

A CULTURA DA TATUAGEM E A IMAGEM CAPITALIZADA NO INSTAGRAM

JÚLIA CABRAL RINALDI¹
TARCISIO TORRES SILVA²

RESUMO

Este trabalho parte da discussão sobre os padrões estéticos corporais na sociedade ocidental e da influência das disciplinas na forma como elas tomaram conta das estruturas sociais do ocidente. Dessa perspectiva, mencionamos a construção de novos padrões que determinam comportamentos e estéticas na sociedade atual, considerando o ambiente virtual e como novos padrões são construídos nas redes. A análise é feita a partir de páginas selecionadas sobre tatuagem no Instagram e a metodologia apresentada persegue padrões observáveis nessas páginas. Concluímos que o fenômeno da tatuagem passa por um processo de capitalização nesse ambiente em que vigora o que é mais aceito esteticamente pelo mercado e pelos padrões já em vigor na sociedade.

Palavras-chave: Tatuagem. Instagram. Imagem. Capitalização.

Introdução

A atração pelo belo representa uma verdadeira obsessão para o homem. É perceptível, ao decorrer da história, como o ser humano buscou razões para criar arte seguindo padrões estéticos artísticos e sociais. No mundo moderno/contemporâneo, essa padronização do corpo é influenciada pelas disciplinas foucaultianas e por novas disciplinas que se desenvolvem com a sociedade ocidental: o corpo está inserido na sociedade e é afetado pelos regimentos, normas e padrões que fazem parte dela. Os regimentos podem ser outros, mas o corpo ainda é submetido a diversos padrões, como nos colocam Lipovetsky e Serroy, por exemplo, a estética da magreza não está apenas vinculada ao consumo, mas também a um campo de domínio técnico que preza pelo controle de si, a valorização da saúde e o individualismo (LIPOVETSKY; SERROY, 2015, p.351).

O corpo fica preso em padrões estéticos, políticos e médicos que propõem o certo e o errado. Além de refletir uma personalidade que se pretende única, forte e especial. Na cobrança pela positividade e produtividade contemporâneas (HAN, 2015), as pessoas precisam trabalhar, ter rendimento e ainda manter o corpo apto a gerar produtividade. Seria ideal conciliar a rotina do trabalho com exercício físico diário, procurar manter uma alimentação completa e se preocupar em manter os horários. Além disso, o corpo deve ser esteticamente bonito e ainda ligado à ideia de saúde e bem-estar. Para Lipovetsky e Serroy, há em vigor na sociedade contemporânea a valorização do individualismo, do consumo e do narcisismo; por outro lado, nega-se as imperfeições do corpo e as marcas do envelhecimento (LIPOVETSKI; SERROY, 2015, p.353).

1 Mestre em Linguagens, Mídia e Arte e Bacharel em Publicidade e Propaganda (PUC-Campinas).E-mail: juu.rinaldi@hotmail.com

2 Professor pesquisador em regime de dedicação integral da PUC-Campinas. É membro do corpo docente do mestrado em Linguagens, Mídia e Arte. Doutor em Artes Visuais (Unicamp).

As redes sociais maximizaram essas novas relações disciplinares. 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, alimentarem-se bem, com pratos bonitos, praticarem exercícios físicos, terem um corpo “sarado”, ainda que isso muitas vezes apenas simule uma realidade bem distante do dia a dia dessas pessoas.

O que acontece agora com os usuários das redes sociais parece lembrar o que acontecia com as celebridades do pré-internet: pessoas que estavam sempre bonitas, sempre felizes, pelo menos aos olhos do público. Além disso, pessoas sem acesso à visibilidade dos meios de comunicação de massa tradicionais também podem se tornar subcelebridades na rede. Elas podem se autopromoverem, praticarem o *marketing* pessoal e desenvolverem uma estética própria de publicação; além de utilizarem ferramentas de divulgação e até mesmo patrocínios, unicamente por terem um grande número de seguidores e serem considerados *influencers* nas redes.

Na confluência de hábitos de saúde e estéticas corporais próprias do Instagram, surgem alguns padrões físicos almejados, com corpos esculpidos e musculatura bem desenhada, mulheres sensuais, sempre com maquiagens bem-feitas, homens com barba e um perfil aventureiro, um espírito livre, com um lado delicado, que aparece ao lado de animais, crianças ou na cozinha. Outro perfil popular que notamos ao iniciarmos uma busca exploratória de “corpos bonitos” no Instagram são os corpos tatuados.

Notamos que essa popularidade está em consonância com a disseminação da prática da tatuagem e a midiaticização/naturalização de corpos tatuados. Esse processo tem transformado tais corpos, que num passado recente pertenciam a um universo *underground*, subversivo e contestador, para serem expostos com naturalidade na publicidade, em *realities shows* e em *selfies* nas redes sociais.

Neste trabalho, iremos observar como esse fenômeno de naturalização dos corpos tatuados acontece no Instagram, em paralelo com a popularização da tatuagem e da estética *ink*. Apontaremos padrões identificados em pessoas com tatuagens nessa rede social que coincidem com outros padrões almejados nas redes e que acabam se tornando uma cartilha de como criar um perfil popular, transformando o fenômeno da tatuagem em si em um fenômeno estético racional e capitalizado.

Instagramismo e a capitalização do culto de si

Na internet, observamos a incessante busca de pessoas comuns para se tornarem ícones, *influencers* e transformar suas práticas de ação em um instrumento de capitalização da sua própria imagem ou do estilo de vida que difundem. Lev Manovich (2016) propõe em seus estudos uma nova tendência estética que parte das redes: o *Instagramismo*. Para ele, existe uma construção estética no Instagram, de forma que fotos com determinadas características, ligadas a determinados padrões de cores, temas e humores predominam em um ambiente em que impera um padrão estético, mas ainda assim com algum nível de personalização. Para que os perfis sejam mais apazíveis e, conseqüentemente, populares, é necessária uma padronização

do *feed* imagético. 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”³. (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, nisso, a exploração da imagem corporal aparece como uma estratégia. Como a estética da modificação corporal se popularizou com o desenvolvimento da cultura da internet, apontaremos abaixo algumas tendências estéticas facilmente percebidas na contemporaneidade. Vamos analisar alguns perfis na rede social *Instagram* que seguem esse movimento.

O fenômeno que observaremos é o de perfis com fotos de pessoas tatuadas; as modificações corporais, especialmente a tatuagem, foram absorvidas pelo mercado e pela moda, mas ainda representam em um certo aspecto um traço de rebeldia. Existem muitas marcas que se apoiam no estereótipo descolado das tatuagens de 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)

Vamos citar como exemplo dois perfis pessoais que aparecem nas páginas selecionadas em nossa metodologia. Primeiro o perfil de Marina Mui (@itsmuimui; 1,7 milhões de seguidores), 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

3 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.

produzidos por ela, aceitando pagamento no *Paypal*⁴ ou *Patreon*⁵. Esses ensaios são divulgados em seu *Snapchat*⁶ ou no próprio *Patreon*. Na figura 1, uma seleção aleatória de fotos de seu perfil do *Instagram*:



FIGURA 1: fotos extraídas aleatoriamente do perfil público de Marina Mui.
Data da coleta: 23 de outubro de 2017
Fonte: <https://www.instagram.com/marinamui/>

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

5 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.

6 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 (@thecreekman, 951 mil seguidores), 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 2: 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. Com um grande número de seguidores, eles criaram suas contas e suas estratégias de popularização, seguem estéticas convencionais e populares nas redes, ainda com algum nível de originalidade. Enquanto Marina opta por ambientes internos, posições em relaxamento e poses sensuais, Kevin cria “personagens” em ambientes abertos ou bebendo diferentes tipos de bebidas. Tais características não carregam nada que foge de padrões já muito trabalhados por revistas de moda, e seguem, portanto, o que entendemos como popular. Ainda assim, como vemos, tais opções tem tornando ambos celebridades da rede.

Com base nesse primeiro olhar para as imagens que selecionamos no corpus dessa pesquisa, seguimos agora para a análise de algumas estéticas populares em práticas de tatuagem

da rede a fim de entender como o mercado, a internet e esses padrões fazem parte da transestética (Lipovetsky; Serroy, 2015), como o próprio nome sugere, que perpassa as fronteiras simbólicas das imagens.

Instagram aesthetics: páginas selecionadas

Gostaríamos de chamar atenção para os padrões relativos às tatuagens. Ainda que os corpos estão livres de algumas amarrações históricas (em função das crises por que passam as instituições e, por consequência, as disciplinas que regiram por muito as representações corporais), eles se prendem cada vez mais aos padrões estéticos contemporâneos, não só enquanto físico, mas como tentaremos mostrar, a padrões comportamentais sexuais e predefinições de gênero que estão longe de uma caminho para uma maior liberdade imagética corporal em rede.

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 de observação. 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

Como informamos anteriormente, baseamos nossa metodologia nos estudos de Manovich (2016a, 2016b) e na proposta de taxonomia fotográfica de Camargo e 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. 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. Nesse sentido, nosso método é similar ao de Camargo e Stefaniczen (2016). Nesse trabalho os autores explicam que “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 com base na observação e seleção de páginas a serem analisadas. As características desejadas eram: 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*, *tittzntattz*, *beardandtattoos_* e *tattoomodels*.

A) Tatts and Titties

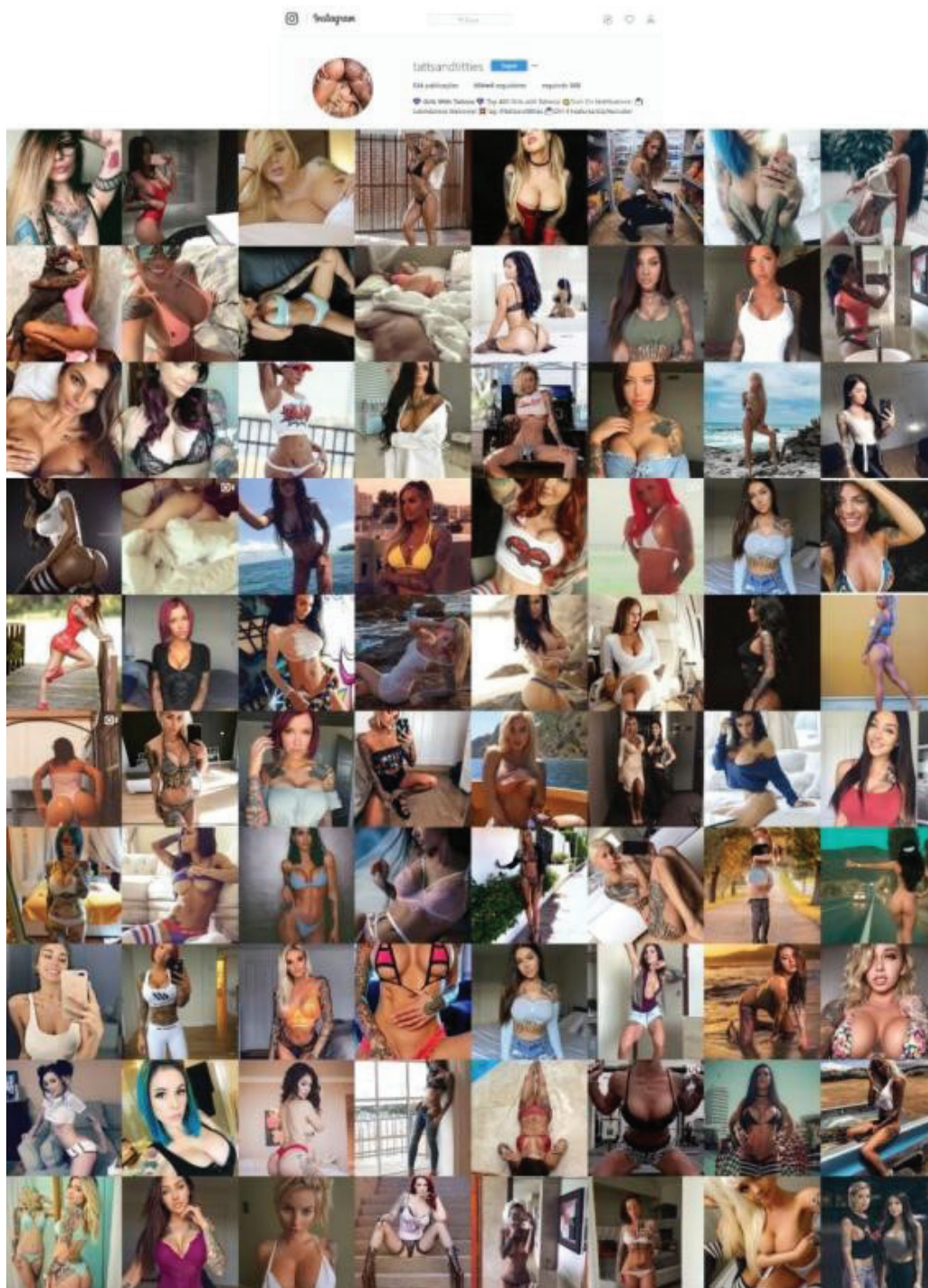


FIGURA 3: Seleção de 80 fotos mais recentes do perfil do Instagram, tattsandtitties - coleta realizada no dia 24/09/2017
Fonte: <https://www.instagram.com/tattsandtitties/>

B) Tittz and Tattz



FIGURA 4: Seleção de 80 fotos mais recentes do perfil do Instagram, tittzntattz - coleta realizada no dia 24/09/2017
Fonte: <https://www.instagram.com/tittzntattz/>

C) Beard and Tattoos

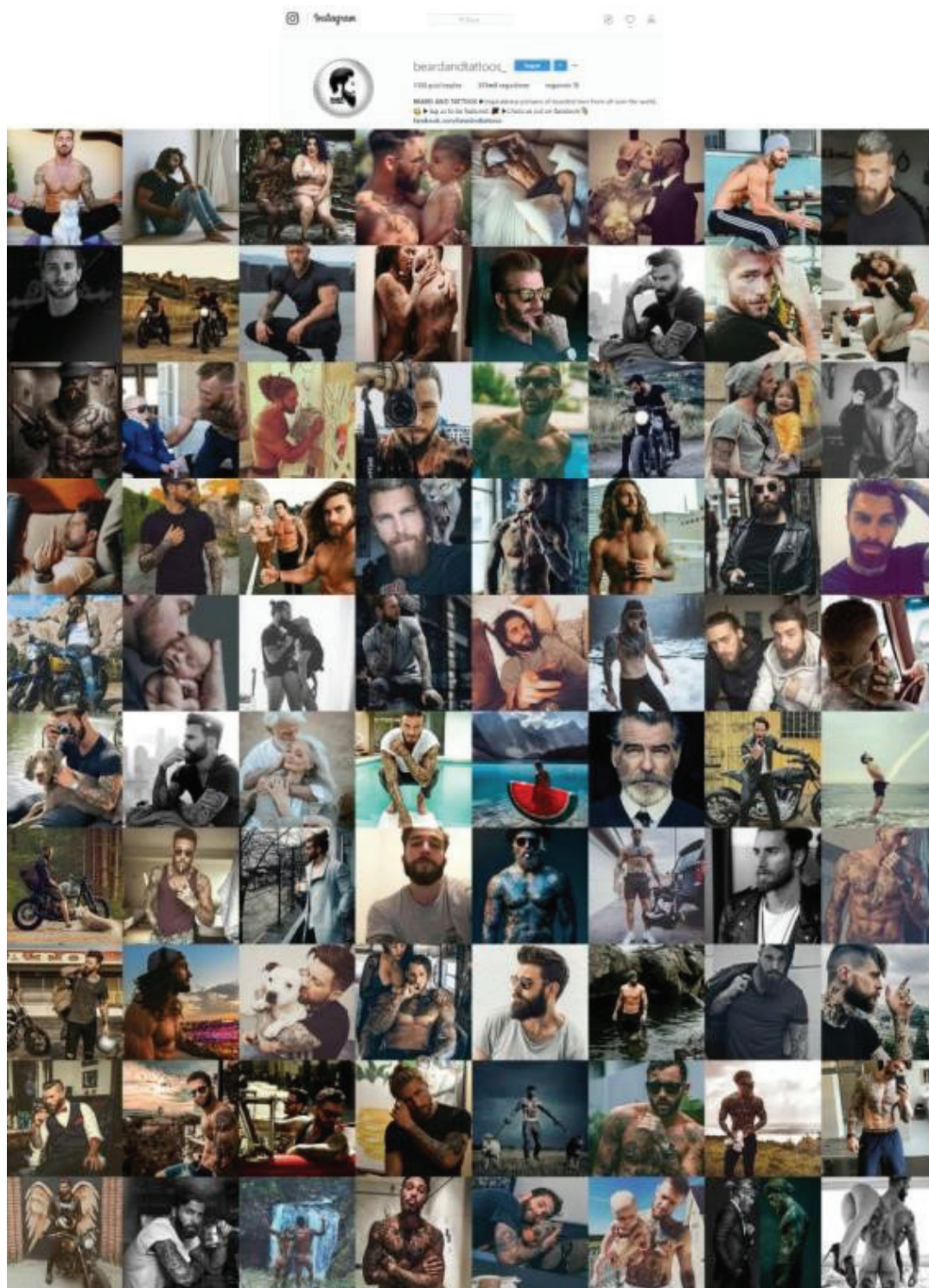


FIGURA 5: Seleção de 80 fotos mais recentes do perfil do Instagram, beardandtattoos_ - coleta realizada no dia 12/09/2017
Fonte: https://www.instagram.com/beardandtattoos_/

D) Tattoo Models

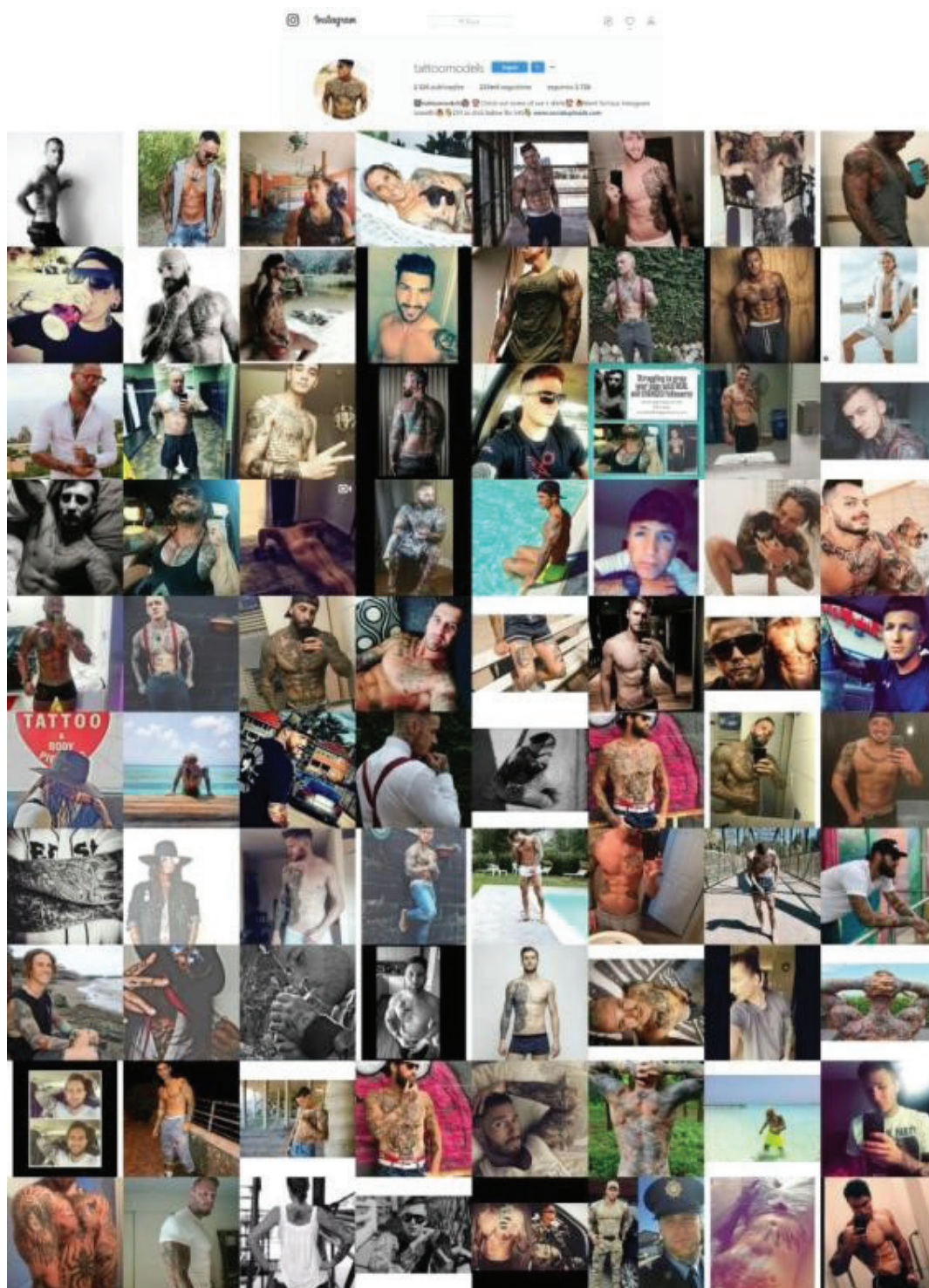


FIGURA 6: Seleção de 80 fotos mais recentes do perfil do Instagram, tattoomodels - coleta realizada no dia 12/09/2017

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

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, por meio 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. Interessa-nos 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.

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*) e; *selfie*.

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_*

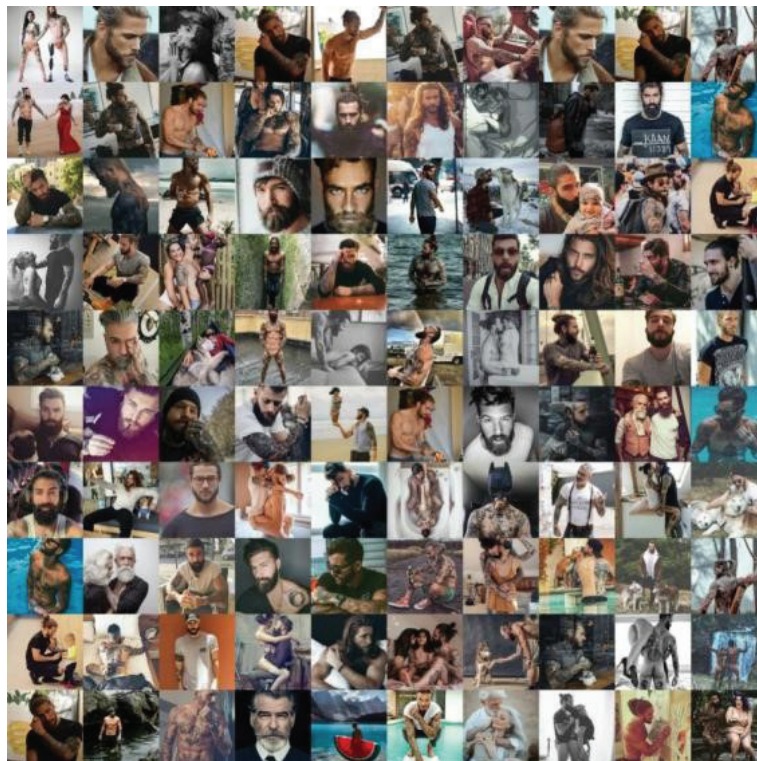


FIGURA 7: Seleção de 100 fotos com mais likes do perfil do Instagram, *beardandtattoos_* - coleta realizada no dia 19/09/2017
 Fonte: https://www.instagram.com/beardandtattoos_/

2) tattoomodels

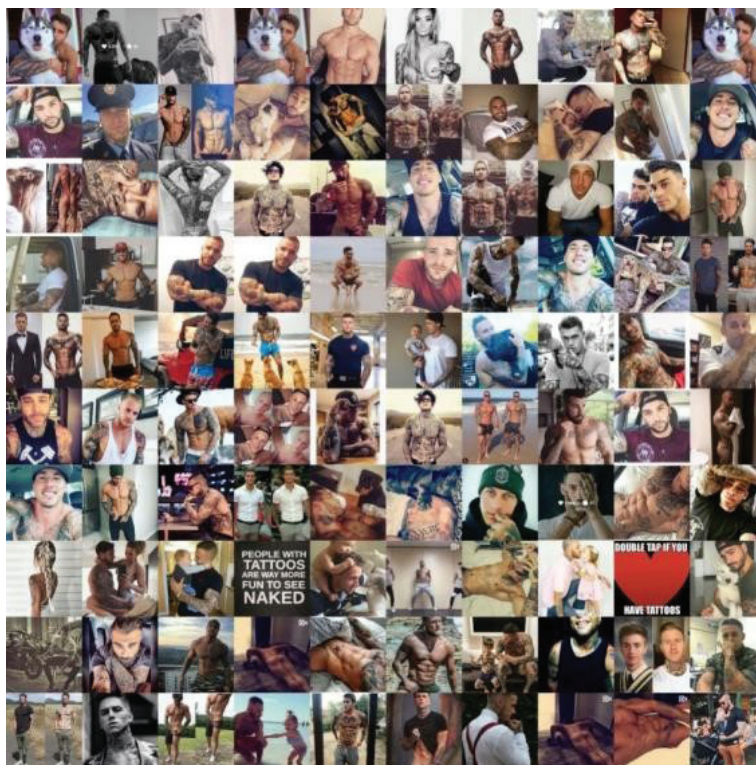


FIGURA 8: Seleção de 100 fotos com mais likes do perfil do Instagram, tattoomodels - coleta realizada no dia 26/09/2017
Fonte: <https://www.instagram.com/tattoomodels/>

3) tatsandtitties

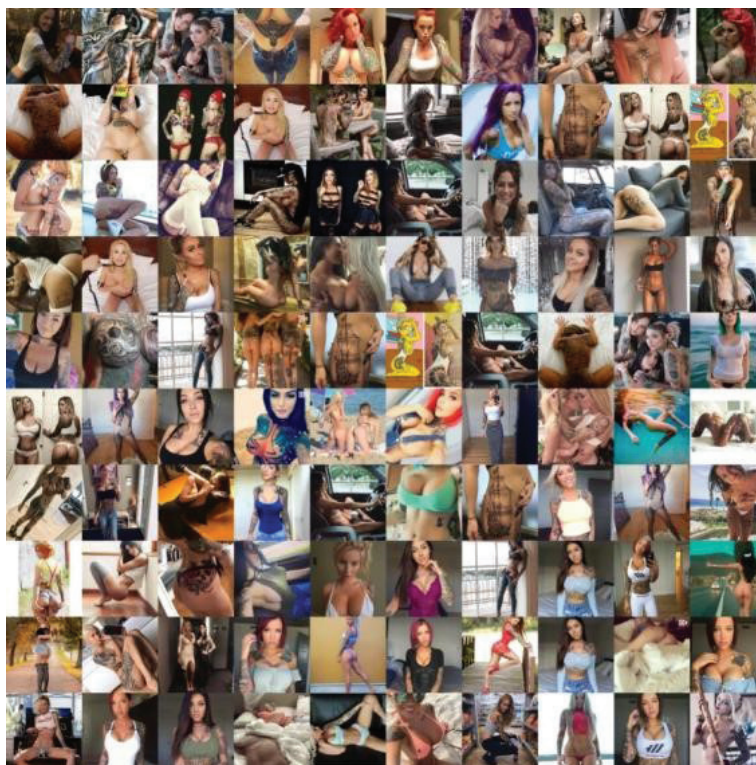


FIGURA 9: Seleção de 100 fotos com mais likes do perfil do Instagram, tatsandtitties - coleta realizada no dia 29/09/2017
Fonte: <https://www.instagram.com/tatsandtitties/>

4) tittztattz



FIGURA 10: Seleção de 100 fotos com mais likes do perfil do Instagram, tittztattz - coleta realizada no dia 30/09/2017
Fonte: <https://www.instagram.com/tittztattz/>

Taxonomia fotográfica: categorias

1) Fotos com animais e bebês



FIGURA 11: Seleção de fotos que apresentem animais e/ou crianças

Essas fotos consistem em imagens 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. Chamamos a atenção para algumas fotos de cada categoria que representem bem o que estamos apontando:

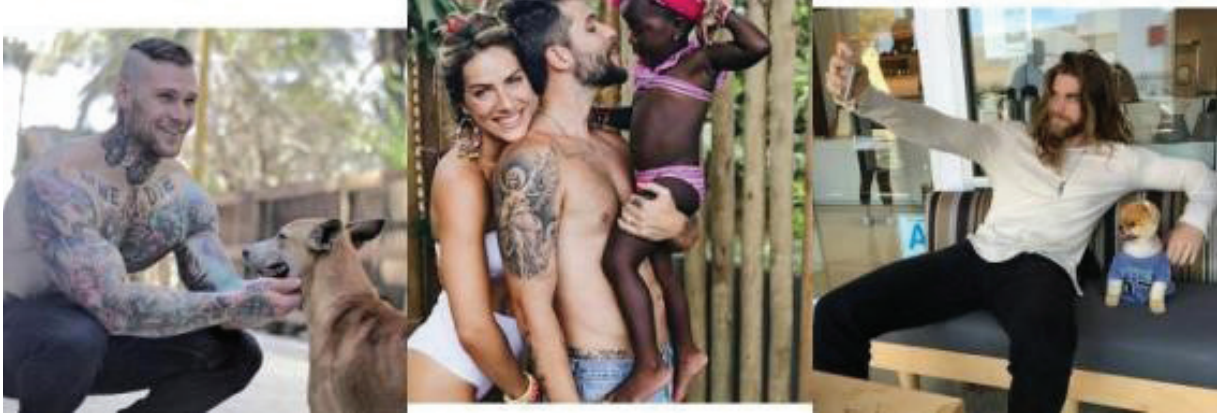


FIGURA 12. Destaque para algumas fotos da seção anterior

Essa recorrência na temática nos sugere uma adição de elementos de composição de forma a gerar maior popularidade entre as fotos. Fica marcado aqui o estereótipo de gênero, em que o homem “ másculo” que expressa suas emoções por meio dos elementos a ele elencados gera interesse do ponto estético e de representação. Os elementos também aproximam a tatuagem de uma prática “dócil”, agradável e bem quista, aceita socialmente. No que diz respeito à quase não existência feminina nesse tipo de temática, sugere-nos que a figura feminina dócil não se aproxima da temática da tatuagem, possivelmente por esse universo estar mais próximo da mulher erotizada, como veremos a seguir. Ainda, a aproximação do corpo masculino a ideias agradáveis transmitidas pelas crianças e animais aproxima a empatia do olhar externo, com elementos suaves que se contrapõem a alguma “agressividade” que poderia sugerir os corpos masculinos tatuados.

2) Fotos de casais

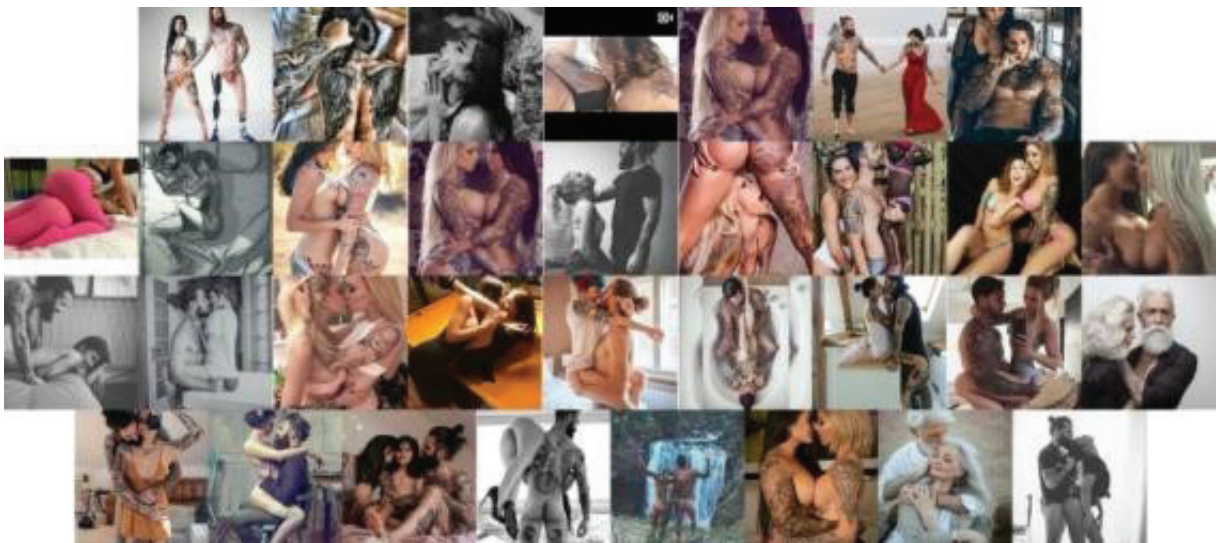


FIGURA 13: Seleção de fotos que apresentem casais

Consistem em imagens com casais, homo ou heteroafetivos. 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 de homens gays nem apareceram na seleção. A liberdade com os corpos nas redes parece bastante contraditória neste ambiente controlado do Instagram, relativa e apegada a padrões aceitos.



FIGURA 14. Destaque para algumas fotos da seção anterior

A capitalização que se deseja nessas páginas, ou seja, alto número de curtidas e seguidores, faz com que desapareçam formas de afeto menos aceitas socialmente, o que implica que os ambientes analisados sejam pobres em termos de proposição de novas estéticas amorosas ou formas de afeto. Assim, servem como reforço do já existe e do mais provável.

3) Fotos com um alto grau de erotização

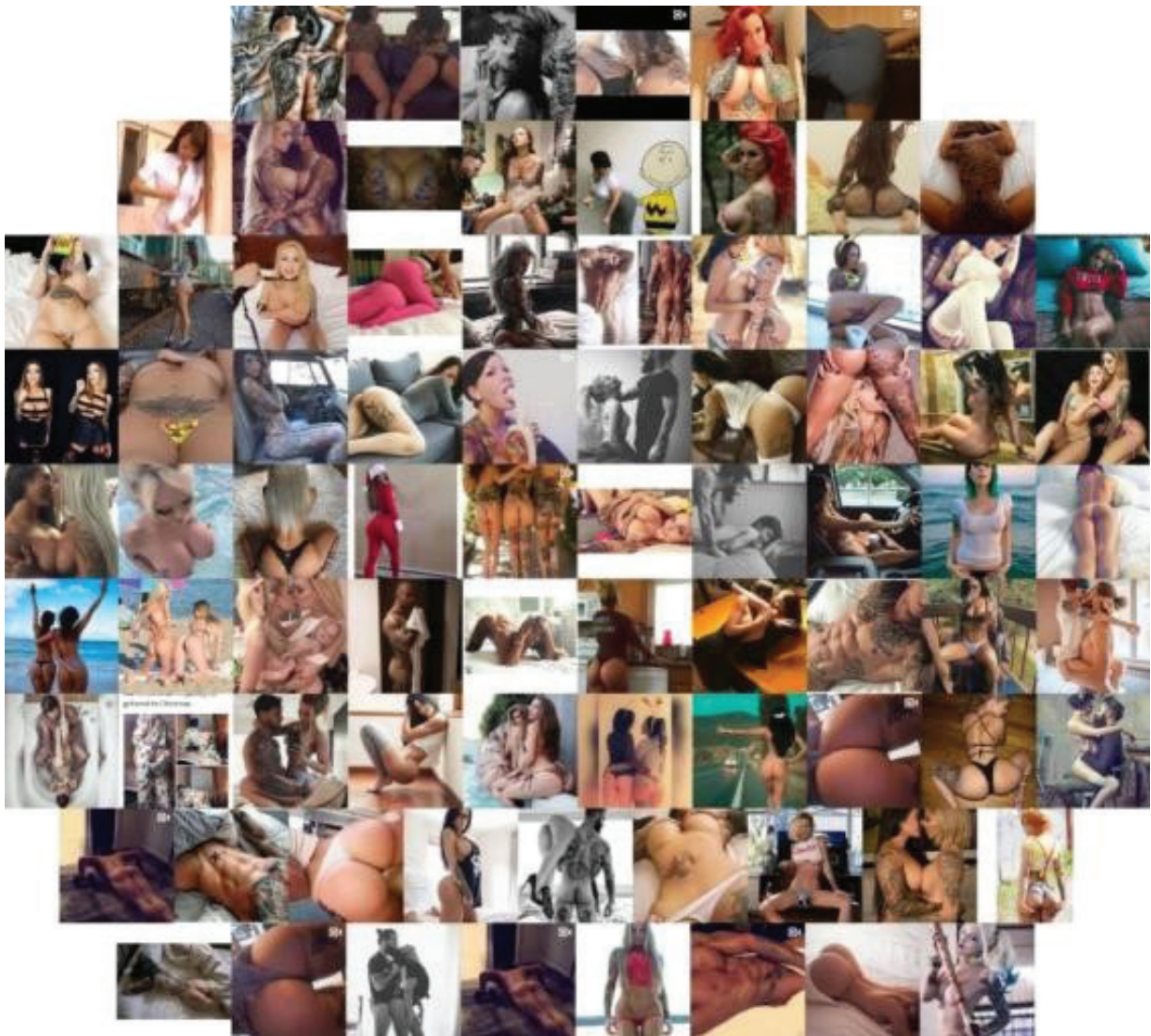


FIGURA15: Seleção de fotos que apresentem alto grau de erotização

Tentamos utilizar aqui 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.



FIGURA 16. Destaque para algumas fotos da seção anterior

O que se observa é que o lugar de exposição do corpo feminino, mesmo com a tatuagem, ganha espaço na erotização com ambientes oníricos que envolvem a alusão a posições sexuais e a elementos fetichizados, como adereços, fantasias e casais de mulheres. A função da tatuagem, nesse contexto, é mais de potencializar essas características de um padrão estético do que subvertê-las de alguma forma.

4) Fotos em ambientes internos (*indoor*)

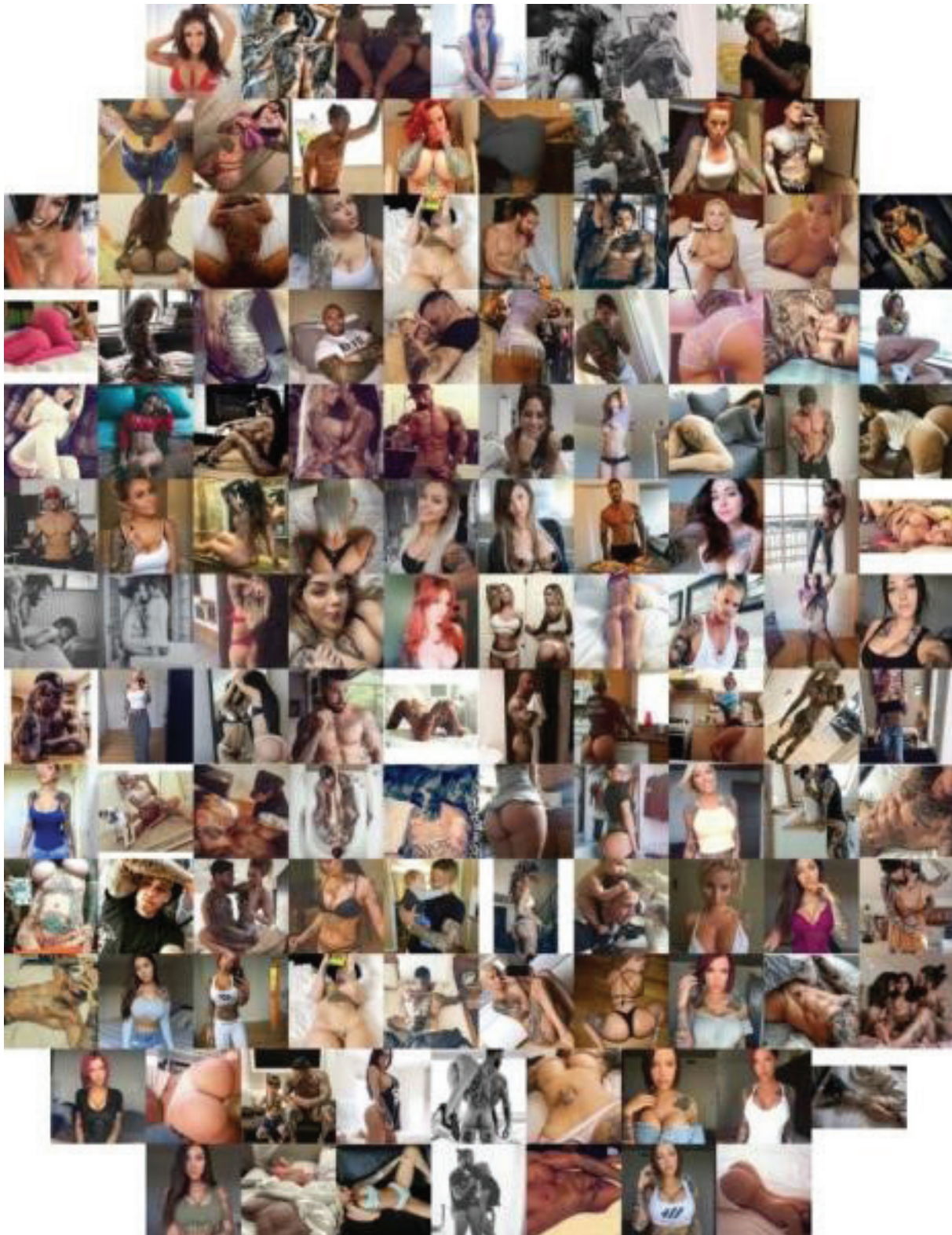


FIGURA 17: Seleção de fotos em ambientes internos

Ao longo da análise percebemos duas tendências relativamente frequentes. A primeira faz referência às 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.



FIGURA 18. Destaque para algumas fotos da seção anterior

Uma diferença que se nota é que o corpo masculino, quando aparece no ambiente interno, está em pé, predomina a imagem do torso. Quando em casal, é a figura que o domina, que “manda” no ambiente privado. O torso feminino também aparece em fotos do tipo *selfie*, mas o que predomina nesta seleção é um corpo configurado como em “oferta”, deixado à espera sobre os mobiliários da casa, nu ou com *lingeries* sensuais.

5) Fotos em ambientes externos (*outdoor*)



FIGURA 19: Seleção de fotos em ambientes internos

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 têm algum nu exposto.

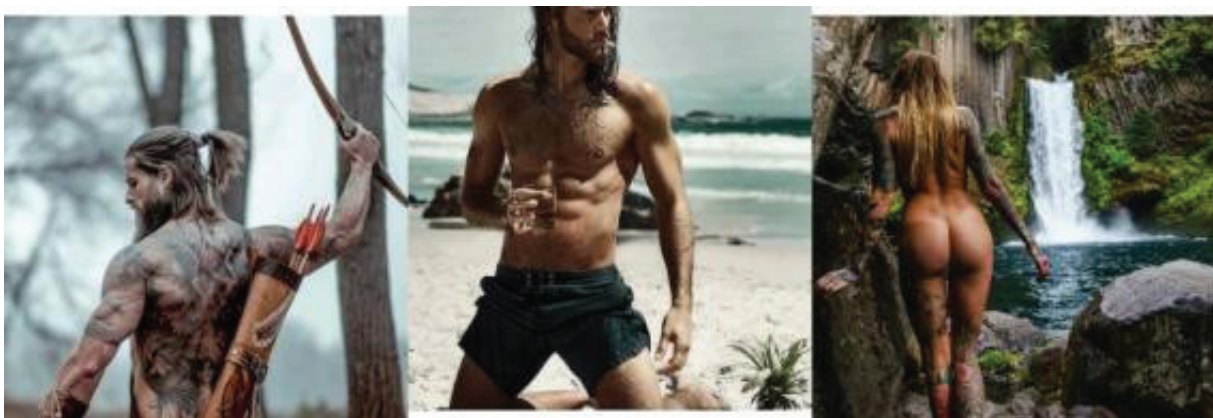


FIGURA 20. Destaque para algumas fotos da seção anterior

Essas fotos mostram o lugar do homem sexy, que desbrava o ambiente externo e se mostra como destemido, explorador. Há um flerte com os elementos da natureza: água, árvores e animais. Os temas remetem à ação, ou ao menos vestimentas que não condizem com o ócio, como é o caso do *lingerie*, que também aparecem nas fotos femininas dessa sessão. A mulher

no *outdoor* aparece nua, de forma onírica ou como "parte" da natureza e não como alguém que quer dominá-la, como bem observamos na terceira foto à direita da seleção (FIGURA 20).

6) Selfie



FIGURA 21: Seleção de fotos consideradas selfies

A última categoria, a categoria dos *selfies*, como previsto para uma análise em redes sociais, possui muitas *selfies*. Nessa categoria foram reunidas 108 fotos, 48 de perfis com fotos majoritariamente femininas. O que percebemos nas *selfies* foi a valorização das tatuagens como 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; há uma relativa diminuição dos apelos eróticos.

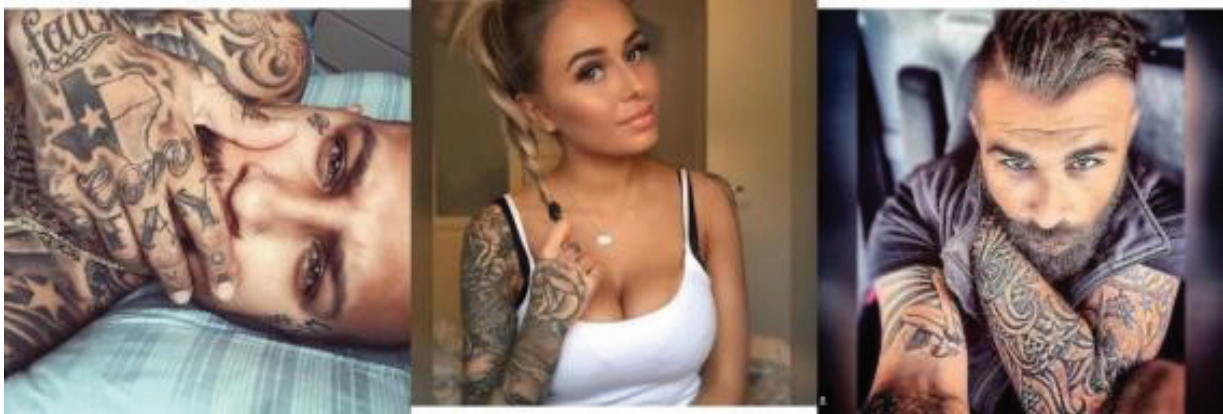


FIGURA 22. Destaque para algumas fotos da seção anterior

É interessante observar como os representados levam ou aproximam suas tatuagens dos seus rostos, numa tentativa clara de ligar a identidade fácil com as temáticas de suas tatuagens. Nisso, os desenhos/figuras/símbolos escolhidos ficam colados à identidade fácil; aproximam-se da ideia de beleza figurada pelos rostos. E se é um rosto que quer ser visto, o erótico tem mesmo espaço, pois, de alguma forma, a simbologia presente na tatuagem remete a uma identidade, uma tentativa de singularizar um rosto, diferentemente do erótico que trabalha com o onírico e a generalização de corpos que sentem e emitem sensações, mais do que personalidade.

Considerações Finais

Concluimos essa discussão com essa possível retomada da tatuagem como artigo de diferenciação, de domínio do próprio corpo e da própria pele, possibilidade de exteriorizar a identidade. Mas o que vimos é que a busca pelo reconhecimento e pela popularidade não consegue escapar de um apego a normativas de gênero, ao erótico “controlado” e estratégias visuais padronizadas pouco originais no trato com os corpos tatuados.

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 têm como objetivo maior alcançar e manter um público grande para possível geração de renda e ambiente publicitário.

Isso mostra que a forma como essas imagens são consumidas em rede na plataforma Instagram colabora para a domesticação dos corpos por meio de uma estética, a princípio transgressora, que se torna dócil e agradável aos olhos do mercado. O que é mais visto condiz com aquilo que se deseja e as formas alternativas de representação corporal passam por um processo de apagamento construído pela própria rede.

Os controles criados pelas curadorias das páginas citadas direcionam os olhares para o “belo” e o aceitável culturalmente, ao ponto que questões cruciais para o debate contemporâneo relativo à representatividade dos corpos e sua visibilidade ficam sobrepostas por padrões, estereótipos, determinações de gênero e corpos objetificados.

Tattoo culture and the capitalized image on Instagram

This work is based on the discussion of the aesthetic body patterns in Western society and the influence of the disciplines in the way in which they took over the social structures of the West. From this perspective, we mention the construction of new patterns that determine behaviors and aesthetics in today's society, considering the virtual environment and how new patterns are built in the networks. The analysis is done from selected tattoo pages on Instagram and the methodology presented pursues observable patterns on these pages. We conclude that the phenomenon of tattooing goes through a process of capitalization in this environment in which there is in force what is most aesthetically accepted by the market and by the standards already in force in society.

Keywords: Tattoo. Instagram. Image. Capitalization.

Referências

- CAMARGO, H. W.; STEFANICZEN, J. 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.
- FOUCAULT, M. *História da sexualidade 1: a vontade de saber*. Rio de Janeiro/São Paulo: Editora Paz e Terra, 2017.
- FOUCAULT, M. *História da sexualidade 3: o cuidado de si*. Rio de Janeiro/São Paulo: Editora Paz e Terra, 2014a.
- FOUCAULT, M. *Vigiar e punir: o nascimento da prisão*. Petrópolis, RJ: Editora Vozes, 2014b.
- GARCIA, W. *Corpo, mídia e representação: estudos contemporâneos*. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2005.
- HAN, B. C. *Sociedade do Cansaço*. Petrópolis: Vozes, 2015.
- LIPOVETSKY, G.; SEROY, J. *A estetização do mundo: viver na era do capitalismo artista*. São Paulo: Companhia das Letras, 2015.
- MANOVICH, L. *Instagram and Contemporary Image*. Creative Commons License, 2016a. Disponível em: < http://manovich.net/content/04-projects/150-instagram-and-contemporary-image/instagram_book_manovich.pdf>. Acesso em: 27 set. 2018.
- MANOVICH, L. What Makes Photo Cultures Different? *MM'16*, Amsterdã, p.15-19, outubro, 2016b.

Data de submissão: 01/03/2020

Data de aceite: 15/07/2020