

VISIBILIDADE DE HOMENS TRANS GRÁVIDOS POR MEIO DO INSTAGRAM

Matheus dos Santos Carvalho¹
Marcelly Regina Mendes Ferreira²
Hortência Farias de Andrade³



RESUMO

Objetivo: Analisar a visibilidade de homens trans grávidos por meio do Instagram. **Metodologia:** um estudo netnografia na qual consiste na análise do comportamento dos indivíduos ou coletivo perante seu espaço virtual e como isso desenvolve de forma dinâmica no contexto cultural, por meio das Hashtags e publicações foram selecionados dois perfis para a construção deste artigo. **Resultados e discussão:** evidenciou-se que é necessário maior visibilidade nas redes sociais perante a temática abordada neste artigo, visto que isso ajudará na ocupação do Ciberespaço e também em desconstrução de padrão exigidos na sociedade. **Considerações finais:** Com a necessidade de maior visibilidade, os homens trans podem usar essa rede social para maior propagação da temática e ocupação deste mesmo local, no sentido de alcançarem as populações que também faz uso do Instagram.

PALAVRAS-CHAVE

Gravidez; homens trans; visibilidade; rede social.

ABSTRACT

This article has as objective to analyze the visibility of pregnant trans men through Instagram. As methodology a netnography study in which it consists of analyzing the behavior of individuals or collective towards their virtual space and how it dynamically develops in the cultural context, through the hashtags and publications, two profiles were selected for the construction of this article. The results and discussion were became evident that it is necessary to have greater visibility in social networks regarding the theme addressed in this article, since this will help in the occupation of the Cyberspace and also in the deconstruction of the standards required in society. It was concluded that with the need for greater visibility, transmen can use this social network to further spread the theme and occupation of this same place, in order to reach the populations that also use Instagram.

KEYWORDS

Pregnancy. Transmen. Visibility. Social Network.

1 INTRODUÇÃO

Na contemporaneidade de acordo com Barros (2012), a comunicação é complexa e vem passando por um processo de transformação. Sendo ela cada vez mais acessível, devido que a mídia eletrônica possibilita de forma rápida a acessibilidade das informações. Sendo assim, a mídia social e a internet passam a ser um espaço de colaboração, baseada na interação e participação ativa de quem produz e recebe conteúdo.

Além disso, a internet e as redes sociais possibilitam um espaço que não é necessário a presença física para construir um relacionamento perante seu público receptor. Dessa forma, é livre a criação da identidade pessoal para comunhão com os demais, denominado então com Ciberespaço (RIFIOTIS, 2016).

Então, segundo Monteiro (2018), o Ciberespaço tem um papel importante no processo de autoidentificação das transmasculinidades, sendo também um dos espaços importantes de sociabilização e visibilidade para os grupos trans. Sendo assim, um espaço para que haja uma propagação da vivência dos homens trans grávidos perante sua visibilidade e discussão sobre a temática posta, mas também como um local para empoderar outros homens trans que desejam engravidar e ser pai.

Segundo Almeida (2018), as masculinidades trans é um fenômeno social heterogêneo em que as experiências corporais são variadas. Assim, há a possibilidade de alguns homens trans engravidarem, principalmente aqueles que não se submeteram à histerectomia.

Conseqüentemente, um tipo de corpo que caracteriza a gravidez é sempre associado a tudo aquilo que é feminino. Mas, homens trans tem a possibilidade de engravidar e essa gravidez não é representada como algo contrário do que é ser homem. (PEÇANHA, 2015, p. 2)

Desse modo Rezende (2015), define que os homens transgêneros na condição de gestar não anula sua masculinidade, mas eles ressignificam isso por meio de suas experiências transmasculinas. Com isso, a gravidez está envolvida com aspectos de poder, gênero e reprodução, sendo um contexto que elenca pessoas em diferentes espaços e sujeitos sociais, inclusive nos espaços de rede social para visibilidade da gravidez trans.

A relevância deste estudo está no fato de possibilitar uma reflexão sobre a visibilidade da gravidez em homens trans na rede social, visto que isso desconstrói um padrão cisheteronormativo e levanta crítica à gravidez associada ao feminino. Como também, enaltece e empodera outros homens trans e faz um processo de ocupação por meio desta rede social. Dessa forma, este estudo tem por objetivo analisar a visibilidade dos homens trans grávidos no Instagram.

2 METODOLOGIA

Trata-se de uma análise fundamentada na abordagem experimental de pesquisa qualitativa e quantitativa (FRAGOSO *et al.*, 2011) em redes sociais na internet. No entanto, segundo Silva (2019), analisando os diferentes conceitos que tentam elaborar as estruturas decorrentes de interações dos atores sociais, compreendendo os elementos básicos sobre os seguidores e influenciadores formados nessas redes. Sendo assim, definiu-se a utilização do banco de dados do Instagram como critério de escolha, visto que as redes sociais que possuem hashtags têm maior relevância para a população transgênero para fácil visibilidade. Então, constituiu-se dois perfis de homens trans relacionados ao tema proposto de acordo com a popularidade entre os perfis e citações, sendo os perfis de Biffandi e Kaydenxofficial.

Com isso, é importante elencar uma abordagem usada por Hine (2000, p.15) que supõe a análise da internet em dois contextos: Enquanto artefato cultural e enquanto Mídia. Conseqüentemente, a justificativa para a inclusão desses dois perfis deu-se por meio da análise em que são pessoas que usam essa ferramenta para divulgar suas vivências e contextos culturais, mas também usam o Instagram como uma condição de mídia, influenciando nas questões na temática de gravidez em homens trans.

Contudo, baseiam-se na metodologia Netnografia (KOZINETS, 2010), que consiste na análise do comportamento dos indivíduos ou coletivo perante seu espaço virtual e como isso desenvolve de forma dinâmica no cultural ou também por intermédio da etnográfica antropológica, que expande a análise estrutural da rede para outros campos do conhecimento por fornecerem (FRAGOSO *et al.*, 2011, p. 45). Nesse cenário, a análise dar-se por meio da imagem e contexto verbal dos personagens, no sentido de contribuir para visibilidade sobre o tema de gravidez em corpos transmasculinos.

3 RESULTADOS E DISCUSSÃO

De acordo com Salles (2019), por meio da rede social Instagram, o uso das Hashtags possibilita em classificar publicações de forma organizada por meio de um

conjunto de perfis, criando-se uma comunidade sobre o mesmo tema. Bem como, a utilização do carácter “#” dentro dos assuntos/ palavras que o personagem deseja enfatizar sobre a imagem postada, ela possibilita que o conteúdo seja detectável para que possibilite outros personagens a localizarem as publicações no Instagram de forma rápida sobre o tema e interesse comum.

Esse sistema foi escolhido por razão em delimitar as buscas dentro da temática abordada, também em proporcionar o recorte para os perfis escolhidos, devido que as questões culturais estão mais interligadas ao público desse estudo. Sendo assim, as palavras usadas foram: #homemgravido, #Transgravido e #Transgravidez. Estas demonstram-se como as palavras mais usadas para buscar sobre gravidez em homem trans no Brasil, entretanto os perfis inclusos são de outras nacionalidades, pois nas hashtags não se referenciou nenhum homem trans grávido no Brasil.

Conseqüentemente, realizou-se uma busca no Instagram para terminar as hashtags específicas dentro dessa própria ferramenta, intercalando com a quantidade de publicações que utilizaram essas determinadas palavras, evidenciou-se então que a categorização usada nos perfis brasileiros em 2020, são: #homemgravido com mais de 100 publicações, #Transgravido com menos de 100 publicações e #transgravidez com menos de 100 publicações.

A seleção dos dois perfis da análise se deu por observação em quantidade de publicações associado as hashtags perante o tema proposto, por meio do *Instagram*. Então, estes perfis possuem um número considerável de seguidores, como o @Biffandi, que é um perfil de um homem trans que passou pela experiência da gravidez e influência sobre essa temática nas redes sociais. Sendo esses perfis embasados como norteador da pesquisa observacional enquanto mídia e artefato da cultura de gênero (HINE, 2000).

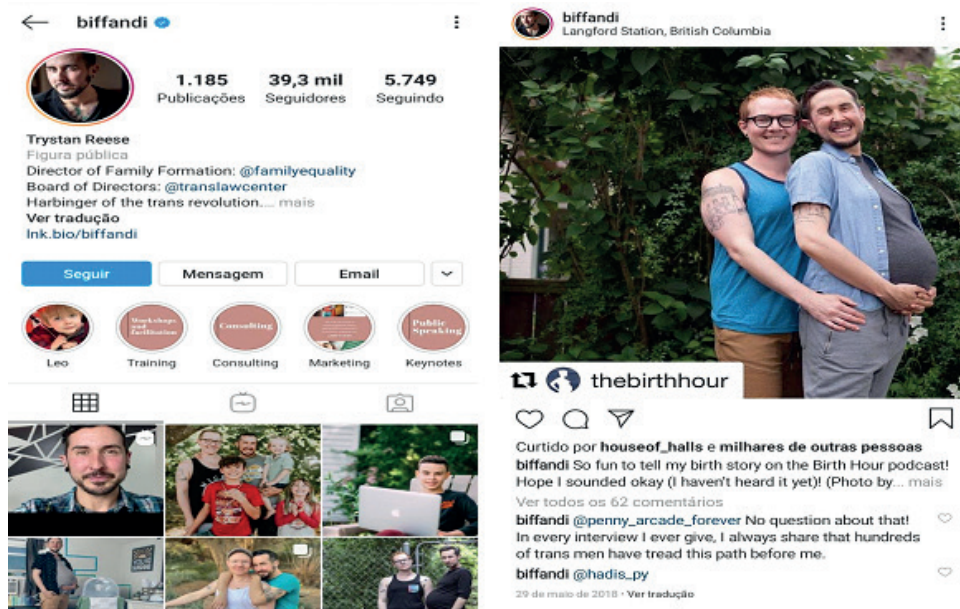
3.1 TRYSTAN REESE @Biffandi

O Trystan Reese é um homem trans, mora em Oregon que é um Estado Costeiro do EUA, diretor de formação de família e membro do conselho de família, é casado com o Biff Chaplow. Antes de engravidar do seu filho biológico, ele, em conjunto com seu marido, procurou adotar duas crianças, uma menina e um menino. Antemão ele hesitou bastante quando seu marido levou a proposta da gravidez, pois o Trystan pensou como seria a reação da sociedade em perceber um homem com características masculinas e com a barriga de grávido, visto que a evolução de cada mês sua barriga cresceria. Em conjunto tomou a decisão de engravidar, sendo que foi necessário parar o uso do hormônio a base de testosterona por 5 anos. Após isso, conseguiu com êxito a gravidez do seu primeiro filho biológico.

Atualmente em seu *Instagram* (FIGURA 1), compartilha sua vivência familiar em relação ao trabalho, educação dos filhos, atividade doméstica diária e entre outros. Mas também, utiliza sua rede social para explicar sua experiência na gravidez como um homem trans e sempre empoderando os homens trans que também tem a vontade de engravidar e de ser pai. Além disso, tem militância na desconstrução do padrão cishe-

teronormativo e sobre a associação gravidez apenas as mulheres cisgêneras, portanto, mostrando que é necessário ressignificar a gravidez por meio da masculinidade trans.

Figura 1 – Foto e Timeline do Perfil do Trystan Reese abordando sua vivência diária e mostrando sua gravidez em conjunto com seu marido



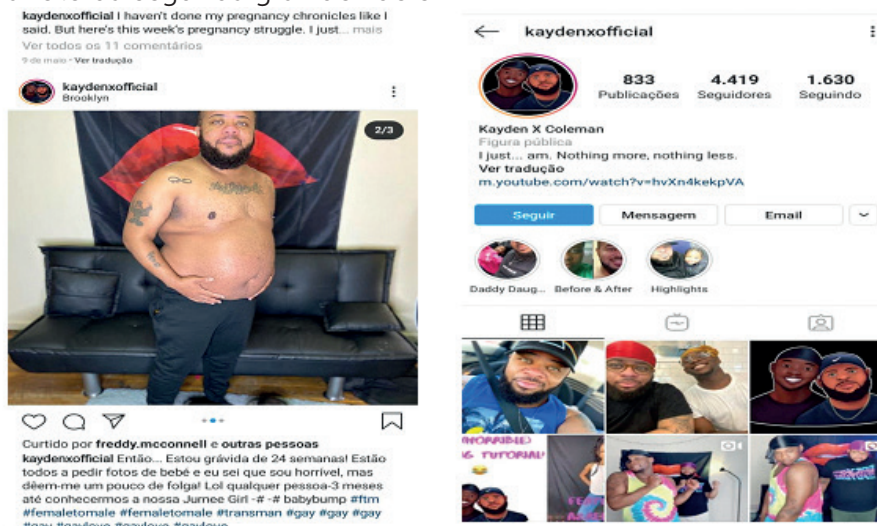
Fonte: Instagram.

3.2 KAYDEN COLEMAN @Kaydenxofficial

Kayden Coleman, 29 anos, é um rapaz forte e saudável, homem trans que passou pela transição física para o corpo masculino, casado e conseqüentemente por uma dor na coluna, decidiu então relacionar um teste de gravidez que deu positivo. O Kayden teve depressão pós-parto e teve bastante dificuldade em se relacionar com sua filha biológica, mas com o passar do tempo com ajuda de profissionais habilitados para essa tal condição, ajudou muito o Kayden se recuperar da Depressão pós-parto. Hoje a família constituída por seu marido e filha, mora na Flórida.

Em seu *Instagram* (FIGURA 2), o Kayden demonstra sua vivência diária por meio das publicações das fotos e legendas, relatando seu contexto com sua filha e marido. Mas também como atividade de lazer, doméstica e entre outros. Atualmente, o Kayden está grávido novamente do seu segundo filho. Ele usa, também, seu *Instagram* para empoderar outros homens trans, para contar sua experiência com a gravidez e sua nova gravidez, sobre o cuidado com sua filha e no contexto da Depressão pós-parto, auxiliando sempre os homens trans que também passam por esse processo.

Figura 2 – Foto e Timeline do perfil do Kayden Coleman sobre sua vida diária com sua família e da foto da segunda gravidez dele



Fonte: Instagram.

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Portanto, o estudo netnográfico e observacional fornecido pelo banco de dados das hashtags relacionadas a homem grávido, trans gravidez e trans grávido na rede social Instagram, possibilitou uma reflexão sobre a visibilidade da gravidez em corpos transmasculinos, porém ainda em poucas publicações. Sendo assim, necessário mais publicações nessa rede social para ocupação do Ciberespaço com o objetivo dessa temática seja de grande visibilidade. Então, os exemplos inclusos neste artigo por meio das palavras específicas, os perfis se encontram de forma aberta e pública, ajudando então na desconstrução do padrão cisheteronormativo e da exclusividade das mulheres cis em engravidar.

Como também em ressaltar a importância do surgimento do ciberespaço para discussão de homens trans alcançarem uma maior população que também ocupam essa rede social com o objetivo em disseminar esse assunto. Devido a acessibilidade a essa rede social acontece um processo de transmissão midiática relacionado a público trans masculino por meio de fotos, legendas e vídeos. Sendo estes de acordo com Silva (2020), a utilização das imagens é a potência simbólica definitiva de se afirmar enquanto ser transgênero, conforme identificado nas fotos e vídeos produzidos pelos dois perfis do Instagram escolhidos.

REFERÊNCIAS

ALMEIDA, Guilherme. 'Homens trans': novos matizes na aquarela das masculinidades. **Estudos Feministas**, Florianópolis, v. 20, n. 2, p. 513-523, maio 2012.

FRAGOSO, S.; RECUERO, R.; AMARAL, A. **Métodos de pesquisa para internet**. Porto Alegre: Sulina, 2011.

HINE, Christine (org.). **How can qualitative Internet Researchers define the boundaries of their project? Conversations about method**. Los Angeles: Sage, 2009. p. 1-20.

KOZINETS, Robert V. **Netnography: doing ethnographic research online**. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/267922181_Netnography_Doing_Ethnographic_Research_Online. Acesso em: 17 abr. 2020.

MONTEIRO, Anne Alencar. Cavalos-marinhos: gestação e masculinidades trans. Seminário Internacional Enlaçando Sexualidades, 2018. Salvador. **Anais [...]**, UFBA, Salvador, 2018. p. 1-10.

PEÇANHA, Leonardo Morjan Britto. Ressignificar e empoderar o corpo: homem trans grávido e os desafios da adequação. Seminário Internacional Desfazendo o Gênero, 2, 2015, Salvador. **Anais [...]**, UFBA, Salvador, 2015.

REZENDE, Patrícia de Souza. **A reprodução enquanto um processo biossocial: estudo etnográfico em uma vila do baixo-sul baiano**. 2015. 225 f. Tese (Doutorado em Saúde Pública) – Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2015.

RIFIOTIS, Theophilos. Etnografia no ciberespaço como “repovoamento” e explicação. **Revista Brasileira de Ciências Sociais**, v. 31, n. 90, p.85-99, 2016. ANPOCS.

SALLES, Filipe. **6 ferramentas para encontrar melhores hashtags do Instagram no seu segmento**. Disponível em: <https://www.apptuts.com.br/tutorial/redes-sociais/ferramentas-encontrar-melhores-hashtags-instagram-segmento/>. Acesso em: 10 abr. 2020.

Data do recebimento: 20 de abril de 2022

Data da avaliação: 9 de junho de 2022

Data de aceite: 12 de junho de 2022

1 Graduando de Enfermagem pelo Centro Universitário Tiradentes – UNIT/PE.

E-mail: matheus060913@hotmail.com.

2 Graduanda de Psicologia pelo Centro Universitário Tiradentes – UNIT/PE.

E-mail: marcelly-1231@hotmail.com.

3 Professora do Centro Universitário Tiradentes – UNIT/PE. E-mail: hortenciafandrade@gmail.com.