

EM BUSCA DAS PARTICULARIDADES E TOTALIDADES DA PAGE “MOÇA, VOCÊ É MACHISTA”: ATIVISMO DIGITAL DE GÊNERO

Josephina Tranquilin Silva

Resumo

O objetivo deste artigo é compartilhar as etapas que compuseram a construção do banco dados/imagens, e o uso que fizemos dele para, juntamente com o “ouvir” etnográfico, chegarmos à análise, da pesquisa de pós-doutoramento¹, que teve como *locus* metodológico a *page* do *facebook* “Moça, você é machista”, problematizando questões comunicacionais, tecnológicas e políticas juvenis. Por meio das particularidades presentes na *page*, chegamos à compressão de sua “totalidade”: “Moça” é uma comunidade de ativismo digital em prol do empoderamento feminino, independente de classe, etnia e orientação sexual. Promove ações contra a LGBTIQfobia e problematiza as questões das travestilidades, transexualidades e transgeneridades. Esse ativismo digital leva às políticas de identidades e subjetividades, que proporcionam ações de politicidades juvenis.

Palavras-chave

Etnografia. Banco de dados/imagens. Ativismo digital de gênero. “Moça, você é machista”.

¹ Pesquisa desenvolvida no Programa de Comunicação e Práticas do Consumo/ESPM/SP e financiada pela FAPESP/CAPES. Processo nº 2014/11551-0. Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo (FAPESP).

Introdução: De onde partimos?

A ideia deste artigo surgiu em um dos encontros com Rose de Melo Rocha, supervisora da pesquisa “As narratividades eróticas juvenis: ‘Moça, Você é Machista’”, desenvolvida no Programa de Comunicação e Práticas do Consumo/ESPM/SP, quando analisou a construção do banco de dados/imagens, formulado a partir da observação etnográfica. O parecer do “Relatório Científico Final”, atribuído pela “Assessoria Científica da FAPESP”, contribuiu para que aceitássemos este desafio. Diz o parecer: “Ficou muito bem resolvida ‘a adaptação da etnografia tradicional para os ambientes digitais do *facebook* e a elaboração dos bancos de dados’”.² Sendo assim, chegamos ao objetivo deste artigo: evidenciar as etapas de construção do banco dados/imagens e o uso que fizemos dele para, juntamente com o “ouvir” etnográfico”, chegarmos à análise da pesquisa suprarreferida, que teve como temática às juventudes e suas inter-relações nas redes digitais, nos contextos das contemporaneidades e das “urbanias” (MARTÍN-BARBERO, 2008, p. 208).

Os referenciais teóricos assentam-se na Escola de Birmingham, principalmente nos autores Willians, Hoggart e Hall, e na América Latina, principalmente Canclini e Martín-Barbero: as experiências individuais e coletivas se inserem em contextos culturais híbridos (CANCLINI, 1997), ou seja, conjunturas que contemplam “formas múltiplas de composição cultural” (WILLIAMS, 1992), onde os indivíduos, independentemente de pertencer a esta ou aquela classificação sociológica/econômica, retiram, seletivamente e de maneira conflituosa, matrizes tradicionais advindas originalmente de suas culturas. Ao mesmo tempo, através dos produtos culturais midiáticos, estes traços originários são novamente apropriados e ressignificados (HOGGART, 1973), pois outros elementos se agregam a essas matrizes, transformando-as, porém, sem eliminá-las. Desta forma, quando analisamos os processos comunicativos, as “matrizes culturais” devem ser entendidas como “mediações” (MARTÍN-BARBERO, 1987) presentes em um ambiente conflituoso e de negociações. Esses elementos são ativos nas construções das identidades (HALL, 2001) e das subjetividades dos sujeitos contemporâneos.

² Disponível em:

http://internet.caph.fapesp.br/SAGe_WEB/printDispatchExternal.do?method=prePrintDispatch&org.apache.struts.taglib.html.TOKEN=dc66d1d19b98f42033572aefac35ae41&dispatchId=496605. Acesso em: 27 jul. 2017.

Partimos do princípio que os territórios digitais se fundem aos territórios físicos na contemporaneidade, por onde as juventudes trilham seus caminhos e (re)constróem imaginários e subjetividades. São nas fronteiras que conjecturamos. Não compartilhamos da crença na existência de um sujeito que tem como característica uma razão cartesiana desligada das emoções, do imaginário e dos desejos: a das subjetividades e das subjetivações.

Segundo Morin (2005):

Precisamos de um método que saiba distinguir, mas não separar e dissociar, e que saiba promover a comunicação do que é distinto. Precisamos de um método que respeite o caráter multidimensional da realidade antropossocial, isto é, que não escamoteie nem sua dimensão biológica, nem a dimensão do social, nem a do individual, isto é, que possa enfrentar as questões do sujeito e da autonomia. (MORIN, 2005, p.279)

A partir da etnografia, esforçamo-nos para respeitar “o caráter multidimensional da realidade antropossocial”: as redes digitais são espaços de comunicação que constroem vínculos afetivos, novas formas de “sociabilidades juvenis” (MARTÍN-BARBERO, 2008b, p. 13). São “contextos culturais” (MISKOLCI, 2012, p. 37) que ampliam a “desordem-cultural”, visto que “a inventividade dos jovens em sua relação com a tecnologia lhes permite evadir, ir mais além do vetado pela censura moral ou eletrônica” (MARTÍN-BARBERO, 2008b, p. 19). Territórios que guardam aspectos multidimensionais da realidade antropossocial.

Como nossa formação teórica advém da Antropologia, é importante salientar que, em todo estágio de pesquisa em que nos encontramos, a etnografia estará presente, pois o antropólogo necessita da experiência do campo. Como nos disse Lévi-Strauss (1991), muitos anos atrás, essa experiência:

Representa um momento crucial de sua educação, antes do qual ele poderá possuir conhecimentos descontínuos que jamais formarão um todo, e após o qual, somente, estes conhecimentos se “prenderão” num conjunto orgânico e adquirirão um sentido que lhes faltava anteriormente. (LEVI-STRAUS, 1991, p. 416)

O trabalho de campo, então, tem o papel de perceber o concreto, que se compõe também pelo sensível, à luz das teorias. Dessa forma, a Antropologia – aquela que não separa, mas une Natureza e Cultura, portanto se atém ao imaginário (MORIN, 1995) – supre-nos de argumentação teórica para analisar tantas e diversificadas alteridades, enquanto o método etnográfico nos fornece o campo.

Etnografia: olhares, escutas e escrituras

O caminho metodológico foi o da etnografia, na perspectiva das autoras Fragoso, Recuero e Amaral (2011), que elaboraram uma densa discussão sobre os métodos de pesquisa para a internet, apontando que é necessário que a análise ocorra na fronteira entre a presencialidade e a virtualidade, pois não há dicotomias entre esses espaços e as lógicas de seus usos e apropriações. Dessa forma, definem que:

No intuito de extrapolar a noção de internet enquanto forma autônoma ou deslocada de práticas sociais cotidianas e triviais encontrada em muitos discursos teóricos (STERNE, 1999, p. 259), posicionamo-nos favoráveis pela retomada do termo etnografia. (FRAGOSO, RECUERO e AMARAL, 2011, p. 202)

Para Lévi-Strauss (1991, p. 14), a etnografia “consiste na observação e análise de grupos humanos considerados em sua particularidade (...) e visando à reconstituição, tão fiel quanto possível, da vida de cada um deles”. Mirando o trabalho de campo, Magnani (2009) faz uma pequena revisão de literatura de alguns pensadores que tentam expor e explicar o “campo” na etnografia:

A revisão de algumas dessas tentativas pode ser reveladora: Mariza Peirano (1995), em *A favor da etnografia*, por exemplo, fala em “resíduos” – certos fatos que resistem às explicações habituais e só vêm à luz em virtude do confronto entre a teoria do pesquisador e as ideias nativas; Márcio Goldman (2003, p. 7) no artigo *Os tambores dos mortos e os tambores dos vivos: etnografia, antropologia e política em Ilhéus, Bahia* refere-se à “possibilidade de buscar, através de uma espécie de ‘desvio etnográfico’, um ponto de vista descentrado”; há que lembrar ainda os “anthropological blues” de Roberto DaMatta (1981) e a expressão “experience-near versus experience-distant” usada por Geertz (1983). Finalmente, Jeanne Favret-Saada (1990) refere-se a uma determinada situação do trabalho de campo em que o pesquisador “é afetado” (MAGNANI, 2009, p. 134).

Portanto, com a etnografia identificamos como se configuraram os espaços digitais; cartografamos as teias de relações simbólicas e imaginárias; detectamos como essas relações foram construídas e analisamos os elementos que compõem as narrativas juvenis sobre sexualidades e gêneros.

Lócus metodológico e a construção do objeto/sujeito de estudo: “Moça, você é machista”

A todo pesquisador que decide ter a etnografia como método de pesquisa, é recomendável que se utilize da técnica de observação – “olhar” – para encontrar o lugar

de análise, já na fase inicial de elaboração do projeto. Assim, as indagações que orientaram nossa observação, na fase da elaboração do projeto, foram construídas: quais elementos advindos de matrizes pertencentes às culturas de massas estão presentes nas narrativas juvenis sobre sexualidades e gêneros? De que maneira esses elementos são (re)apropriados e (re)significados para alavancar a crítica juvenil aos modelos de sexualidade, de corpo, de gênero, de afetos construídos culturalmente? Será que esses jovens percebem que, ao mesmo tempo em que fazem a crítica a esses modelos, os elementos que são utilizados para compô-la podem ser os mesmos que solidificaram o modelo vigente? A partir delas se deram as observações dos espaços digitais.

Levamos então, um grande número de comunidades criadas por jovens que tivessem a imagem do corpo como enunciadora das narrativas sobre as sexualidades e gêneros. Afinal, o *facebook* é o lugar das imagens. A partir da observação dessas comunidades, dois elementos de análises se tornaram importantes. O primeiro foi a apropriação por parte dos jovens de inúmeros elementos culturais advindos de matrizes culturais tradicionais para construir suas narrativas. Consideramos que as narrativas dão vozes às sexualidades juvenis e que, através delas, esses jovens conseguem posicionar-se criticamente perante a cultura do consumo e das mídias. A partir disso, surgiu a segunda questão importante de análise, que aglutina outras: a de gênero.

Definidos os elementos de análises, voltamos à seleção das *pages* e dentre elas “Moça, você é machista” foi a escolhida. Para além do número de visualizações, “Moça” foi exatamente o que procurávamos: além de ter a imagem do corpo como principal elemento na construção das críticas sobre sexualidades e gêneros, ela contém inúmeros elementos advindos das linguagens midiáticas, do consumo e dos produtos culturais massivos. Ademais, a escolha também recaiu em “Moça” por esta propor uma reflexão sobre gênero de forma muito particular. O próprio título dado à comunidade já nos remete a isso: a afirmativa de que as mulheres são machistas.

Ainda vale ressaltar neste espaço o papel do sujeito informante da pesquisa e a relação de confiança firmada entre este sujeito e o pesquisador, assim como a ética estabelecida para interagir com a *page* “Moça, você é machista”: ao cogitar ter “Moça” como *locus* metodológico da pesquisa, entramos em contato por *inbox* com seus administradores, relatando a proposta de ter a *page* como objeto/sujeito de estudo e solicitando autorização. Imediatamente, Victor Vasconcellos respondeu, deu a autorização e já passou seu *facebook* pessoal. Com a autorização dada, elaboramos o projeto de pesquisa, e com a bolsa da FAPESP concedida, entramos novamente em

contato com Victor, desta vez no *facebook* pessoal, e ele passou a ser o principal sujeito/informante sobre a comunidade. Na etnografia, o sujeito informante é uma figura de supra importância, pois ele que nos dá as diretrizes do campo e nos auxilia nos momentos de dificuldades na pesquisa. Por isso é extremamente necessário estabelecer a confiança entre o pesquisador e o sujeito informante.

Para estabelecer este contrato de confiança, passamos horas no *inbox* conversando sobre nossas vidas, durante vários dias. Logo no primeiro “bate-papo”, efetivado em fevereiro de 2015, Victor relatou que ele e o seu irmão gêmeo, Érick, também administrador da *page*, são transhomens, e muito do que conversávamos girava em torno da sua identidade de gênero. Isso já selou o contrato de confiança que precisávamos estabelecer.

Diz-nos Morin (1995) que:

A ética do conhecer tende, no pesquisador sério, a ganhar prioridade, a opor-se a qualquer outro valor, e esse conhecimento ‘desinteressado’ desinteressa-se de todos os interesses político-econômicos que utilizam, de fato, esses conhecimentos. (MORIN, 1995, p.121)

Visando a preservar essa ética de pesquisadora, a interação com a *page* ocorreu com muita cautela: além dos compartilhamentos, o máximo de interação que tivemos na *page* foi realizado por meio dos “botões de reação” (“*facebook reactions*”) disponibilizados pelo *facebook*. Optamos por essa via de interação por acreditar que, de outra forma, poderíamos direcionar os comentários e assim “contaminar” as respostas com nossos *posts*, encaminhando-os a uma discussão que favorecesse a pesquisa e o uso a ser feito dela.

Tivemos a permissão dos administradores – Victor e Érick Vasconcellos – da *page* para utilizar na análise todos os *posts* de conteúdo, assim como os “comentários” feitos ali.

O banco de dados: imagens

Existe uma vantagem para a aplicação do método etnográfico no território digital do *facebook*, em relação aos espaços físicos, no emprego das técnicas do olhar e do ouvir: as redes digitais podem ser acessadas a qualquer momento em que o pesquisador decidir fazê-lo. Não é preciso deslocamento, agendar horários etc. Os dados que deverão ser recolhidos normalmente estão ao alcance do pesquisador, ou seja, uma vez ali postados, só serão apagados se os administradores da *page* desejarem, ou se o *facebook* o fizer a

partir de suas regras restritivas³. Isto fornece ao pesquisador uma condição de pesquisa muito confortável.

A construção de banco de dados decorrente da etnografia, somente pode se dar depois de o pesquisador estar completamente familiarizado com o ambiente estudado. Sendo assim, passamos de janeiro a junho de 2014, enquanto elaborávamos o projeto de pesquisa, e de fevereiro a maio de 2015, já com a bolsa de estudos, imersamos na *page*. Além de acompanhar e fiscalizar todos os conteúdos postados diariamente e os comentários dos seus interlocutores juvenis, vasculhamos os três anos de existência da *page*, até então, por meio das “cartografias físicas” (SILVA, 2001) construídas pelo *facebook*: a *page* é composta por uma linguagem visual provocativa, curta e rápida, e geralmente são postados de 4 a 6 conteúdos diários – salvas algumas exceções, como as campanhas do “Dia da Mulher”, que têm muitos conteúdos publicados em um único dia. Grande parte das postagens se dá por publicações que têm a imagem, principalmente a do corpo, como elemento enunciador central do conteúdo. A comunidade somente permite que as publicações sejam “curtidas”, “comentadas” e “compartilhadas”. As publicações de conteúdo são elaboradas exclusivamente pelos administradores. Algumas campanhas são criadas de forma que os interlocutores possam construir conteúdos a partir do tema proposto, mas mesmo assim os *posts* passam pelo aval dos administradores. Nesse sentido, os administradores seguem as “cartografias físicas”, construídas pela tecnologia.

Os conteúdos são feitos de duas formas: criados pelos próprios administradores e buscados em muitas outras plataformas, porém dificilmente – ou quase nunca – são replicados das mídias hegemônicas. Ao lançarem a linguagem visual, os conteúdos postados permitem liberdade aos jovens na construção de suas narrativas, que vão se compondo através dos comentários. Outro dado importante é que dificilmente, ou quase nunca, os administradores respondem aos comentários. Segundo Victor Vasconcelos, em mensagens trocadas pelo *messenger* do *facebook*: “respondemos aos comentários somente quando elas (as jovens)⁴ nos informam alguns erros nos conteúdos postados”. Essa não resposta “ocorre para que elas (as jovens) fiquem bem à vontade nos comentários”, esclarece-nos Victor.

³ Foi acordado com os administradores que qualquer intenção de tirar a *page* do ar, eu deveria ser comunicada. Quanto ao *facebook*, este removeu a *page* diversas vezes, mas os administradores conseguiram voltá-la ao ar.

⁴ Victor se refere “as jovens” porque são elas as maiores interlocutoras da *page*, em relação aos meninos.

Com todas as referências metodológicas e teóricas, conhecendo profundamente a “atmosfera” da *page* e sua dinâmica, iniciamos a construção do banco de dados das imagens. O período da construção de qualquer banco de dados necessita ser justificado, metodologicamente, a partir dos objetivos e do aporte teórico da pesquisa. O banco de dados/imagens foi iniciado com os conteúdos postados a partir de março de 2015. Essa escolha deu-se porque verificamos vários conteúdos postados na *page* relacionados ao beijo entre duas personagens lésbicas, representadas por artistas idosas e muito conhecidas do público brasileiro, que ocorreu na estreia da telenovela “Babilônia”, da Rede Globo de Televisão. Essa opção se justificou uma vez que tínhamos como premissa de pesquisa os usos e as apropriações que os jovens fazem das matrizes advindas dos produtos culturais e, assim, pautarem suas críticas e fazerem suas denúncias. Esse momento foi marcante para a *page*⁵. O banco de dados/imagens foi finalizado em outubro de 2015, pois nesses meses verificamos que a essência dos conteúdos postados se repetia à exaustão. Porém, continuamos a utilizar a técnica da observação etnográfica na *page* todos os dias, a fim de encorpar a análise com os *posts* recentes, extrapolando assim o banco de dados.

Por meio da observação densa da *page*, dois norteadores foram selecionados, para a elaboração do banco de dados/imagens, que construímos em duas etapas: 1º.) seleção somente dos conteúdos que utilizavam as imagens (fotos) de corpo como detonadoras das narrativas. Para chegar a essa seleção, foi utilizado o “mapa” (SILVA, 2001) dado pela tecnologia do *facebook*, nas opções “fotos” e “álbuns” da *page*. 2) entre as “fotos” e nos “álbuns”, eleição somente daquelas imagens que se destinavam à reflexão sobre sexualidades e as dos gêneros.

1ª. Etapa: a partir dos norteadores acima descritos, observamos que alguns temas se repetiam: amor, beijo gay, dia da mulher, discriminação feminina racial, erotismo, família homoafetiva, gênero, políticas públicas, religião e violência contra mulheres cisgêneras e transgêneras. Para tornar essa observação etnográfica um dado, criamos uma pasta principal, intitulada Etnografia. Dentro dessa, outras pastas, uma para cada **tema** encontrado: amor, gênero, dia internacional da mulher etc. E, finalmente, dentro de cada pasta de cada tema, aloquamos outras pastas, uma para cada mês, de março a outubro.

⁵<https://www.facebook.com/MocaVoceEMachista/photos/a.346412782118375.80917.346411042118549/788187411274241/?type=3&theater>

Como os temas fazem-se de subtemas, abrimos um arquivo do Word dentro de cada pasta de tema, de cada mês, resultando na estrutura:

Etnografia → **Temas** → **Mês** → “subtema.docx”.

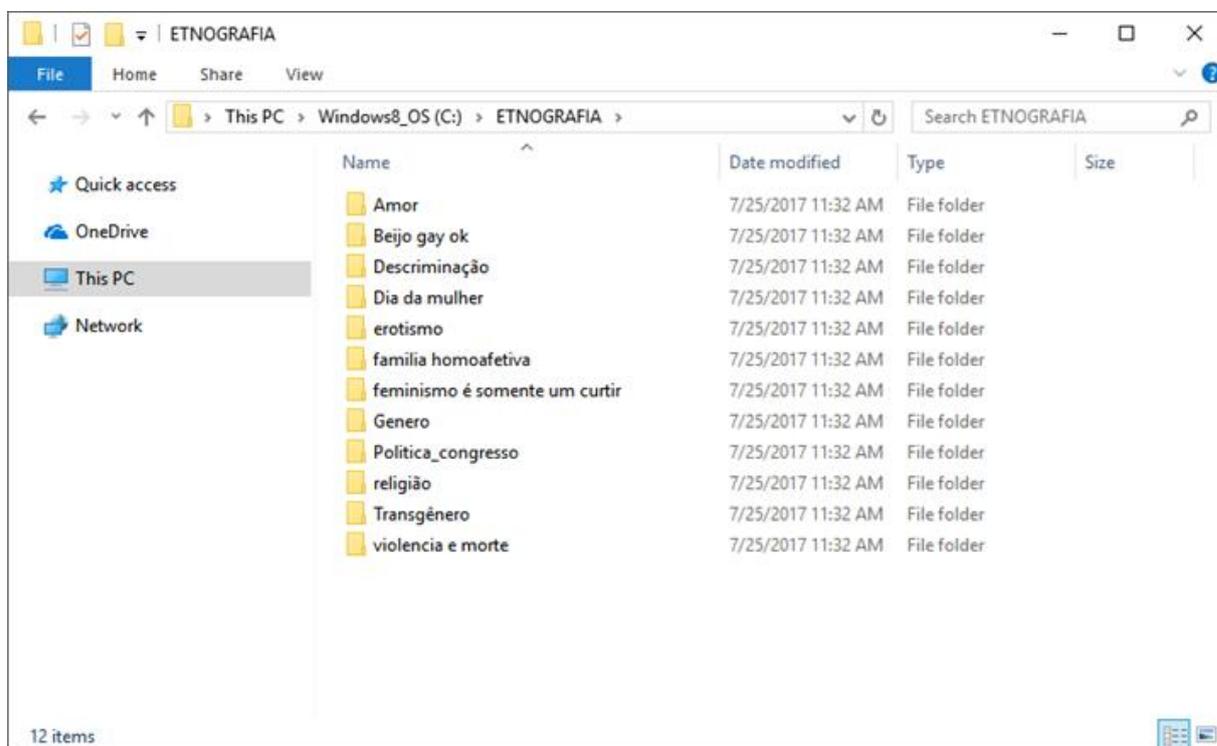
Pastas e arquivos prontos, observamos na *page* as fotos de um determinado mês e, encontrando aquela que se aproximava dos norteadores, um *print* era colocado no arquivo do *Word* do subtema correspondente, dentro da pasta do referido **mês**, que por sua vez se encontrava dentro da pasta de cada **tema**. Exemplo:

Etnografia → **Gênero** → **Março** → “identidade de gênero.docx”.

Salientar os meses foi importante para a aproximação da análise (a escrita etnográfica) com os contextos, que são fundamentais.

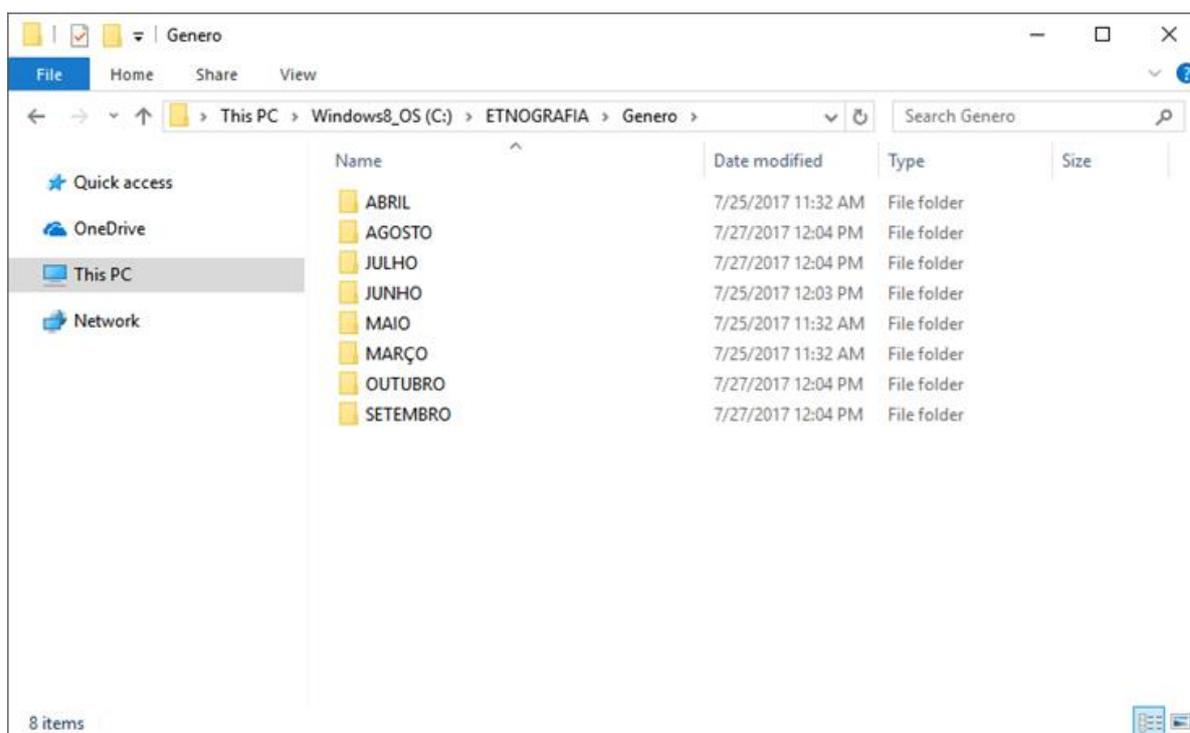
Print do passo a passo da construção do banco de dados/Imagens

Figura 1



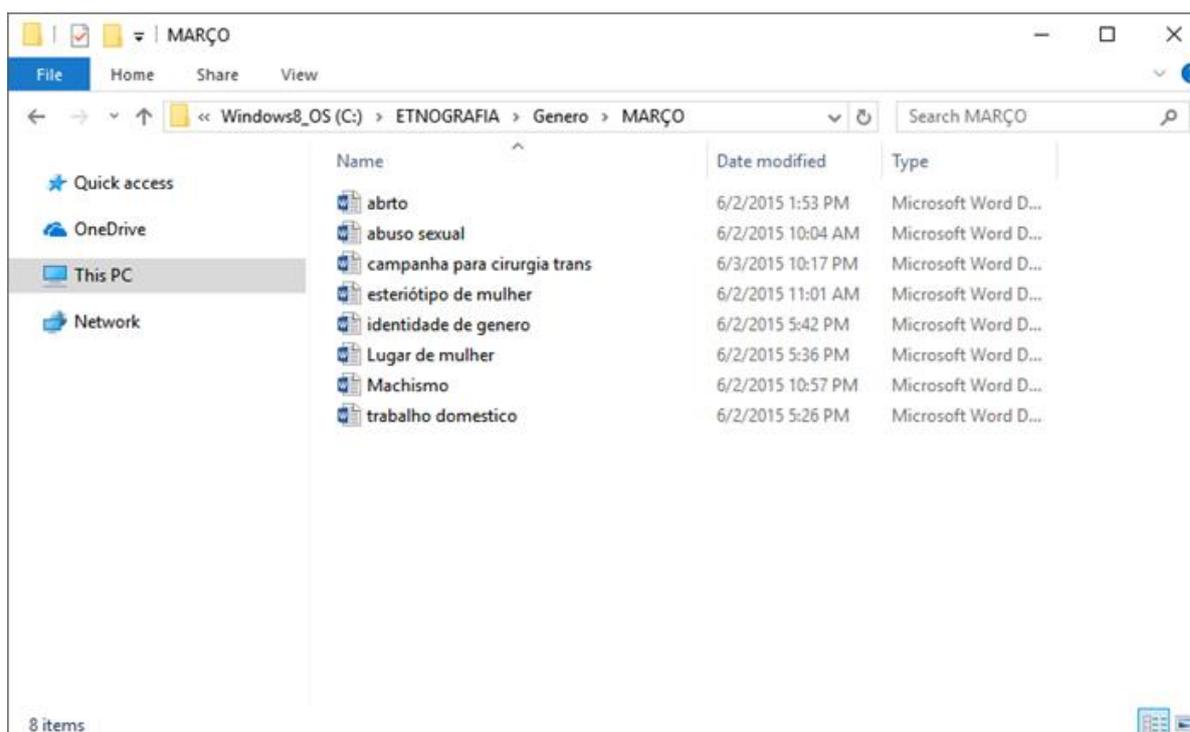
Etnografia → Temas →

Figura 2



Etnografia → Tema (gênero) → Meses →

Figura 3



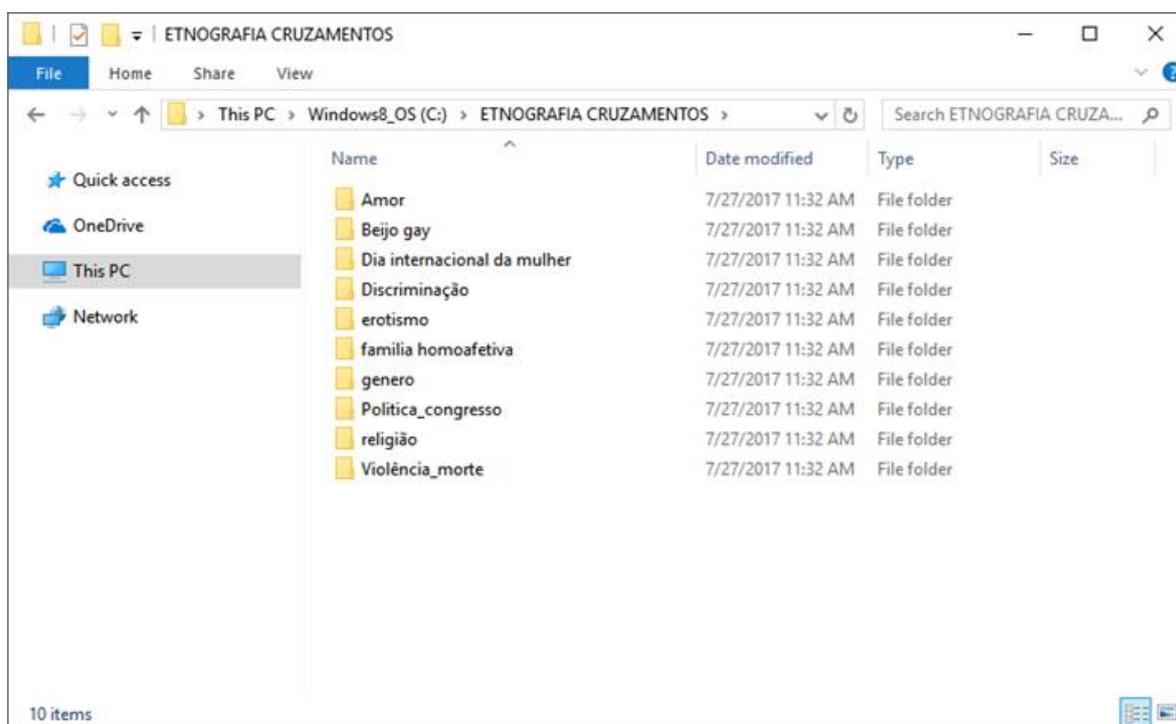
Etnografia → Tema (gênero) → Mês (Março) → “subtemas.docx” (aborto, abuso sexual etc.)

Cruzamentos

2ª. Etapa: a fim de visualizar todos os dados acima compilados de uma só vez, os cruzamentos foram feitos da seguinte forma: uma segunda pasta principal foi criada com o título **Etnografia Cruzamentos**; dentro desta foram “copiadas” todas as pastas dos **Temas** como amor, beijo gay, dia da mulher etc.; e finalmente um arquivo do *Word* foi criado para cada tema, denominado “intersecções.docx”, para o qual levamos as imagens de cada tema, coletadas mês a mês, na estrutura: **Etnografia Cruzamentos** → **Tema** → “intersecções.docx”.

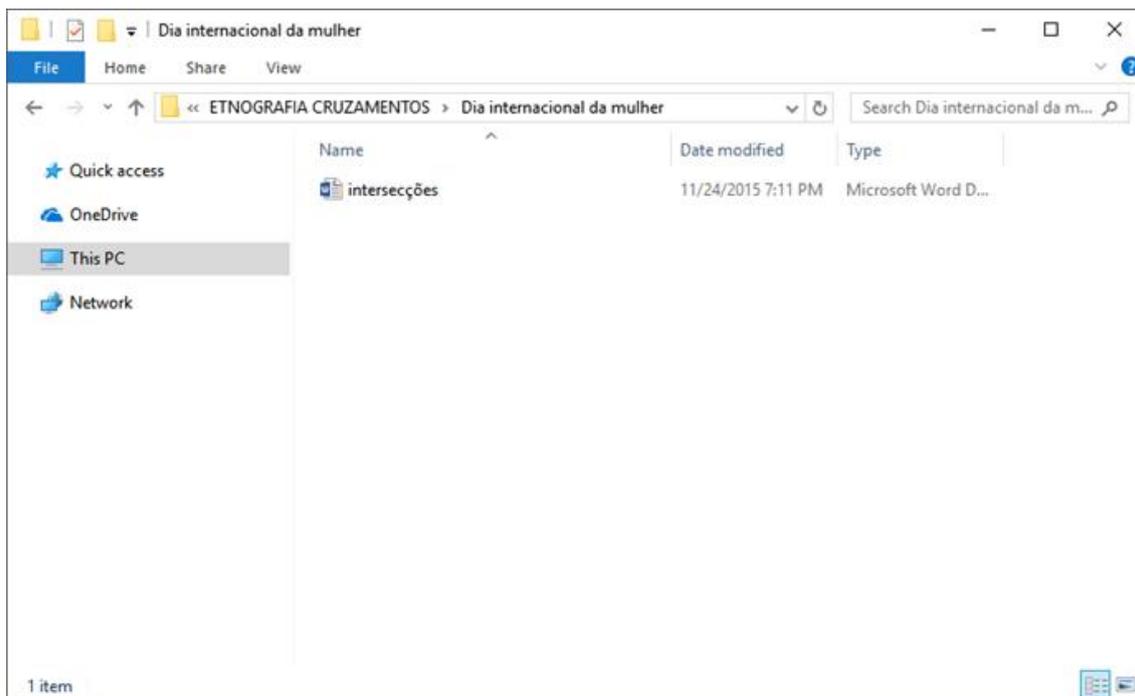
Print do passo a passo da construção do banco de dados imagens/cruzamento

Figura 4



Etnografia Cruzamentos → **Temas** →

Figura 5



Etnografia Cruzamentos → **Tema (Dia Internacional da Mulher)** → **“intersecções.docx”**.

A seguir, um exemplo com o conteúdo elaborado pelas jovens: o tema “Dia internacional da Mulher” foi o título dado à pasta com os conteúdos que se referiam à campanha do dia internacional da mulher de 2015. Dentro desse tema, havia vários subtemas: liberdade do corpo, melhores condições de trabalho, liberdade de expressão etc. Então, o arquivo “intersecções” foi construído com as imagens sendo agrupadas por meio dos subtemas, alertando para o mês em que a imagem foi postada.

1)- **“Dia da Mulher” - Tema**

2)- **“intersecções.docx”** - arquivo construído com as imagens da pasta **tema “Dia da Mulher”** agrupadas por meio do subtema “liberdade do corpo”, alertando para o **mês** em que a imagem foi postada.

Descrição do arquivo intersecções: no alto da página do arquivo intersecções, foi escrito o subtema **liberdade do corpo**, abaixo o mês das postagens, março, e na sequência todas as imagens referentes a este subtema que apareciam neste mês. O mesmo com o mês de abril, e assim sucessivamente até outubro.

A estrutura, então, ficou:

Etnografia Cruzamentos (pasta principal) → **Dia Internacional da Mulher** (pasta/tema) → **liberdade do corpo.docx** (arquivo/intersecção).

E fazendo o mesmo para os conteúdos postados pelos administradores. Dessa forma, evidenciou-se os subtemas de maior e de menor força dentro da campanha, assim como para toda a *page*.

Dessa maneira, fechamos o banco de dados/imagens para a análise dos conteúdos postados. Estes dados, além de fundamentais para a visão geral deste “território” (SILVA, 2001), oferecendo o “mapa” (SILVA, 2001) de “Moça”, foram também onde visualizamos a ‘cartografia simbólica’, que se ocupou do levantamento dos “croquis” (SILVA, 2001).

O ouvir etnográfico: o sujeito/informante e interlocutores

Tivemos durante a pesquisa duas formas do “ouvir” etnográfico: a primeira se deu com Victor; a segunda por meio dos comentários dos interlocutores postados nos conteúdos analisados. Com Victor, o ouvir se concretizou primeiramente pelo *messenger*. As demandas foram acontecendo aos poucos, a partir das necessidades de pesquisa e das inquietações cotidianas que compartilhamos em nossas vivências. Victor me concedeu uma entrevista gravada em outubro/2016, a qual foi transcrita.

Consideramos também como técnica do “ouvir” etnográfico os “comentários” postados nos conteúdos analisados, pois entendo que ali há vozes das juventudes que traçam uma teia de relações com significados coletivos.

O escrever: análise

Para construir as análises, consultávamos o banco de dados/imagens; lá selecionávamos as imagens de acordo com nosso objetivo de análise naquele momento; abríamos a *page* e lá as encontrava, observava os comentários/vozes e dedicávamos a analisar as imagens conjuntamente aos comentários. As escutas com Victor e sua entrevista auxiliou-nos para respaldar empiricamente as análises. Portanto, foi a partir das imagens postadas e das vozes dos autores juvenis (Victor e os interlocutores da *page*) que analisamos as construções das narrativas sobre sexualidade e gênero em “Moça, você é machista”.

Considerações finais

Desde as primeiras pesquisas acadêmicas colocamo-nos duas reflexões: a primeira metodológica, pois defendemos que “precisamos de um método que saiba distinguir, mas não separar e dissociar, e que saiba promover a comunicação do que é distinto” (MORIN, 2005, p. 279). A segunda também em termos teóricos, uma vez que concordamos que a ciência deve se estruturar a partir da “interligação dos saberes” (MORIN, 2000). Desta forma, trabalhamos com métodos que nos possibilitaram analisar as juventudes que estão nas redes digitais como sujeitos sensíveis, para além de racionais e de pertencentes a esta ou aquela classificação psico-socio-econômica. Assim, refletimos as redes digitais como espaços de construção de identidades, subjetividades e de imaginários juvenis, guiados pela etnografia.

Quando utilizamos um método aberto, que se faz em processo e que ao menos se propõe a “enfrentar as questões do sujeito e da sua autonomia”, como nos sugere Morin (2005, p. 279), ganhamos também autonomia como sujeito pesquisador na lida com a pesquisa e com a análise, pois sensibilizamos nosso olhar. Assim, durante o passo a passo deste processo nos deparamos com novos questionamentos que me levaram a outros olhares para a pesquisa. Portanto, por meio das técnicas etnográficas do olhar e do ouvir, pudemos compor o banco de dados/imagens, decompor as particularidades presentes na *page*, e assim chegar à compressão de sua “totalidade”: “Moça” é uma comunidade de ativismo digital em prol do empoderamento feminino, independente de classe, etnia e orientação sexual. Promove ações contra a LGBTIQfobia e problematiza as questões das travestilidades, transexualidades e transgeneridades. Esse ativismo leva às políticas de identidades e subjetividades, que proporcionam ações de politicidades juvenis.

Referências

BORELLI, Silvia Helena Simões; ROCHA, Rosamaria Luíza de Melo. Juventude, mídiatizações e nomadismo: a cidade como arena. *Comunicação, mídia e consumo*, v. 5, n. 13, p. 27-40, 2008. Disponível em:

<<http://revistacmc.espm.br/index.php/revistacmc/article/view/125/126>>. Acesso em: 28 mar. 2016

CANCLINI, Nestor Garcia. *Consumidores Cidadãos*. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1973.

COGO, Denise; BRIGNOL, Liliâne Dutra. Redes sociais e os estudos de recepção na internet. In: XIX Encontro da Compós, 2010, Rio de Janeiro. COMPÓS, 19, 2010, Rio de Janeiro. *Anais do XIX Encontro anual da Compós*. Rio de Janeiro: PUC-RIO, 2010, p. 01-15. Disponível em: < http://compos.com.puc-rio.br/media/gt12_denise_cogo.pdf> Acesso em: 10.out.2016.

FRAGOSO, Suely; RECUERO, Raquel; AMARAL, Adriana. *Métodos de pesquisa para internet*. Porto Alegre: Sulina, 2011.

HALL, Stuart. *A identidade cultural na pós-modernidade*. Rio de Janeiro: DP&A, 2001.

HOGGART, Richard. *As utilizações da cultura: aspectos de vida da classe trabalhadora em especiais referências a publicações e divertimentos*. Lisboa: Ed. Presença, 1973.

JACKS, Nilda. Repensando os estudos de recepção: dois mapas para orientar o debate. *Ilha*, v. 10, n. 2, p. 18-35, 2008. Disponível em: <<https://periodicos.ufsc.br/index.php/ilha/article/view/2175-34.2008v10n2p17/15988>>. Acesso em: 13 jul. 2016.

LÉVI-STRAUSS, Claude. *Antropologia estrutural*. Campinas: Cosac Naify, 1991.

MAGNANI, José Guilherme Cantor. Etnografia como prática e experiência. *Horizontes Antropológicos*, v. 15, n. 32, s/p, 2009. Disponível em:

<http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0104-71832009000200006>. Acesso em: 13 jul. 2016.

MARTÍN-BARBERO, Jesus. A mudança na percepção da juventude: sociabilidades, tecnicidades e subjetividades entre jovens. In: BORELLI, Sílvia H. S. e FILHO, João Freire (orgs). *Culturas Juvenis no século XXI*. São Paulo: Educ, 2008b.

MARTÍN-BARBERO, Jesus. As novas sensibilidades: entre urbanias e cidadanias. *Matrizes*, v. 1, n. 2, p. 207-215, 2008. Disponível em:

<<http://www.matrizes.usp.br/index.php/matrizes/article/viewFile/83/126>>. Acesso em: 07 maio. 2016.

MARTÍN-BARBERO, Jesus. *Dos Meios às Mediações: cultura, comunicação, hegemonia*. Rio de Janeiro: Ed UFRJ, 1987.

MISKOLCI, Richard. A gramática do armário: notas sobre segredos e mentiras em relações homoeróticas masculinas mediadas digitalmente. In: PELÚCIO, et al. (orgs) *Olhares plurais para o cotidiano: gênero, sexualidade e mídia*. São Paulo: Cultura Acadêmica, 2012.

MORIN, Edgar. *Ciência com consciência*, Rio de Janeiro: Bertrand, 2005.

MORIN, Edgar. *O paradigma perdido: a natureza humana*. Lisboa: Europa-América, 1995.

PEREIRA, Marcelo Richard; GURSKI, Rose. A adolescência generalizada como efeito do discurso do capitalista e da adultez erodida. *Psicologia e Sociedade*, v. 26, n. 2, p. 376-383, 2014. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/psoc/v26n2/a14v26n2.pdf>>. Acesso em: 18 ago. 2016.

ROCHA, Rosamaria Luíza de Melo. Políticas de visibilidade, juventude e culturas do consumo: um caso (de imagem) nacional. In: CONFERÊNCIA LUSÓFONA, 8, 2009, Lisboa. *Anais do 8º Congresso LUSOCOM*. Lisboa: Edições ULHT, 2012. Pp. 1-15. Disponível em:

<<http://conferencias.ulusofona.pt/index.php/lusocom/8lusocom09/paper/viewFile/95/73>>. Acesso em: 30 mar. 2016.

ROCHA, Rosamaria Luíza de Melo; TRANQUILIN-SILVA, Josefina de Fátima. Alteridade de gênero e deslocamentos de sentido como práticas feministas em rede: observações sobre a página “Moça, você é machista”. *Contracampo*, v. 35, n. 02, pp. 33-51, ago/nov., 2016. Disponível em: <<http://www.contracampo.uff.br/index.php/revista/article/view/934/pdf>>. Acesso em 04.jan.2017.

TRANQUILIN-SILVA, J. de F. *Obsessão, Cotidiano e Territórios de Ficcionalidade nos Folhetins de Nelson Rodrigues*. Dissertação de mestrado, Programa de Pós-Graduação em Ciências Sociais, PUC/SP, 1999.

TRANQUILIN-SILVA, J. de F. *O Erótico em Senhora do Destino: Recepção de Telenovela em Vila Pouca do Campo – Portugal*, Tese de doutorado, Programa de pós-Graduação em Ciências Sociais, PUC/SP, 2007.

TRANQUILIN-SILVA, J. de F. Como os jovens lidam com o erotismo? Narrativas eróticas juvenis nos ambientes digitais. In: COMUNICON, 2014, 4, 2014, São Paulo. 4º. *Congresso internacional em comunicação e consumo*. São Paulo: ESPM, 2014, pp s/p. Disponível em:

<http://www.espm.br/download/Anais_Comunicon_2014/gts/gt_cinco/GT05_TRANQUILIN.pdf>. Acesso em: 23 jun. de 2016.

TRANQUILIN-SILVA, Josefina. de Fátima. Sou Santa, Sou Puta, Sou filha da luta: Narrativas Juvenis em “Moça, você é machista”. In: COMUNICON 2015, 5, 2015, São Paulo. 5º. *Congresso internacional em comunicação e consumo*. São Paulo: ESPM, 2015, pp s/p. Disponível em: <http://anais-comunicon2015.espm.br/GTs/GT5/22_GT5_TRANQUILIN-SILVA_.pdf>. Acesso em 23.nov.2016.

TRANQUILIN-SILVA, Josefina. de Fátima. _Corpos falantes e rostos (in)visíveis: corpo, sexualidade e feminismo em “moça, você é machista”. In: *Rumores*, v. 10, n. 20, pp 234-255. Disponível em: <<http://www.revistas.usp.br/Rumores/article/view/116329/124272>>. Acesso em 23.nov.2016.

TRANQUILIN-SILVA, Josefina. de Fátima. Estética da montagem: visualidades e (in)visibilidades. In: COMUNICON 2016, São Paulo. 6º. *Congresso internacional em comunicação e consumo*. ESPM. Disponível em < http://anais-comunicon2016.espm.br/GTs/GTPOS/GT5/GT05-JOSEFINA_SILVA.pdf >

TRANQUILIN-SILVA, Josefina. de Fátima. O ativismo digital de Lorelay Fox: estética e performance de gênero. *Revista Comunicação, Mídia e Consumo*. São paulo, v. 14, n. 40, p. 25-44, maio/ago. 2017. Disponível em:

<http://revistacmc.espm.br/index.php/revistacmc/article/view/1316/pdf_1>. Acesso em 20 set. 2017.

SILVA, Armando. *Imaginários urbanos*. São Paulo: Perspectiva, 2001.

WILLIAMS, Raimond. *Cultura*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1992.

Abstract

The purpose of this article is to share the steps that made the construction of the images database and the use we made of it in order to, along with the ethnographic "listening", arrive at the analysis of the postdoctoral research, which had the Facebook page "Moça, você é machista" as methodological locus, discussing youth communication, technology and politics issues. Through the particularities of the page, we arrive at the comprehension of its "totality": "Moça" is a community of digital activism in favor of female empowerment, class independency, ethnicity and sexual orientation. It promotes actions against LGBTIQphobia and problematizes issues of transvestilities, transsexualities and transgenderities. This digital activism leads to the policies of identities and subjectivities, which provide actions of youth politicities.

Keywords

Ethnography. Images database. Digital gender activism. "Moça, você é machista"