

RESUMO - GT2 - CIBERCULTURA, GÊNEROS E SEXUALIDADES

**QUANDO O CONTEÚDO NÃO INFORMA, MAS INTERPELA: CORPOMÍDIA,
BIOPOLÍTICA E CIBERESPAÇO**

Arthur Marques De Almeida Neto (arthur.marques@academico.ufpb.br)

Discute-se o corpo hiperexposto no ciberespaço das redes sociais, tanto como dispositivo de poder quanto como padrão e ferramenta para o engajamento em postagens. Parte-se da noção de que o uso das redes sociais reverbera no corpo – entendido como corpomídia - padrões de comunicação que passam a ser “pedagogizados”, apre(e)didos e reverberados memeticamente. Ainda, que o “conteúdo” de postagens de perfis do Instagram funciona na lógica do artefato cultural, portador de pedagogias sobre ideias, comportamento e cultura que interpelam biopoliticamente o sujeito de desempenho pós-moderno, materializando a violência da transparência. Consideram-se quatro aspectos no reforço dessa violência autorreferenciada: a compulsão por visibilidade e o concomitante apelo ao dispositivo da sexualidade, bem como a spamização da comunicação atrelada a bioascese. Verifica-se a ação interpelatória dos perfis pela lógica do contrato comunicacional, com a elaboração e replicação de hábitos corporais como técnicas para a manutenção de contratos comunicacionais biopolíticos em postagens de perfis de sujeitos homens, cis, autodeclarados “criadores de conteúdo” (instabloggers). Pressupõe-se que a hiperexposição do corpo com uso da nudez e da sensualidade erótica, define técnicas de corpo como biopolítica da prática de visibilidade e que se consolidou nas redes sociais como processo cognitivo e cultural, atrelado ao consumo de padrões e estereótipos de corpos ditados como ideais, saudáveis

e belos. Indica-se que o “conteúdo” não informa, mas comunica um estatuto ao sujeito que spamiza comunicação sob coação expositiva autoinfligida, utilizando o corpo hiperexposto como dispositivo da sexualidade para garantia da visibilidade e interpelação biopolítica. Destaca-se o exemplo do uso do “não-olhar” como termo para designar a prática de não direcionar o olhar para a câmera em postagens – fotos e/ou filmagens, - compreendida com o propósito de fingir não ser visto, tal como ocorre na linguagem teatral sobre a (não) relação com a “quarta parede” (a dimensão da plateia, que observa o espetáculo). Nesse viés, a técnica corporal do “não-olhar” é uma “prática de visibilidade” para garantia de engajamento, cuja informação, nomeada como “conteúdo”, é baseada em apelo erótico e/ou sensual e interpela o observador ao compartilhamento de uma suposta intimidade do sujeito, paradoxalmente, em situação de espetáculo, publicamente exposto. Reflete-se sobre três aspectos: o “não-olhar” como sintoma fetichista – híbrido de voyerismo e exibicionismo – como prática de visibilidade, gesto normalizado no ambiente das redes sociais; O dismantelo da armadilha da visibilidade pela vigilância que aciona como poder coercitivo, uma vez que, em contradiscurso, a prática do “não-olhar” interpela, espetacularmente, a ser visto, sabendo que se é visto: uma vigilância desejada que dismantela a possibilidade do punir; Por último, o “não-olhar” como prática de razão cínica, em sentido ideológico, do saber o que se faz e continuar a fazer. Supõe-se que há uma potência de arquivo nos perfis, que pedagogicamente normalizam o comportamento de adesão a contratos biopolíticos comunicacionais e econômicos como *modus operandi* aos usuários do Instagram e como violência da transparência. A discussão é parte dos estudos de pós-doutoramento, em andamento, no PPGEU- UERJ.

Palavras-chave: visibilidade; biopolítica; corpo; ciberespaço; redes sociais.