



CENTRO UNIVERSITÁRIO UNESP
CURSO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL
HABILITAÇÃO: PUBLICIDADE E PROPAGANDA

ISABELLÍ GEOVANUTTI

@BI_XARTE: CORPOS PARLANTES E IDENTIDADE TRANS NO
INSTAGRAM

**CABEDELO - PB
2020**

ISABELLÍ GEOVANUTTI

@BI_XARTE: CORPOS PARLANTES E IDENTIDADE TRANS NO
INSTAGRAM

Artigo Científico apresentado ao Curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda do Centro Universitário UNIESP, em cumprimento às exigências para obtenção do grau de bacharel.

Orientador (a): Prof. Mastroianne Sá de Medeiros

**CABEDELO - PB
2020**

@BI_XARTE: CORPOS PARLANTES E IDENTIDADE TRANS NO INSTAGRAM

Isabellí Geovanutti – isabelli.farias@outlook.com¹
Mastroianne Sá de Medeiros - mastroiannesa1@gmail.com²

RESUMO

No presente artigo buscamos analisar como o Instagram é utilizado por Bianca Manicongo (@bi_xarte) para a divulgação de seu trabalho artístico e como um espaço de expressão de sua identidade trans não binária. A partir de um estudo bibliográfico e documental foi feita uma análise de conteúdo de 34 postagens feitas pela artista no feed de seu Instagram no período de 01 de janeiro de 2020 até 29 de abril de 2020. A partir dos dados coletados percebemos o alcance atingido pelos seus poemas marginais e como a partir deles há um crescimento na interação e engajamento de seguidores nos demais conteúdos. Para analisar o conteúdo das postagens, nas categorias cultura, identidade, sociedade do espetáculo e redes sociais, buscamos o aporte teórico de Bauman, Castells, Bentes, Gomes e Antunes, Sibília, Butler, Deleuze, Preciado, Silva, Jenkins, Martino, Gorish, Recuero, entre outros.

PALAVRAS-CHAVE: Cultura; Redes Sociais; Instagram; Identidade.

ABSTRACT

In this article we seek to analyze how Instagram is used by Bianca Manicongo (@bi_xarte) for the dissemination of her artistic work and as a space for expressing her non-binary trans identity. Based on a bibliographic and documentary study, a content analysis was made of 34 posts made by the artist in her Instagram feed from January 1, 2020 to April 29, 2020. From the data collected, we realized the reach reached by his marginal poems and how from them there is a growth in the interaction and engagement of followers in the other contents. To analyze the content of the posts, in the categories culture, identity, spectacle society and social networks, we seek the theoretical contribution of Bauman, Castells, Bentes, Gomes e Antunes, Sibília, Butler, Deleuze, Preciado, Silva, Jenkins, Martino, Gorish, Recuero, among others.

KEY WORDS: Culture; Social networks; Instagram; Identity.

¹ Bacharelada em Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda pelo Centro Universitário Uniesp

² Professor Especialista do Centro Universitário Uniesp e orientador.

1. INTRODUÇÃO

As inovações tecnológicas modificaram a forma como a sociedade se relaciona, sobressaltadamente após a utilização comercial da internet e ampliação e democratização de seu acesso para a população. A revolução da tecnologia da informação permitiu a criação de uma rede virtual que interliga pessoas em lugares distintos que compartilham de interesses comuns.

Na sociedade em rede³, em que nos encontramos atualmente, a todo o momento surgem novas ferramentas que possibilita esse entrelace de interesses e sujeitos, uma delas é o *Instagram*, uma rede social de compartilhamento de imagem que agrega aproximadamente um bilhão de usuários em todo o mundo. A rede, que hoje se tornou a preferida de muitos usuários, criou novas formas para seus usuários consumirem o conteúdo disponibilizado através de vídeos ou fotografias, seja no *feed* ou nos *stories*.

Neste ambiente virtual, em que estamos inseridos, encontra-se o *locus* de nossa pesquisa, apresentada através deste artigo entregue ao Centro Universitário Uniesp como pré-requisito para obtenção do título de bacharel em Comunicação Social com habilitação em Publicidade e Propaganda. As redes sociais são ambientes abertos, livres e com potencial catalisador para indivíduos e interesses, nas palavras de Bauman (2001), a internet transformou-se na nova *Ágora*, um espaço público utilizado pelos indivíduos para comunicar-se livremente, sem amarras, passou a ser um lugar de pertencimento, um local de falar e de ser ouvido. Neste contexto surge o objeto de estudo deste artigo, Bianca Manicongo, conhecida como Bixarte. A rapper paraibana, de 19 anos, desponta nas redes sociais com seus poemas marginais⁴ que alcançam um grande público em todo o Brasil.

³ Adotamos o conceito para sociedade em redes trazida por Castells (2002) em que há uma modificação na forma como a sociedade se organiza a partir do surgimento de redes de comunicação digitais. Abordamos mais profundamente esta questão das sociedades em rede em nosso referencial teórico.

⁴ "A poesia marginal foi uma nova concepção artística que surgiu na década de setenta, durante um período de forte repressão e censura imposta pela ditadura militar. Esse período cultural, também chamado de Geração Mimeógrafo, foi marcado pelo inconformismo com a considerada "cultura oficial", alterando o comportamento do poeta face à sociedade. O poeta passou a ser totalmente responsável pela criação, reprodução e divulgação da sua poesia. Fora dos meios habituais de edição e divulgação das obras, usavam os seus próprios meios para reproduzir e divulgar os seus poemas. Utilizavam mimeógrafos para copiar seus textos e realizar pequenas tiragens que eram comercializadas a baixo custo, de mão em mão."

NEVES, Flávio. Poesia Marginal. Disponível em: < <https://www.normaculta.com.br/poesia-marginal/> >

A pesquisa surge da problemática de como a artista Bixarte faz uso de sua conta no *Instagram* como um espaço utilizado para a sua manifestação artística, identitária, social e política? A partir desta problemática delineamos como objetivo principal deste artigo analisar a utilização da rede social *Instagram* pela artista Bixarte para a divulgação de seu trabalho e como espaço de fala e militância para as questões identitárias a ela inerentes. E como objetivos específicos:

- Catalogar os conteúdos postados na rede social *instagram* da artista Bixarte na perspectiva de levantar dados dos conteúdos de teor militante;
- Apresentar a correlação das redes sociais como meio de divulgação de conteúdos que favoreçam ou não o trabalho da artista;
- Analisar o conteúdo das postagens de @bi_xarte no *feed* do *Instagram*.

Para responder a problemática e alcançar os objetivos deste artigo, buscamos o embasamento teórico sobre algumas categorias, como cultura, tecnocultural, sociedade em rede, redes sociais, sociedade do espetáculo, identidade, gênero, sexualidade e contrassexualidade.

Estas categorias foram desenvolvidas teoricamente a partir dos apontamentos de Bauman (2001), Castells (2002), Bentes (2017), Gomes e Antunes (2019), Sibilia (2018), Butler (2003), Deleuze (2005), Preciado (2008), Silva (2009), Jenkins (2009), Martino (2014), Gorish (2000), Recuero (2009) que estão presentes no seguimento deste texto que chamamos de “Redes Sociais e Identidades”. Em seguida apresentamos a análise de conteúdo feita de 34 postagens no *feed* do *Instagram* de Bianca, que compreende as postagens realizadas entre 01 de janeiro de 2020 e 29 de abril de 2020, os dados apresentados neste artigo foram levantados no dia 03 de maio de 2020.

2. METODOLOGIA

Para a construção deste texto que buscamos apresentar o uso da rede social *Instagram* por Bianca Manicongo (@Bi_xarte) como uma forma de divulgar o seu trabalho artístico buscamos fazer uma análise de conteúdo postado na rede social no período de 01 de janeiro de 2020 até o dia 29 de abril de 2020. A coleta de dados na rede social utilizado para análise neste texto foi realizada no dia 03 de maio de 2020. Entre os dados encontrados, disponíveis publicamente no *feed* do *Instagram*

de @Bi_xarte buscamos analisar a interação de seu público através das visualizações de vídeos, curtidas em fotos e comentários nas postagens em geral.

O caminho metodológico aplicado para a elaboração deste texto é baseado nos apontamentos teóricos de Severino (2007), Marconi e Lakatos (2003), Richardson (2017), Ikeda e Chang (2006), Bardin (2000) e Gonsalves (2003). Sendo este estudo caracterizado de acordo com seus objetivos, suas fontes de informação, os procedimentos de coleta e a natureza dos seus dados.

A base de conhecimento científico que ancora este estudo parte da afirmação de Severino (2007) quando nos aponta que a ciência é uma modalidade de conhecimento em pesquisa e deve-se processar com conjunções entre o empírico e o teórico, não se limitando apenas a um levantamento, exposição de fatos ou coleção de dados, a pesquisa necessita de articulações mediante conhecimentos advindos de leituras teóricas, pois somente mediante os conhecimentos teóricos que se podem tornar dados empíricos em dados de cunho científicos.

Classifica-se a pesquisa segundo os seus objetivos como exploratória e descritiva. Segundo Gonsalves (2003) a pesquisa exploratória é uma primeira aproximação a um determinado fenômeno que, até então, é pouco explorado, se caracterizando pelo desenvolvimento e esclarecimento de ideias. Ainda de acordo com a mesma autora, a pesquisa descritiva “objetiva descrever as características de um objeto de estudo” (p.65). A característica descritiva percebe-se quando buscaremos apresentar como @Bi_xarte utiliza a rede social *Instagram* para divulgar o seu trabalho e posicionar-se identitariamente.

Quanto aos procedimentos técnicos classifica-se como de levantamento, bibliográfico e documental, o que nos leva, também a uma classificação quando as fontes da informação como bibliográfica. A coleta de dados ocorreu através de uma análise no perfil da rede social *Instagram* da artista. A pesquisa bibliográfica segundo Marconi e Lakatos (2003, p.158) “é um apanhado geral sobre os principais trabalhos já realizados, revestidos de importância, por serem capazes de fornecer dados atuais e relevantes relacionados com o tema”.

Este estudo também assume um caráter exploratório por se tratar de um fenômeno ainda pouco explorado de acordo com o levantamento prévio realizado na biblioteca do UNIESP. Para Marconi e Lakatos (2003), o caráter exploratório da pesquisa permite uma maior familiaridade entre o pesquisador e o tema pesquisado, visto que este ainda é pouco conhecido, pouco explorado. É importante acrescentar

ainda que nesse sentido se o problema apontado não apresentar aspectos que permitam a visualização dos procedimentos que serão adotados, é preciso que o pesquisador inicie um processo de sondagem, com intuito de aprimorar ideias.

A pesquisa pode ser classificada ainda como qualitativa, de acordo como a forma como os dados foram analisados. Pois foi feita uma análise do conteúdo publicado na rede social *Instagram* de Bianca Manicongo (@Bi_xarte) no período de 01 de janeiro de 2020 até o dia 29 de abril de 2020.

Para alcançarmos os objetivos propostos em nossa pesquisa lançaremos mão de uma abordagem qualitativa, por entender que através dessa abordagem seja possível compreender a utilização do Instagram para divulgação de trabalho e militância.

A abordagem qualitativa de um problema, além de ser uma opção do investigador, justifica-se, sobretudo, por ser uma forma adequada para entender a natureza de um fenômeno social. Tanto assim é que existem problemas que podem ser investigados por meio de metodologia qualitativa, e há outros que exigem diferentes enfoques e, conseqüentemente, uma metodologia de conotação qualitativa. (RICHARDSON, 2017, p.79)

Sobre a análise de conteúdo Ikeda e Chang (2006, p.5) asseveram que "a análise de conteúdo é uma técnica que pode auxiliar os tomadores de decisão a ter informações valiosas sobre a comunicação que estão desenvolvendo, de forma simples, rápida e usando poucos recursos".

Segundo Bardin (2000) a análise de conteúdo surge diante a necessidade de aprofundar a análise além da superficial aparência e apesar de ser utilizada há mais de dois séculos, ela ganha ênfase nas pesquisas de comunicação a partir das quatro primeiras décadas do século XX. Bardin (2000, p.42) conceitua a análise de dados como sendo:

Um conjunto de técnicas de análise das comunicações visando obter, por procedimentos, sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens, indicadores (quantitativos ou não) que permitam a inferência de conhecimentos relativos às condições de produção/recepção (variáveis inferidas) destas mensagens.

A partir dos instrumentos de pesquisa, apontados acima, foram analisadas 34 (trinta e quatro) postagens feitas no *feed* do *Instagram*, no período entre 01 de janeiro de 2020 e 29 de abril de 2020. Os dados referentes às postagens foram coletados no dia 03 de maio de 2020 e foram tabulados no programa Excel para a

elaboração de gráficos e para as análises constantes neste texto em que buscamos compreender a utilização do *Instagram* de Bianca Manicongo (@Bi_xarte) para a divulgação de seu trabalho e como um espaço livre para expressão identitária.

3. REDES SOCIAIS E IDENTIDADES

A presente pesquisa analisa a utilização da rede social *Instagram* pela artista Bianca Manicongo (@Bi_xarte) para divulgação de seu trabalho e como espaço de militância em questões identitárias, sociais e política. Para o desenvolvimento desta pesquisa buscaremos analisar algumas categorias fundamentais, sendo eles: cultura, tecnocultura, sociedade em rede, redes sociais, sociedade do espetáculo, identidade, gênero, sexualidade e contrassexualidade.

Tais categorias serão analisadas principalmente a partir dos estudos de Bauman (2001), Castells (2002), Bentes (2017), Gomes e Antunes (2019), Sibilia (2018), Butler (2003), Deleuze (2005), Preciado (2008), Silva (2009), Jenkins (2009), Martino (2014), Gorish (2000), Recuero (2009), entre outros. Aqui passamos a trazer alguns conceitos norteadores da pesquisa a ser executada.

3.1 INSTAGRAM E A SOCIEDADE EM REDES DIGITAIS

As inovações tecnológicas revolucionam a forma como a sociedade se comunica e até mesmo a sua organização. Uma das mais recentes mudanças sociais ocorreu com o surgimento da internet na segunda metade do Século XX e seu uso comercial a partir de 1990. No Século XXI, a internet é catalisador de diversas mudanças sociais. O sociólogo espanhol Castells (2002) traz alguns apontamentos sobre o papel das inovações tecnológicas na área da informação e da comunicação para as mudanças em nossa sociedade:

O que caracteriza a atual revolução tecnológica não é a centralidade de conhecimentos e informação, mas a aplicação desses conhecimentos e dessa informação para a geração de conhecimentos e de dispositivos de processamento/comunicação da informação, em um ciclo de realimentação cumulativo entre a inovação e seu uso. (p.69)

A vida contemporânea passa pelas mídias digitais conectadas em rede, as pessoas ampliam as formas de ativismo político e vigilância, criam outras linguagens para a informação. O entretenimento e a comunicação mudaram as relações pessoais e afetivas. “Informação são elementos fundamentais para a tomada de decisões elas mostram, dentro de um conjunto de situações possíveis elas transformam probabilidades em certezas” (MARTINO, p.24, 2014).

A articulação entre a cultura e as inovações tecnológicas é abordada por Raymond Williams como uma tecnocultura. Gome e Antunes (2019) explicam que “em termos conceituais e empíricos, tecnocultura diz respeito ao modo como vivemos, individualmente, mas sempre de modo compartilhado, as tecnologias” (p.13 - 14).

Pensada efetivamente como articulação entre tecnologia e cultura, ela não se refere, pura e simplesmente, à tecnologia e nem à cultura, mas às apropriações e interpretações da tecnologia na vida cotidiana, para lidar com problemas, questões e necessidades colocadas pela vida, em sintonia com afetos, desejos, valores e práticas sociais. (GOMES E ANTUNES, 2019, p. 15)

A partir das práticas sociais de uma tecnocultura, trazemos para reflexão os apontamentos de Sibília (2018) sobre a sociedade do espetáculo e as práticas nas redes sociais.

Não se conservam fotos impressas, cartas ou diários, por exemplo, pois se tornou imprescindível compartilhar logo tudo nas telas e, em seguida, descartá-los para renovar o próprio perfil e deixar lugar às novidades. É preciso exibir tudo o que se é; ou, mais exatamente, fazer uma sorte de curadoria permanente daquilo que se *está* ou se deseja *parecer*, clamando sempre pela imprescindível aprovação alheia, pois essa será a instância capaz de conceder valor - e até mesmo estatuto de verdade - ao que se expõe. Refinando mais um pouco essa intuição, dir-se-ia que é necessário mostrar tudo o que cada um gostaria que os outros considerassem que se é, para assim receber o seu almejado apoio com o polegar para cima e outras formas de aplauso contemporâneo, pois esse gesto alheio será capaz de confirmar a própria existência ao legitimá-la. (SIBILIA, 2018, p.222)

A utilização das redes sociais como um local para divulgação de trabalho, seja artístico ou não, se dá devido às restrições sociais para alcançar outros meios que são hegemônicos no controle do que é distribuído para consumo pela sociedade.

Em um circuito de ares cada vez mais fechado, o circuito das redes, uma espécie de esgoto público das imagens e discursos, é também a possibilidade de mergulhar em uma nova economia, medida em likes, comentários e seguidores e que dialogam com novos mediadores.

Trata-se de uma nova capa da cultura pop massiva e não necessariamente de massa, mas que atinge nichos, segmentos, cria espaços e circuitos novos onde víamos apenas lugares de interação instantânea e comunicação. *Youtubers, instagrammers, performers* utilizam imagens, memes, vídeos, fotografias e *selfies*, para produzirem uma experimentação a quente e desencadearem processos de subjetivação e assujeitamento de toda ordem. (BENTES, 2017, p. 103).

Retomando a problemática das mídias e das redes sociais, Jenkins (2009) se posiciona no sentido de que o futuro das mídias é por consequência a extensão da cultura o cruzamento da velha com as novas mídias, produzindo e ressignificando conteúdos, substituindo o conceito individual a o conceito monitor, por meio das mídias digitais a informação que era distribuída de cima para baixo passa a ser de monitoramento dos acontecimentos dando poder a todos. “Ninguém sabe tudo, todo o conhecimento resiste na humanidade” (JENKINS, p. 38, 2009).

Entre as diversas redes sociais digitais atualmente disponibilizadas, cada uma com características próprias que aglutinam usuários de acordo com as suas ferramentas de uso e de interesses, escolhemos como objeto de estudo deste artigo, o *Instagram*. No *Frequently Asked Questions (FAQ)*, do *Instagram* há uma breve definição do que é a rede social: “o Instagram é uma maneira que os usuários têm de compartilhar suas vidas com os seguidores por meio de uma série de imagens e vídeos”⁵.

Piza (2012) explica que o Instagram se baseia na dinamicidade da atual geração que busca o compartilhamento instantâneo de informações e de seus próprios momentos.

O instagram é fruto dessa geração dinâmica, que um dia absorveu a informação e no seguinte já a propaga instantaneamente. O fenômeno instagram não é bicho de sete cabeças ou inusitado, mas o resultado bem sucedido de uma possibilidade, que o meio permitiu que se propagasse. O momento atual é dinâmico. O efêmero impera”.(PIZA, p. 42, 2012).

⁵ Disponível em: <<https://help.instagram.com/>>, acessado em 04 de maio de 2020.

O Instagram não é a maior rede social ainda, no entanto, Spina (2016) ressalta que ela tem um aumento de 23% de seguidores ao ano, o que é um número expressivo ao se comparar com outras redes sociais. A empresa não divulga os dados oficiais de usuários do Instagram, mas um levantamento do “We Are Social” estima que no Brasil em 2019 houvesse cerca de 69 milhões de usuários, o que faz com que o Instagram seja a quarta maior rede social em utilização no Brasil⁶. No entanto, outra pesquisa realizada pela Opinion Box⁷ mostra que em 2019 a rede social foi escolhida como a favorita entre os brasileiros e que a apresenta o maior engajamento em relação ao conteúdo publicado.

Tais números fazem com que a participação no Instagram seja uma necessidade, e quase uma obrigação, para quem busca ampliar o seu público, seja de como pessoa ou empresa.

O Instagram tem sido muito utilizado pelas empresas como forma de fomentar o relacionamento com seus clientes, visto que o compartilhamento de fotos é um dos meios mais eficazes no que diz respeito a atrair a atenção do consumidor, permitindo a possibilidade de interação entre empresas e consumidores e entre os próprios consumidores (LICHTENHELD, DUARTE E BOLON, p. 9, 2018).

Com o número expressivo de usuários que se conectam ao Instagram, a rede social é muito utilizada para divulgação profissional nos mais diversos segmentos. Piza (2012) explica que a valorização de um usuário na rede se dá pelo número de seguidores, em que quanto mais seguidores um usuário possui, mais prestígio ele terá dentro da comunidade.

No entanto, além de um espaço comercial, o Instagram também é um espaço livre para a expressão de individualidades e de identidades. Por isso, Recuero (2006) explica que “estudar redes sociais, portanto, é estudar os padrões de conexões expressos no ciberespaço. É explorar uma metáfora estrutural para compreender elementos dinâmicos e de composição dos grupos sociais” (p.21).

A partir dos apontamentos sobre a comunicação, sobre as redes sociais e sobre o Instagram, precisamos abordar as questões relativas a individualidade, identidades, tecnocultura em que se baseia a apresentação de @bi_xarte no Instagram.

⁶ Disponível em: <<https://datareportal.com/reports/digital-2019-brazil>>. acessado em 04 de maio de 2020.

⁷ Disponível em: <<https://blog.opinionbox.com/pesquisa-sobre-instagram-2019/>> acessado em 04 de maio de 2020.

3.2 IDENTIDADE TRANS E CORPOS PARLANTES

Sobre as questões de identidade de gênero na comunidade LGBTQI+, Silva (2009) traz que se podem definir aspectos bem distintos de uma mesma pessoa se identificar há quem se perceba como homem, como mulher, como ambos ou mesmo como nenhum dos gêneros: são chamados de não binários, o gênero e como as pessoas se expressam na sociedade seja nas roupas e acessórios nos detalhes físicos, como gestos e atitudes ou em um conjunto de características sociais e culturais ligadas às suas percepções.⁸ A identidade, assim concebida, parece ser uma possibilidade (“aquilo que sou”) uma característica independente, um “fato” autônomo, nessa mesma perspectiva a identidade só tem como referência a si própria ela é autocontida e autossuficiente (SILVA, 2019).

Ainda sobre as questões de identidade, Hall (2006) afirma que as identidades culturais não são mais centrais ou totais, como que rendendo o indivíduo por completo ao contrário as identidades podem ser obtidas, perdidas e negociadas conforme as situações se apresentam.

Bentes (2017) nos explica que “os *corpos parlantes* não se reconhecem mais como homens e mulheres, podendo aceitar tantas sexualidades quanto forem possíveis” (p.96). Os corpos parlantes surgem da proposta de contrassexualidade que “decorre da proposição foucaultiana sobre os processos de resistência à sexualidade moderna que não se reduzem às lutas contra as proibições” (BENTES, 2017, p. 96).

Os corpos parlantes e a contrassexualidade encontra-se inserido nos estudos da Teoria *Queer* de Judith Butler (2003), para a autora o gênero e o sexo não é e nunca foi algo “natural”, mas sim uma construção discursiva e cultural.

A Teoria *Queer* se afasta do feminismo clássico de base identitária e essencializante e se constitui como uma política pós-identitária, que se debruça sobre a travestilidade, a transgeneridade e a intersexualidade e culturas sexuais caracterizadas pela subversão ou rompimento com normas socialmente prescritivas de comportamento sexual e/ou amoroso. (BENTES, 2017, p. 96)

⁸ Disponível em: <https://super.abril.com.br/mundo-estranho/qual-a-diferenca-entre-identidade-de-genero-e-orientacao-sexual/> Acesso em 29 de setembro de 2019

A diversidade e a identidade de gênero nas redes sociais, em especial no *Instagram*, crescem empoderadas graças à influência dos artistas da comunidade LGBTQI+ e do poder de sua arte, destacando o avanço das lutas pela igualdade social defendida pelos direitos humanos que assegura a liberdade e a vida GORISCH (2000).

Ainda sobre as identidades Hall (2003 *apud* Gomes e Antunes, 2018, p.18) traz que:

Nenhuma identidade é pura e única; nenhuma identidade é fixa. As identidades são híbridas, heterogêneas, fragmentadas. Os estudos feministas e os estudos sobre raça são duas “interrupções” na história da formação dos estudos culturais, que sinalizam a importância do pessoal como político e a centralidade das questões de gênero, sexualidade e raça para a compreensão das relações entre cultura, poder e representação.

A exposição nas redes sociais nos alerta para a necessidade de trazer alguns apontamentos sobre a sociedade do espetáculo em que não há uma imbricação entre o que realmente somos e aquilo que publicamos nas redes sociais e nos meios de comunicação de massa.

‘Quando o mundo real se transforma em simples imagens, as simples imagens tornam-se seres reais e motivações eficientes de um comportamento hipnótico. O espetáculo, como tendência a fazer ver (por diferentes mediações especializadas) o mundo que já não se pode tocar diretamente, serve-se da visão como sendo o sentido privilegiado da pessoa humana – o que em outras épocas fora o tato; o sentido mais abstrato, e mais sujeito à mistificação, corresponde à abstração generalizada da sociedade atual. Mas o espetáculo não pode ser identificado pelo simples olhar, mesmo que este esteja acoplado à escuta. Ele escapa à atividade do homem, à reconsideração e à correção de sua obra. É o contrário do diálogo. Sempre que haja representação independente, o espetáculo se reconstitui (DEBORD, 2005).

A partir deste aporte teórico em que abordamos como ocorre o entrelace entre as sociedade conectada em redes sociais digitais, o impacto em suas individualidades e identidades, partimos para analisar como Bianca Manicongo (@bi_xarte) apresenta-se no Instagram e utiliza dessa ferramenta para impulsionar a sua carreira artística.

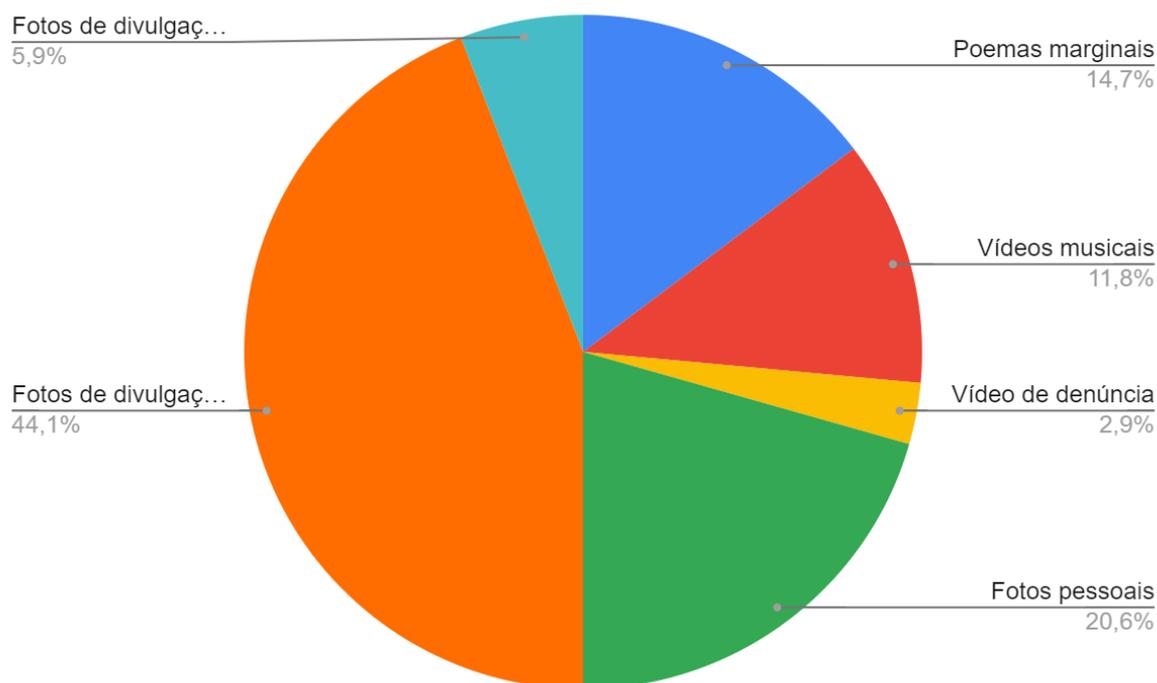
4. @BI_XARTE EM DADOS

Bianca Manicongo se apresenta para a sociedade na rede social *Instagram* com o usuário @bi_xarte, Bixarte é também como a artista é conhecida pelos seus fãs. No *Instagram* a primeira postagem ainda publicada é de 21 de janeiro de 2015, e a rede social inicialmente utilizada como uma rede interação pessoal com seus amigos e seguidores ganha uma nova conotação a partir do compartilhamento de sua arte, de seu reconhecimento identitário e de sua militância política.

Os poemas marginais, declamados por Bianca trouxeram muitos seguidores para a artista e junto com o número crescente de seguidores ela passa a encontrar um local para expressar a sua identidade. Até o dia 03 de maio de 2020, a artista possui no *Instagram* 316 publicações e cerca de 75.800 seguidores. Nesta análise de conteúdo da rede social de Bianca, ou como popularmente conhecida “Bixarte”, fizemos um levantamento das postagens feitas no período de 01 de janeiro de 2020 até 29 de abril de 2020. Ao todo, foram 34 postagens no *feed* do *Instagram* em que é perceptível o amadurecimento de Bianca como artista, a manifestação de sua identidade e o crescimento do seu alcance na rede social.

Das 34 postagens no *feed* do *Instagram*, 24 são de fotos e 10 de vídeos. Entre as fotos, para fins de análise, dividimos em três categorias, sendo as fotos pessoais, fotos de divulgação de trabalho artístico e foto divulgação de eventos. Entre os vídeos foram divididos em três categorias: poemas marginais, vídeos musicais e vídeo de denúncia. Estas postagens se apresentam conforme o gráfico a seguir:

GRÁFICO 1 - Postagens no *feed* do *Instagram*



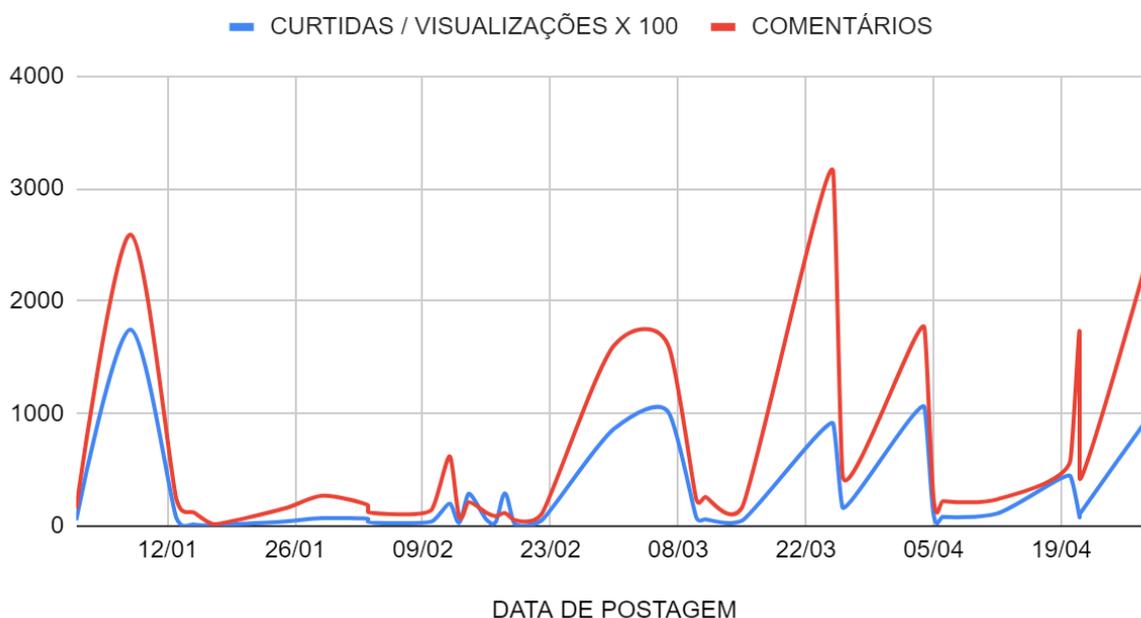
Fonte: Autor, 2020.

Entre as 34 postagens, sete são de fotos pessoais, 15 são fotos de divulgação de seu trabalho artístico e duas postagens de divulgação de evento. Entre os vídeos: um de denúncia da violência contra as pessoas trans, quatro musicais e cinco com poemas marginais.

No perfil de Bianca, não há uma linearidade de conteúdo das postagens, sendo o conteúdo disposto de forma aleatória. Quando compilado os dados referentes a visualizações dos vídeos, curtidas das fotos e comentários é perceptível uma variação muito grande de interação com os seguidores, tendo um ápice sempre nos vídeos com poemas marginais e os resultados mais fracos nas fotos de evento, conforme o gráfico que segue:

GRÁFICO 2 - Evolução das curtidas e visualizações dos vídeos e dos comentários nas postagens.

CURTIDAS / VISUALIZAÇÕES X 100 e COMENTÁRIOS

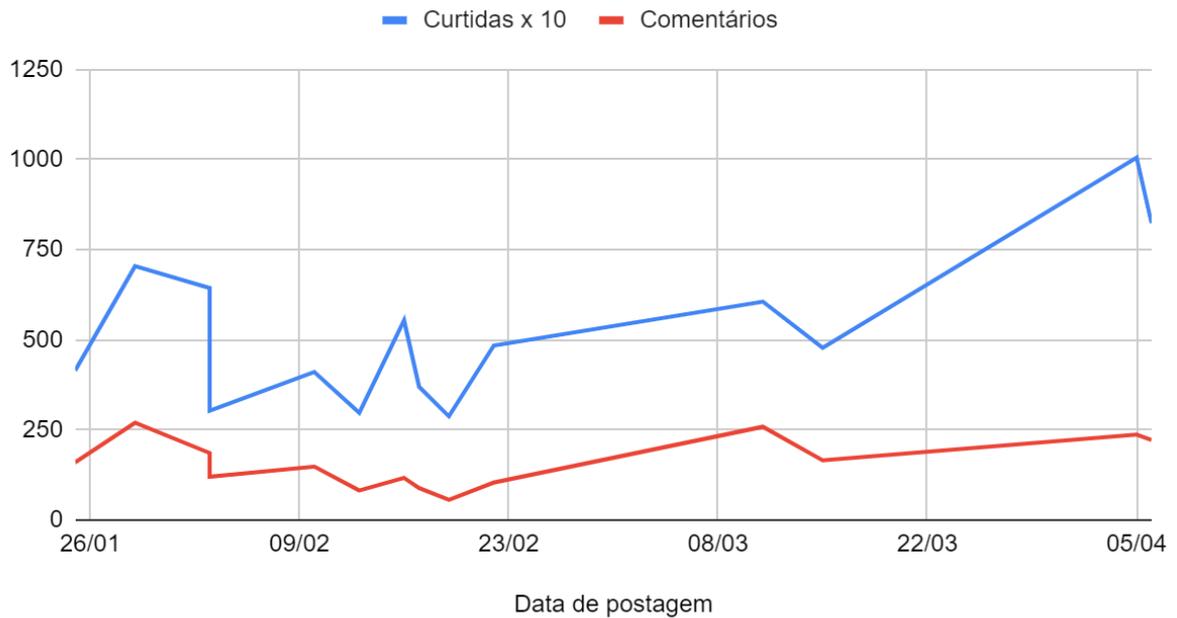


Fonte: Autor, 2020.

Os dados, apresentados acima, mostram que há uma relação entre as curtidas nas fotos e a visualização dos vídeos com os comentários. Sempre que há um aumento na visualização/curtida há um aumento nos comentários. Devido ao grande alcance dos poemas marginais, é difícil visualizar a linha de crescimento da interação da artista com os seus seguidores. No entanto, ao apresentar os dados de forma isolados esse crescimento fica mais perceptível, conforme gráfica a seguir:

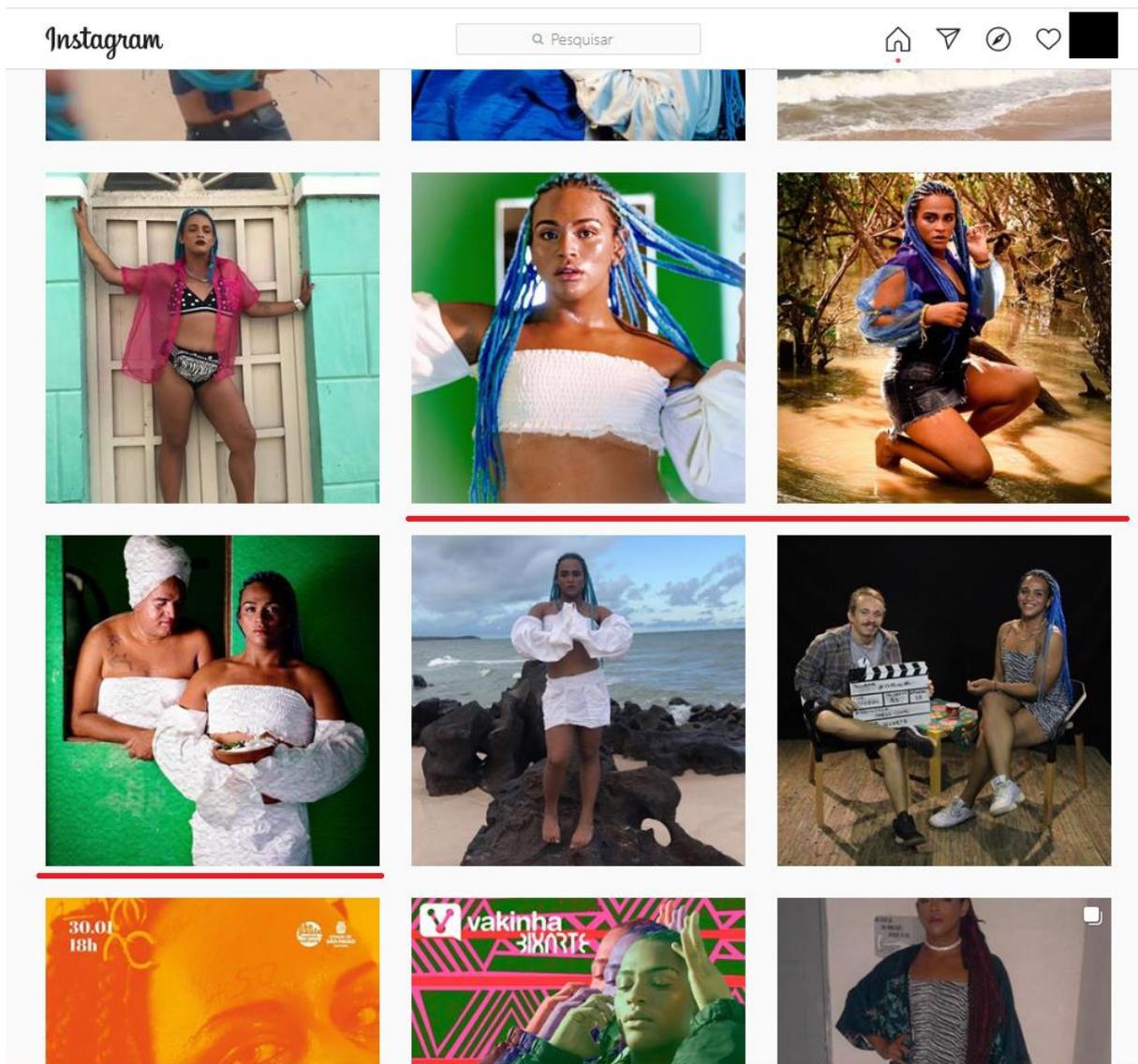
GRÁFICO 3 - Curtidas e comentários nas fotos de divulgação de trabalho artístico publicados no *feed* do *Instagram*.

Curtidas x 10 e Comentários



Fonte: Autor, 2020.

Ao analisar os dados referentes às curtidas e comentários das fotos de divulgação de trabalho artístico percebe-se que há uma linha ascendente na interação dos seguidores com a artista na rede social. No entanto é preciso fazer um destaque quanto a estas postagens. No dia 03 de fevereiro de 2020, Bianca fez três postagens seguidas, no mesmo dia, referente a divulgação do clipe da música “Yemanjá” de sua autoria.



Fonte: Reprodução - Instagram, 2020.

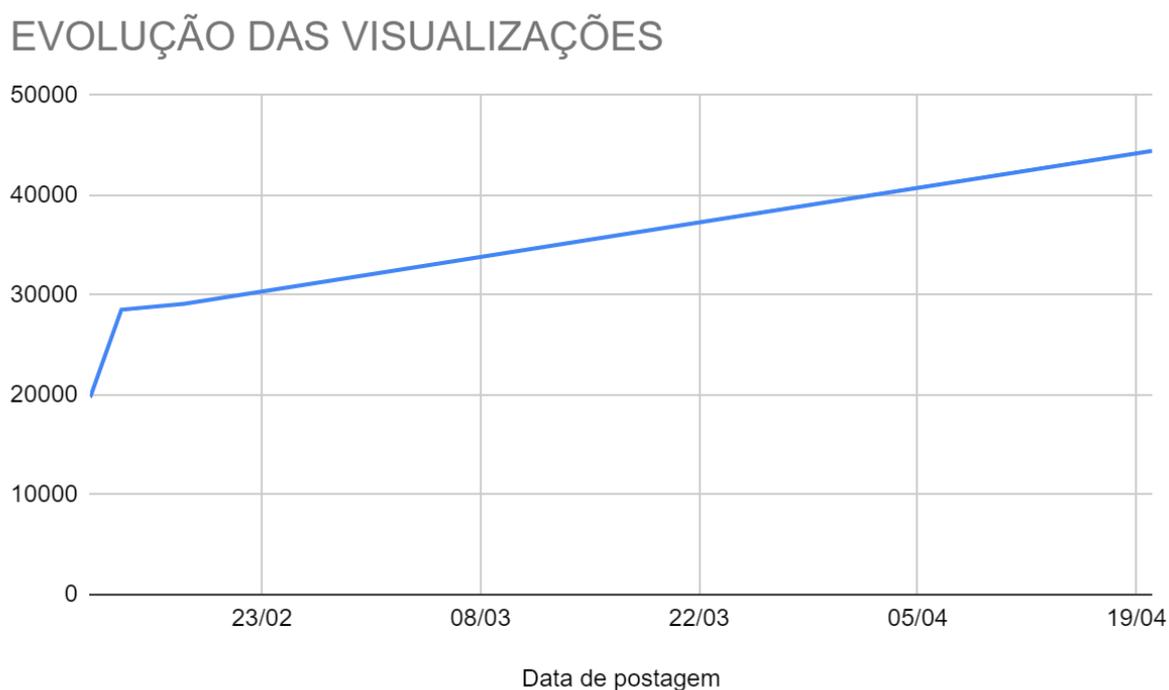
As três postagens, sublinhadas em vermelho na captura de tela das postagens no Instagram, são referentes ao clipe “Yemanjá” de autoria de Bianca e que está disponível para streaming no YouTube e foram feitas no mesmo dia. As três postagens possuem um efeito de interação com os seguidores que merece destaque. A primeira publicação do dia 03 de fevereiro de 2020, alcançou 6.439 curtidas e 186 comentários; a segunda postagem obteve 3.988 curtidas e 125 comentários; e a última postagem do dia alcançou 3.031 curtidas e 120 comentários.

Conforme as fotos foram publicadas, elas obtiveram menor alcance de engajamento com os seguidores no *Instagram* de Bixarte, o que nos leva a duas possibilidades, a primeira dela é que devido a quantidade de postagens no mesmo dia o algoritmo da rede social diminuiu a visibilidade do conteúdo para os seguidores

da artista ou a segunda possibilidade é de que houve algum tipo de saturação entre os seguidores dos conteúdos postados. A análise mais aprofundada dessas possibilidades requer um estudo mais profundo do Instagram e dos seguidores de Bixarte, o que poderá ser feito em estudos posteriores pertinentes a esta temática.

A linha ascendente de interação de seguidores com as publicações feitas por Bixarte é possível ser verificada quando analisadas a partir dos vídeos musicais publicados pela artista. No primeiro vídeo ela obteve 19.745 visualizações, no segundo 28.539 visualizações, no terceiro 29.132 visualizações e no quarto vídeo 44.450 visualizações, conforme pode ser visto no gráfico 4:

GRÁFICO 4 - Visualizações nos vídeos musicais de Bixarte.

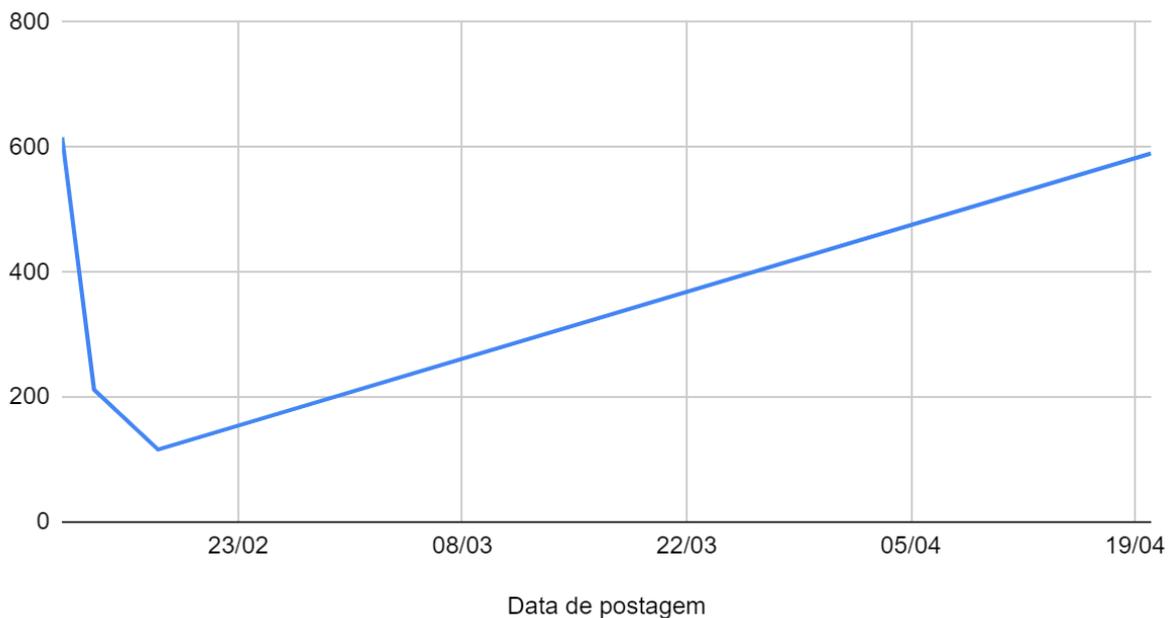


Fonte: Autor, 2020.

Além das visualizações, outro indicador que mostra o crescimento na interação entre @Bi_xarte e seus seguidores são o aumento no número de comentários nas publicações de vídeos musicais, conforme pode ser observado no Gráfico 5. Percebe-se que houve um aumento exponencial nos comentários em cada vídeo, inclusive um crescimento maior do que o que houve com as visualizações, ao se comparar a linha ascendente entre os gráficos 4 e 5.

GRÁFICO 5 - Comentários nos vídeos musicais de Bixarte.

EVOLUÇÃO DOS COMENTÁRIOS



Fonte: Autor, 2020.

Outro ponto de destaque na análise das publicações do Instagram de Bixarte é o grande alcance de seus poemas marginais. Com temas politizados, a artista expressa sua indignação com os políticos e denuncia a violência contra as mulheres trans. Os poemas marginais, como ela chama, possuem um grande alcance de visualização em sua rede social e também em outros usuários que compartilham o seu conteúdo. Os números alcançados pelos poemas marginais, até o dia 03 de maio de 2020, são os seguintes:

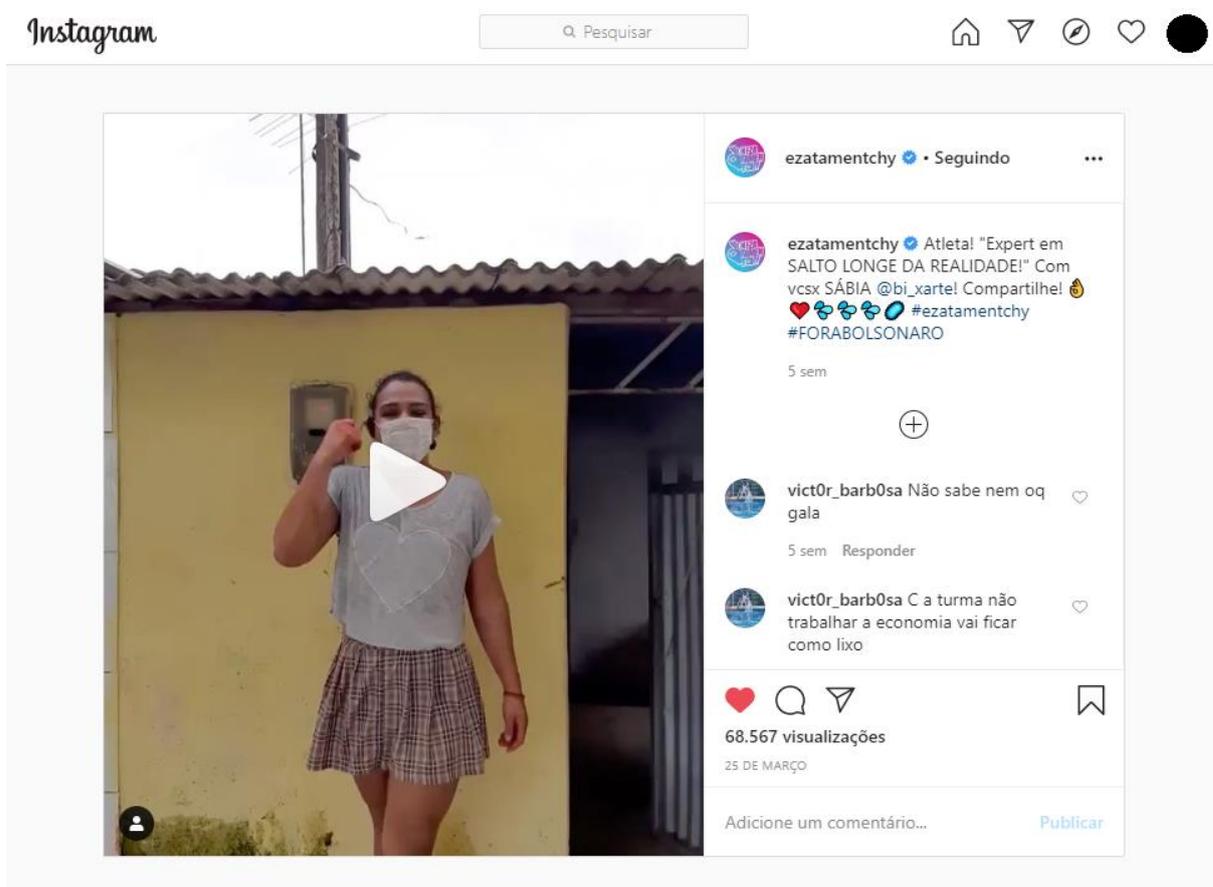
QUADRO 1 - Visualizações e comentários nos poemas marginais

Data de postagem	Visualizações	Comentários
08/01	174.547	2590
07/03	100.178	1586
25/03	90.822	3137
04/04	105.302	1757
29/04	101.757	2541

Fonte: Autor, 2020.

Além da divulgação em sua conta, alguns dos poemas marginais também foram compartilhados por outros usuários. O usuário do Instagram @Ezatementchy, que compartilha conteúdo para o público LGBTQIA+ compartilhou três vídeos de Bixarte em sua conta, que possui mais de 500 mil seguidores. Um dos vídeos alcançou, até 03 de maio de 2020, 68.567 visualizações, sendo um dos mais vistos no perfil.

IMAGEM 2 - Captura de tela de publicação de vídeo com poema marginal de Bixarte no perfil de Ezatementchy.



FONTE: Reprodução - Instagram, 2020.

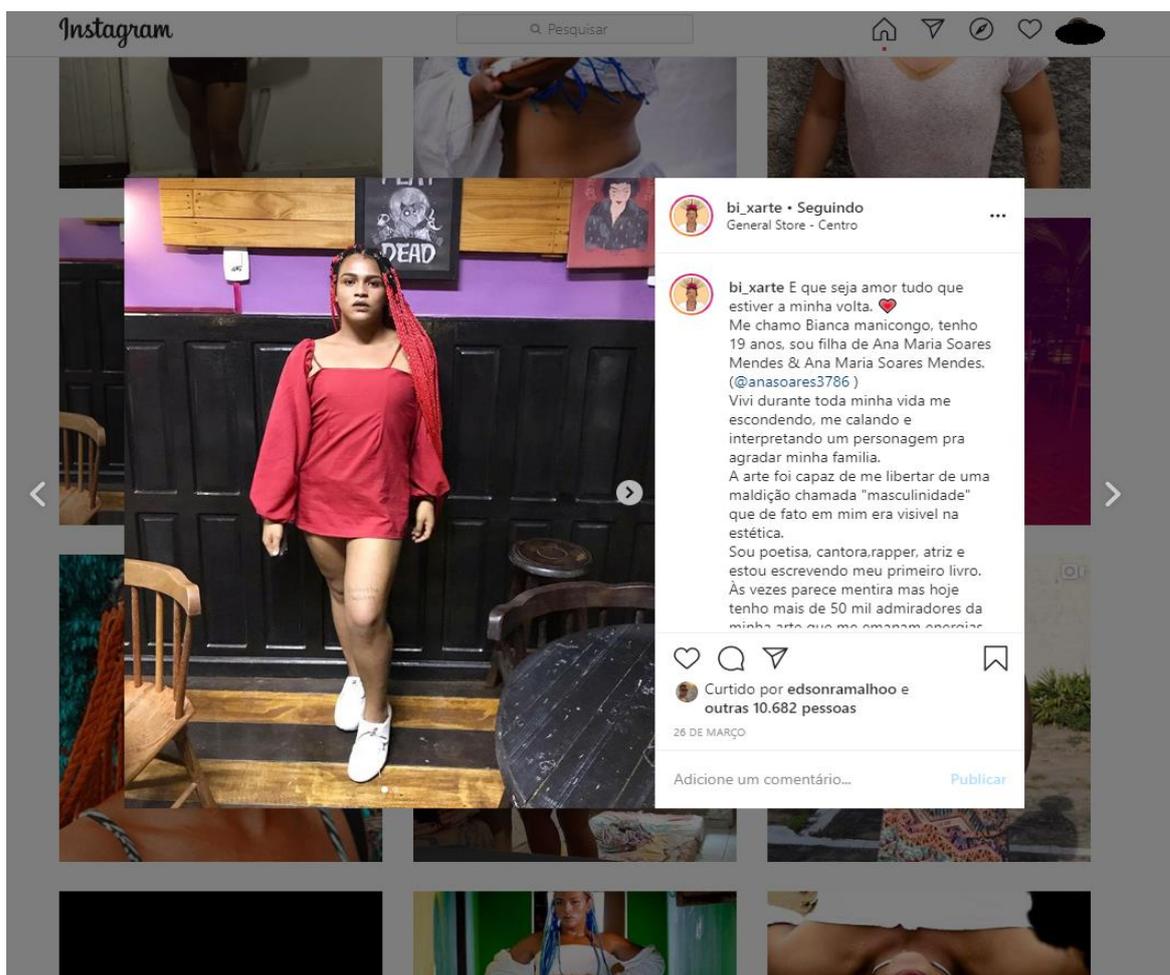
O uso do *Instagram* por Bixarte ocorre conforme nos aponta Piza (2012) que traz que “no instagram a valorização se dá através do número de pessoas que acompanham determinado perfil, significando que quanto maior o número de seguidores, mais prestígio dentro da comunidade”.

Como Bauman (2001) denota, a internet é atualmente a nova ágora, o espaço público em que as pessoas são livres para expor seus pensamentos e também a

sua identidade. Assim como o filósofo polonês expressou em suas obras sobre a modernidade líquida, Bianca fez do seu perfil no *Instagram* a sua ágora, não apenas para expor o seu posicionamento político, mas também para ser livre para expressar a sua identidade. Desde as suas postagens iniciais em 2015 até o dia 03 de maio de 2020 é possível acompanhar o processo de transição identitária que está em processo.

Em uma postagem feita em 26 de março de 2020, Bianca fez expressou a sua identidade. “Me chamo Bianca Manicongo, tenho 19 anos, sou filha de Ana Maria Soares Mendes & Ana Maria Soares Mendes”, disse Bixarte na postagem. Sobre o processo de transição ela fala ainda: “vivi durante toda minha vida me escondendo, me calando e interpretando um personagem para agradar minha família. A arte foi capaz de me libertar de uma maldição chamada “masculinidade” que de fato em mim era visível na estética”.

IMAGEM 3 - Captura de tela de postagem de Bixarte no *Instagram*.



Fonte: Reprodução - Instagram, 2020.

Anteriormente a esta postagem, Bixarte já havia concedido uma entrevista ao Portal Brasil de Fato em que fala de sua identidade trans não-binária⁹. A identificação de Bianca como uma pessoa trans não-binária nos remete aos estudos de Bentes (2017, p.96) que fala:

Os corpos parlantes não se reconhecem mais como homens e mulheres, podendo aceitar tantas sexualidades quanto forem possíveis. A proposta de uma contrassexualidade decorre da proposição foucaultiana sobre os processos de resistência à sexualidade moderna que não se reduzem às lutas contra as proibições.

Retomando os apontamentos de Recuero (2006), no ciberespaço é preciso que as pessoas contem sobre o que o pensam e como agem, criando uma individualidade própria, e assim para que cada indivíduo se identifique e seja identificada. O espaço de liberdade encontrado no Instagram por Bianca Manicongo não é apenas um espaço de apresentar o seu trabalho artístico e buscar ampliar o alcance da audiência, mas criar um espaço de liberdade que a permite ser quem ela realmente é, como em sua postagem, ali, com seus mais de 50 mil seguidores ela pôde se expressar, não apenas falar o que pensa mas também ser quem quiser ser.

O eco de sua voz no *Instagram* quebra barreiras esteadas no preconceito e ao mesmo reverbera em sua carreira que é retroalimentada pelo novos seguidores que conquista o poder seus poemas.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A internet assume na atualidade o papel da nova ágora, um espaço público em que as pessoas utilizam para expressar os seus pensamentos, opiniões e até mesmo compartilhar suas vidas. Nas redes sociais digitais, o indivíduo abre espaço para o público. Neste artigo, buscamos responder ao questionamento de como o *Instagram* é utilizado por Bianca Manicongo para um espaço para divulgar o seu trabalho artístico e expressar a sua identidade trans. Através da análise do conteúdo de 34 postagens, percebemos que a rede social permite que ela tenha um alcance

⁹ Disponível em: <https://www.brasildefatopb.com.br/2019/11/16/bixarte-as-diversas-faces-de-uma-trans-nao-binaria-dentro-do-rap>

que possivelmente não teria através de outro meio. Uma de suas postagens, um vídeo em que declama um poema marginal, alcançou mais de 170 mil visualizações. Todos os vídeos com declamação de poemas marginais obtiveram mais de 100 mil visualizações.

O seu trabalho artístico alcançou também outros usuários do Instagram, que também passaram a compartilhar e divulgar a sua criação. Como, por exemplo, na repostagem feita pelo usuário @ezatamentchy. A divulgação dos vídeos com poemas marginais alavancou a interação e o engajamento nos demais conteúdos postados em sua rede social, conforme é possível visualizar nos gráficos referentes ao crescimento nas curtidas e comentários nas demais postagens.

De tal forma que alcançamos o nosso objetivo principal que é de analisar a utilização do *Instagram* por @bi_xarte para divulgar o seu trabalho artístico, a expressão de sua identidade e o seu posicionamento político. Entre os objetivos específicos foram todos alcançados conforme demonstrado ao longo do artigo, com as discussões teóricas e a análise dos conteúdos catalogados sobre as postagens de Bianca Manicongo.

No espaço livre das internet, em especial nas redes sociais, Bianca encontrou o apoio necessário para ter a liberdade de expressar a sua identidade. Ao se apresentar como Bianca Manicongo, e em seus poemas marginais a artista expressa sua militância e a sua identidade com o apoio de mais de 50 mil seguidores que acompanham as suas publicações.

Dos dados levantados, surgem novos problemas que necessitam de pesquisas mais profundas. Um dos exemplos é por que postagens com conteúdo semelhante, feitas no mesmo dia, tiveram alcance distintos na rede social, seria um efeito do algoritmo da rede social ou a perda de interesse de seus seguidores pelo mesmo conteúdo publicado seguidamente? Além desses questionamentos, trazemos que a pesquisa futuramente pode ser ampliada para um estudo de caso, em que com posse mais dados, que não estão disponibilizados publicamente, podemos conhecer um pouco mais do comportamento dos seguidores de @bi_xarte no *Instagram*.

REFERÊNCIAS

- BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 2000.
- BAUMAM, Zygmunt. **Modernidade Líquida**. Rio de Janeiro: Zahar, 2001.
- BENTES, Ivana. **Biopolítica feminista e estéticas subversivas**. *in*: Matrizes. v. 11 - n. 2 São Paulo: maio/ago. 2017.
- BUTLER, Judith. **Problemas de Gênero: feminismo e subversão da identidade**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2003.
- CASTELLS, Manuel. **A Sociedade em Rede**. Trad. Roneide Venâncio Majer. Ed. 6. São Paulo: Paz e Terra, 2002.
- DELEUZE, Gilles. **Foucault**. São Paulo: Brasiliense, 2005.
- GIL, Antonio C. Estudo de Caso. 1.ed. São Paulo, Atlas,2009.
- GOMES, Itania Maria Mota; ANTUNES, Elton. **Repensar a comunicação com Raymond Williams: estrutura de sentimento, tecnocultura e paisagens afetivas**. *in*: Galáxia, Especial 1 - Comunicação e Historicidades. São Paulo, 2019.
- GONÇALVES, Elisa Pereira. **Iniciação à Pesquisa Científica**. 3. Ed. Campina, SP: Editora Alinea, 2003.
- GONÇALVES, Elisa Pereira. **Iniciação à Pesquisa Científica**. 3. Ed. Campina, SP: Editora Alinea, 2003.
- GORISCH, Patrícia. **O Reconhecimento dos Direitos Humanos LGBT: de Stonewall à ONU**. Curitiba: Appris, 2014.
- HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. trad. SILVA, Tomaz Tadeu, LOURO, Guaciara Lopes. Rio de Janeiro: DP&A, 2006.
- IKEDA, Ana Akemi, CHANG, Sandra Rodrigues da Silva. **Análise de Conteúdo - Uma Experiência de Aplicação na Pesquisa em Comunicação Social**. *In*: **Comunicação E Inovação**. Julho/dezembro, 2006.
- JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência**. Tradução: Suzana L. de Alexandria. São Paulo, 2ª edição, Aleph, 2009.

LICHTENHELD, Amanda Ferreira; DUARTE, Caroline Velten; BORTOLON, Angelo. **O INSTAGRAM COMO ESTRATÉGIAS DE MARKETING DIGITAL: UMA PESQUISA AÇÃO NA WOOD LANCHES.** 2018. Disponível: <<https://multivix.edu.br/wp-content/uploads/2018/12/o-instagram-como-estrategia-de-marketing-digital-uma-pesquisa-acao-na-wood-lanches.pdf> > Acessado em: 05 de maio de 2020.

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva maria. **Fundamentos de metodologia científica** 1 - 5. ed. - São Paulo : Atlas 2003. Acesso em: 02 de maio de 2020. Disponível em: <https://docente.ifrn.edu.br/olivianeta/disciplinas/copy_of_historia-i/historia-ii/china-e-india >.

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva maria. **Fundamentos de metodologia científica** 1 - 5. ed. - São Paulo : Atlas 2003. Acesso em: 06 de setembro de 2016. Disponível em: <https://docente.ifrn.edu.br/olivianeta/disciplinas/copy_of_historia-i/historia-ii/china-e-india >.

MARTINO, Luis. **Teoria das Mídias Digitais: linguagens, ambientes e redes.** Petrópolis: Vozes, 2014.

PIZA, Mariana Vassallo. **O FENÔMENO INSTAGRAM:** considerações sob a perspectiva tecnológica. 2012. Monografia. Universidade de Brasília, Brasília, 2012.

PRECIADO, Beatriz. **Manifesto contrassexual:** práticas subversivas de identidade sexual: São Paulo: N-1 Edições, 2014.

RICHARDSON, Roberto Jarry. **Pesquisa Social:** Métodos e técnicas. 4ª ed. São Paulo: Atlas, 2017.

SEVERINO, Antônio Joaquim. **Metodologia do Trabalho Científico.** 23. Ed. Ver. E atual. São Paulo: Cortez, 2007.

SEVERINO, Antônio Joaquim. **Metodologia do Trabalho Científico.** 23. Ed. Ver. E atual. São Paulo: Cortez, 2007.

SIBILIA, Paula. **“Você é o que o Google diz que você é”:** a vida editável, entre controle e espetáculo. *in:* Intexto (UFRGS), n.42, p. 214-231. Porto Alegre: mai/ago 2018.

TADEU, Tomaz. **A produção social da identidade e da diferença.** 2009. Disponível em:

<http://www.diversidadeducainfantil.org.br/PDF/A%20produ%C3%A7%C3%A3o%20social%20da%20identidade%20e%20da%20diferen%C3%A7a%20-%20Tomaz%20Tadeu%20da%20Silva.pdf>> acessado em: 18 de outubro de 2019.