



## Compartilhamento de Fotografias na Web e Pós-feminismo: Estudo de Caso da Fotologger MariMoon<sup>1</sup>

Vitor BRAGA<sup>2</sup>

Universidade Federal da Bahia, Salvador, BA

### RESUMO

Esse artigo busca refletir de que forma a usuária *MariMoon*, do site Fotolog, possui características que podem representar um quadro conceitual de pós-feminismo defendido por Angela McRobbie. Através de uma análise de sua página <[www.fotolog.com/marimoon](http://www.fotolog.com/marimoon)>, buscou-se refletir como um novo regime de gênero, baseado em uma negação de antigas bandeiras defendidas pelo feminismo surgido nos anos 1960, sem recalques de se auto-afirmar como mulher na contemporaneidade, representa uma parcela dos jovens brasileiros, usuários da internet.

**PALAVRAS-CHAVE:** fotolog; MariMoon; compartilhamento de fotografias; pós-feminismo.

### 1. INTRODUÇÃO

O presente artigo apresenta quadros conceituais característicos a usuários do Fotolog<sup>3</sup> que fazem alusão ao que vem sendo chamado de pós-feminismo. Entende que o pós-feminismo se refere a um processo ativo pelo qual ganhos feministas do século XX se apresentam enfraquecidos (MCROBBIE, 2009), fazendo com que elementos da cultura popular, a exemplo do site em questão, sejam efetivos no enfraquecimento em questão, enquanto parecem estar engajados numa resposta às bandeiras de liberdade e escolha defendidas outrora. Essa atitude faz emergir um mecanismo de afirmação da mulher que indiretamente atua na quebra de tabus de gênero.

A análise é então realizada tendo como lente interpretativa o que seria o pós-feminismo proposto por Angela McRobbie (2006 e 2009), ao pesquisar fenômenos surgidos através de meios de comunicação de massa. Entretanto, nessa pesquisa a personagem é oriunda de uma mídia social, mas que, pela amplitude de sua rede social, ganha contornos de uma comunicação que funciona no padrão dos meios massivos.

A escolha pela usuária em questão se deu pela sua popularidade no referido site, no Brasil. Com uma média de 60 mil visitantes por semana, ela é dona do fotolog

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no DT 5 – Comunicação Multimídia do IX Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste, realizado de 10 a 12 de junho de 2010.

<sup>2</sup> Mestrando do Curso de Comunicação e Cultura Contemporâneas da UFBA, email: vitorbragamg@gmail.com

<sup>3</sup> Disponível em <[www.fotolog.com](http://www.fotolog.com)>.



(www.fotolog.com/marimoon) mais popular do Brasil. Ainda hoje, MariMoon<sup>4</sup> tem grande repercussão entre os internautas, apesar de ter obtido também espaço fora da rede – como na televisão. Em seu fotolog, um dos motivos pela reputação obtida é por frequentemente trocar a cor de seu cabelo e tirar fotos em poses sensuais, além de escrever acontecimentos de seu dia-a-dia, revelando seus anseios e experiências.

A análise da página compreende os *posts* feitos pela usuária nos últimos seis meses, compreende um período de agosto de 2009 a janeiro de 2010, num total de 54. Tendo como corpus esses *posts*, esse artigo pretende fazer uma análise da cultura feminina, representada por MariMoon, em um site de compartilhamento de fotografias.

## 2. EXPRESSÕES DO FEMINISMO NO PRESENTE

De acordo com McRobbie (2005), é só recentemente, a partir de meados da década de 1990, que houve um envolvimento mais forte e crítico acerca do papel da mulher e gênero feminino nos meios de comunicação, ligando elementos anti-feministas com os valores que surgem da cultura política neo-liberal. A autora sugere que (2009), com a ajuda das bandeiras de liberdade e escolha que agora estão inextricavelmente conectadas com as jovens, o feminismo está “datado” e parece ser redundante. Então, ela tem como argumento que o pós-feminismo faz uso do feminismo e o evoca como algo a ser levado em consideração para sugerir que a igualdade está alcançada e, com isso, instalar todo um repertório de novas significações que enfatizam que o feminismo não é mais necessário – ou, ainda, que é uma força perdida.

Este ato de levar em consideração o feminismo permite uma ampla desconstrução das políticas feministas e o descrédito das manifestações ocasionais para sua renovação. Pois isto implicaria a co-existência de valores neo-conservadores em relação a gênero, sexualidade e vida familiar com processos de liberação em relação à escolha e à diversidade nas relações domésticas, sexuais e de parentesco.

De acordo com Stuart (1990), o início da década de 1990 marcou o momento em que o conceito de feminismo popular ganhou expressão, questionando os antigos valores defendidos pelo feminismo surgido na década de 1960 – o que, para ela McRobbie (2009), não havia alterado em muito suas idéias. A pesquisadora da Universidade de Londres considerou a ampla circulação de valores feministas na cultura

---

<sup>4</sup> Nome artístico, inspirado no desenho japonês *Sailor Moon* (Kodansha, 1993), de Mariana de Souza Alves Lima (São Paulo, 27 de setembro de 1982).



popular, em particular em revistas onde, de repente, questões que eram centrais na formação do movimento das mulheres – como violência doméstica, igualdade de salários, assédio sexual – passaram a ser endereçadas a muitos leitores.

Há, de certo modo, um tom até individualista nos problemas, dúvidas e anseios das mulheres, quando se nega uma busca direta pelo um bem coletivo – mas sim uma busca indireta, onde o bem-estar de um indivíduo pode ocasionar melhorias para um conjunto, pode avançar nas conquistas de mulheres. Como defende (*op. cit.*, 2006, p. 4)

teríamos que também estar aptos a teorizar as conquistas femininas não como fruto do feminismo, mas do “individualismo feminino”, do sucesso que parece agora ser baseado no incentivo para que as jovens se considerem livres para competir nas instituições educacionais e no mercado de trabalho.

A autora tem considerado, dentro da mídia e dos estudos culturais, o feminismo como parte integrante do currículo (“canonizado”); daí não é surpreendente que ele seja contra-atacado, pois deve encarar as conseqüências de suas próprias reclamações de representação e poder, e não ficar surpreendido quando as jovens estudantes rejeitam o convite de se identificar como um “nós” juntamente com mulheres ditas feministas mais velhas – como suas professoras e parentes.

Parece que agora, mais de uma década depois, este espaço de “distância do feminismo” e essas expressões de não-identificação forçada com o feminismo têm se consolidado como algo muito próximo do repúdio e não da ambivalência. Este seria para o espaço do pós-feminismo. Há, dessa forma, um deslocamento do feminismo como um movimento político. E, de acordo com McRobbie (2006, p.4):

as jovens são um bom investimento, elas podem ser dignas de crédito, elas são sujeitos privilegiados da mudança social. Mas os termos desta grande expectativa por parte dos governos é que as jovens devem vencer sem mais políticas feministas autônomas. O que é compatível com isso é o deslocamento do feminismo como um movimento político.

Tem-se, portanto, as jovens como possibilidade de expressão de ideias femininas, e não necessariamente respaldadas em uma cultura pró-feminista. Como já defendido por McRobbie (2006), para o feminismo atualmente “ser levado em conta” ele precisa ser entendido como algo datado. Este é um movimento detectável através da cultura popular, um espaço onde, de acordo com Butler (*et. al.*, 2000, p. 14) o “poder



(...) é feito em várias junções dentro da vida cotidiana, (constituindo) nossa tênue noção de senso comum”.

Nesse contexto, a mídia se tornou chave para definir códigos de conduta sexual. É ela que lança julgamentos e estabelece as regras em jogo. Porém, em seus canais de comunicação, o feminismo, enquanto bandeira de luta das mulheres, é menosprezado. Para ser uma jovem hoje, diz McRobbie (2006), é necessário este tipo de denúncia ritualística que sugere o desempoderamento do feminismo sendo uma estratégia que o inclui no passado e o marca como pertencente a outra geração; logo, está ultrapassado.

Ainda que as análises de McRobbie tenham se concentrado na mensagem emitida através de meios de comunicação de massa, acredita-se que seja possível traçar o paralelo com a usuária em questão pois, apesar do fotolog representar um tipo de site em que a comunicação se dá predominantemente de forma horizontal, naquilo que ficou caracterizado como web 2.0 – na qual o usuários se comunicam com os demais de uma forma horizontal, e sem intermédio da mídia. Porém, o caso de uma usuária como MariMoon pode se tornar uma exceção a isto devido a amplitude de sua rede social no referido site. Pois ela possui um número de contatos (2.055) e de pessoas que, apesar de não serem “amigos” – como o site define os usuários que são contatos entre si –, comenta em seus posts; acredita-se que isto venha a ser suficiente para caracterizar a comunicação em que a mensagem é transmitida de um para todos. Daí a possibilidade de se fazer uma pesquisa baseada em um processo de comunicação já realizada por McRobbie nas pesquisas anteriores, supracitadas.

### **3. REPRESENTAÇÃO**

O que a globalização põe em jogo, diz Barbero (2006), não é só uma circulação maior de produtos, mas, sim, uma rearticulação profunda das relações entre culturas e lugares, mediante uma descentralização que concentra o poder econômico e uma desterritorialização que hibridiza culturas. Partindo desse pressuposto, indivíduos conectados em uma rede global – a internet – realizam trocas simbólicas de modo a influenciar nas suas representações de si, de sua posição no mundo. Daí é possível que esse modo contemporâneo de representação, baseado em sites de compartilhamento, sirva como mecanismo de inserção de uma cultura que, a partir da interpretação do outro dada pelo indivíduo, se hibridiza, se recombina.



De acordo com Silva (2000), o conceito de representação, por ter uma longa história, confere a uma multiplicidade de significados. Na história da filosofia ocidental, a idéia de representação está ligada à busca de formas apropriadas de tornar o “real” presente – de apreendê-lo o mais fielmente possível por meio de sistemas de significação. Nessa história, a representação tem-se apresentado em suas duas dimensões – a representação externa, por meio dos sistemas de signos como a pintura, por exemplo, ou a própria linguagem; e a representação interna ou mental – a representação do “real” na consciência. Pesquisadores ligados aos estudos culturais – como Stuart Hall – recuperaram o conceito de representação, desenvolvendo-o em conexão com uma teorização sobre a identidade e a diferença (SILVA, 2000).

Nesse contexto, a representação é concebida como um sistema de significação, mas descartam-se os pressupostos realistas e miméticos associados com sua concepção filosófica clássica. Segundo Woodward (2000), é por meio dos significados produzidos pelas representações que se dá sentido à experiência do indivíduo e aquilo que ele é. Pode-se inclusive sugerir que esses sistemas simbólicos tornam possível aquilo que se é e aquilo no qual pode-se tornar. Ainda, a autora diz que (p. 17)

A representação, compreendida como um processo cultural, estabelece identidades individuais e coletivas e os sistemas simbólicos nos quais ela se baseia fornecem possíveis respostas às questões: Quem eu sou? O que eu poderia ser? Quem eu quero ser? Os discursos e os sistemas de representação constroem os lugares a partir dos quais podem falar.

Dessa forma, ao tratar das estratégias de desempenho de um papel, Goffman (1996), espera-se encontrar uma oscilação entre cinismo e sinceridade, sem excluir o ponto de transição, mantido através de um ponto de auto-ilusão. O indivíduo pode tentar induzir o público a julgá-lo e à situação de um modo particular, procurando este julgamento como um fim em si mesmo e, contudo, pode não acreditar completamente que mereça a avaliação de sua personalidade que almeja ou que a impressão de realidade alimentada seja válida.

De acordo com Boyd (2002), a depender do outro, o indivíduo ajustará aspectos de sua apresentação de acordo com as reações de quem estará interagindo. Mostra-se assim que, embora possa ocorrer em um nível não consciente, o ambiente de interações é um contínuo jogo de ocultação e apresentação do *self*, no qual as diversas possibilidades de expressão de identidades e imagens sociais, em sua essência, são configuradas.



Na presença de outros, o indivíduo geralmente inclui sinais que acentuam e configuram fatos confirmatórios que, sem isso, poderiam permanecer despercebidos ou obscuros. Isto deve ser feito de modo ao público ficar ciente de que ele está seguro de seu julgamento. Se alguém tem de dar expressão a padrões ideais na representação, então terá de abandonar ou esconder ações não compatíveis com ele. Isto seria o que Goffman (1996) chama de dar um tom dramático, o que deixa os indivíduos em face do dilema expressão versus ação; aqueles com tempo e talento para desempenhar uma tarefa não podem, por esse motivo, ter tempo para mostrar estarem representando bem.

Na internet, nesses sites de compartilhamento de conteúdo, esse processo de representação se dá através da apresentação do indivíduo nos *posts* e nos comentários que faz aos seus contatos. A cada nova atualização, o usuário se representa, revelando traços de si e dando ao outro – seus contatos – a percepção de como o indivíduo pretende-se ser representado, ainda que a intenção deste não venha a condizer com a forma que o outro lhe percebe.

### 3.1. FOTOLOG E REPRESENTAÇÃO

A percepção das páginas pessoais como representações dos indivíduos no ciberespaço já foi construída e discutida por autores como Donath (1999), Boyd (2004) e Döring (2002). Enquanto muitos sites encorajam os usuários a construir representações precisas de si, participantes o fazem em graus variados. Marwick (2005) concluiu em sua pesquisa que usuários em três diferentes sites de redes sociais tinham estratégias complexas de negociação de uma rigidez em descrever um perfil “autêntico”, enquanto Boyd (2004) examinou o fenômeno dos “fakesters” (farsantes) e argumentou que perfis nunca podem ser “reais”. A medida que os retratos são autênticos ou o nível de brincadeira varia através dos sites; dessa forma, tanto forças sociais como tecnológicas moldariam as práticas do usuário.

Então, a identidade apresentada pela usuária no Fotolog será sempre um “jogo” de negociação de sua aparência, na qual em certos momentos ela revela traços de si, e em outros ela estará ocultando; tudo isso tendo finalidades diversas. Seria o que Goffman, ao tratar dessa apresentação do indivíduo no processo comunicativo com o outro, diz que a expressividade envolve duas dimensões na atividade representativa: a expressão que ele *transmite* e *emite*. A primeira refere-se àquela na qual ele tem a intenção em se fazer entender, ser representado; se dá principalmente através da fala e da apresentação visual. Já a segunda diz respeito ao processo de significação feito pelo



outro; são os gestos, entonações da voz, e todo um discurso que se apresenta principalmente pelo inconsciente – dessa forma, muitas sem o controle do indivíduo.

No processo de representação e significação realizado nessa plataforma online de compartilhamento de fotografias, o discurso se apresenta a cada *post* do usuário, quer seja na foto em si – a partir da forma como a usuária transmite um significado e como as pessoas percebem (ou não) isto; quer seja nos textos: naquilo que o usuário escreve abaixo da foto, objetivando servir como legenda da foto ou querendo, no caso da Marimoon, passar informações do seu cotidiano – o que acontece em sua rotina diária em casa e no trabalho, para onde foi, o que conheceu, pessoas que encontrou.

Sabendo que o indivíduo apresentar-se-á favoravelmente, os outros podem dividir o que assistem em duas partes: uma facilmente manipulável pelo indivíduo, através de suas afirmações verbais; e outra em que possui menor interesse ou domínio – ocorrida através das expressões emitidas. Tal forma de controle sobre o papel do indivíduo propõe um processo de comunicação cíclico, com inúmeros encobrimentos, descobrimentos, revelações falsas e redescobertas.

Döring (2002) demonstrou que a personalização é uma condição necessária para a interação mediada por computador. Isso se dá nesse processo de sociabilidade – na qual deve-se entender o conjunto de negociações que os indivíduos realizam entre os referentes e outros atores no processo comunicativo e representacional (GOMEZ, 2006). Portanto, ainda que exista uma discussão da fotografia enquanto representação do real – o que muitos autores do campo da arte historicamente já negaram tal assertiva –, as fotografias postadas pela usuária serão sempre, cada uma destas, modos de revelação do que seria a pessoa “real” – numa tentativa de a cada nova foto mostrar o que seria a melhor representação do indivíduo em uma interação face-a-face.

Dentro desse contexto de desarticulação de todo um ideal pós-feminista, McRobbie (2009) salienta que as mulheres mais jovens são as principais endereçadas pela mídia e a indústria cultural. Não é à toa, assim, que as *fotologgers*, usuárias que tem um público predominantemente jovem, adquiriram espaço considerável. Pois com o sucesso na internet, começaram a chamar MariMoon para participar de campanhas publicitárias, participações em revistas etc. A partir de janeiro de 2008, ela passou a apresentar o programa Scrap MTV, dando dicas de música, internet e também fazendo entrevistas. Ela também possui um blog, com uma média de acesso de 70 mil por mês<sup>5</sup>.

---

<sup>5</sup> Disponível em: <<http://mtv.uol.com.br/marimoon/blog>>. Acesso em fevereiro de 2010.



Os fotologs são então compreendidos aqui como espaços de interação, onde, baseado em Recuero (2007), usuários encontram-se para interagir. Portanto, consideraremos que as interações sociais entre os usuários na página de MariMoon são capazes de gerar relações passíveis de serem compreendidas como recorte para análise do que esse artigo se pretende.

#### 4. ESTUDO DE CASO

A *fotologger* MariMoon é uma personagem que conquistou seu espaço através de mídias sociais – tendo surgido em 2003 no site de compartilhamento de imagens Fotolog. Seu cabelo é um dos principais atrativos: periodicamente, ela muda o corte e troca a sua cor. Geralmente, as cores escolhidas fogem ao usual – ela opta por tonalidades não naturais, como verde, azul, laranja, o que lhe garante bastante atenção em um Fotolog, site onde há uma ênfase pela fotografia<sup>6</sup>. As roupas diferentes, que muitas vezes fazem alusão a personagens de cinema e de mangás, também lhe garantiram popularidade; ex-estudante de moda, ela mesma desenha as peças.

A combinação da sua roupa com o seu estilo – não só o cabelo, mas os acessórios como brincos, *piercings*, colares e pulseiras – fez dela um modelo de atitude e rebeldia para o público jovem. Com o passar do tempo adquiriu o status de *sex symbol* para os meninos, e inspiração para as meninas, que queriam adotar seu visual. Ainda, detalhes de sua vida pessoal, como sua bissexualidade e experiências, atraiu os jovens interessados em compartilhar sua sexualidade.

Percebe-se que não há interesse da usuária em compartilhar experiências fotográficas ligadas à técnica, mas sim a experiências cotidianas. Analisando os posts dos últimos seis meses, percebeu-se que em nenhum momento a *fotologger* teve intenção de querer, através de suas fotos, se representar como alguém interessado no fazer fotográfico, e em discussões referentes a técnica: escolha do ambiente, enfoque dado, escolha do enquadramento, jogo de luz e sombra, dentre outras discussões.

Dessa forma, sua produção não é dirigida a um público necessariamente apreciador da fotografia, baseado nos modos pré-estabelecidos. E isso é observado nos comentários da sua página. A exemplo do post do dia 19 de janeiro (ver Figura 1), na

---

<sup>6</sup> No *fotolog*, as fotografias têm maior ênfase, pois os posts são baseados em imagens, não sendo permitido se postar apenas texto – ao contrário dos blogs. Ainda, apenas as fotos aparecem em destaque quando um usuário cadastrado acessa a sua página; só acessando os posts que é possível ler os textos.





qual ela está questiona qual seria a nova cor de seu cabelo, e a foto está em preto-e-branco com o objetivo de deixar os usuários curiosos sobre qual seria essa cor, os comentários (206, no total) são referentes a qual poderia ser a sua nova cor, ou elogiando-a pela sua beleza ou “ousadia” em sempre mudar o visual.

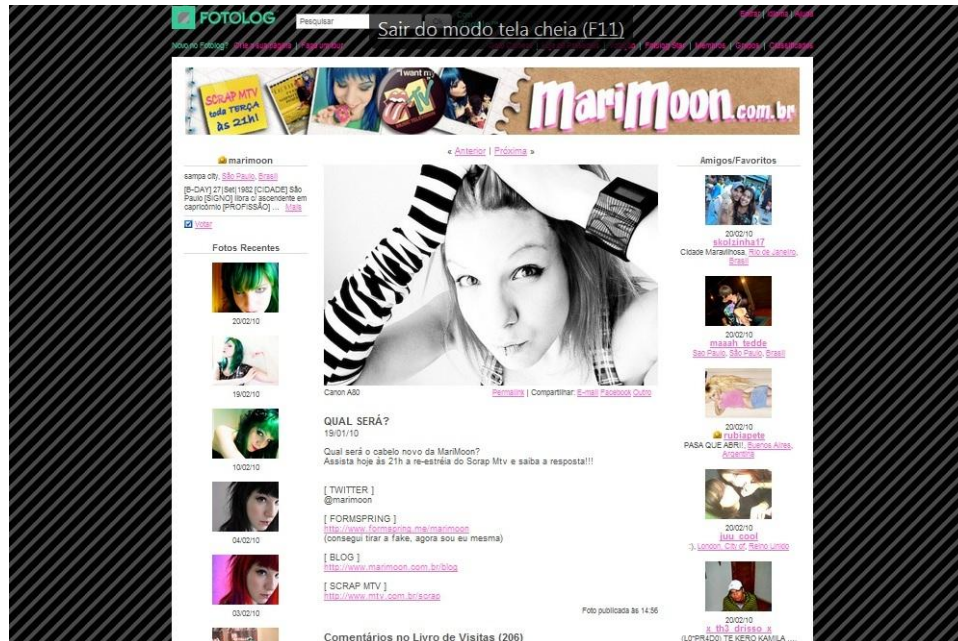


Figura 1: Página da usuária MariMoon <<http://www.fotolog.com.br/marimoon/91082131>>

Diferente de outros sites, e outras discussões sobre sites de redes sociais (ELLISON, STEINFELD & LAMPE, 2007; LENHART & MADDEN, 2007), não existe o interesse da usuária em fazer uso do Fotolog como ferramenta para intensificar suas relações pré-existentes com indivíduos em seu ambiente *offline*; ao contrário, a sua participação nessa plataforma *online* lhe possibilitou a obtenção de um reconhecimento fora da internet – possibilitou-a a existência de novas interações no ambiente *offline*.

Em outro *post*, MariMoon compartilhava com seus contatos um pouco das suas experiências vividas em sua viagem à França (ver Figura 2), comentando um pouco de sua visita ao Museu do Louvre<sup>7</sup>. No mesmo *post* ela solicita que votem em um prêmio, na qual diz estar concorrendo em duas categorias.

<sup>7</sup> Nesse mesmo mês – nos dias 4, 7, 9, 13 e 17 de novembro – a usuária postou mais fotos dessa viagem, falando dos lugares que conheceu na França.

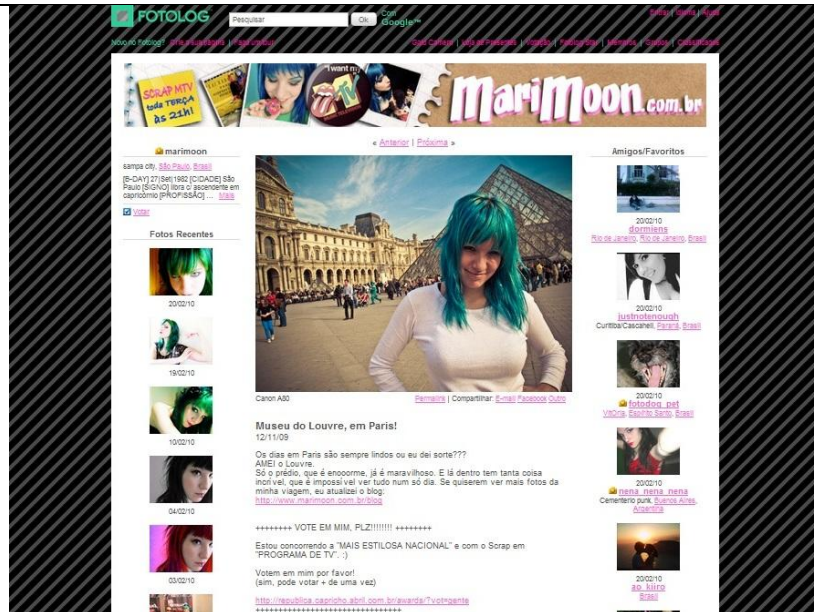


Figura 2: Post em que MariMoon fala um pouco de sua viagem à França. De 12 de novembro de 2009.

O tom dos comentários foi elogiando a sua beleza – do mesmo modo ocorrido no post citado anteriormente –, e parabenizando-a pela viagem e visita ao museu; ainda, alguns contatos expressaram o apoio a ela, declarando que votarão no prêmio citado no *post*. Como observa-se nessa amostra:

**luhiring** disse em 12/11/09 08:44  
Essa foto ta tudo de bom'  
amei o cenario e teu pêlo'  
beijos me f/f ?  
to f/f aqui'  
,\*  
=\*

**senhorcoelho** disse em 12/11/09 08:45  
Oiiii Mari linda, cabelo azul da cor do mar!!!rsrskr  
Te adoro d+,  
Vou VOTAR bastante pra vc ganhar!!!!  
=D  
Bjao.

**sami\_oliviera** disse em 12/11/09 08:47  
ohhhh cidad boa essa \*-\* amo esse lugar!  
=\*

**skeletons27** disse em 12/11/09 08:47  
Nossa nem deve ser foda !  
Te amo  
♥

**na busca** disse em 12/11/09 08:48  
iiih que chique cara!  
deve ser tudo tão incrível! conhecer, conhecer e  
conhecer!  
não dá mesmo pra ver tudo em um dia né?  
se um dia eu for aí vou ficar uma semana pra ver tudo!  
haha  
beijos:\*

Partindo desses comentários, percebe-se que as discussões giraram em torno da cor do cabelo ou da beleza de MariMoon, como citado acima; o que exemplifica como são travadas as interações nessa página. Evidencia-se que o seu discurso é baseado em uma auto-afirmação, de uma necessidade sua de se representar perante a uma rede de contatos. E no caso da usuária em questão, esse processo de representação se dá de forma ampliada, pelo fato de que os *posts* analisados tratam estritamente de si, de uma forma que inclusive já lhe serviu como terapia contra a depressão; como revelou na

entrevista concedida ao site da revista *Contigo!*<sup>8</sup>. Portanto, ainda que não seja um objetivo específico, ela espera que as pessoas apóiem-na, elogiem-na, e foi desse modo que lhe auxiliou inclusive no tratamento de problemas psíquicos.

Quanto ao conteúdo dos *posts*, percebe-se que as fotos de MariMoon tem uma forte apelo ao corpo – o que revela uma conotação sexual, de exibição de si, sem um cunho erótico, explícito. McRobbie (2006, p. 6) defende que,

Se prestarmos atenção em algumas das dinâmicas participativas de rotina e lazer das jovens, vemos que elas endossam (ou que ao menos se recusam a condenar) a irônica normalização da pornografia e mostram sua aprovação e desejo de ser garotas ‘pin up’ das páginas centrais das revistas masculinas.

Isto se apresenta como uma prova de sofisticação e de se parecer agradável a um público jovem, na qual ela se comunica em seu *fotolog*; como uma busca por ser “cool” – nos dizeres desse grupo social. Para McRobbie, há quietude e cumplicidade nas noções de “ser cool” nas diferentes gerações e, mais precisamente, uma relação não crítica com as representações sexuais dominantes produzidas comercialmente que acabam por evocar ativamente hostilidade com posições feministas do passado ao invés de endossar um novo regime de significações sexuais baseado no consentimento, na igualdade, participação e prazer feminino, longe da política. Não há, portanto, uma preocupação das jovens de se configurar como seres históricos; há, sim, uma ênfase no presente, em detrimento de uma perspectiva histórica ou projeto de emancipação futuro – ainda que ocorra, não se apresenta aqui de forma aparente. Daí possa residir um atributo de MariMoon: se auto-afirmando como mulher, sem recalques de transparecer sua sensualidade, sua sexualidade, ela quebra antigos tabus de gênero e indiretamente proporciona conquistas para o público jovem que a admira.

A imagem abaixo (Figura 3) pode exemplificar melhor o que se propõe dizer aqui. Trata-se de um post de agosto de 2009, na qual MariMoon faz um auto-retrato vestida de coelhinha – uma referência direta às coelhinhas que se tornaram célebres pela revista norte-americana *playboy*. Inclusive, o título do referido post é “bunny love”<sup>9</sup>. Ela, então, se representa de forma sensual, sem ser vulgar.

---

<sup>8</sup> “Estava tratando minha depressão, que foi bem séria, e vivia uma fase de experimentar coisas, curtir minha sexualidade mesmo”. Disponível em <<http://contigo.abril.com.br/entrevista/marimoon-internet-punk-moda-estilo-mtv-scrap-494339.shtml>>. Acesso em março de 2010.

<sup>9</sup> Do inglês, que pode ser traduzido como “amor de coelhinha” (tradução livre).



Figura 3: Post em que MariMoon se veste de coelhinha, de 21 de agosto. Fonte: <<http://www.fotolog.com.br/marimoon/85295731>>

Aproximadamente dois meses depois, MariMoon postou uma fotografia que pareceu ser da mesma série desta, devido a locação, a roupa, o enquadramento e a edição da fotografia.

Como ocorrido nos posts já tratados anteriormente, o tom dos comentários se repetem em elogios a sua beleza e ousadia. Isto revela uma linearidade nos textos dos contatos em seu fotolog: tendo como corpus de análise os meses de agosto de 2009 a janeiro de 2010, percebeu-se que os comentários se concentram nesses elogios – como também no apoio a MariMoon a prêmios os quais ela pede para que votem pela internet.

Percebe-se também que ao mesmo tempo em que se auto-afirma nas fotografias já citadas, em outros momentos ela faz uso do fotolog para divulgar a repercussão de sua imagem na mídia – entrevistas concedidas para veículos de comunicação e matérias – e desenhos que fizeram dela. Como em matérias de sites e revistas que ela reproduziu nos *posts* dos dias 12/09<sup>10</sup>, 10/11<sup>11</sup> e 21/12<sup>12</sup>; e nos desenhos postados nos dias 17/12<sup>13</sup> e 12/08<sup>14</sup>. Isto revela sua necessidade de se fazer vista pelos outros, dando a dimensão da reputação obtida por ela; ao mesmo tempo em que sua página pessoal possui *posts* nos quais ela se representa e também mostra como vem sendo representada pela mídia

<sup>10</sup> <http://www.fotolog.com.br/marimoon/86394842>

<sup>11</sup> <http://www.fotolog.com.br/marimoon/88523439>

<sup>12</sup> <http://www.fotolog.com.br/marimoon/90012185>

<sup>13</sup> <http://www.fotolog.com.br/marimoon/89892683>

<sup>14</sup> <http://www.fotolog.com.br/marimoon/84898434>



massiva – ainda que, nesses casos, ela tenha postado representações nas quais julgou serem positivas de si, pois ao contrário ela não divulgaria em seu *Fotolog*.

Outra observação a ser feita é de que os textos não tem necessariamente uma relação com as fotografias. Dessa forma, não servem, como já dito, de “legenda” para as mesmas, quer seja no fazer fotográfico, quer seja nas intenções de se representar da usuária. Isto pode permitir a ela de não precisar se explicar, a cada novo post, de suas pretensões nas fotos.

Nesse último post, por exemplo, ela “desvia” a atenção da foto no texto ao falar do prêmio Video Music Brasil, da emissora MTV: sobre o ensaio para o evento, ocorrido no dia anterior ao post, e da sua atuação no mesmo – quem entrevistará. Ocorreu que os comentários em sua maioria, não falaram do texto, mas da foto: dos 241, apenas 94 comentários faziam alguma referência ao VMB; constatou-se também que, após o evento, algumas pessoas criticaram o fato dela não ter ganhado o prêmio – o que foi julgado aqui como comentário referente ao texto do seu post, e não apenas à fotografia.

Desse modo, a mulher admirada nessa rede de compartilhamento de fotografias é confiante o suficiente para assumir suas ansiedades, sua vida particular, evita qualquer representação erótica de si e aproveita sua sexualidade sem medo, longe dos padrões sexistas tradicionais. Daí residem as características de gênero naquilo que McRobbie (2006 e 2009) definiu do que pode ser o momento contemporâneo da representação da mulher – o pós-feminismo. Tendo se inserido na internet, a mulher nega essa competência atribuída pelo feminismo em se representar enquanto ser político, histórico. Negar isto torna-se essencial enquanto estratégia de representação, ainda que propostas de direitos de expressão da mulher possam ser conquistados através de movimentos de usuárias inseridas na cibercultura de compartilhamento de fotografias.

## 5. CONCLUSÃO

O feminismo interveio para reprimir tipos de desejos convencionais. Seria, então, um “alívio” poder escapar desta política de censura e desfrutar livremente daquilo que foi desaprovado (McRobbie, 2006). Portanto, o feminismo só é evocado para ser relegado ao passado. Mas isso não é apenas uma volta ao passado; existem diferenças entre as personagens femininas da cultura popular atual e aquelas encontradas nas revistas para as jovens e mulheres da era pré-feminista.



Páginas pessoais populares como a de MariMoon normalizam as ansiedades de gênero pós-feministas para re-regular as jovens através do discurso da escolha própria – da possibilidade de se expressar sem ser regulada pelo fantasma de um feminismo tradicional, que a tempos outrora queimou roupas íntimas como negação a uma escolha de padrão de beleza tida como uma visão arbitrária e opressiva às mulheres, por causa inclusive de sua exploração comercial. MariMoon nega essa bandeira, ao criar uma personagem que tem um padrão de beleza e o utiliza inclusive como marca, para sua inserção na mídia e no mercado da moda; ao mesmo tempo que sua atuação define os parâmetros do que constitui uma vida digna de ser vivida por estas jovens sem a emergência de um feminismo reinventado.

Tanto a fotografia como o texto competem nesse processo de apresentação do indivíduo, como na construção de seu discurso. Os usuários não aderem às idéias de MariMoon sem questionamento; porém, seu discurso se torna poderoso uma vez que os mesmos acessam ao fotolog dela frequentemente, por algum período de suas vidas.

Sua sexualidade, e sensualidade, funcionam como mecanismos de auto-afirmação, na qual ela se posiciona perante uma rede de jovens já não mais animados com as bandeiras defendidas ao longo do século XX, e que tem como preocupação o gerenciamento de sua aparência e informações de si perante aqueles usuários com interesse em conhecer. Daí o pós-feminismo: um feminismo despreocupado, sem a necessidade de manter as conquistas de outrora. Propõe-se uma mulher ainda mais livre dos ditados de um feminismo histórico, com seus ideais políticos emancipatórios. Diante desse contexto, MariMoon soube como se inserir e obter reputação na internet.

## REFERÊNCIAS

BORBOLLA, Thiago. **[Judão ENTREVISTA] Marimoon, a mais nova VJ da MTV!**  
Disponível em: <<http://judao.mtv.uol.com.br/televisao/entrevista-marimoon/>>. Acesso em maio de 2010.

BOYD, Danah. *Faceted Id/Entity: managing representation in a digital world*. Dissertação submetida ao Program in Media Arts and Sciences at the Massachusetts Institute of Technology, 2002.

BOYD, Danah. *Friendster and Publicity Articulated Social Networks*. In: **Conference on Human Factors and Computing Systems (CHI 2004)**, Vienna: ACM, April 24-29, 2004.

BUTLER, J., LACAU, E. & ZIZEK, S. **Contingency, Hegemony and Universality: Contemporary Dialogues On The Left**. London: Verso, 2000.



---

DONATH, J. S. Identity and Deception in the Virtual Community. In: KOLLOCK Peter; SMITH, Marc (orgs.). **Communities in Cyberspace**. New York: Routledge, 1999.

DÓRIA, Tiago. **Entrevista com Marimoon, da internet para a TV**. Disponível em: <<http://www.tiagodoria.ig.com.br/2008/01/24/entrevista-com-marimoon-da-internet-para-a-tv/>>. Acesso em maio de 2010.

DÖRING, N. (2002) Personal Home Pages on the Web: A Review of Research. In: **Journal of Computer Mediated Communication**, JCMC 7, 2002. Disponível em <<http://jcmc.indiana.edu/vol7/issue3/doering.html>>. Acesso em maio de 2010.

DUARTE, Elisa. MariMoon. Disponível em: <<http://contigo.abril.com.br/entrevista/marimoon-internet-punk-moda-estilo-mtv-scrap-494339.shtml>>. Acesso em maio de 2010.

GOFFMAN, Erwin. **A representação do eu na vida cotidiana**. Petrópolis: Vozes, 1996.

GOMEZ, Guilherme Orozco. Comunicação social e mudança tecnológica: um cenário de múltiplos desordenamentos. In: Morais, Denis de. **Sociedade Míditizada**. Rio de Janeiro: Mauad, 2006, p. 81-98.

LENHART, Amanda & MADDEN, Mary. Social Networking Websites and Teens: An Overview. In: Pew Internet & American Life Project. 2007.

MARWICK, A. 2005, October. "I'm a lot more interesting than a Friendster profile:" Identity presentation, authenticity, and power in social networking services. In: **Anais do Internet Research 6.0**, Chicago: 2005.

MCROBBIE, Angela. Pós-feminismo e cultura popular: Bridget Jones e o novo regime de gênero. In: **Cartografias: Estudos culturais e comunicação**. 2006. Disponível em: <[www.pucs/famecos/pos/cartografias](http://www.pucs/famecos/pos/cartografias)>. Acesso em maio de 2010.

MCROBBIE, Angela. *Postmodernism and Popular Culture*. Londres: Taylor & Francis e-Library, 2005.

MCROBBIE, Angela. **The Aftermath of Feminism: Gender, culture and social change**. New York: Sage, 2009.

MILER, Gustavo. “Na MTV, posso até falar palavrão”: Musa blogueira estréia como VJ na TV no dia 28, com a atração de variedades “Scrap MTV”. In: **Estadão**. Disponível em: <<http://www.estadao.com.br/noticias/suplementos,na-mtv-posso-ate-falar-palavrao,112166,0.htm>>. Acesso em maio de 2010.

RECUERO, Raquel. Communities in Social Networks: A Case Study of Brazilian Fotolog. In: **Internet Research 8.0: Let's Play**, Vancouver, 2007.

SILVA, Tomaz Tadeu da. A produção social da identidade e da diferença. In: Tomaz Tadeu da Silva (Org.) **Identidade e diferença: A perspectiva dos estudos culturais**. Petrópolis: Vozes, 2000.

STUART, Andrea. Feminism: dead or alive? In: J. Rutherford (org.). **Identity: Community, Culture, Difference**. London: Lawrence & Wishart, 1990.

WOODWARD, Kathryn. Identidade e diferença: uma introdução teórica e conceitual. In: Tomaz Tadeu da Silva (Org.) **Identidade e diferença: A perspectiva dos estudos culturais**. Petrópolis: Vozes, 2000.