão com uma crítica aos seus comportamentos e meios de exposição, estamos apenas tentando apontar uma tendência marcante das redes.

Vamos citar como exemplo dois perfis pessoais que aparecem nas páginas selecionadas mais para frente nesse capítulo. Primeiro o perfil de Marina Mui, espanhola que se diz amante de tatuagem, natureza e animais. Ela publica fotos sensuais em seu perfil e tem contas abertas para receber doações e patrocínios para ensaios eróticos produzidos por ela, aceitando pagamento no *Paypal*¹⁷ ou *Patreon*¹⁸. Esses ensaios são

¹⁷ Empresa de pagamentos online fundada em 1998. Sediada nos Estados Unidos, é uma das maiores do ramo.

¹⁸ Web site norte-americano de financiamento coletivo. Como explicado no próprio site, ele oferece ferramentas para o patrocínio de pessoas físicas, que propõe a assinatura de conteúdo e acesso a conteúdo exclusivo para patronos.

divulgados em seu *Snapchat*¹⁹ ou no próprio *Patreon*. Na figura 1, uma seleção aleatória de fotos de seu perfil do *Instagram*:

Figura 42: fotos extraídas aleatoriamente do perfil público de Marina Mui. Data da coleta: 23 de outubro de 2017



Fonte: <https://www.instagram.com/marinamuimui/>

¹⁹ Assim como o *Instagram*, é um aplicativo baseado em imagens, mas, assim como na ferramenta atual *Instagram Stories*, permite a exibição das fotos por um tempo determinado, ou seja, elas não ficam disponíveis no *feed*. O aplicativo foi lançado em 2011.

O segundo perfil é de Kevin Creekman, que se caracteriza como amante da vida, tatuador em treinamento e atleta da GN – empresa que produz suplementos alimentares, vitaminas, bebidas energéticas, dentre outros. Ele não está citado na página da marca como um de seus atletas.

Figura 43: fotos extraídas aleatoriamente do perfil público de Kevin Creekman. Data da coleta: 23 de outubro de 2017



Fonte: <https://www.instagram.com/thecreekman/>

Não escolhemos esses dois perfis ou essas fotos de cada um deles por apresentarem alguma característica única, pelo contrário, ambos os perfis apareceram nas coletas realizadas nas páginas selecionadas e são exemplos de comportamento comum entre as pessoas expostas nas seguintes páginas. Além disso, esses sujeitos criaram suas contas e suas estratégias de popularização, seguem estéticas que estamos chamando de convencionais e populares nas redes. Não estamos tentando entender suas motivações, apenas apontar algumas publicações que seguem o que entendemos como popular e que podem estar tornando ambos, celebridades da rede. Para exemplificar, vamos analisar algumas estéticas populares da rede afim de entender como o mercado, a internet e esses padrões fazem parte da transestética (LIPOVETSKY; SERROY, 2015), como o próprio nome sugere, que perpassa os campos atuais.

***Instagram aesthetics*: páginas selecionadas**

Gostaríamos então, de chamar atenção para os padrões relativos às tatuagens. Ao longo desse trabalho tentamos analisar as alterações nas relações com o corpo na sociedade ocidental e apontamos uma suposta liberdade que atinge os corpos na atualidade. Vale a pena retomar o rosa mencionado anteriormente, como representativo do agênero. Esse movimento é um dos exemplos de libertação do corpo, mas vamos tentar relativizar essa liberdade com os exemplos expostos na metodologia. Os corpos estão livres de algumas amarrações históricas, mas se prendem cada vez mais aos padrões estéticos, não só enquanto físico, mas como tentaremos mostrar, a padrões sexuais, sejam eles de aceitação ou sedução.

A partir disso, selecionamos quatro páginas do *Instagram*, comerciais e com curadoria. Nos interessaram essas páginas pelo grande número de seguidores, engajamento nas publicações relativamente alto e constante, e, principalmente, por promover pessoas comuns que queiram ter o seu perfil divulgado. As páginas também utilizam fotos de pessoas famosas, e provavelmente, mecanismos de promoção próprios da rede que os hospeda para garantir uma divulgação ampla e eficiente. Nesses parâmetros, selecionamos duas páginas que publicam fotos majoritariamente femininas e duas, masculinas. Foram selecionadas as 80 fotos mais recentes (em cada data de coleta) dos perfis e organizadas no software de edição de imagens Photoshop formando uma imagem para cada página escolhida, conforme realizado anteriormente.

Nossa metodologia está baseada no livro de Manovich (2016a) em que ele apresentou visualidades de imagens do *Instagram* com objetivo observatório. Tanto no livro mencionado quanto nessa pesquisa, estamos perseguindo, via banco de dados, um padrão de manifestação da cultura; tentaremos compreender uma lógica por trás desses padrões e, a partir disso, propor algumas discussões sobre o assunto, para tanto elaboramos a metodologia apresentada a seguir.

Metodologia

Baseamos nossa metodologia nos estudos de Lev Manovich (2016a, 2016b) e na proposta de taxonomia fotográfica de Hertz Wendel de Camargo e Josemara Stefaniczen (2016). Manovich (2016b) utilizou a localização de publicações em 5 megacidades ao redor do mundo, a partir de softwares de entendimento profundo para detectar os objetos necessários além de ferramentas de estética computacional e utilizou como base de pesquisa um conjunto de 100 mil imagens, propondo uma estética e padrões culturais dos locais selecionados. Ainda nos estudos de Manovich (2016a), o autor apresenta várias montagens de imagens com critérios de agrupamento diferenciados, como: localidade, perfil pessoal, hashtags utilizadas nas publicações das imagens, dentre outras.

Em ambos os trabalhos utilizados, Manovich busca identificar padrões de comportamento em rede e criar visualidades para ilustrar esses comportamentos. É isso que tentamos criar ao longo dessa pesquisa: várias composições visuais que ilustrem estéticas, comportamentos e padrões, já que consideramos imprescindíveis as amostras quando tratamos de assuntos imagéticos.

Já a proposta da taxonomia fotográfica, utilizou a observação e as ferramentas de busca do próprio *Instagram* para criar categorias e volume de imagens em determinadas categorias para análise: “O principal critério de categorização em nossa pesquisa se deu, justamente, por meio da repetição visual – entre as 720 imagens analisadas – de temas, padrões estéticos, discursos visuais, expressões corporais, aplicação de recursos de edição, objetos.” (CAMARGO; STEFANICZEN, 2016, p. 47).

Apesar de termos proposto as imagens listadas acima para criar uma visualidade das páginas selecionadas, percebemos que seria mais interessante trabalhar com as

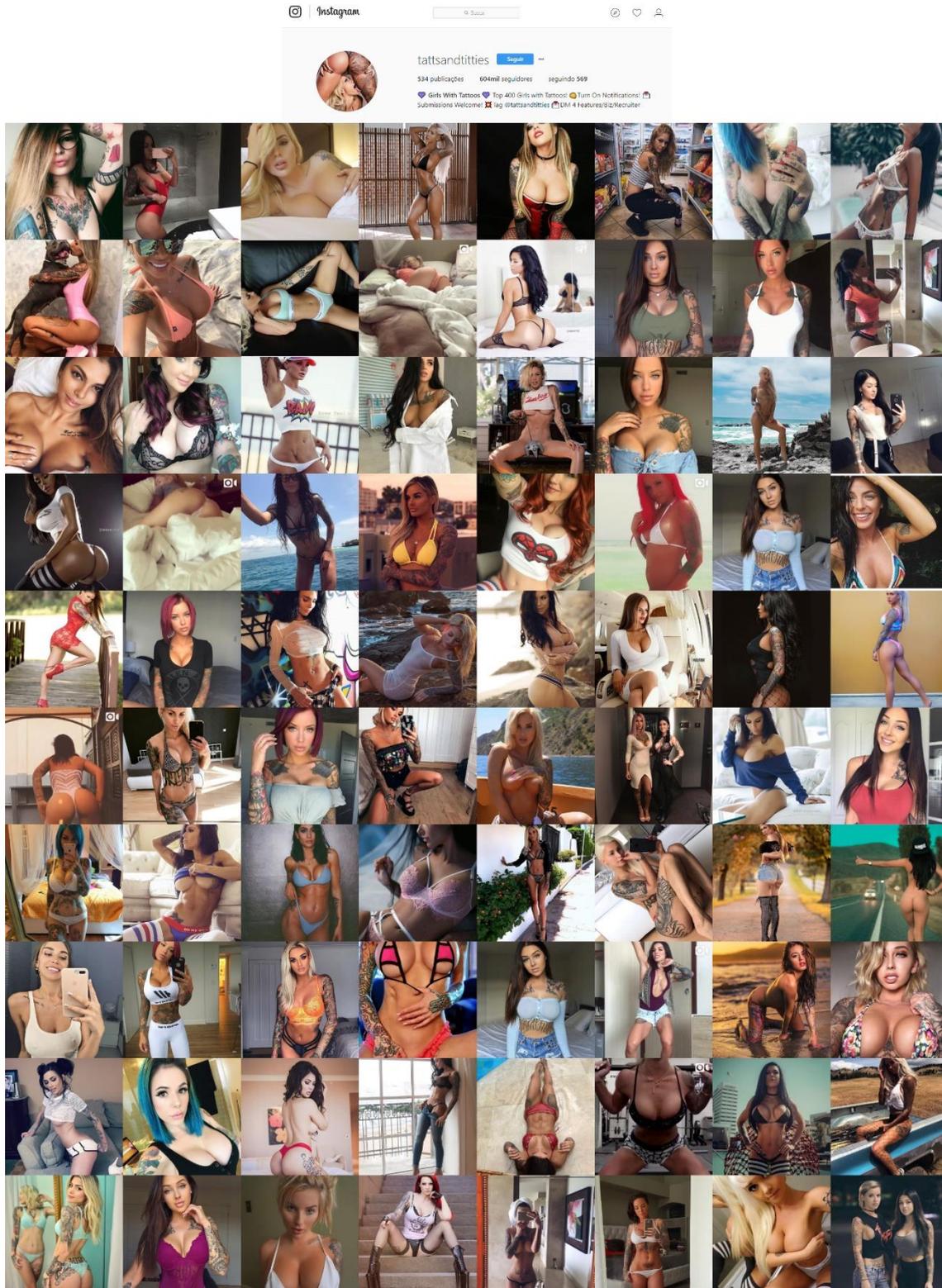
fotos mais populares de cada página. Gostaríamos de ter uma seleção automática que gerasse um número maior de resultados como nos estudos de Manovich. A proposta era juntar a pesquisa visual de Manovich com a taxonomia fotográfica de Camargo e Stefaniczen, por isso elaboramos a metodologia proposta:

1) Observação e seleção de páginas a serem analisadas. Características desejadas:

- Páginas com curadoria que publiquem fotos de pessoas comuns que querem seus perfis divulgados, mesmo que a página também utilize fotos de pessoas famosas para ganhar popularidade.
- Duas páginas com fotos majoritariamente femininas e duas, masculinas.
- Páginas com mais de 100 mil curtidas e que tivessem um engajamento de publicações relativamente alto e constante.
- Foram então selecionadas as seguintes páginas: *tattsandtitties*, *tittztattz*, *beardandtattoos_* e *tattoomodels*.

A) Tatts and Titties

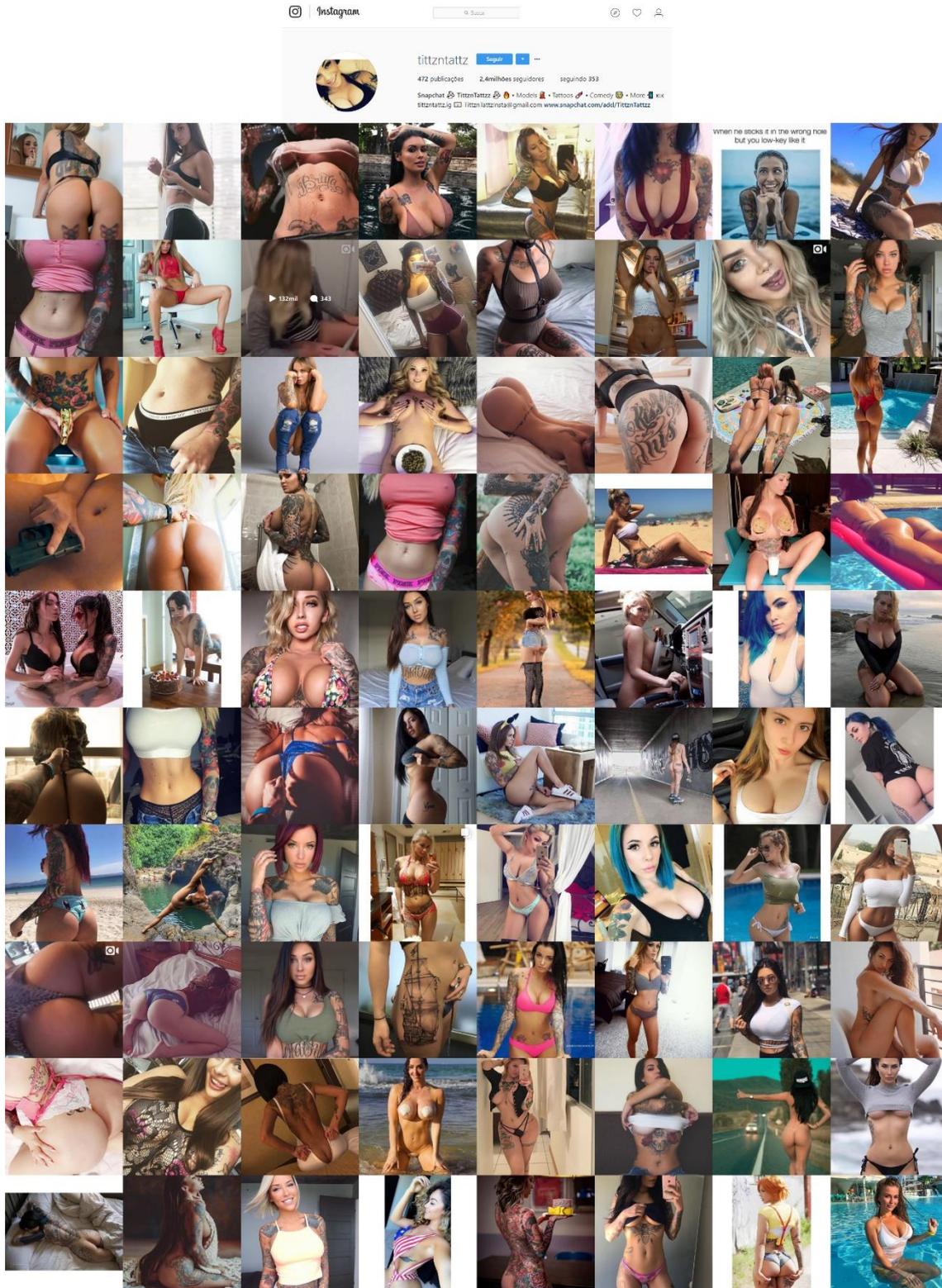
Figura 44: Seleção de 80 fotos mais recentes do perfil do *Instagram*, *tattsandtitties* - coleta realizada no dia 24/09/2017



Fonte: <https://www.instagram.com/tattsandtitties/>

B) Tittz and Tattz

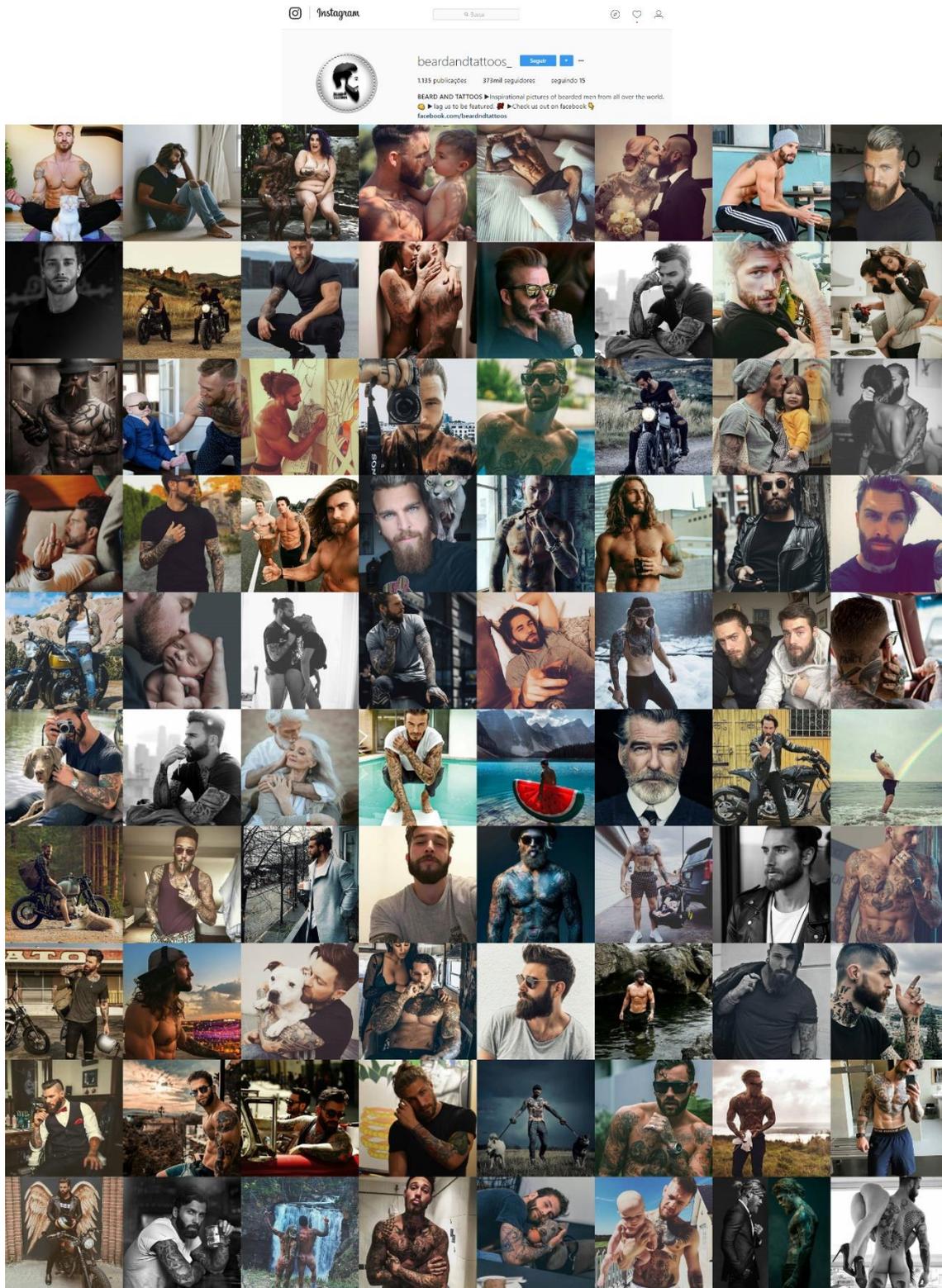
Figura 45: Seleção de 80 fotos mais recentes do perfil do *Instagram*, *tittznattz* - coleta realizada no dia 24/09/2017



Fonte: <https://www.instagram.com/tittznattz/>

C) Beard and Tattoos

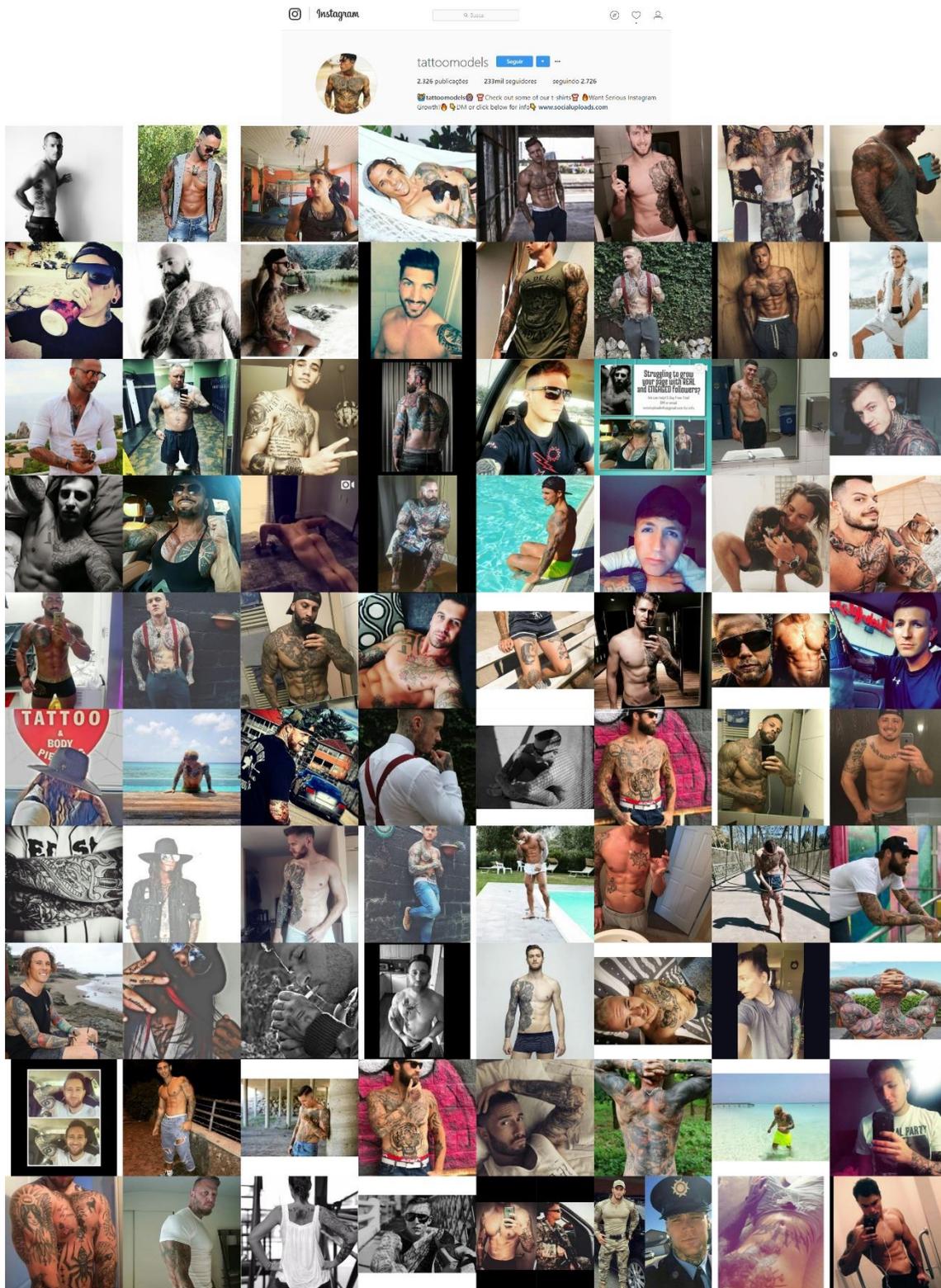
Figura 46: Seleção de 80 fotos mais recentes do perfil do *Instagram*, *beardandtattoos_* - coleta realizada no dia 12/09/2017



Fonte: https://www.instagram.com/beardandtattoos_/

D) Tattoo Models

Figura 47: Seleção de 80 fotos mais recentes do perfil do *Instagram*, *tattoomodels* - coleta realizada no dia 12/09/2017



Fonte: <https://www.instagram.com/tattoomodels/>

2) A segunda etapa da pesquisa consistiu na seleção manual das 100 fotos com maior número de curtidas de cada uma das páginas e organização manual, através do software de edição de imagens Photoshop, por ordem cronológica de publicação nas páginas apresentadas. As fotos foram organizadas manualmente para que fossem selecionadas as 100 fotos mais populares de cada uma das páginas, essas fotos foram então coletadas por captura de tela e salvas em pastas específicas de cada página. Não categorizamos as fotos por números de curtidas para que não fossem hierarquizadas pelos observadores, nos interessa o conjunto de 100 publicações mais populares de cada uma das páginas e não a foto com mais curtidas dentre todas elas.

Existem muitas fotos repetidas nessa seleção, mas optamos por considerar as fotos com mais curtidas, independentemente do número de vezes que fossem publicadas, afinal, a mesma foto publicada uma segunda ou terceira vez recebeu mais curtidas do que uma outra publicação não mencionada.

3) A partir da observação dessa primeira seleção, criamos uma taxonomia baseada em grupos temáticos notáveis, gerando as seguintes categorias:

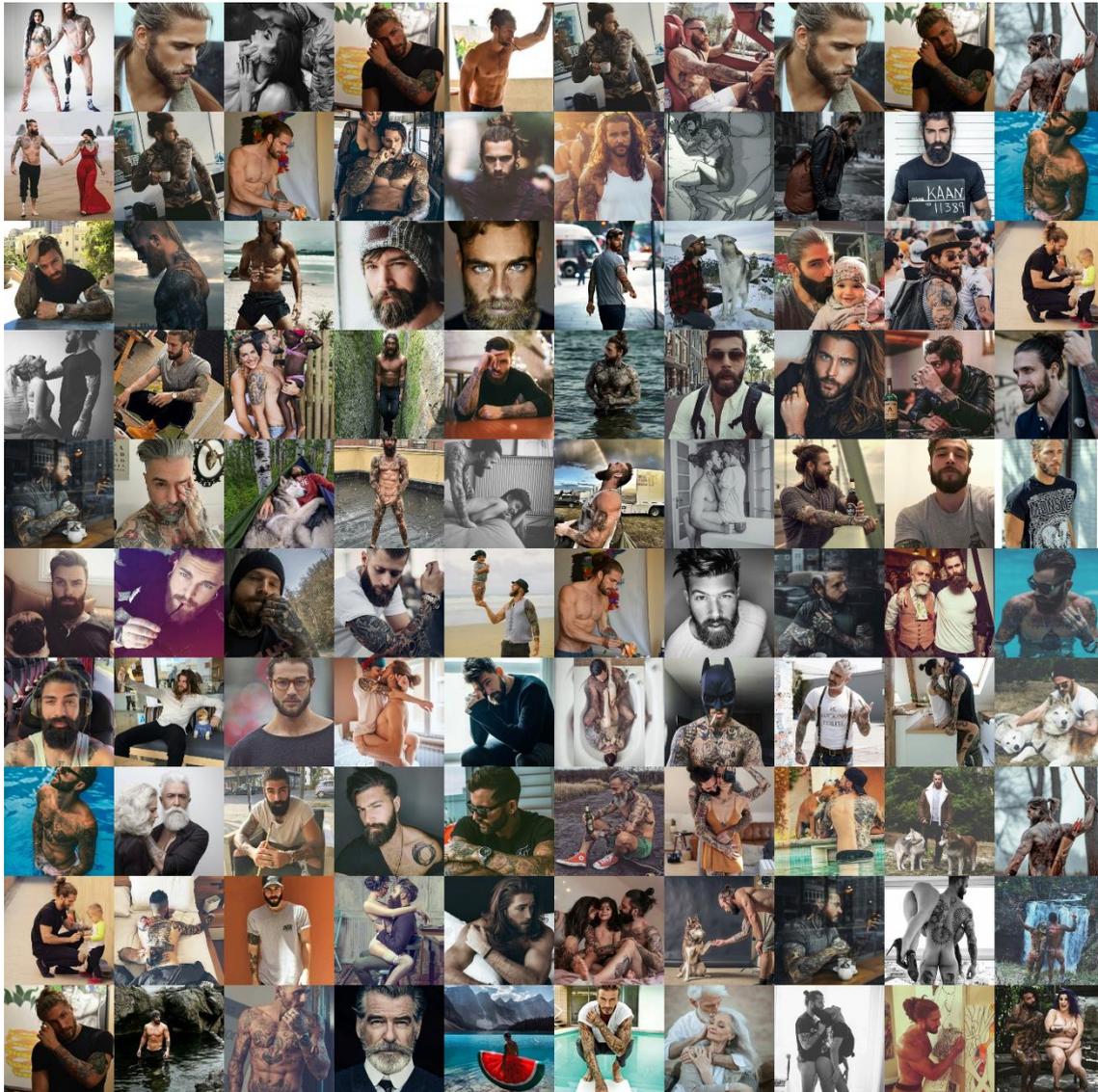
- Fotos com animais e bebês
- Fotos com casais
- Fotos com um alto grau de erotização
- Fotos em ambientes internos (indoor)
- Fotos em ambientes externos (outdoor)
- Selfie

4) Essas seleções foram então agrupadas, manualmente, utilizando a mesma ferramenta de edição de imagens, Photoshop. A organização dessas imagens foi baseada na primeira coleta das 100 mais curtidas: cada uma das fotos com mais curtidas foi numerada por páginas e organizadas em pastas, quando as numerações coincidiam, foi considerada a ordem alfabética das páginas analisadas, por exemplo, se a foto 1 da página *tattsandtitties* e a foto 1 da página *beardandtattoos_* foram selecionadas para uma mesma categoria, a foto da página *beardandtattoos_* continuou com a numeração 1 e a foto da página *tattsandtitties* foi renomeada para 1-2.

As 100 fotos mais curtidas por páginas selecionadas

1) *beardandtattoos_*

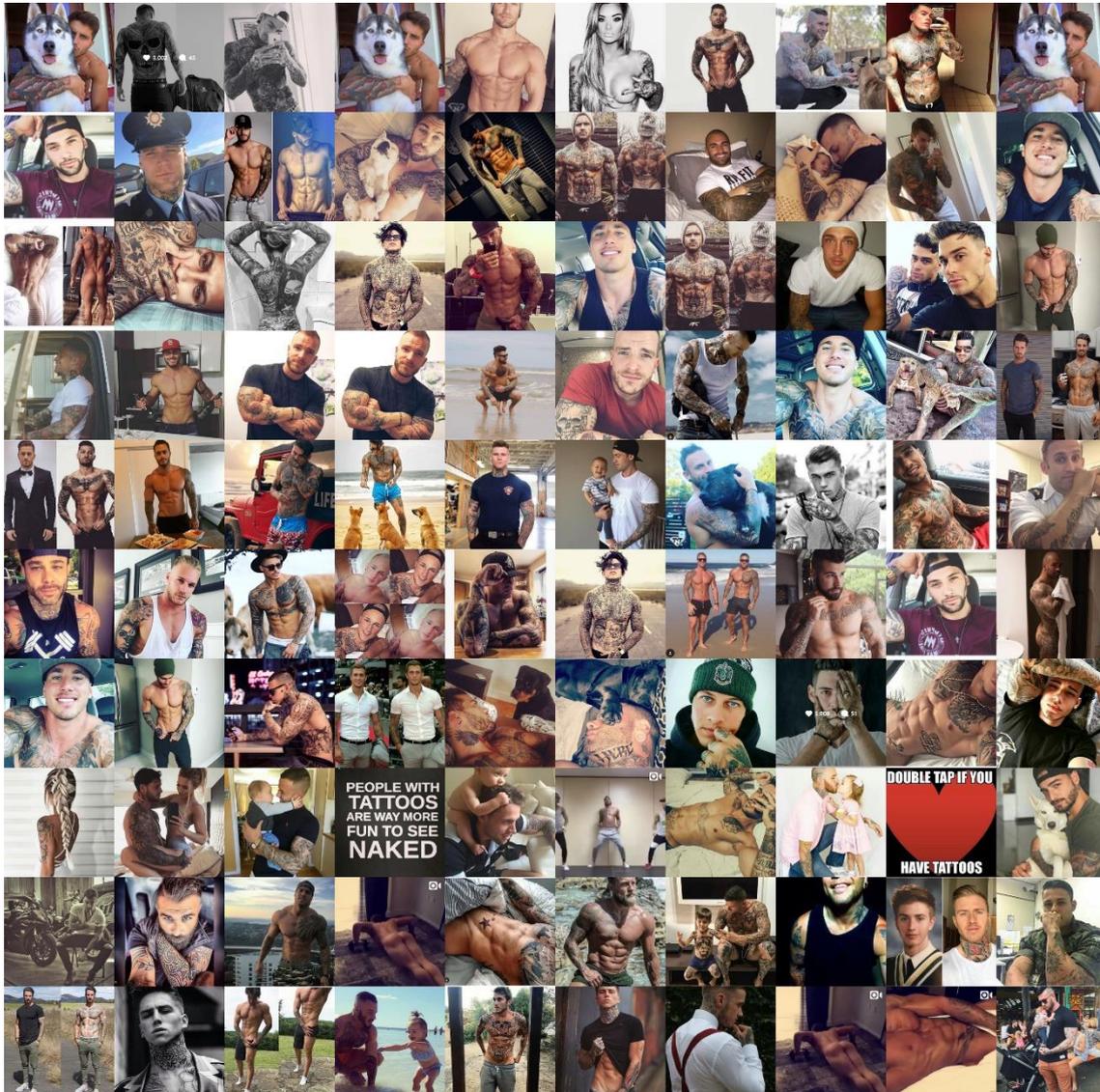
Figura 48: Seleção de 100 fotos com mais *likes* do perfil do *Instagram*, *beardandtattoos_* - coleta realizada no dia 19/09/2017



Fonte: https://www.instagram.com/beardandtattoos_/

2) *tattoomodels*

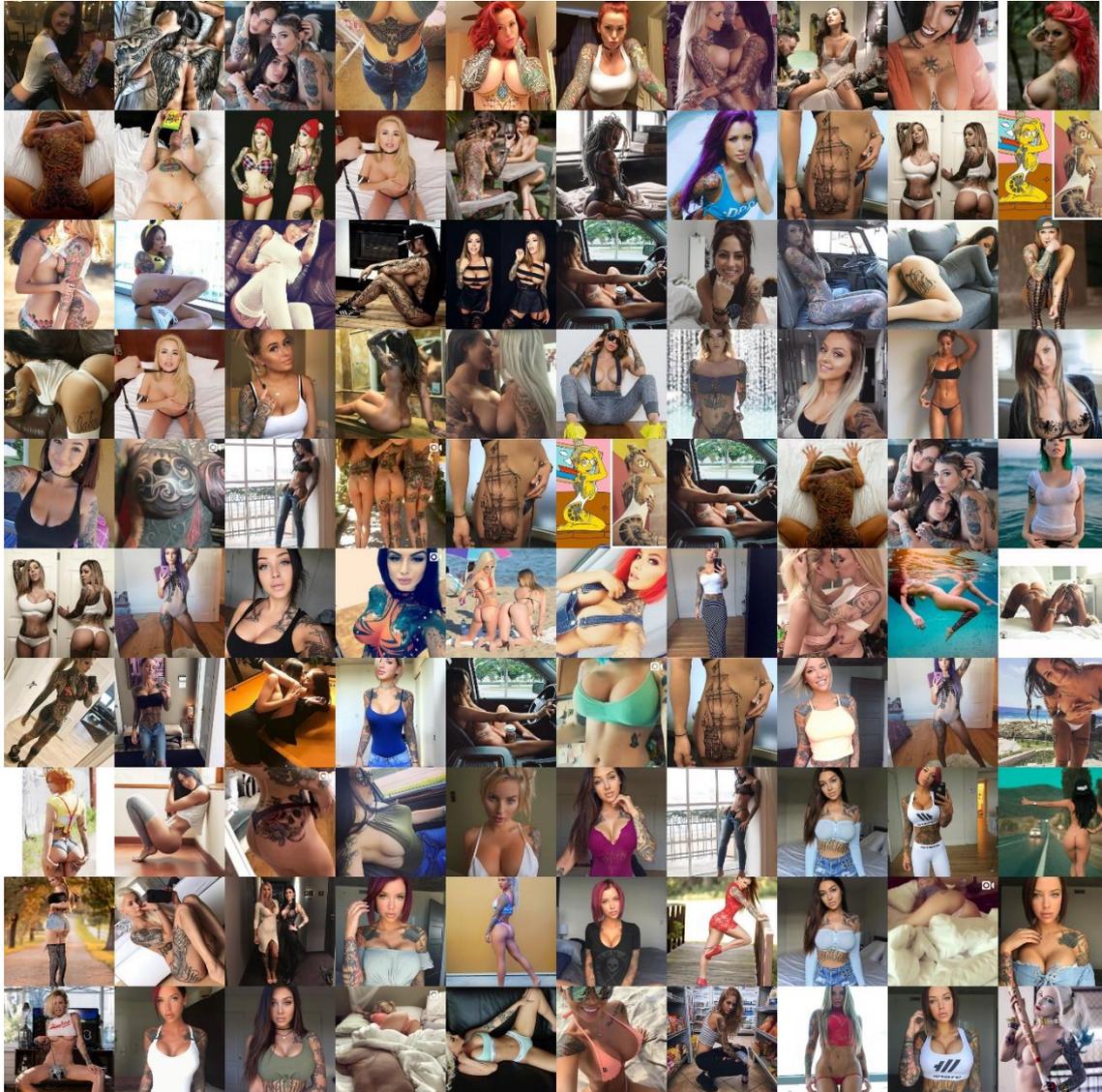
Figura 49: Seleção de 100 fotos com mais *likes* do perfil do *Instagram*, *tattoomodels* - coleta realizada no dia 26/09/2017



Fonte: <https://www.instagram.com/tattoomodels/>

3) *tattsandtitties*

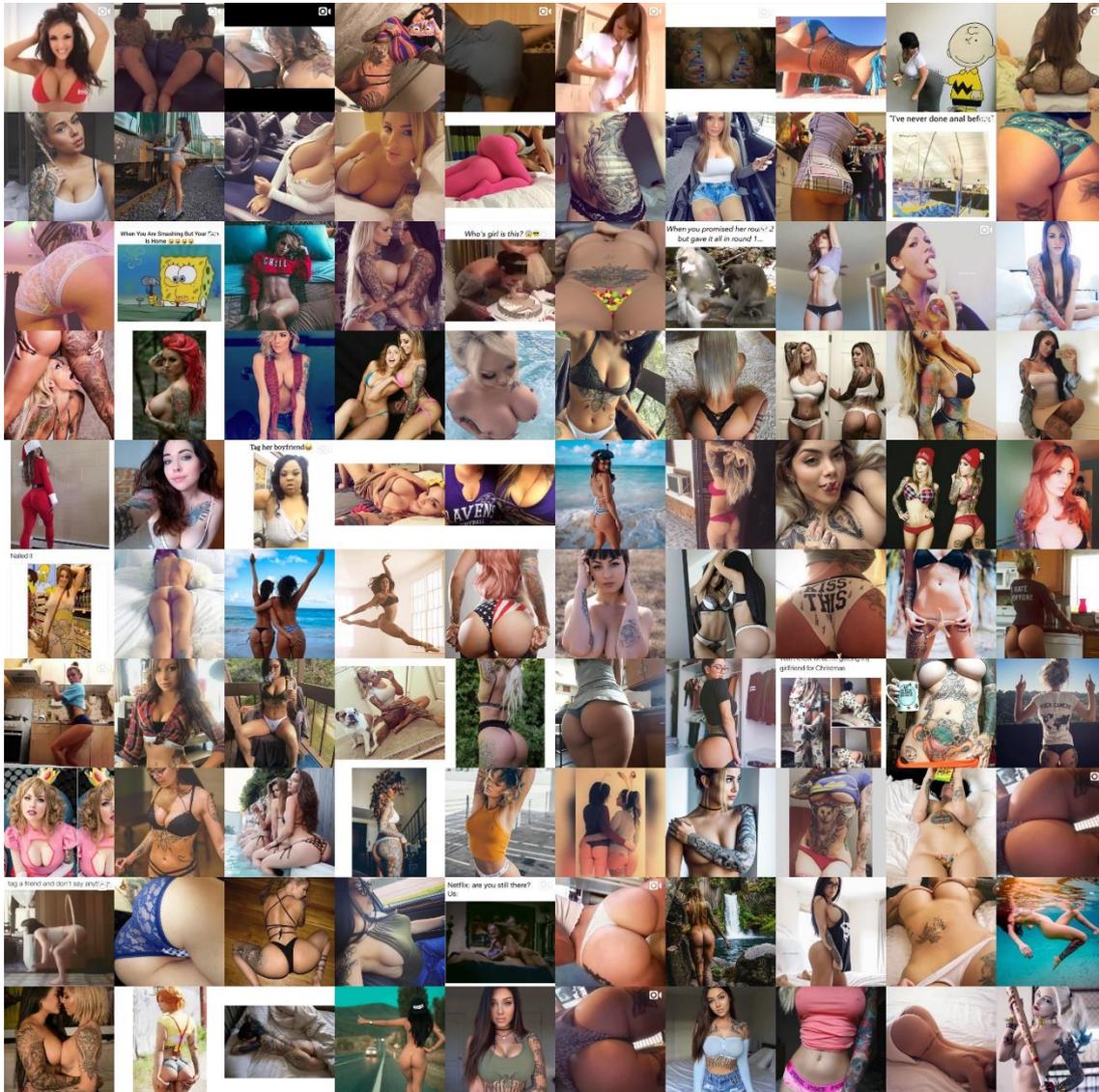
Figura 50: Seleção de 100 fotos com mais *likes* do perfil do *Instagram*, *tattsandtitties* - coleta realizada no dia 29/09/2017



Fonte: <https://www.instagram.com/tattsandtitties/>

4) *tittzntattz*

Figura 51: Seleção de 100 fotos com mais *likes* do perfil do *Instagram*, *tittzntattz* - coleta realizada no dia 30/09/2017



Fonte: <https://www.instagram.com/tittzntattz/>

TAXONOMIA FOTOGRÁFICA: CATEGORIAS

1) Fotos com animais e bebês



A primeira categoria nos chamou relativa atenção, essas fotos parecem ser populares já que apresentaram os números mais altos de curtidas. Consistem em fotos dos indivíduos com os padrões listados, tatuagens, nas páginas selecionadas na companhia de animais ou bebês. Essa categoria reuniu 36 imagens, mas o que mais nos intrigou foi que apenas duas delas foram publicadas em páginas com fotos majoritariamente femininas, ou seja, 34 das 36 imagens são masculinas seguindo o perfil de homem másculo, com corpos magros, saudáveis, fortes e tatuados, mas que tem seu lado meigo. Vamos tentar chamar atenção para algumas fotos de cada categoria que representem bem o que estamos apontando:



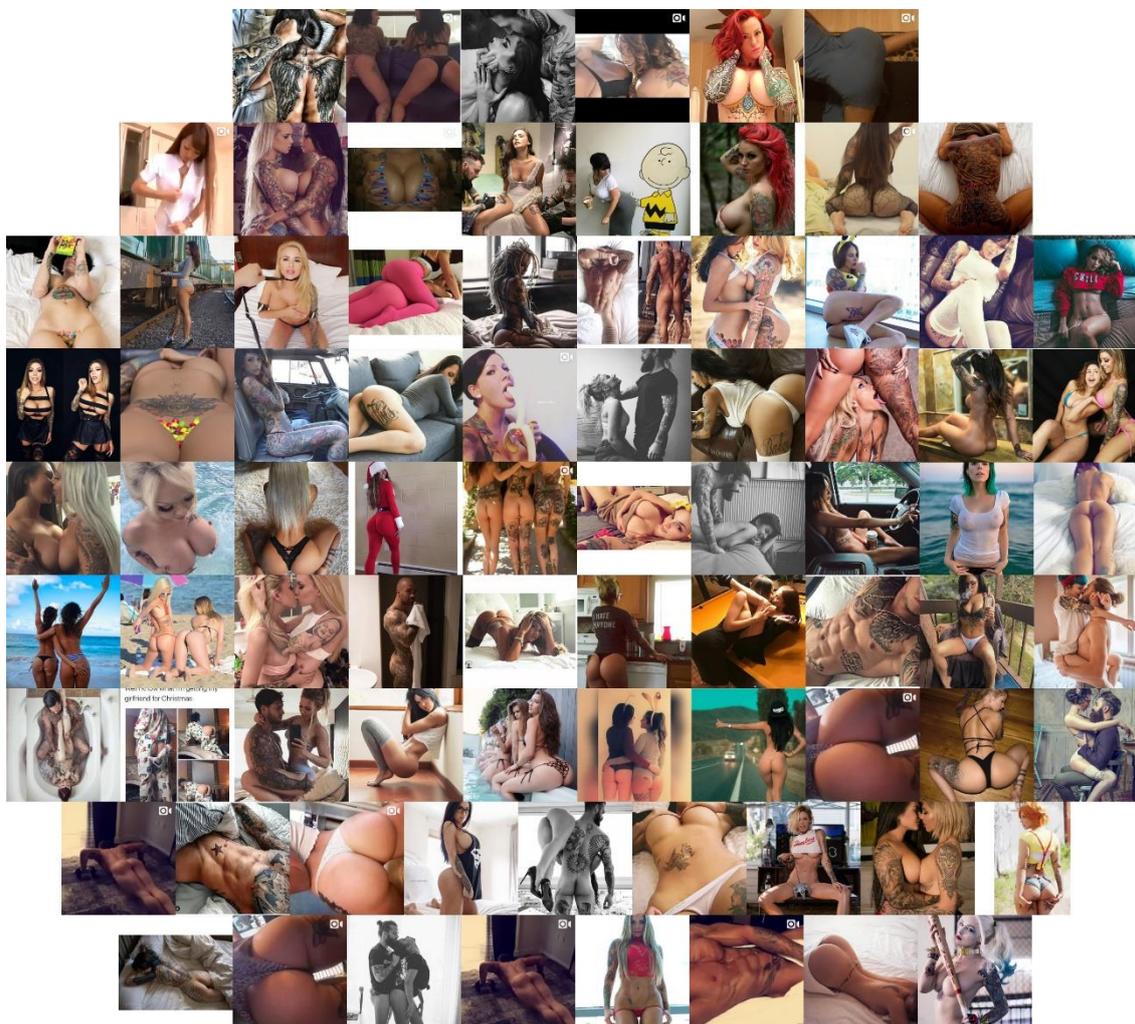
2) Fotos de casais



Essa categoria também apresentou um número razoavelmente elevado de curtidas na primeira seleção. Consiste nas fotos com casais, homo ou hetero afetivos. Reunimos 33 fotos de casais, das quais 22 foram postadas em páginas com fotos majoritariamente masculinas. O mais interessante dessa coleta foi que todos os casais heterossexuais estão nas páginas com fotos masculinas e todos os casais homossexuais (todos com duas mulheres) foram postados nas páginas com fotos femininas. Aparentemente, o padrão machista e fetichista de casais lésbicos ainda parece aceito e, inclusive, reforçado, enquanto os casais gays nem apareceram na seleção. A liberdade com os corpos nas redes sociais parece bastante contraditória, relativa e apegada a padrões aceitos, populares.



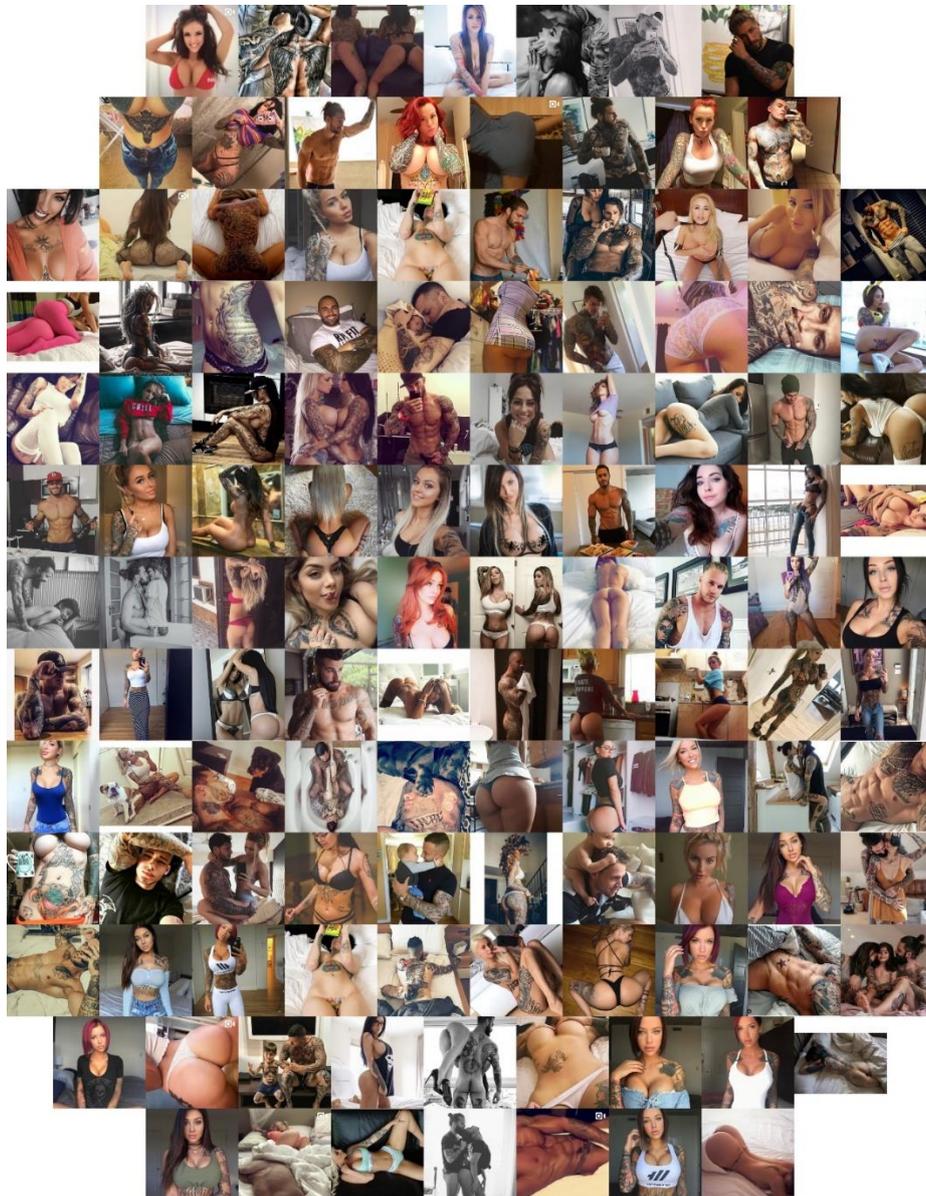
3) Fotos com um alto grau de erotização



Outra categoria com grande número de curtida. Tentamos utilizar como critério para seleção o nu ou referências explícitas ao sexo. Nessa categoria foram reunidas 82 imagens, das quais 65 foram publicadas em páginas com fotos majoritariamente femininas. Além de esse conjunto de fotos ter uma participação muito menor em páginas com fotos majoritariamente masculinas (apenas 17 imagens), 9 delas apresentam casais, as fotos de mulheres parecem ainda ter um apelo sexual mais explícito.



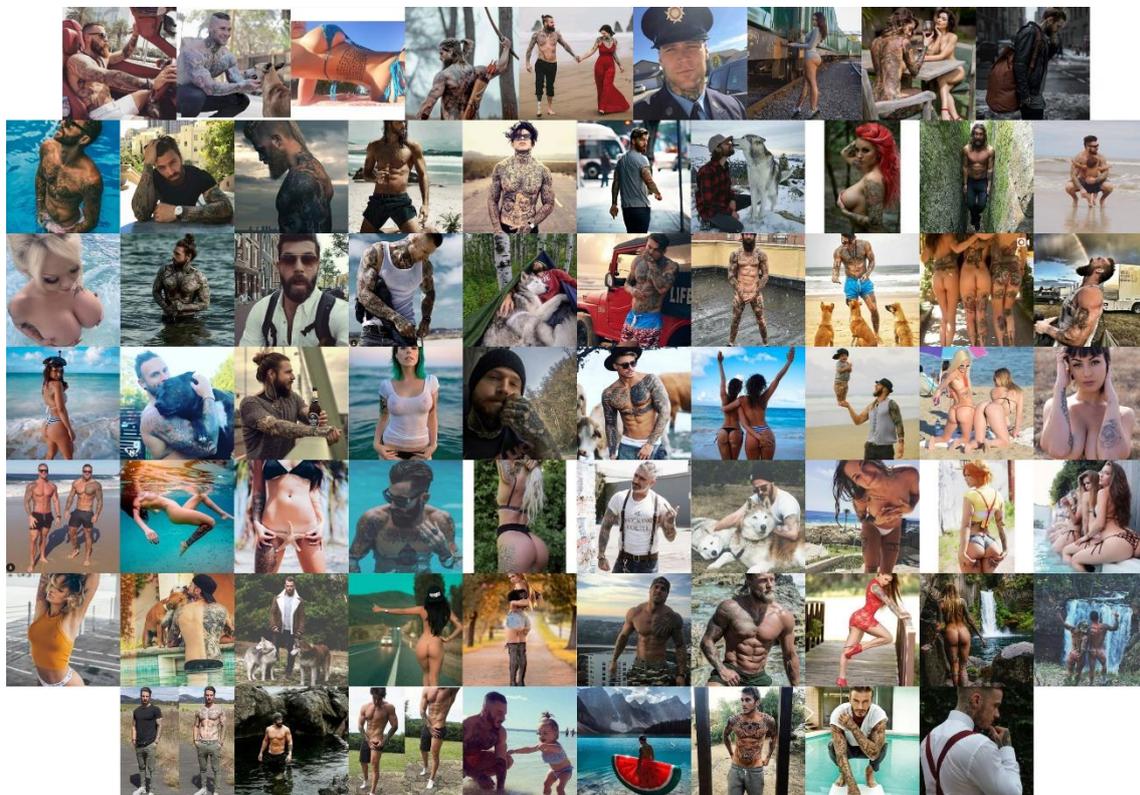
4) Fotos em ambientes internos (indoor)



Ao longo da análise percebemos duas tendências relativamente frequentes. A primeira faz referência as fotos dentro de casa, mostrando cama, armário, sofá, cozinha, dentre outras partes diretamente relacionadas ao lar. Essa categoria reuniu 121 imagens, sendo que 79 delas foram postadas nas páginas com fotos majoritariamente femininas. Nessa categoria, 38 fotos tiradas em camas, das quais 11 foram publicadas em páginas majoritariamente masculinas, e dessas, 5 são de casais.



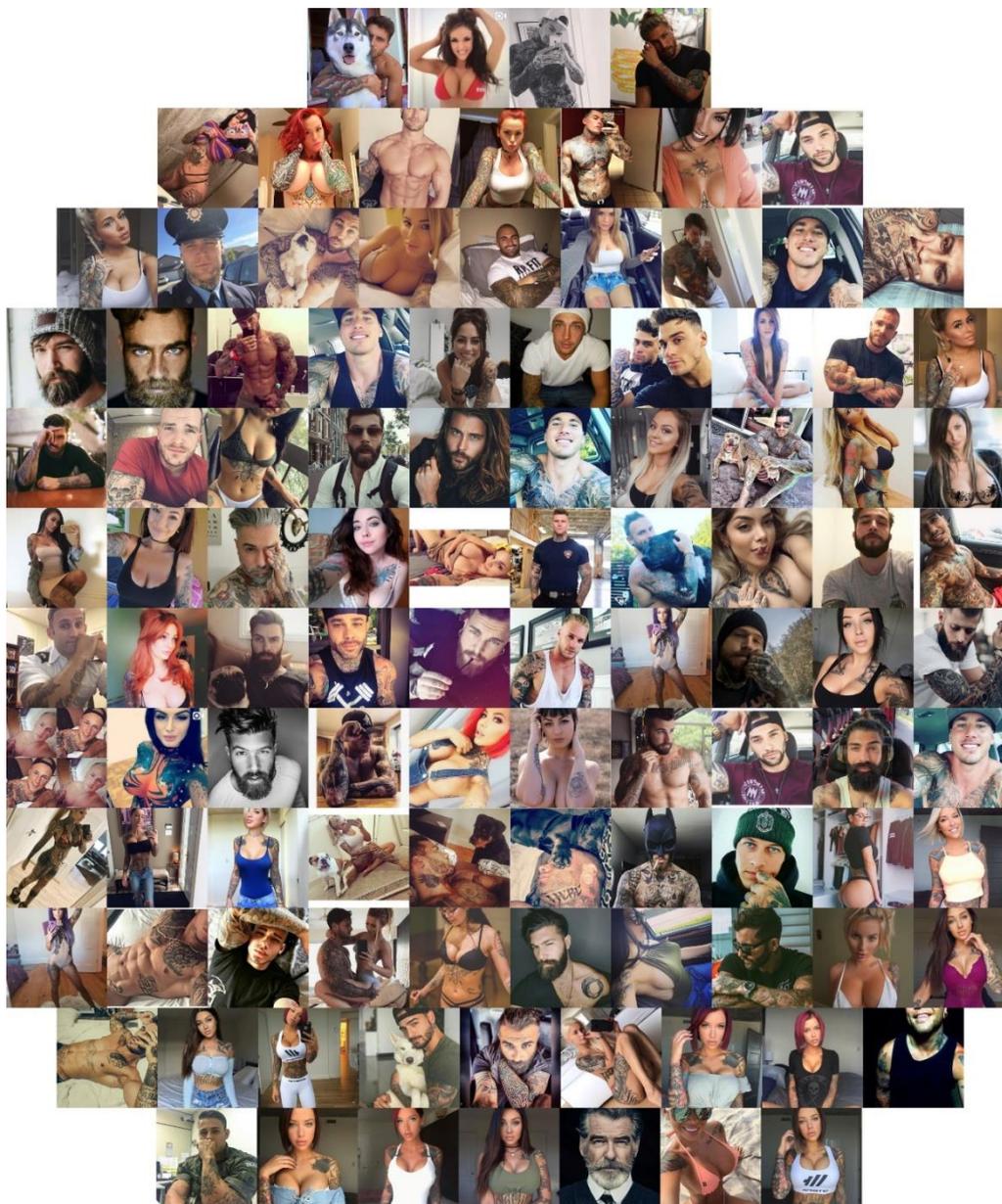
5) Fotos em ambientes externos (outdoor)



A segunda tendência parece ser a das fotos ao ar livre, especialmente em cenários convencionalmente considerados bonitos ou dentro da água, também com frequência relativamente alta. Essa categoria apresentou 67 fotos, 45 delas publicadas em páginas com fotos majoritariamente masculinas. As fotos femininas dessa categoria ainda parecem ter uma conotação essencialmente privada, das 22 fotos consideradas, 13 tem algum nu exposto.



6) Selfie



A última categoria, com uma seleção grande de fotos, a categoria dos selfies, como previsto para uma análise em redes sociais, muitas fotos da seleção principal são selfies. Nessa categoria foram reunidas 108 fotos, 48 de perfis com fotos majoritariamente femininas. O que percebemos nas selfies foi a valorização das tatuagens enquanto identidade, aparentemente, esse tipo de foto chama atenção de fato para as tatuagens, é o que se pretende mostrar na foto, a tatuagem não parece como um motivo para expor o corpo, mas o contrário, e uma relativa diminuição dos apelos eróticos.



Concluimos esse capítulo com essa possível retomada da tatuagem enquanto artigo de diferenciação, de domínio do próprio corpo e da própria pele, possibilidade de exteriorizar a identidade. Mas o que vimos, a grosso modo, é um apego ao erótico e uma busca pelo reconhecimento e pela popularidade. Como dissemos, não nos cabe julgar os praticantes da tatuagem e muito menos generalizar os motivos das tatuagens, apenas apontar que existe uma parcela, relativamente consistente, de pessoas que faz ou expõe suas tatuagens em poses estereotipadas e sensualizadas para conseguirem um maior número de *likes*, especialmente no caso de páginas como as mencionadas, que tem como objetivo maior, alcançar e manter um público grande para possível geração de renda e ambiente publicitário.

DISCUSSÕES

Começamos esse trabalho sugerindo que o belo era uma característica imprescindível para o homem e que ela perduraria através dos tempos. Como vimos ao longo dessa pesquisa, a relação do homem com seu corpo, na sociedade ocidental, foi influenciada por diversas crenças, normas e disciplinas. Durante os períodos apresentados o corpo foi considerado fonte de pecado, negligenciado, inferiorizado em relação à mente e moldado para ter maior eficiência enquanto força de trabalho. Apenas com o considerável ganho de importância do indivíduo, da singularidade e da autenticidade, o corpo pareceu ganhar uma dimensão relevante.

As disciplinas serviram como moldes, como cartilhas de comportamento social. Por sua vez, as estruturas disciplinares foram responsáveis pelo exercício contínuo dessas práticas: nas escolas os alunos são classificados por notas ao invés de comportamentos e condutas; nos hospitais, pouco importa a personalidade do paciente ou dos médicos, existe um protocolo rígido a ser seguido, não há espaço para aprofundamento de relações. É assim em qualquer estrutura disciplinar, as pessoas funcionam como elementos a serem preenchidos numa tabela, a serem dispostos em filas, como disse Foucault (2014b). As teorias que se dizem racionalistas parecem criar duas verdades: a vivida e a disciplinada. O que o academicismo, o iluminismo e o positivismo acabaram criando foi uma ficcionalização da realidade. O pensamento racionalista gera uma sombra da realidade com a função de entender e analisar o mundo, essa prática faz com que os campos da vida sejam espelháveis, como se pudessem ser considerados uma representação em prol do entendimento.

Esse *método* de pensamento continua bem estruturado nos dias de hoje. As *novas disciplinas*, que propusemos nessa pesquisa, funcionam da mesma maneira. Se as pessoas precisam apresentar uma máxima eficiência, elas têm que trabalhar ao ponto da exaustão e montar uma realidade de bem-estar com seu esforço para que não criem uma sensação de falta de vontade, falta de coleguismo, ou qualquer outro atrito que possa ser gerado pelo cansaço no ambiente profissional. O mesmo acontece com a aparência física, a pessoa se priva de diversos prazeres ou se dedica às atividades que não gosta de praticar, mas além de ficar magra e bonita, ela tem que se mostrar realizada ao se esforçar para si mesma.

É assim que surgem as teorias sobre a estetização do mundo. O capitalismo gera essa sensação de que tudo tem que ser positivo, bonito, feliz. Como se o correto fosse criar realidades alternativas para tudo, mesmo que o mundo esteja repleto de miséria, doenças, violência, egoísmo, guerra, problemas ambientais, discriminação, ou qualquer outro problema social que possa ser mencionado, deve-se mostrar um ambiente de possibilidades, beleza e determinação. Estamos utilizando nesse trabalho conceitos como regime estético (RANCIÈRE, 2004) e hiperestético (LIPOVETSKY; SERROY, 2015):

Na presente obra sustenta-se a ideia de que uma quarta fase de estetização do mundo se instalou, remodelada no essencial por lógicas de mercantilização e de individualização extremas. A uma cultura modernista, dominada por uma lógica subversiva em guerra com o mundo burguês, sucede um novo universo em que as vanguardas são integradas na ordem econômica, aceitas, procuradas, sustentadas pelas instituições oficiais. Com o triunfo do capitalismo artista, os fenômenos estéticos não remetem mais a mundinhos periféricos e marginais: integrados ao universo de produção, de comercialização e de comunicação dos bens materiais, eles constituem imensos mercados modelados por gigantes econômicos internacionais. (LIPOVETSKY; SERROY, 2015, p.27)

O corpo, tende a ser menos moldado pelas disciplinas tradicionais, porém, fica relativamente mais imerso nessas *novas disciplinas* da positividade, que por sua vez, fazem parte dessa estética generalizada. O corpo da modernidade está preso – talvez mais do que nunca – pois não importa mais o *ser*, ele tem que *parecer* e *aparecer*, as ações do homem devem ser pensadas e estetizadas, não basta ter um corpo magro, bonito, desejável, se ninguém o vê. Tão pouco basta ter as características físicas e demonstrar insatisfação, tristeza ou qualquer outra emoção negativa. Ou seja, mais do que estar preso à uma aparência bem determinada, o homem da atualidade também está preso às atuações constantes de bem-estar: “[...] a realidade surge no espetáculo, e o espetáculo é real. Essa alienação recíproca é a essência e a base da sociedade existente.” (DEBORD, 1997, p.15)

O espetáculo faz parte da positividade capitalista moderna. Quando o homem se torna seu próprio chefe e seu trabalho fica cada vez mais exigente e cansativo, ele também precisa mostrar para si mesmo que fez a escolha certa, que está se dedicando e que isso o faz feliz. É um ciclo vicioso em que o novo patrão, o novo espectador, o novo competidor, é o próprio indivíduo. “O espetáculo se apresenta como uma enorme positividade, indiscutível e inacessível. Não diz nada além de ‘o que aparece é bom, o que é bom aparece’.” (DEBORD, 1997, p.16). Então, o que deve ser mostrado para si e para o outro, o bom e o louvável. O que entendemos como espetacular precisa estar

em foco, e a mostra para que possa ser visto; o que não for parte do espetáculo tende a ficar escondido.

Na atualidade fica evidente que: “Esse superconsumo estético se vincula manifestamente à nova cultura individualista centrada no hedonismo, no melhor-estar, na personalização de si.” (LIPOVETSKY; SERROY, 2015, p. 349). Além disso, a midiaticização da intimidade – que mencionamos anteriormente ao citarmos os reality shows – faz com que o cotidiano pareça gradativamente mais estetizado, como se a vida comum fosse repleta de edições e dramas, reforçando a ideia de que toda vida é perfeita e pressionando o indivíduo a apresentar também uma vida perfeita, plena, feliz. As redes sociais surgem então como uma possibilidade para midiaticização da própria vida. Quando se publica na internet apenas os momentos bons e felizes, as fotos em que saiu bem, seu desempenho físico, ou qualquer outro evento – que se mistura com o cotidiano comum – também está sendo feita uma seleção, uma edição, os melhores momentos da vida comum.

Essa onda de positividade também entra em conflito com o declínio do pensamento humanista. O homem não consegue mais se afirmar como superior e único, ele tem medos de coisas que não podem ser controladas por ele. Mas o sistema quer que o ser se porte como superior, único, eficiente, capaz de superar barreiras, de inovar, de ser melhor que seus adversários. Mas fica mais difícil ser único em um mundo em que todos querem ser únicos e enaltecer suas qualidades destacáveis. Nas palavras de Harari (2016): “Ao buscar a felicidade e a imortalidade, os humanos estão na verdade tentando promover-se à condição de deuses.” (HARARI, 2016, p.51). Isso porque o que sobrou do humanismo foi o medo da morte e o que projeta o capitalismo é a felicidade plena.

A exposição nas redes sociais pode buscar essa perfeição divina. Quando se enfrenta uma frustração como a de não se ver mais como um ser extremamente único e importante para o universo – como no caso do pensamento humanista – e encontra uma possibilidade de edição da realidade, pode-se tentar criar um ideal ficcionado que seja satisfatório: as redes sociais abrem espaço para edição, seleção, exposição. Harari sugere que no futuro, se conseguirmos resolver a morte e a dor, provavelmente teremos a capacidade de nos moldar como desejarmos: “Seria possível adquirir a força de Hércules, a sensualidade de Afrodite, a sabedoria de Atena ou a loucura de Dionísio[...].” (HARARI, 2016, p.51). Além dos reality shows, também mencionamos o hiper-realismo. A estética hiper-realista se parece muito com a realidade editada para caber nas vitrines das redes sociais. Talvez a internet já apresente essa aproximação com os deuses, uma

edição que aperfeiçoa tanto a realidade que almeje o divino, ela mostra uma versão tão real e ao mesmo tempo tão estereotipada, que se assemelha a esse estilo artístico. Foi assim que Baudrillard (1991), explicou essa tendência hiperestética moderna:

Gozo de um excesso de sentido, quando a barra do signo desce abaixo da linha de flutuação habitual do sentido: o insignificante é exaltado pela filmagem. Aí se vê o que o real nunca foi (mas «como se você aí estivesse»), sem a distância que faz o espaço perspectivo e a nossa visão em profundidade (mas «mais verdadeiro que ao natural»). Gozo da simulação microscópica que faz o real passar para o hiper-real. (É um pouco assim na pornografia também, cujo fascínio é mais metafísico que sexual.) (BAUDRILLARD, 1991, p. 41)

Chamamos a edição da realidade de hiperestética, hiper-moderna, hiper-real, porque não podemos considera-la uma mentira. A sociedade ocidental – ou, nesse caso, a sociedade – se baseia em histórias, mesmo as histórias da religião, as leis, as regras sociais, só são possíveis por serem passadas de uma pessoa para outra e por serem acreditadas pelo outro: “Para essa elite letrada – tanto no Egito antigo como na Europa do século XXI –, o que estiver escrito num pedaço de papel é tão real quanto as árvores, os bois e os seres humanos.” (HARARI, 2016, p.171). A realidade editada não deixa de ser realidade, ela só é hiperestetizada. Nas palavras de Rancière (2004):

O regime estético das artes é o regime que identifica estritamente a arte no singular e a liberta de qualquer regra específica, de qualquer hierarquia das artes, assuntos e gêneros. No entanto, ele faz isso destruindo a barreira mimética que distinguia as *formas de fazer* e o *fazer* afiliado à arte de outras maneiras de fazer e fazer, uma barreira que separava suas regras da ordem das ocupações sociais. O regime estético afirma a singularidade absoluta da arte e, ao mesmo tempo, destrói qualquer critério pragmático para isolar essa singularidade. Ao mesmo tempo, estabelece a autonomia da arte e a identidade das suas formas com as formas que a vida usa para se moldar. O estado estético de Schiller, que é este primeiro manifesto de regimes (e permanece, em certo sentido, insuperável), indica claramente essa identidade fundamental dos opostos. O estado estético é uma instância de suspensão pura, um momento em que a forma é experienciada por si mesma. Além disso, é o momento da formação e educação de um tipo específico de humanidade. (RANCIÈRE, 2004, p.23, tradução nossa)

Mas, ao mesmo tempo que o mundo começa a ser hiper-real, a estética da realidade, do cotidiano, passa a ser cada vez mais almejada. Como dissemos anteriormente, existe uma tendência à estética publicitária nas redes sociais, mas ela ainda pode vir do anônimo, sem relações comerciais com uma empresa patrocinadora ou produtora, é apenas uma estética almejada, essa diferença sutil entre a estética comercial e a proposta por indivíduos comuns na rede foi discutida por Manovich

(2016a). Ela pode retratar algo comercial, mas no geral, é uma nova maneira de retratar a vida “comum”. Para Paula Sibilia (2016):

Quanto mais a vida cotidiana é ficcionalizada e estetizada com recursos midiáticos, mais avidamente se procura uma experiência autêntica, verdadeira, não encenada. Busca-se o realmente *real* – ou, pelo menos, algo que assim *pareça*. Uma das manifestações dessa fome de veracidade na cultura contemporânea é o anseio por consumir lampejos de intimidade alheia. Em meio ao sucesso dos reality shows e das redes sociais, o espetáculo da realidade faz sucesso: tudo vende mais se for real, mesmo que se trate de versões performáticas de uma realidade qualquer. (SIBILIA, 2016, p. 247)

Uma matéria²⁰ do Elephant Journal mostra um exemplo do *Instagram* – uma piloto de avião sueca que aproveita suas viagens ao redor do mundo para registrar a sua prática de ioga em locais bonitos, como praias –, as fotos apresentadas fazem bastante sucesso, não apenas esse exemplo específico, mas muitos outros que compartilham seus hábitos saudáveis, seus corpos bem trabalhados e aptos. O teor da matéria é a banalização de algumas atividades – como nesse caso, a prática do ioga – nas redes sociais: a pose final não tem quase importância na filosofia do esporte, ela apenas fica bonita na foto. Talvez, as práticas realizadas no *Instagram* não passem de espetacularizações da prática, não se sabe se aquela pessoa entende dos sutras do ioga, por exemplo, apenas mostra sua flexibilidade e seu corpo bem estruturado nas redes.

Muitos dizem que esses perfis servem de inspiração para o público em geral. Mas uma pose extremamente complexa e estática, em ambientes quase paradisíacos, tão distantes de uma realidade convencional apresenta modelos de vida? A suposta inspiração vem justamente dessa busca pela hiper-realidade, a ideia de que seria possível criar uma vida perfeita na rede social, de que a realidade pode se confundir com a publicidade em uma comunhão estética hiper-artificial. Notamos muitos exemplos desses cotidianos hiper-realistas em nossas análises, cenas que poderiam fazer parte do dia-a-dia, mas ao mesmo tempo estão extremamente distantes de uma realidade comum. Vamos elencar alguns desses exemplos a seguir:

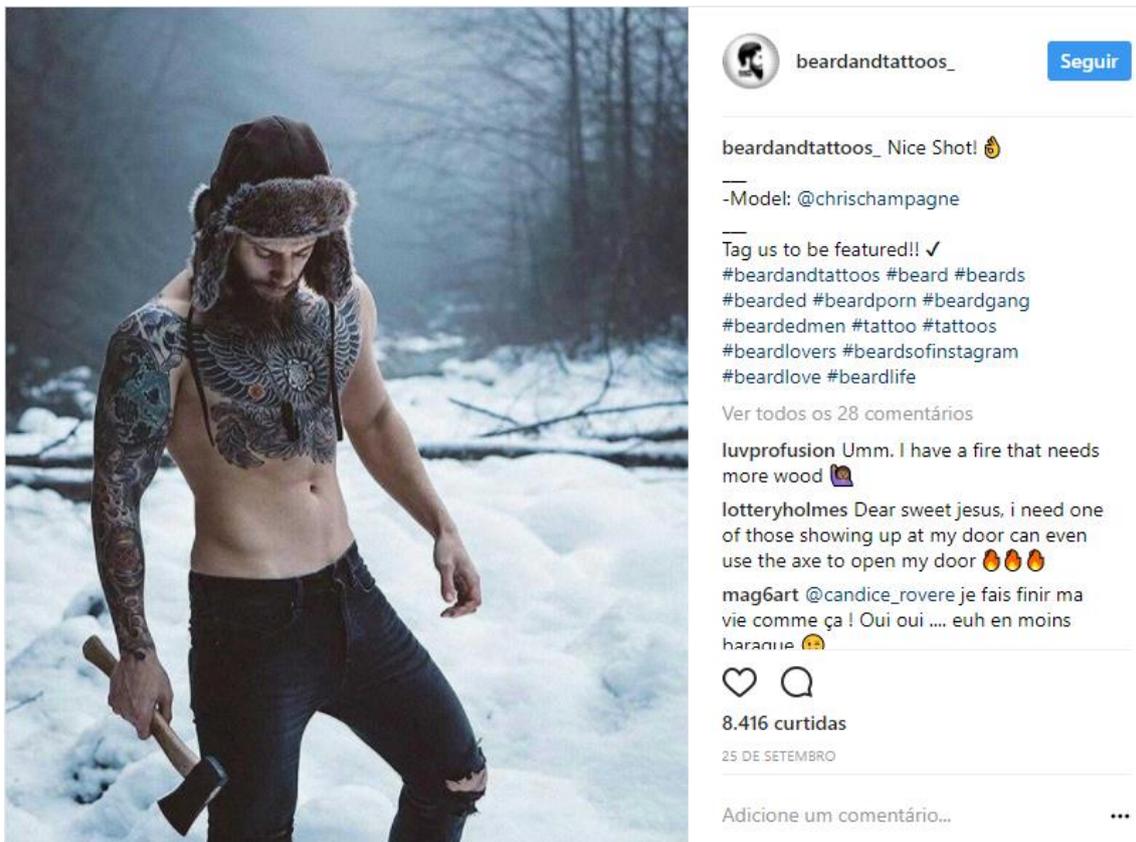
²⁰ The Instagramization of Yoga. Disponível em: <https://www.elephantjournal.com/2015/08/the-instagramization-of-yoga/>

Figura 52: captura de tela de um dos perfis selecionados na rede *Instagram*



Fonte: <https://www.instagram.com/p/BZ5K4rKAnGr/?taken-by=tittznattz>

Figura 53: captura de tela de um dos perfis selecionados na rede *Instagram*



Fonte: https://www.instagram.com/p/BZdr8mLgH23/?taken-by=beardandtattoos_

Figura 54: captura de tela de um dos perfis selecionados na rede *Instagram*



Fonte: <https://www.instagram.com/p/BafCtgxAjGk/?taken-by=tittznattz>

Além dessa realidade apresentada durante a pesquisa e nesses exemplos de agora não parecer verdadeira, ela também mostra um questionamento sobre a liberdade que relativizamos anteriormente. Esses corpos são livres? Eles parecem moldados, desenhado, editados para caber em uma hiper-realidade que seja popular, passível de likes. Além disso, parecem reforçar padrões extremamente antiquados: a mulher, bonita, maquiada, de lingerie, em ambiente privado, magra, comendo algo pouco saudável, doce, palatável, parecendo reforçar o padrão machista, com representações tipicamente sensualizadas da mulher; o homem másculo, trabalhador, forte, sem camisa na neve, aspecto de lenhador, reforçando um padrão de macho heteronormativo; a segunda mulher está em ambiente externo, mas aparentemente sozinha, magra, maquiada, mais uma vez reforçando um padrão tipicamente sensualizado da figura feminina. Mesmo que pareçam esbanjar uma liberdade sexual e do corpo com essa nova exposição nas redes, os padrões, as atrações, parecem muito conservadoras.

Nesse sentido, além dessa busca por uma hiper-realidade perfeita, por uma vida feliz, bem-sucedida, magra, parecer conservadora e unicamente ligada à uma busca por

popularidade, ela também gera outros problemas. Nas palavras de Han (2015): “[...] a depressão é a expressão patológica do fracasso do homem pós-moderno em ser ele mesmo. [...] O que torna doente, na realidade, não é o excesso de responsabilidade e iniciativa, mas o imperativo do desempenho como um novo *mandato* da sociedade pós-moderna do trabalho. “(HAN, 2015, p. 27). Ou seja, o homem está inserido nessa realidade depressiva de viver fingindo ser compatível com toda a positividade moderna, se privando de momentos de descanso para maximizar o trabalho, se privando de prazeres do corpo, como o sono e a comida, para se dedicar a um estilo de vida imposto a ele.

Muito dessa preocupação com a depressão moderna é analisado nos estudos de gerações. Para estudiosos, a Geração Y – aquela que mencionamos como apegada ao passado, aos tempos de infância – sofre com uma criação e uma convivência ambas hiper-realistas. Na pesquisa²¹ publicada em 2013 no site da UNICAMP, é mencionada a criação dessa geração: “Na época dos avós da Ana, eles eram obcecados com estabilidade econômica e criaram os pais dela para construir carreiras seguras e estáveis. Eles queriam que a grama dos pais dela crescesse mais verde e bonita do que eles as deles próprios. “; os pais da “Ana”, usada como exemplo genérico de indivíduo da geração Y, são os Baby Boomers nascidos na década de 1950, que viveram sua carreira no período de “Boom” econômico, que reforçava toda essa positividade capitalista. Além da sociedade pregar a positividade, os pais da geração Y ensinaram seus filhos que eles eram especiais e poderiam ser tudo que quisessem.

Essa criação gerou uma expectativa muito alta para a vida da geração Y, mesmo na pesquisa, eles chamam essa geração de “GYPSY” (Gen Y Protagonists & Special Yuppies) – ou em português, “Yuppies Especiais e Protagonistas da Geração Y” – e essas expectativas, confrontadas com a realidade de vida dessa geração e os recortes hiper-realistas das redes sociais, são responsáveis por frustrações e, conseqüentemente, um reforço na depressão desses indivíduos.

Entendemos então que esses simulacros hiper-realistas modernos publicados em rede e a positividade do sistema capitalista são como uma distopia social. Os perfis em redes sociais são como um local imaginário, idealizado e editado, que submetem a vida do homem a uma condição de opressão extrema, já que não se pode ser de outra maneira que não a otimizada, a cobrança vem de si mesmo; uma condição de

²¹ Porque os jovens profissionais da geração Y estão infelizes? Disponível em: <https://demografiaunicamp.wordpress.com/2013/10/30/porque-os-jovens-profissionais-da-geracao-y-estao-infelizes/>

desespero por suprimir os impulsos que não sejam divulgáveis e de privação de necessidades ou vontades que não caibam nessas hiper-realidades.

As distopias são geralmente retratadas como realidades outras da ficção científica e tem como principal função a denúncia de totalitarismos que limitem a liberdade do homem ou uma projeção futura das consequências de hábitos ou regimes atuais. No caso das redes sociais, elas não agem como mecanismo de denúncia, elas parecem mais com o regime totalitário, elas seriam a utopia do sistema distópico apresentado, como se fossem responsáveis pelo retrato perfeito imaginado por essa sociedade atual. Talvez, a denúncia desse totalitarismo esteja nas depressões, ansiedades e tantas doenças modernas que têm virado pauta de discussão nos dias de hoje.

REFERÊNCIAS

BARBOSA, M. R.; MATOS, P. M.; COSTA, M. E. Um olhar sobre o corpo: o corpo ontem e hoje. *Psicologia & Sociedade*, 2011, 21(1), 24-34.

BAUDRILLARD, Jean. *Simulacros e Simulação*. Lisboa: Relógio D'Água, 1991.

BAUMAN, Zygmunt. *Modernidade Líquida*. Rio de Janeiro: Zahar, 2001

BECK, Ulrich. *Sociedade de risco: rumo a uma outra modernidade*. São Paulo: Editora 34, 2011.

CAMARGO, Hertz Wendel de; STEFANICZEN, Josemara. Taxonomia fotográfica: uma proposta metodológica para a pesquisa dos selfies em redes sociais. *Discursos fotográficos*, Londrina, v.12, n.20, p.38-62, jan./jul. 2016.

COMTE, Auguste. *Comte: os pensadores*. São Paulo, Câmara Brasileira do Livro, 1978. Disponível em https://cesarmangolin.files.wordpress.com/2010/02/colecao_os_pensadores_auguste_comte_-_obra_e_vida.pdf

DEBORD, Guy. *A sociedade do espetáculo: comentários sobre a sociedade do espetáculo*. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.

DOSSIN, Francielly Rocha; RAMOS, Célia Maria Antonacci. Corporalidades no Urbano Contemporâneo: A Body Modification e os Modern Primitives. *IV Enecult*, 2008. Faculdade de Comunicação/UFBa, Salvador-Bahia-Brasil.

DUBY, Georges. *A História da Vida Privada: Da Europa Feudal À Renascença*. São Paulo: Editora Schwarcz, 2011.

ECCE HOMO: moda e vestuário. Direção: Pierre Lawrence. Fotografia: Alain Bisson. 52 min, colorido, 1999. Disponível em < https://www.youtube.com/watch?v=iZi8h_ZI37s> Acesso em: 25/04/2017.

ECO, Umberto. *História da Beleza*. Rio de Janeiro: Editora Record, 2014.

_____. *História da Feiura*. Rio de Janeiro: Editora Record, 2015.

FERREIRA, Vitor Sérgio. *Becoming a Heavily Tattooed Young Body: From a Bodily Experience to a Body Project*. SAGE Publications, *Youth & Society* 2014, Vol. 46(3) 303–337

FOUCAULT, Michel. *História da sexualidade 1: a vontade de saber*. Rio de Janeiro/São Paulo: Editora Paz e Terra, 2017.

_____. *História da sexualidade 3: o cuidado de si*. Rio de Janeiro/São Paulo: Editora Paz e Terra, 2014a.

_____. *Vigiar e punir: o nascimento da prisão*. Petrópolis, RJ: Editora Vozes, 2014b.

GARCIA, Wilton. *Corpo, mídia e representação: estudos contemporâneos*. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2005.

GOFFMAN, Erving. *Estigma: notas sobre a manipulação da identidade deteriorada*. Data da Digitalização: 2004. Disponível em <https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/92113/mod_resource/content/1/Goffman%3B%20Estigma.pdf>

HAN, Byung-Chul. *Sociedade do Cansaço*. Petrópolis: Vozes, 2015.

HARARI, Yuval Noah. *Homo deus: uma breve história do amanhã*. São Paulo: Companhia das Letras, 2016.

LEBRETON, David. *Adeus ao Corpo: Antropologia e sociedade*. Campinas: Papyrus, 2013.

LIPOVETSKY, Gilles; SEROY, Jean. *A estetização do mundo: viver na era do capitalismo artista*. São Paulo: Companhia das Letras, 2015.

MAFFESOLI, Michel. *The times of the tribes: the decline of individualism in mass society*. London: Sage Publications Ltd, 1996.

MANOVICH, Lev. *Instagram and Contemporary Image*. Creative Commons License, 2016a.

_____. *What Makes Photo Cultures Different?* *MM'16*, Amsterdã, p.15-19, outubro, 2016b.

MARQUES, Toni. *O brasil tatuado e outros mundos*. Rio de Janeiro: editora Rocco, 1997.

MASSUMI, Brian. *The politics of everyday fear*. London: University of Minnesota Press, 1993.

RANCIÈRE, Jaques. *The Politics of Aesthetics: the Distribution of the Sensible*. New York: Continuum, 2004.

ROSENBLATT, Daniel. The Antisocial Skin: Structure, Resistance, and “Modern Primitive” Adornment in the United States. *Blackwell Publishing on behalf of the American Anthropological Association*. Disponível em <<https://indigenousexpression.wikispaces.com/file/view/Modern+Primitive.pdf>> Acesso em: 09/03/2016.

SIBILIA, Paula. *O show do Eu: a intimidade como espetáculo*. Rio de Janeiro: Contraponto, 2016.

SWEETMAN, Paul. Anchoring the (Postmodern) Self? Body Modification, Fashion and Identity. *Body and Society*, 1999. SAGE Publications (London, Thousand Oaks and New Delhi), Vol. 5: (2-3): 51-76

VAIANO, Bruno. Como reconhecer uma distopia? *Revista Galileu*, 2016. Disponível em <<http://revistagalileu.globo.com/Cultura/noticia/2016/11/como-reconhecer-uma-distopia.html>>