



YouTube – Transtastic: promovendo o diálogo entre homens transgêneros

Laís Campos Casado¹

Introdução

O YouTube é um website de compartilhamento e reprodução de vídeos lançado em maio de 2005 que se autodescreve da seguinte forma para que bilhões de pessoas possam descobrir, assistir e compartilhar os vídeos mais originais já criados (www.youtube.com, 2015 Sobre o YouTube). O site então promove a visualização de vídeos como também as suas próprias produções. O slogan da companhia é Broadcast Yourself significando fazer auto transmissão e que no contexto da internet se transforma em compartilhamento de mídia em grande escala. Portanto, os Youtubers² são incentivados pela próprio site a produzir e compartilhar conteúdos pessoais até viralizar³.

A conexão com o site do YouTube permite ao usuário a sua identificação através da conta de correio eletrônico ou simplesmente participar como anônimo. A participação com identificação através de uma conta permite a criação de um canal para armazenar vídeos produzidos pelo usuário e também a opção de criar uma lista de vídeos favoritos obtidos na própria Internet, além de diversos recursos de classificação e discussão. A cada vídeo que é clicado pelo usuário, e conseqüentemente assistido, o site cria uma seção de vídeos recomendados na página inicial. Já o usuário que optar por acessar o serviço apenas como usuário anônimo pode apenas utilizar serviços de assistir aos vídeos, escrever um comentário, selecionar a opção se gostou ou não do vídeo e exportar esse vídeo para alguma rede social.

A plataforma YouTube atualmente é formada por centenas de diferentes canais produzidos por indivíduos ou grupos de indivíduos

¹ Estudante de Graduação em Ciências Sociais da Universidade Federal de Pernambuco.

² Termo utilizado para expressar os usuários do YouTube, é a união entre a palavra *users* (usuário em inglês) e Youtube.

³ Termo utilizado na Internet quando algo se propaga muito rápido em pouco tempo, criando um efeito semelhante a um vírus.

abordando e compartilhando desde uma simples preferência musical até temas sociais importantes. Os estudos sociológicos apontam para a grande importância de analisar as diversas discussões que ocorrem na Internet. Através de um dos canais do YouTube surge a possibilidade de discutir e analisar uma das vertentes da identidade de gênero: identidade trans.

O canal Ftm-Transtastics foi desenvolvido por homenstrans produzindo material para homenstrans. O termo Ftm é uma abreviação de “female to male” o que significa a transição de “feminino para masculino”. O slogan do canal é “Transition Trough Community” o que significa Transição através da Comunidade. O canal existe desde de 2010 possui mais de 20.000 inscritos e mais de 3.000.000 visualizações. A ideia de desenvolver o canal foi do canadense Chase⁴, como homemtrans, perpassava pela transição, enquanto que aprendia sobre o que é ser trans e também sobre o seu próprio corpo. O objetivo foi de construir um espaço de amplo diálogo e aceitação. Então, iniciou o Transtastic, um canal que a cada semana discute diferentes tópicos através de depoimentos em vídeos.

Os participantes do canal, após se inscreverem, são selecionados a partir de um processo periódico em intervalos de dois em dois anos e que ocorre na plataforma YouTube. Cada candidato que se inscreve, deve produzir um vídeo em seu próprio canal dizendo porque deseja participar da produção do Transtastic. O vídeo é disponibilizado e de acordo com o número de visualizações o candidato poderá ser aceito no canal. Como exigência técnica, o candidato deverá possuir câmera e internet sem fio disponíveis.

Atualmente existem dez colaboradores no canal e é perceptível à tentativa de demonstrar certa diversidade em diferentes nacionalidades e variação racial. Entretanto, o leque de diversidade ainda é muito pouca já que a grande maioria dos colaboradores é branca e do hemisfério norte. Uma provável explicação para tal fenômeno é a necessidade do participante possuir fluência na língua inglesa.

1. Objetivos

⁴ Criador do canal Transtastic, maiores informações sobre sua identidade não serão perpassados nesse trabalho.

Este trabalho tem como objetivo geral explicar como o YouTube, ferramenta de integração e divulgação, permite a criação de espaços híbridos de relações sociais entre os usuários utilizando o exemplo do canal Transtastic.

Objetivos Específicos:

- Delimitar os conceitos de Web 2.0 e Cibercultura;
- Elucidar sobre a relação entre o corpo tecnologia da informação que produz embodiment⁵;
- Explicar como ocorre a objetivação dos seres humanos em sujeitos;
- Circunscrever o conceito de masculinidade hegemônica;
- A re-produção⁶ de uma nova masculinidade pelos homenstrans no YouTube.

2. Metodologia

Ao conduzir uma pesquisa etnográfica, o pesquisador tem como objetivo focar uma cultura e investigar maneiras para adentrar em tal cultura e ir a campo. O campo é o espaço que representa o local no qual a cultura existe. Tradicionalmente as etnografias possuem limites de espaço e tempo, o que contribui para guiar o pesquisador ao foco de sua pesquisa. Entretanto, para o pesquisador trabalhar com ciberespaço não haverá esse limite físico e temporal como nos outros tipos de campo.

Nessa situação o pesquisador deve se situar onde margeia sua etnografia digital. Este trabalho envolve a utilização do site YouTube definido como uma ferramenta da Cibercultura, um espaço cultural da Internet. Então, é conduzida uma ciber etnografia que de acordo com Billman (2010, p. 73) “representa um comprometimento a interpretação e compreensão das experiências vividas pelos indivíduos na internet”. A ciber etnografia, como metodologia, permite a participação no YouTube diariamente, da mesma maneira que os Youtubers, produzindo e compartilhando material áudio/visual.

⁵ Termo em inglês que significa personificação.

⁶ Esse termo original do inglês remete a re-produce, que faz referência a uma nova forma de produção e que neste trabalho explicitar a sua utilização.

Entretanto, existem limites da ciber etnografia aqui apresentada, pois a autora não participa da comunidade transgênero e não produz vídeos no YouTube, mas essas limitações são cabíveis a este trabalho já que a análise é feita sobre como o YouTube influencia o surgimento de um canal com as singularidades do Transtastic.

3. Problemática

3.1. Web 2.0 e Cibercultura

A plataforma YouTube pode ainda ser definida como uma rede de contatos que se insere no que se denomina de Web 2.0 – um espaço na web baseado em um software social no qual os seus usuários geram conteúdo além de simplesmente consumir. A Web 2.0 transformou a internet em uma cultura de participação que é por definição a ‘cultura na qual os consumidores são convidados a participar ativamente na criação e na circulação dos conteúdos (JENKINS, 2006, p.257).

Para os usuários do YouTube esse poder de participação é o que reforça a circulação e a expansão do conteúdo, contribuindo para aproximar as mídias de conteúdo e os usuários do cotidiano.

Os usuários do YouTube criam e mantêm online identidades e comunidades virtuais construídas por discursos em áudio/visual e networking⁷. Esses usuários vivem na confluência entre a tecnologia, cultura e a vida cotidiana que estão enraizadas dentro do capitalismo e no consumo. Os estudos sobre a Cibercultura, não só apenas sobre a internet, tem uma abordagem crítica ao novo contexto midiático que se molda informação (SILVER E MASSANARI, 2006, p.6). Cibercultura é frequentemente utilizada como referência a tecnologia da informação ou comunicação, ou seja, é a vivência em uma sociedade de informação que se baseia principalmente em informação tecnológica.

3.2. O corpo e a tecnologia da informação

O YouTube se destaca na Web 2.0 como plataforma que se utiliza das imagens e sons para transportar a sua informação, o trabalho segue tentando

⁷ Trabalho com redes de contato, comunicação.

delimitar a sua relação com a tecnologia da informação. A relação entre o corpo e a informação tecnológica faz emergir uma nova subjetividade pós-moderna que é construída pela correlação entre a informação material com a informação imaterial (HAYLES, 1993, p.149). Por corpo consideramos aquilo que é sempre normativo, relativo a uma série de critérios que são naturalizados por uma cultura. Embodiment é contextual, incorporando aspectos específicos do espaço, tempo, psicologia e cultura, esses elementos somados produzem uma representação. A personificação nunca coincide exatamente com o corpo, ela é até certo nível de improviso. É pela articulação das tensões entre o corpo e embodiment que é possível combater os pilares da hegemonia cultural.

Hayles (2006, p.164) esclarece ao afirmar “o que pensamos e o que fazemos nos faz evoluir em conjunto”. Essa formulação reincorpora as práticas e as crenças como participantes de uma dinâmica evolutiva entre as tecnologias e os humanos. Tal dinâmica evolutiva conduz a compreensão de que a tecnologia se origina nos mesmos princípios culturais presentes no mundo real, ao invés da perspectiva de mundo utópico que é nulo de marcadores como raça, gênero, sexualidade e classe.

3.3. A objetivação dos seres humanos em sujeitos

Com a finalidade de explicitar como se conduz a re-produção de uma nova masculinidade pelo Transtastic no YouTube, é necessário descrever primeiramente as formas como ocorre a objetivação dos seres humanos em sujeitos. Os trabalhos de Foucault estão centrados na objetivação dos sujeitos e como os discursos criados mantêm tal objetivação.

O autor desenvolveu três modelos diferentes de objetivação. O primeiro modelo representa a classificação científica. A objetivação do simples fato de estar vivo na história natural ou na biologia. A classificação científica do sexo ao nascimento (FOUCAULT, 1995, p. 231). O segundo modelo é a objetivação do sujeito pelas suas práticas divisórias, o que é segregação de um sujeito aos outros, costumeiramente se utilizando práticas de estigmatização e normatização. O terceiro modelo, que Foucault escreve sobre objetivação do ser humano e como ele se transforma em um sujeito,

centraliza a sua investigação em como os humanos tornam a si mesmo sujeitos utilizando a sexualidade. Foucault declara (1995, p. 232) “escolhi o domínio da sexualidade – como os homens aprenderam a se reconhecer como sujeitos de sexualidade”. Através dessas noções de objetivação dos atores que agora governam a si mesmos, de acordo com uma matriz social que transfere o poder de mãos soberanas para um sistema baseado na disciplina. Contrariando o sistema cisgênero imperante, o grupo Transtastic quebra o modelo de objetivação ao produzir conteúdo próprio para homenstrans.

Reconhecemos que o termo transgênero é um termo guarda-chuva⁸, pois inclui uma variedade de descrições sobre a fluidez do gênero referindo-se tanto a ideia de transferência de uma categoria de gênero pré-existente a outra categoria, ou até transcender a ideia de gênero vivendo além desse marcador social. Entretanto, a finalidade deste trabalho é delimitar este termo ao indivíduo que não se sente confortável em ser associado ao seu sexo biológico, não se conformando com a divisão binária convencionalizada entre os papéis femininos e masculinos.

No caso do canal Transtastic, homenstrans são homens que estão em transição feminina para o masculino. Esta transição pode ser tanto pelo uso de medicamentos e procedimentos cirúrgicos, ou pela utilização de produtos naturais. Portanto, transgênero refere-se a ideia de transferência de uma categoria de gênero pré-existente a outra categoria.

3.4. Masculinidade hegemônica

Anteriormente a discussão sobre a reprodução de nova masculinidade pelos participantes do Transtastic é necessária a compreensão do conceito de masculinidade hegemônica. Pelo conceito de masculinidade hegemônica temos construção social institucionalizada de identidade masculina que sistematicamente domina a feminilidade e masculinidade alternativas. De acordo com Connel (1990, p.83) masculinidade hegemônica “é a idealização cultural para o caráter masculino”. Esse argumento explicita que a forma de idealização de masculinidade começa a ser hegemônica quando é

⁸ Significa guarda-chuva em inglês. Este termo remete ao sentido de que os diferentes termos e referências a identidade de gênero possam estar sobre o termo Transgênero.

amplamente aceita dentro de uma cultura e quando essa aceitação reforça a cultura do gênero dominante. Destaca-se também a perspectiva da autora de afirmar que existe uma variedade de sujeitos submissos a essa masculinidade hegemônica e não apenas a feminilidade.

3.5. Re-produção da Masculinidade

Neste trabalho utilizamos o termo re-produzir ao nos referirmos a um tipo de masculinidade que o canal Transtastic produz. Esta proposta linguística pode ser descrita como o hífen significa o espaço entre a produção de uma cópia e a produção de algo que foi retrabalhado e é proveniente de uma cópia (BILLMAN, 2010, p.111). Re-produzir masculinidade significa interrogar criticamente as tradições conceituais de masculinidade e retrabalha-las para abranger as possibilidades de ser masculino. Assim se cria um projeto crítico das relações entre masculinidade, patriarcado e heterossexualidade. Os homenstrans participantes do canal Transtastic estão cientes da concepção de masculinidade hegemônica e fazem escolhas concisas sobre a performance de masculinidade de seus corpos em transição. Os seus vídeos no YouTube são constituídos por diálogos críticos e uma sobreposição de relações e performances entre sexo, gênero e sexualidade. A exposição dessas relações de sobreposição habilitam ao homenstrans a re-produzir a masculinidade de modo significativo que pode transgredir as estruturas normativas da masculinidade hegemônica tradicional.

4. Conclusão

Ao aprofundar a análise sobre o YouTube como plataforma interativa da Web 2.0, fica claro que desde sua origem existe uma busca pela pluralidade de discursos e performances. No entanto, mesmo com tal princípio pela busca de variedade de conteúdos os canais criados e desenvolvidos por sujeitos independentes⁹ ainda é dominado pela hetero e cisgênero normatividade, que da mesma maneira é dominante absoluta nas

⁹ Sujeitos que não estão sendo financiados por empresas para produzir seus canais no Youtube.



grandes produtoras de telecomunicações ou mídias de massa. Logo se destacam ainda os papéis desenvolvidos por canais como o Transtastic, que debate assuntos como sexualidade, identidade e gênero, explorando um espaço de comunicação próprio que não se encontra em qualquer outra plataforma que distribua material áudio visual em grande escala.

Atenua-se a esse caso o fato que o YouTube é um espaço gratuito e livre de repressões, dependendo qual tipo de conteúdo é publicado, em que os produtores são consequentemente consumidores. O processo de trabalho de redes ou Networking é imprescindível para o sucesso do canal, não apenas se inscrevendo em diferentes canais, mas participando em vídeos de canais parceiros ou eventos que envolvam o YouTube.

Portanto, este trabalho possuiu a finalidade de explicitar como a utilização do site YouTube é extremamente benéfica a criação de um espaço de produção áudio/visual pelos homenstrans do Transtastic que como grupo minoritário criou um espaço de diálogo, apoio e fortificação de sua comunidade.

Referências

BILLMAN, Brett N. Re-Producing Masculinities on Youtube: A cyberethnography of the Mightmenftm channel. Dissertação (Doutorado em Filosofia) – College of Browling Green State University, Cidade, 2010. Orientação de Lynda D. Dixon, Radhika Gajjala.

CONNEL, R.W. An Iron Mann: The body and some contradictions of hegemonic masculinity. In: **MESSENER, M; SABO, D.(Org.)**. Sport, Men and Gender order .IL: Human Kinetics Books . 1990, p 83.

FOUCALT, Michel. Porque estudar o poder: a questão do sujeito. In: **RABINOW, Paul; DREYFUS, Hubert (Org.)**. Uma Trajétoria Filósofica, para além do estruturalismo e da hermenêutica. Vera Porto Carreiro; Antônio Carlos Maia. Primeira edição. Rio de Janeiro. Forense Universitária, 1995, p. 231-232.



HAYLES, N. Katherine. The Materiality of Informatics. Configurations,1,1, p. 147-170, 1993.

HAYLES, N. Katherine. Unfinished Work: From Cyborgs to Cognishpere. Theory, Culture and Society. 23, 7, p. 159-166, 2006.

JENKINS,H. Convergence culture: Where old and new media collide. New York: New York University Press. p.257, 2006.

SILVER, D. & MASSANARI, A. Critical cyber-culture studies. New York: New York, University Spress. p.6, 2006.