

Nascimentos em tela: explorando o potencial transformador em blogs de vídeo no YouTube

Screen-Births: exploring the transformative potential in trans video blogs on YouTube

TOBIAS RAUN – UNIVERSIDADE DE ROSKILDE/DINAMARCA

TRADUÇÃO DE JAQUELINE GOMES DE JESUS – UNB/DF

RESUMO

O artigo tem seu ponto de partida na investigação de doutorado de Tobias Raun, explorando os inúmeros blogs de vídeo (vlogs) no YouTube onde pessoas trans (usando hormônios e/ou cirurgia para alterar seu corpo) documentam e discutem sua transição de gênero. O artigo apresenta uma caracterização da mídia vlog como está sendo posta em prática pelas pessoas trans, argumentando que o vlog opera tanto como um diário, uma autobiografia, e como um veículo de comunicação e conexão social. Além disso, Tobias Raun levanta questões como: que tipo de possibilidades uma nova mídia como vlogs permite em relação a representar e negociar o significado da identidade trans? Possibilitam os vlogs trans um senso de autonomia e ajudam a criar visibilidade política e ação política?

Palavras-chave: Estudos Transgênero. Transexualidade. Blogs de Vídeo. Pesquisa na Internet. Cultura Participativa. Autorrepresentação. Autobiografia.

ABSTRACT

The article takes its point of departure in Tobias Raun's PhD research, exploring the numerous amounts of video blogs (vlogs) on YouTube where trans people (using hormones and/or surgery to alter their body) document and discuss their gender transition. The article offers a characterization of the vlog medium as it is being put to use by trans people, arguing that the vlog medium as it is being put to use by the trans people, arguing that the vlog operates as both a diary, an autobiography, and as a vehicle of communication and social connection. Furthermore, Tobias Raun raises questions like: What kind of possibilities do a new media like vlogs enable in connection to represent and negotiate the meaning of trans identity? Can the trans vlogs enable a sense of empowerment and help create political visibility and political action?

Keywords: Transgender Studies. Transsexuality. Video Blogs. Internet Research. Participatory Culture. Self-Representation. Autobiography.

INTRODUÇÃO

“Então, hoje é meu primeiro dia, estou nascendo, eu acho...” (Wheeler, homem transexual de 18 anos dos Estados Unidos da América – EUA).

Este artigo tem como seu ponto de partida os numerosos blogs de vídeo (vlogs) no YouTube (youtube.com), onde transexuais (usando hormônios e/ou cirurgia para alterar seu corpo) documentam e discutem sua transição de gênero. A transição é frequentemente articulada como um nascimento ou um renascimento, sinalizando um novo começo de vida e uma nova identidade. “Trans”, nos seus muitos significados e configurações, parece ser um nome apropriado para esses vlogs, tanto quanto uma configuração fecunda e instigante para se lidar com eles. Neste artigo utilizarei o termo “trans” de três maneiras diferentes, como uma categoria de identidade (transexual), como um movimento de se tornar (transição) e como uma caracterização da mídia vlog (mídia trans).

Vou argumentar que o vlog opera como algo entre uma autobiografia, um diário e um veículo de comunicação e conexão social. As perguntas que eu vou procurar responder são: como essas várias formas de “trans” são expressas nos vlogs e qual poderia ser o potencial transformador?

1 “TRANSMITA VOCÊ MESMO(A)”: INTRODUÇÃO AO CONTEXTO DE PESQUISA

O número de vlogs trans aumenta rapidamente na plataforma multimídia YouTube. O YouTube, como uma plataforma, foi oficialmente lançado “com pouca fanfarra em junho de 2005” (BURGESS; GREEN, 2009a, p. 1), uma vez que começou como um *site* de compartilhamento de vídeo conduzido por três estudantes (DIJCK, 2009, p. 42). O Google adquiriu o YouTube em outubro de 2006 e no início de 2009 ele estava entre os dez *sites* mais visitados em nível global. No início o YouTube vinha com a assinatura “Seu repositório de vídeo digital”, mas hoje ela foi alterado para “Transmita Você Mesma(o)” (*Broadcast Yourself*, mantido em inglês no Brasil), uma mudança do *site* como um armazenador pessoal para uma plataforma de auto-expressão (BURGESS; GREEN, 2009a, p. 2-4). O YouTube é uma plataforma “confusa”, contendo uma ampla variedade de videoclipes, clipes de TV e vídeos de música oriundos de mídias tradicionais, bem como conteúdo criado pelos usuários, como vlogs. De acordo com Jean Burgess e Joshua Green (2009a, p. 7), o YouTube é “um *site* de cultura participativa”. Cultura participativa é um termo introduzido por Henry Jenkins (2006) para descrever o que ele de mudança paradigmática na cultura da mídia no sentido de uma maior participação e democratização. Como Jenkins (2006, p. 24) afirma: “As audiências [...] estão exigindo o direito de participar no âmbito da cultura”. Tecnologias digitais mais acessíveis e uma plataforma para compartilhar o conteúdo criado pelo usuário permitem que potencialmente todas as pessoas possam se expressar e “res-

ponder". Vlogs são razoavelmente baratos e tecnologicamente fáceis para usar e produzir, geralmente reque-rendo nada mais do que uma *webcam* e habilidades básicas de edição. De acordo com recente estudo do YouTube feito por Burgess e Green (2009), a criação de vlogs (vlogar) é uma forma dominante de conteúdo criado por usuário entre os clipes "mais discutidos" e "mais respondidos" no YouTube. Logo, "vlogar" é "uma forma emblemática de participação no YouTube" (BURGESS; GREEN, 2009b, p. 94). Os vlogs também podem ser vistos como parte do que Nicole Matthews (2007, p. 435) tem caracterizado como uma mais ampla "cultura confessional", incluindo gêneros de mídia como blogs, *talkshows* televisivos, *reality shows* e um fenômeno como o das *webcams*.

2 CONHECENDO OS YOUTUBERS: ÉTICA EM METODOLOGIA E PESQUISA NA INTERNET

Eu me deparei com os vlogs trans quando eu estava à procura de informações e visualizações das transformações corporais com o uso de hormônios, a fim de preparar-me para a minha própria transição. Utilizei termos de busca como "trans", "transgênero", "homem trans", "mulher trans", "FtM (Female to Male)", "MtF (Male to Female)", etc. Minha hipótese era que eu iria encontrar poucos exemplos de pessoas divulgando pela internet sua transição de gênero, mas para minha surpresa havia vários. Além disso, descobri que os youtubers começaram a vlogar sobre sua transição por volta de 2006/2007 e agora isso era um gênero em si, com determinadas características. Parecia ter sido desenvolvido um modelo de como lidar com o público, como aparecer ou se apresentar na tela e como documentar e discutir a transição. O primeiro youtuber que conheci foi "Jan", testando sua nova voz enquanto cantava, e "Érica", falando sobre sua "Vida Transgênero". Eles apareceram quando eu digitei as palavras de pesquisa acima mencionadas e cliquei em seus "canais pessoais", onde vi o resto de seus vlogs. O canal serve como um perfil pessoal desenvolvido para apresentar uma curta descrição pessoal, miniaturas de vídeos que o youtuber carregou, membros que o youtuber subscreve, vídeos de outros membros que o youtuber escolheu como favoritos, listas de membros que são amigos e assinantes do youtuber e uma seção onde outras pessoas podem deixar comentários. Esse canal pessoal frequentemente coexiste com um perfil no MySpace, uma página e um blog comum em qualquer lugar da internet. Isso significa que as experiências dessas pessoas e seus recursos estão distribuídos em uma variedade de plataformas de mídia, oferecendo diferentes pontos de entrada para diferentes segmentos de público, com o resultado de que não há "uma única fonte ou texto onde se pode consultar para conseguir toda informação" (JENKINS, 2007, p. 1).

Alguns youtubers carregaram três vlogs, outros trezentos, alguns param depois de alguns meses, outros continuam por vários anos. Tenho assistido os 945 vlogs carregados por "Jan", "Erica", "Henry",

1 Usuários do YouTube. "Youtuber" é uma categoria que se opera tanto na comunidade quanto no discurso acadêmico, veja Burgess e Green (2009a), e Patricia Lange (2007).

“Wheeler”, “Simon”, “Claire”, “Jonathan” e “Larry” e um número infindável de outros vlogs que descobri enquanto navegava no YouTube tentando observar uma panorama do fenômeno. Há uma forte prevalência de pessoas trans jovens, americanas brancas, o que corresponde a algumas das críticas levantadas à promessa de democratização da “cultura participativa”. O YouTube é dominado pelos EUA (BURGESS; GREEN, 2009a, p. 82) e não muito diverso racialmente (ALEXANDER, 2002b, p. 101-102; JENKINS, 2009, p. 124).

Fazer uma pesquisa na internet como a minha levanta questões importantes e interligadas acerca de metodologia e ética. Ética na pesquisa em internet é um campo acadêmico em evolução e muito discutido², que delinea as complexidades éticas e implicações em conduzir pesquisa *online*. A maior parte dos manuais de ética parece concordar que é eticamente responsável fazer pesquisa sem consentimento informado e/ou uso de pseudônimos se o material “é aberto e disponível para todos, que todos com uma conexão de internet possa acessar, e que não necessite qualquer forma de associação ou registro” (SVENINGSSON ELM, 2009, p. 75). Entretanto, se o conteúdo é altamente sensível (e/ou percebido como privativo pelos usuários) e o sujeito é vulnerável, deve ser considerado que se consiga o consentimento informado e/ou tornar o usuário anônimo (confira a nota de rodapé 2). Eu avisei a Agência Dinamarquesa de Proteção de Dados sobre a pesquisa que eu estava conduzindo e recebi permissão. A Agência Dinamarquesa de Proteção de Dados é uma instituição estatal que dá permissão jurídica, protegendo indivíduos com relação ao processamento de dados pessoais e à livre movimentação desses dados. Estou seguindo suas orientações estabelecendo que não tenho de obter consentimento informado, mas que eu preciso tornar anônimos os usuários dos vlogs quando publicar o material (a não ser que eu tenha recebido permissão deles). Assim, no que se segue, vou trabalhar sobre o que essas orientações implicam e em minhas próprias considerações a este respeito.

O YouTube é de fato um arquivo acessível publicamente se promovendo como “a comunidade online de vídeo mais popular no mundo”, estimulando “você” mesmo a transmitir (*Broadcast Yourself*). Carregar um vídeo no YouTube é uma forma de consentimento, ele pode não ser informado, mas é uma forma de consentimento onde você concorda que milhões de pessoas possam assistir e discutir sobre seu vlog, incluindo pesquisadores. Contudo, as articulações pessoais/confessionais de gênero e sexualidade nos vlogs contêm material muito sensível para ser estudado sem obscurecer os usuários. Esse foi o arrazoado pela Agência Dinamarquesa de Proteção de Dados. Pode-se acrescentar que os usuários de vlogs falam para audiências selecionadas (amigos trans, pessoas *queer* ou curiosas acerca de trans), um “contra-público” (WARNER, 2002), enquanto, ao mesmo tempo, alcançam uma audiência maior, global, de modo a criar consciência e defesa de direitos para assuntos relacionados à questão trans e para fazer suas vozes serem ouvidas. O modo pessoal dos vlogs, que de acordo com a Agência Dinamarquesa de

2 Veja AOIR, 2002; Kathleen O’Riordan e Elizabeth Basset, 2002; Michele White, 2002; Janne Bromseth, 2003; Elizabeth Buchanan, 2004; Charles Ess, 2009; Malin Svenningsson Elm, 2009.

Proteção de Dados é muito sensível para ser conectado a indivíduos identificáveis, podendo ser percebido como parte de uma mudança rumo a uma aceitação cada vez maior em expor alguém e seus assuntos particulares em público e especialmente na internet (WARNER, 2002; BERLANT, 2008). Contudo, também se deve levar em consideração que estudar pessoas trans é um campo contestado, dada a longa história de pesquisa exploradora e prejudicial feita especialmente por pessoas não-trans. As “Normas Sugeridas para Não Transexuais Escreverem Sobre Transexuais, Transexualidade, Transexualismo ou Trans”, de Jacob Hale (1997) são uma lembrança dessa história, mas também uma advertência a todos os pesquisadores, trans ou não, para se engajarem neste campo de estudo com uma mente perspicaz e um coração compassivo. Mudar os nomes de usuário dos youtubers e não informar a sua localidade leva em conta que alguns podem se sentir expostos pessoal e emocionalmente. No entanto, manter o anonimato dos nomes de usuário (que geralmente não são seus nomes reais) pode contribuir potencialmente com o mito transfóbico de que ser trans é algo que se deveria esconder ou do qual se deveria envergonhar. Não permitir que os usuários de vlogs tenham um nome pode parecer cumplicidade com a patologização e a infantilização das pessoas trans. Como Elizabeth H. Bassett e Kathleen O’Riordan (2002, p. 12) afirmam: “a decisão de disfarçar atividade *online*, justificada por uma retórica de ‘proteção’ pode resultar em promoção de relações de poder desiguais de produção de mídia por bloquear a representação completa da mídia alternativa”. Ela também pode falhar em dar crédito aos usuários trans de vlogs com a perícia tecnológica e social para operar no campo (O’RIORDAN, 2010).

Uma percepção prevalente, marketing da internet, é dela como um “espaço” que é povoado, e onde pesquisadores estão observando e estudando atores humanos. Isso levou à aplicação do modelo de pesquisa em sujeitos humanos, que prioriza os direitos do sujeito e coloca os objetivos do pesquisador em segundo lugar (BASSETT; O’RIORDAN, 2002; WHITE, 2002). Entretanto, a internet também é uma forma de produção cultural e publicação, o que a torna importante para compreender os aspectos altamente mediados e construídos dessas representações. A representação/texto não pode, sem problemas, ser confundida com o sujeito humano aparecendo nela e a produzindo (BASSETT; O’RIORDAN, 2002; WHITE, 2002). Um exemplo importante disso é o caso da usuária de vlog “Bree”, mais conhecida como *lonelygirl15*, que se tornou famosa por suas postagens aparentemente muito emocionantes e exaltadas sobre seus pais e amigos, mas foi descoberto que os vlogs dela eram um experimento de produção de filme dos produtores independentes Mesh Flinders e Miles Beckett (BURGESS; GREEN, 2009a, p. 27-30). Não estou sugerindo que os usuários trans de vlogs não são reais, mas estou insinuando que qualquer aparição na internet é mediada e precisa ser estudada como tal. Como um teórico da cultura visual, minha abordagem analítica é interdisciplinar, assumindo assim o seu principal ponto de partida em estudos de mídia e estudos de gênero, analisando como as pessoas trans narram e visualizam o encontro e a experiência com processos e tecnologias de transição.

3 TRANS COMO UMA POSIÇÃO ESTIGMATIZADA

A maior possibilidade de participação na cultura midiática permite às pessoas trans tomar conta de sua própria representação. A necessidade e a urgência de fazer isso podem emanar do fato de que as pessoas trans têm de se submeter a avaliações psicológicas e a um sistema de rótulos patologizantes antes que seu acesso a tratamentos médicos seja garantido, o que então lhes permite uma mudança legal no status de gênero. Apesar do fato de que a transexualidade é uma psicopatologia oficial, “tratamentos” não são cobertos pelo seguro de saúde nos EUA (STRYKER, 2008), mas eles são em países como Dinamarca, Suécia e Reino Unido. No entanto, muitos optam por buscar apoio em outros lugares e financiar a transição eles mesmos (RINGKØBING, 2006) porque “o diagnóstico funciona como a sua própria pressão social, causando angústia, estabelecendo desejos como patológicos, intensificando a regulação e o controle daqueles que os expressam em contextos institucionais” (BUTLER, 2004, p. 99). Como a teórica *queer* Judith Butler (2004, p. 91) sumariza:

a pessoa tem de se submeter a rótulos e nomes, a incursões, a invasões; tem de ser avaliada pelas medidas de normalidade; tem que passar no teste... O preço de usar o diagnóstico para chegar onde se quer é que a pessoa não pode usar a linguagem para dizer o que realmente pensa ser verdadeiro. Para pela própria liberdade.

Quando se trata de representação, os indivíduos trans têm sido muitas vezes explorados e tratados de forma sensacionalista por outros com pouca preocupação com as vidas e perspectivas das próprias pessoas trans (SHRAGE, 2009, p. 5). No entanto, a cobertura sobre mulheres transexuais na grande mídia é crescente. Este aumento de visibilidade é perceptível em *reality shows* como “America’s Next Top Model”, com Isis, e “I Want a Famous Face”, com Gia Darling querendo parecer com Pamela Anderson. No show de namoro “There is Something About Miriam”, uma mulher transexual é a estrela do programa, com seis homens cortejando Miriam, modelo mexicana de 21 anos. Somente no episódio final é “revelado” aos homens que ela é uma mulher transexual. É evidente que ser trans é aí retratado como sendo de, alguma forma, dúbio. O homem transexual Thomas Beatie também chegou às manchetes como “O Homem Grávido”, aparecendo em vários *talkshows* e tablóides de supermercado. Apesar das diferentes formas de retratar essas pessoas trans, eu tendo a concordar com John Philips em *Transgender on Screen*: “mesmo entretenimento popular bem intencionado (falha) em produzir representações totalmente positivas” (PHILIPS, 2006, p. 15). Assim, a cobertura na mídia sobre a vida das pessoas trans tende a ser uma “tabloidização” da transexualidade, frequentemente focando a artificialidade do seu gênero e a incapacidade para encarnar masculinidade ou feminilidade.

4 OS VLOGS TRANS

Os vlogs trans figuram como videoclipes curtos (normalmente 2 a 8 minutos de duração) e são predominantemente produzidos, povoados e distribuídos por jovens trans com idades entre 16 e 30 anos de idade. Os youtubers muitas vezes gravam a si mesmos, usando a *webcam* embutida no seu computador, o que dá a esses vídeos uma expressão estética específica (de baixo grau). Os youtubers falam diretamente para a câmera e se dirigem implicitamente para uma audiência de colegas trans, *queer* ou pessoas curiosas sobre trans. Os vlogs trans podem, nas palavras de Patricia Lange, ser considerados como “vídeos de afiliação” centrados na criação de conexões comunicativas com pessoas que pensam de forma semelhante (LANGE, 2009, p. 71). Portanto, eles não têm que ser originais ou bem trabalhados a fim de atrair a atenção, como Lang aponta, mas isso pode ainda ser um fator determinante na criação e manutenção de uma audiência (MÜLLER, 2009, p. 129). Levando isso em conta, não é nenhuma surpresa que “Erica” (uma mulher transexual dos EUA com 25 anos de idade) atraia mais espectadores do que muitos dos outros youtubers, tendo em vista que ela é uma das primeiras usuárias de vlogs trans no YouTube e trabalha de forma mais persistente e experimentalmente com a mídia do que muitos dos outros.

5 NASCIDOS ONLINE

Argumentarei que a câmera, no vlog trans, desempenha papéis diversos e importantes, mas em primeiro lugar ela é um veículo de transubstanciação³. A câmera não apenas documenta, mas também possibilita a transformação. Como os hormônios e os instrumentos cirúrgicos, a câmera tem o poder de transformar os youtubers nos homens e mulheres com os quais eles se identificam.

Um número surpreendentemente grande de youtubers começa seus vlogs em torno da época da primeira dose de hormônios. Frequentemente aplicam os hormônios *online* como uma segunda “dose” – eles apertam o botão da seringa e da câmera, iniciando o processo de se tornar homem/mulher. Os vlogs se tornam “nascimentos em tela”, ilustrados, por exemplo, na lista de vlogs de “Wheeler” (um homem transexual

3 Estou utilizando “transubstanciação” com suas referências ao termo católico romano usado para descrever o que acontece ao pão e ao vinho durante a celebração da Sagrada Comunhão. Transubstanciação significa que o pão e o vinho foram sobrenaturalmente transformados no corpo e no sangue de Cristo. O milagre da Encarnação é repetido, pois Jesus Cristo novamente toma forma humana em nosso benefício. Contudo, também estou inspirado pelo uso de “transubstanciação” por Judith Butler na sua leitura de “Paris is Burning” de Jennie Livingston. Aqui Butler conecta transubstanciação especificamente a transexualidade, quando ela aponta que alguns dos personagens do filme “estão engajados em projetos de vida para efetuar uma transubstanciação plena em feminilidade e/ou brancura” (“Bodies that Matter”, p. 134). Assim, Butler também está ligando transubstanciação ao efeito da câmera – e. g.: “a câmera age como operação e instrumento cirúrgico, o veículo pelo qual a transubstanciação ocorre. Livingston então se torna alguém com o poder de transformar homens em mulheres que, então, dependem do poder do olhar dela (Livingston) para se tornarem e permanecerem mulheres” (“Bodies that Matter”, p. 135). Inspiro-me também no uso de “transubstanciação” por Jay Prosser, como um modo de capturar o complexo processo por meio do qual incorporação e reincorporação desempenham um papel chave nas narrativas de transexuais.

de 19 anos, dos EUA), começando com sua primeira injeção de testosterona rotulada como “Dia Um”. Para a maior parte dos homens transexuais o renascimento se inicia no dia em que eles começam a tomar testosterona e estruturam e rotulam os vlogs de acordo com a quantidade de meses em que têm tomado o hormônio. A metáfora do nascimento é também explicada no primeiro vídeo de Wheeler, em que ele diz: “Então, hoje é meu primeiro dia, estou nascendo, eu acho... Eu me sinto realmente bem, eu me sinto como se um peso enorme tivesse sido tirado da minha alma, eu acho, e me sinto pronto para abraçar a vida agora como a pessoa que eu deveria ser. Eu acho que é como estar nascendo, mas sendo capaz de formular sentenças inteiras e andar e falar e como fazer todas as coisas divertidas” (3 de fevereiro de 2009).

A câmera testemunha o “nascimento” e o “crescimento” de Wheeler, mas argumento que isso também lhe permite se tornar o homem que ele quer ser. Enquanto a lista de vlogs progride, Wheeler se torna mais e mais acostumado à câmera e em frente à câmera ele aprende e reaprende práticas corporais culturalmente localizadas que definem gênero. Nos vlogs ele está produzindo ou representando uma certa identidade (de gênero) e a experimentando ante a uma audiência. Desse modo, o YouTube funciona como um espelho em várias formas. Primeiramente, quando você posta um vídeo e olha para sua própria tela de computador com a *webcam* ligada, você está olhando para o seu próprio reflexo. Não tem contato visual com você mesmo(a) mas vê uma versão já editada de você mesmo(a) como imagem.

A câmera convida o youtuber a assumir a forma de uma identidade /representação desejada. O efeito de reflexo da tela é evidente, quando o youtuber parece absorvido em seu próprio reflexo, ajustando seu cabelo, roupas ou sorriso enquanto fala. Portanto, há uma avaliação contínua e constante de si mesmo(a) com uma imagem atrativa e tentando diferentes “estilos da carne” (BUTLER, 1990, p. 177). Assim, a câmera na verdade é uma ferramenta importante na transubstanciação. O youtuber fala literalmente para si, sabendo porém que outras pessoas podem estar assistindo no outro lado do espelho/tela. Como afirma Giovanna Fossati (2009, p. 460): “o YouTube reflete você e você reflete (sobre) o YouTube”. Isso é levado muito literalmente em alguns vlogs, a exemplo de “Simon” (homem transexual de 21 anos, dos EUA), que pede aos espectadores que sejam seu “espelho” e lhe digam qual camisa vestir (6 de junho de 2009). Os vlogs podem ser entendidos como contínuos estágios reflexivos permitindo a formação do Ego/Eu por meio da identificação e internalização da própria imagem especular da pessoa. Como Jacques Lacan (2002, p. 3) aponta:

Esse ato (olhar-se no espelho), longe de se exaurir como no caso do macaco, Uma vez que a imagem tenha sido dominada e encontrada vazia, imediatamente repercute no caso da criança numa série de gestos na qual ela experimenta reproduzir a relação entre os movimentos assumidos na imagem e no ambiente refletido, e entre este complexo virtual e a realidade que ela reduplica – o próprio corpo da criança, e as pessoas e coisas, em torno dele.

O espelho/vlog é uma mídia para dominar a identidade pessoal, experimentar e incorporar o reflexo

idealizado do ego. Além disso, o espelho/vlog também pode se tornar um reflexo ideal ou um modelo para outros. Assim, os youtubers estão provando para si, bem como para outros, que transubstanciação é possível. Os vlogs oferecem orientação na “transformação que ocorre no sujeito quando ele assume uma imagem” (LACAN, 2002, p. 3).

O nascimento em tela de um youtuber antecipa os nascimentos (em tela) de outros, comumente de formas bem concretas. Um exemplo é o pedido de “Erica” para que mais pessoas trans usem blogs: “Lanço um desafio – produzir os nossos próprios vídeos [...]. Se eu posso fazer isso, você pode fazê-lo” (5 de março de 2007). Entretanto, parece que o pedido não é apenas sobre fazer blogs, mas também sobre assumir e afirmar uma identidade trans.

6 AUTOBIOGRAFIAS DA ERA DIGITAL

Esses vlogs podem ser vistos como autobiografias da era digital, parte do número crescente de publicações de autobiografias de transexuais – começando em 1933 (HOYER, 1933) e aumentando seriamente desde os anos 90 do século XX. O ato autobiográfico é uma parte crucial das vidas das pessoas trans, visto que elas são constantemente questionadas a elucidar a origem e o sentido de gênero em curso. De modo a acessar uma redesignação sexual médica e legal, pessoas trans precisam ser diagnosticadas com “Transtorno de Identidade de Gênero” e “serem aprovadas” nos seguintes critérios:

Deve haver evidência de uma forte e persistente identificação cruzada com um gênero, que é o desejo de ser, ou a insistência de que é, de outro sexo (Critério A). [...] Deve também haver evidência de desconforto persistente acerca do sexo que lhe foi atribuído ou um senso de estar inapropriado(a) no papel de gênero daquele sexo (Critério B). [...] Para fazer o diagnóstico, deve haver evidência de angústia clinicamente significativa ou de prejuízo no funcionamento social, ocupacional ou outras áreas importantes (Critério D) (DSM IV, 1994, p. 532).

O processo de diagnóstico de uma pessoa trans é, acima de tudo, narrativo, dado que o diagnóstico deriva da narrativa da pessoa (PROSSER, 1998, p. 104). A polifonia potencial da experiência vivida é silenciada porque as histórias que as pessoas trans contam para o clínico devem espelhar ou ecoar o diagnóstico, encaixando-se na narrativa mestra. Como Prosser (1998, p. 108) aponta: “Com efeito, para ser transexual, o sujeito deve ser um narrador hábil de sua própria vida. Conte a história de forma convincente, e é provável que você consiga seus hormônios e cirurgia”. Não é assim apenas no consultório, mas também no YouTube. Muitos youtubers usam seus vlogs como uma maneira de juntar dinheiro para sua transição, frequentemente por meio da divulgação de uma conta na qual você pode doar dinheiro ou por, explicitamente, pedir financiamento, como por exemplo, “Larry” (Homem transexual de 32 anos, dos EUA), que incita as pessoas a doarem dinheiro para a sua tão desejada mastectomia (22 de setembro de 2009).

Geralmente também se espera uma explicação coerente dos familiares e amigos da pessoa trans. Parece haver duas opções: ou você conta a história do seu sofrimento ao longo da vida por estar no “corpo errado” (permitindo que te compreendam, mas se patologizando), ou então você evita contar uma história de sofrimento, explicando que você escolheu viver como vive (mantendo seu sentimento de “sanidade” e proatividade, mas colocando a compreensão sobre você e a sua aceitação em risco). O fato de que as primeiras autobiografias de pessoas trans tendem a ser “estruturadas em torno de tropos partilhados e organizadas em uma narrativa particular de estágios consecutivos: a epifania da auto-descoberta; transformação/conversão corporal e social; e finalmente a chegada – a redesignação” (PROSSER, 1998, p. 101). Os vlogs parecem, até certo ponto, seguir a narrativa linear e conformista da transexualidade nas autobiografias escritas – eles também se tornam viagens em direção a um eu autêntico. Num sentido lacaniano, os vlogs podem ser vistos como uma movimento da desidentificação para a completa identificação. Lentamente o youtuber se vê no “espelho” e, ao mesmo tempo, que no imaginário o homem ou a mulher estava lá o tempo todo. Mas os vlogs também dilatam o propósito e o alcance das autobiografias literárias, devido à contínua **re-presentação, re-visão e re-escrita** da história pessoal.

O vlog como uma mídia dá ao youtuber uma oportunidade multimodal para documentar, contar e comentar continuamente sobre sua estória e suas mudanças de gênero – e receber *feedback* dos outros. A biografia de “Érica” tem sido escrita e reescrita várias vezes, visto que ela é uma das primeiras e mais persistentes youtubers trans. Em colaboração com uma documentarista ela fez um filme sobre sua história de vida e sua vida no YouTube, usando os vlogs mais antigos nas sequências. Esse filme está, é claro, disponível no YouTube e se torna parte de uma prática metarreflexiva de criar vlogs. O que Erica compartilha conosco nesse filme é como o YouTube está sendo utilizado por pessoas trans, de modo crescente, para representar identidades e fazer perguntas que foram censuradas ou cuja representação foi negada em outros lugares. Assistir a histórias de outras pessoas trans permitiu a ela seu próprio processo de realização e o reconhecimento de sua própria biografia como uma narrativa trans. Os vlogs são mapas visuais e narrativos para sua própria autoconstrução e autorreflexão como trans. Ela transformou sua identidade de gênero, de uma fantasia privada, em uma exibição pública. Digitalizar sua vida é parte de um processo de se tornar “mulher”. Como Prosser (1998, p. 209) aponta: “No entanto, como esta reconstrução corporal é possível por meio de narrativa e, de fato, como o eu transexual deve ser representado antes de se realizar na carne, a transexualidade é igualmente ligada à representação, dependente da sua simbolização para ser real”. Os vlogs se tornam certificados de presença ou certidões de nascimento tentando captar e promover a reincorporação do sujeito. Não apenas Erica, mas a maioria dos youtubers trans usam vlogs como um meio para a contínuo relato digital da história de vida, utilizando o formato do vlog como “uma prática pessoal de mídia” e uma forma de “elaborar um eu proativo” (LUNDBY, 2008, p. 3-5). A vida de Erica no YouTube a permitiu reinventar sua transexualidade, de algo tido como extraordinário (como é comum na grande mídia) em algo ordinário,

e de volta ao extraordinário, por causa da atenção massiva que os vlogs trazem para ela.

7 DIÁRIOS DE VÍDEO

Como diários, os vlogs servem à função de documentar as atividades recentes, pensamentos e problemas dos youtubers tanto quanto possibilitam liberar a tensão emocional, o que é similar nos blogs comuns (NARDI; SCHIANO; GUMBRECHT, 2004). Porém, os vlogs atualizam e mapeiam, predominantemente, as mudanças corporais, e portanto estão geralmente estruturados em torno de enumeração verbal e registro visual do que os hormônios e/ou a cirurgia facilitaram. A câmera desempenha o papel de um outro atento, assegurando um repositório pessoal para o youtuber. Mapear o processo constante de materialização também envolve registrar as mudanças que a voz passa, logo, muitos vlogs contém cantoria.

“Jan” (um homem transexual de 26 anos, dos EUA) chama explicitamente seus vlogs de “diários de homem trans”, destacando sua função como uma atualização do status atual. Ele tem vários vlogs com ele mesmo cantando em frente à webcam no seu quarto. Em um dos vlogs ele está cantando “Come What May” (2001), canção popularizada por Ewan McGregor e Nicole Kidman do filme *Moulin Rouge*, depois de seis semanas usando testosterona. O vlog incorpora um *mise en scène* privado, o que é comum nos vlogs trans, tanto que vemos Jan cantando seminu em seu quarto. A letra da música parece simbolizar a transição de Jan e seus sentimentos com relação a ela (“de repente minha vida não parece inútil”). Ele não pode prever o que vai se tornar, mas certamente haverá mudanças e desafios. Antecipando-as, parece que ele se conforta: “Venha o que vier, eu vou te amar até o meu último dia”. O cenário e a utilização da câmara estabelecem uma sensação de um encontro íntimo. Ele olha diretamente para a câmera com um olhar brincalhão e de flerte enquanto canta. Ele atrai o espectador para a canção, faz-nos acreditar que essa música é para nós enquanto ele nos instrui quando a parte feminina e masculina está chegando – e se pergunta, conosco, se será capaz de cantar a parte feminina. Ele diz: “Isso pode ser engraçado” enquanto sorri para nós (26 de setembro de 2008). O vlog produz evidências do corpo vivo de Jan ele fornece uma atualização espontânea de seu estado, com o uso de gestos dêiticos. No meio da canção que ele estende a mão para o computador, a fim de aumentar o volume, e seu braço está se dirigindo diretamente para o meu campo de visão. Eu ouço o som bem conhecido de um computador Mac ajustando seu volume, “Venha o que Vier” um pouco mais alto e Jan ri quando falha ao tentar cantar a parte feminina. “Espero que você tenha gostado”, ele diz no final, pelo que ele transmite sentimentos de conexão. Como em um diário, o estilo é íntimo, franco, esses vlogs são muito comunicativos, dirigindo sua atenção para um observador potencialmente simpático.

“Simon” também usa seus vlogs como diários, compartilhando detalhes íntimos sobre suas sessões de terapia, relacionamentos e medos. Em um dos seus vlogs ele discute sobre o modo confessional que ele próprio e outros usam. Ele fala sobre ser muito sensível, emotivo, tímido e temeroso de rejeições, mas

ainda assim ele se expõe em frente a uma audiência global. Ele explica isso desta forma: “Eu realmente sou tímido, mas estes vídeos são fáceis de fazer porque, neste momento, tudo o que estou fazendo é falar para uma câmera, falar comigo mesmo, o que já faço na minha cabeça, de qualquer maneira”. Depois ele afirma: “Eu me seguro mais na vida real do que na frente do computador” (7 de outubro de 2007). Simon aponta a câmera como um interlocutor afável, alguém que você pode confiar e contar tudo. A câmera é o olho que vê e o ouvido que ouve poderosamente, mas sem julgamento e repreensão. Assim, o YouTube se torna “um arquivo de momentos afetivos ou formações” (GRUSIN, 2009, p. 66), uma plataforma para “ressonância emocional” criando espaço para solidariedade e autenticidade, autoestima e autoeficácia, medo e raiva, como grupos de apoio trans ao vivo (SCHROCK; HOLDEN; REID, 2004). No entanto, os vlogs também, em alguns aspectos, resgata as confissões que as pessoas transexuais são obrigadas a dar para aceder a hormônios e/ou cirurgia. A questão é: como e porquê essa confissão contínua pode ser libertadora? Ela é utilizada como uma estratégia de reapropriação, parte de uma contínua auto-nomeação e um ato de recontar uma história por desejo próprio? Pode-se interpretar, com Michel Foucault em mente, que confissões não são inerentemente libertadoras, mas nós fomos empurrados a vê-las dessa maneira pelos poderes que extraem confissões de nós. Confissões fazem de nós sujeitos em ambos os sentidos da palavra – estamos sujeitos aos poderes (de médicos, funcionários públicos, juízes, professores, pais, etc.) que extraem confissões de nós, e através da confissão, chegamos a nos ver como sujeitos pensantes, o sujeito da confissão (FOUCAULT, 1998). O conceito de “exibicionismo empoderador” (KOSKELA, 2004) parece se aplicar perfeitamente para capturar o paradoxo da autorrevelação em jogo nesses vlogs.

8 O YOUTUBE É A MINHA COMUNIDADE. CRIANDO UMA COMUNIDADE ONLINE

Além de servir como uma autobiografia e um diário, os vlogs também engendram comunidades (trans)nacionais de caráter conversacional, para engajamento. O youtuber persistentemente elogia potenciais partes interessadas com um “Oi, pessoal”, pede *feedback* e discussão, seja como comentários de texto abaixo do vídeo ou como respostas em vídeo. A câmera é um veículo de comunicação e conexão social usado para chamar a atenção de uma forma que se assemelha à interação cara a cara. Os títulos dos vlogs (“Só pra atualizar vocês, pessoal”, etc.) também, por vezes, os enquadra como orientados para conexões humanas.

Para os youtubers transgênero, redes sociais são muito importantes, nelas recontam experiências de transfobia e numerosos problemas com relação a apoio econômico e médico para a transição. Eles também expressam o sentimento de alienação com relação a suas famílias, que têm dificuldades em se relacionar com eles em sua (nova) identidade de gênero. O YouTube se torna uma comunidade *online*, conectando indivíduos além das distâncias geográficas, possibilitando a construção de comunidades transnacionais. Nesta via, “Jonathan” (um homem transexual de 35 anos, do Canadá) tem desenvolvido um projeto de mapea-

mento para tornar visíveis e conectar os muitos homens transexuais ao redor do mundo. Ele fez isso porque vive em “uma comunidade bem pequena” na qual raramente encontra outros homens trans. Como ele diz: “Inspirei-me a fazer isso porque acho que qualquer um que passa pela transição em algum momento tem um desses dias em que se sente sozinho, enfrentando isso tudo” (22 de fevereiro de 2009).

As pessoas trans parecem usar o YouTube como uma forma de criar novas relações sociais distinta da predominante nas redes sociais, expressamente como uma maneira de manter relações pré-estabelecidas (BOYD; ELLISON, 2008). Muitos dos youtubers expressam ao mesmo tempo uma forte conexão e uma obrigação com relação à comunidade do YouTube. Compartilhando conhecimento sobre como eles se sentem sendo trans, como fazer volume na calça (com um *packer*), como injetar hormônios, que tipo de cirurgia fazer, etc. Isso geram um comprometimento comunal e uma forma de oferecer apoio. Como “Larry” (um homem transexual de 32 anos, dos EUA) diz, “Eu adoro esta comunidade... Se não fosse por vocês eu não sei o que faria” (11 de setembro de 2009). O YouTube é articulado como um fórum fora da localidade física imediata dos youtubers e construído como um “lugar” algo utópico, um espaço de comunhão de fantasias que satisfaz o desejo de pertencer. O YouTube é, de certa forma, percebido como um “espaço paroquial (no qual se abordam questões que não são tratadas no próprio local da pessoa)” (BASSETT; O’RIORDAN, 2002, p. 9) engendrado pela atenção e apoio que os youtubers transgêneros recebem. O apoio pode ser em forma de financiamento econômico concreto para a transição, lugares para ficar quando fora de casa ou reconhecimento emocional e encorajamento.

9 “TRANS”-FORMAÇÕES

Para um espectador apenas passando pelos vlogs trans, o contínuo auto-relato pode parecer esmagadoramente egocêntrico. Porém, o meu argumento é que esses vlogs têm um potencial transformador. Primeiramente, eles parecem engendrar o processo contínuo de materialização em se tornar homem/mulher. Os youtubers nascem *online* como corpos midiáticos, usando os vlogs como uma ferramenta performativa auxiliar no desmantelamento de certos significantes de gênero e na criação de outros, o que, de um lado, assegura uma nova imagem corporal para o youtuber e, de outro lado, ata ele/ela à imagem antiga. Essa transformação em um corpo tende a ser visualizada e narrada como uma reinvenção empoderadora, e um renascimento.

Os vlogs confirmam o slogan feminista de que o privado é político, dado seu desvelamento personalizado e negociação do significado da identidade trans. A tecnologia parece ser uma ferramenta poderosa que dá a Lésbicas, Gays, Bissexuais, Travestis e Transexuais (LGBT) acesso a visibilidade política e uma possibi-

4 “Packer” é um item usado por homens transexuais sob as calças ou roupas íntimas para dar a aparência e a sensação de ter um pênis (popularmente nomeado, entre os homens trans brasileiros, como “mala”). Muitos vlogs trans partilham informação sobre como fazer sua própria “mala” de diferentes tipos de materiais baratos e onde comprar uma pré-manufaturada e barata.

lidade de desafiar sua sub-representação na mídia impressa tradicional ou em outros meios de comunicação (ALEXANDER, 2002a). Os vlogs podem ajudar a mobilizar e disseminar informação sobre transição e identidade trans (O'RIORDAN, 2005) e, portanto, os vlogs podem ser lidos como uma forma de ativismo global *online*, auxiliando na modificação da imagem de transexuais como sujeitos passivos e patologizados⁵. Por último, *vlogar* possibilita novas redes transnacionais além de manter as já estabelecidas. Entretanto, comércio e comunidade caminham de mãos dadas quando muitos youtubers usam os vlogs como uma forma de juntar dinheiro para sua transição.

A visibilidade desempenha um papel-chave nessas transformações e se torna um pré-requisito para a (nova) identidade dos youtubers transgênero, engendrando-os com uma voz, uma imagem e uma comunidade. A mídia visual é altamente importante por prometer (como a própria transição) tonar visível a identidade que quase sempre começa de modo imperceptível (PROSSER, 1998, p. 211). Anteriormente, muitas pessoas trans eram relutantes em se visibilizar como “trans” porque temiam a estigmatização e queriam “passar”⁶ (GREEN, 2006), mas isso parece estar mudando com esses vlogs. Porém, visibilidade ainda parece algo paradoxal para pessoas trans, ao lhes possibilitar ser parte de uma comunidade, assumidas e orgulhosas sobre sua transgeneridade, mas complicando potencialmente sua assimilação como homens/mulheres.

REFERÊNCIAS

AOIR – Association of Internet Researchers. **Ethical decision-making and internet research: Recommendations from the AOIR ethics working committee – Final version.** Disponível em: <http://www.aoir.org/reports/ethics.pdf>. Acesso em: 15 out. 2010.

ALEXANDER, Jonathan. Queer webs: representations of LGBT people and communities on the World Wide Web. **International Journal of Sexuality and Gender Studies**, v. 7, n. 2/3, p. 77-84, 2002a.

_____. Homo-pages and queer sites: studying the construction and representation of queer identities on the World Wide Web. **International Journal of Sexuality and Gender Studies**, v. 7, n. 2/3, p. 85-106, 2002.

5 Como é geralmente o caso no discurso médico e em pesquisas como as de Janice Raymond (1994) e de Bernice Hausman (1995).

6 Passar é um assunto crucial para muitas pessoas trans, ligado ao sentimento de ser reconhecido como do gênero ao qual elas se sentem pertencentes. Sander Gilman (1999, p. 21) afirma, “Passar’ não é se tornar ‘invisível’ mas se tornar diferentemente visível – ser visto como membro de um grupo com o qual se quer ou precisa se identificar”. Passar é a “habilidade de se tornar (in)visível, visto mas não visto” (GILMAN, 1999, p.42). Invisibilidade envolve ser parte de uma norma ao invés de ser considerado desviante; não ser marcado ao invés de ser marcado. Passar é, por esse motivo, sobre inclusão e exclusão, sugerindo que identidade envolve performance e reconhecimento de certos tipos de significantes. Passar pode ser um desejo, uma possibilidade e também um imperativo para certas pessoas, por exemplos, pessoas trans. Para pessoas trans passar alinha a identidade de gênero interna com a identidade social, dessa maneira, ser assimilado como um homem / uma mulher frequentemente demanda um encobrimento de sua história transgênero (PROSSER, 1998, p. 184-187).

BASSETT, Elizabeth H.; O'RIORDAN, Kathleen. Ethics of internet research: contesting the human subjects research model. **Internet Research Ethics**. 2002. Disponível em: http://www.nyu.edu/projects/nissenbaum/ethics_bassett.html. Acesso em: 15 out. 2010.

BERLANT, Lauren. **The female complaint**: the unfinished business of sentimentality in american culture. Durham and London: Duke University Press, 2008.

BOYD, Danah M.; ELLISON, Nicole B. Social network sites: definition, history, and scholarship. **Journal of Computer-Mediated Communication**, v. 13, n. 1, p. 210-230, 2008.

BROMSETH, Janne C. H. Ethical and methodological challenges in research on net-mediated communication in a Norwegian research context. In: THORSETH, M. (Ed.). **Applied Ethics in Internet Research**. Trondheim, Norway: NTNU University Press, 2003. p. 67-85.

BUCHANAN, Elizabeth. **Readings in virtual research ethics**: issues and controversies. Hershey: Idea Group, 2004.

BURGESS, Jean; GREEN, Joshua. **YouTube**: online video and participatory culture. Malden: Polity Press USA, 2009.

_____. The entrepreneurial vlogger: participatory culture beyond the professional-amateur divide. In: SNICKARS, P.; VONDEAUS, P. (Ed.). **The YouTube reader**. Stockholm, Sweden: National Library of Sweden, 2009. p. 89-107.

BUTLER, Judith. **Gender trouble**: feminism and the subversion of identity. New York: Routledge, 1990.

_____. **Undoing gender**. New York: Routledge, 2004.

DIJCK, José van. Users like you? Theorizing agency in user-generated content. **Media, Culture & Society**, v. 31, n. 1, p. 41-58, 2009.

DSM IV. **The american psychiatric association's diagnostic and statistical manual of mental disorders**. Washington: Brunner/Mazel Publishers, 1994.

ESS, Charles. **Digital media ethics**. London: Polity, 2009.

FOSSATI, Giovana. YouTube as a mirror maze. In: SNICKARS, Pelle; VONDEAUS, Patrick (Ed.). **The YouTube reader**. Stockholm, Sweden: National Library of Sweden, 2009. p. 458-465.

FOUCAULT, Michel. **The history of sexuality: the will to knowledge**. London: Penguin, 1998.

GILMAN, S. L. **Making the body beautiful: a cultural history of aesthetic surgery**. New Jersey: Princeton University Press, 1999.

GREEN, Jamison. Look! No, don't! The visibility dilemma for transsexual men. In: STRYKER, Susan; WHITTLE, Stephen (Ed.). **The transgender studies reader**. New York: Routledge, 2006. p. 499-508.

GRUSIN, Richard. YouTube at the end of new media. In: SNICKARS, P.; VONDEAUS, P. (Ed.). **The YouTube reader**. Stockholm, Sweden: National Library of Sweden, 2009. p. 60-67.

HALE, Jacob. **Suggested rules for non-transsexuals writing about transsexuals, transsexuality or trans**. 1997. Disponível em: <http://sandystone.com/hale.rules.html>. Acesso em: 15 out. 2010.

HAUSMAN, Bernice L. **Changing sex: transsexualism, technology, and the idea of gender**. Durham: Duke University Press, 1995.

HOYER, Niels. **Man into woman**. London, Jarrolds, 1933.

JENKINS, Henry. **Convergence culture: where old and new media collide**. New York: New York University Press, 2006.

_____. **"Transmedia storytelling 101", confessions of an aca-fan**. 2007. Disponível em: http://www.henryjenkins.org/2007/03/transmedia_storytelling_101.html. Acesso em: 15 out. 2010.

_____. **Transmedia**. 2009. Disponível em: <http://vimeo.com/4672634>. Acesso em: 15 out. 2010.

KOSKELA, Hille. Webcams, TV shows and mobile phones: empowering exhibitionism. **Surveillance &**

Society, v. 2, n. 2/3, p. 199-215, 2004.

LACAN, Jacques. The mirror stage as formative of the I function as revealed in psychoanalytic experience. In: SHERIDAN, Alan. **Écrits: a selection**. New York: W.W. Norton & Company, 2002. p. 3-9.

LANGE, Patricia. Publicly private and privately public: social networking on YouTube. **Journal of Computer-Mediated Communication**, v. 13, n. 1, p. 361-380, 2007.

_____. Videos of affinity on YouTube. In: SNICKARS, Pelle; VONDEAUS, Patrick (Ed.). **The YouTube reader**. Stockholm, Sweden: National Library of Sweden, 2009. p. 70-88.

LUNDBY, Knut. Introduction: digital storytelling, mediatised stories. In: LUNDBY, K. (Ed.). **Digital storytelling, mediatized stories**. New York: Peter Lang Publishing, 2008. p. 1-20.

MATTHEWS, Nicole. Confessions to a new public: video nation shorts. **Media, Culture & Society**, v. 29, n. 3, p. 435-448, 2007.

MÜLLER, Eggo. Where quality matters: discourses on the art of making a YouTube video. In: SNICKARS, Pelle; VONDEAUS, Patrick (Ed.). **The YouTube reader**. Stockholm, Sweden: National Library of Sweden, 2009. p. 126-139.

NARDI, Bonnie A.; SCHIANO, Diane J.; GUMBRECHT, Michelle. **Blogging as social activity, or, would you let 900 million people read your diary?** 2004. Disponível em: <http://home.comcast.net/~diane.schiano/CSCW04.Blog.pdf>. Acesso em: 15 out. 2010.

O'RIORDAN, Kathleen. Transgender activism and the net: global activism or casualty of globalization. In: JONG, Wilma de; SHAW, Martin; STAMMERS, Neil. (Ed.). **Global activism, global media**. London: Pluto Press, 2005.p. 179-193.

_____. Internet research ethics: revisiting the relations between technologies, spaces, texts and people. **E-Research Ethics**, 2010. Disponível em: <http://eresearch-ethics.org/position/internet-research-ethics-revisiting-the-relations-between-technologies-spaces-texts-and-people>. Acesso em: 15 out. 2010.

PHILIPS, John. **Transgender on screen**. New York: Palgrave Macmillan, 2006.

PROSSER, Jay. **Second skins**: the body narratives of transsexuality. New York: Columbia University Press, 1998.

RAYMOND, Janice G. **The transsexual empire**: the making of the she-male. New York: Teachers College, 1994.

RINGKØBING, Jeannette. Danskere skifter køn i udlandet. **Politiken**, 26, Marts, 2006.

SCHROCK, Douglas; HOLDEN, Daphne; REID, Lori. Creating emotional resonance: interpersonal emotion work and motivational framing in a transgender community. **Social Problems**, v. 51, n. 1, p. 61-81, 2004.

SHRAGE, Laurie J. Introduction. In: SHRAGE, Laurie J. (Ed.). **You've changed**: sex reassignment and personal identity. New York: Oxford University Press, 2009. p. 3-10.

STRYKER, Susan. **Transgender history**. Berkeley USA: Seal Press, 2008.

SVENINGSSON ELM, Malin. How do various notions of privacy influence decisions in qualitative internet research?. In: MARKHAM, A.; BAYM, N. (Ed.). **Internet inquiry**: conversations about Method. Thousand Oaks, California USA: Sage Publications, 2009. p. 69-87.

WARNER, Michael. **Publics and counterpublics**. Cambridge: Zone Books, 2002.

WHITE, Michele. Representations or people?. **Internet Research Ethics**. 2002. Disponível em: http://www.nyu.edu/projects/nissenbaum/ethics_whi_full.html. Acesso em: 15 out. 2010.