

ALTERIDADE DE GÊNERO E DESLOCAMENTOS DE SENTIDO COMO PRÁTICAS FEMINISTAS EM REDE: OBSERVAÇÕES SOBRE A PÁGINA "MOÇA, VOCÊ É MACHISTA"

GENDER ALTERITY AND FEMINIST PRACTICES ON FACEBOOK PAGE "MOÇA, VOCÊ É MACHISTA"

Edição v.35
número 2 / 2016

Contracampo e-ISSN 2238-2577
Niterói (RJ), v. 35, n. 2
ago/2016-nov/2016

A Revista Contracampo é uma revista eletrônica do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal Fluminense e tem como objetivo contribuir para a reflexão crítica em torno do campo midiático, atuando como espaço de circulação da pesquisa e do pensamento acadêmico.

ROSE DE MELO ROCHA

Professora titular do PPGCOM-ESPM, bolsista Produtividade em Pesquisa CNPq, líder do grupo de pesquisa JUVENÁLIA (Culturas juvenis: comunicação, imagem política e consumo) e pesquisadora associada da CLACSO na área de Infâncias e Juventudes. Coordena a Coleção Comunicação e Consumo (Sulina/PPGCOM-ESPM). Doutora em Ciências da Comunicação (USP), tem pós-doutorado em Ciências Sociais/Antropologia (PUCSP). Brasil.

rlmrocha@uol.com.br

JOSEFINA TRANQUILIN SILVA

Professora da Universidade de Sorocaba (UNISO/SP) e membro do grupo de pesquisa JUVENÁLIA (Culturas juvenis: comunicação, imagem política e consumo). Doutora em Ciências Sociais/Antropologia (PUCSP), é pós-doutoranda em Comunicação e Práticas de Consumo (PPGCOM-ESPM), com bolsa FAPESP/CAPES (processo nº 2014/11551-0). Brasil.

tranquilinfina@gmail.com

AO CITAR ESTE ARTIGO, UTILIZE A SEGUINTE REFERÊNCIA:

ROCHA, Rose de Melo; TRANQUILIN, Josefina. Alteridade de gênero e deslocamentos de sentido como práticas feministas em rede: observações sobre a página "Moça, você é machista", **Contracampo**, Niterói, v. 35, n. 02, pp. 33-51, ago./nov., 2016.

Enviado em 15 de novembro de 2015 / Aceito em: 16 de agosto de 2016

DOI: <http://dx.doi.org/10.20505/contracampo.v35i2.934>

Resumo

O artigo analisa práticas feministas em rede, problematizando a natureza política e comunicacional de iniciativas desta ordem. Com foco em ações de protagonismo juvenil brasileiras, toma por lugar metodológico de indagação a página do Facebook "Moça, você é machista". Propõe que sua dimensão estética e tecnológica é indissociável das apropriações políticas juvenis operadas nestas ambiências digitais. Constata que "Moça" exerce seu ativismo em zonas de liminaridade: a crítica ao binômio de gênero, por meio de estratégias irônicas de desconstrução do machismo, convive com a progressiva inclusão de problematizações "trans", quando sugere que não é possível estabelecer categorias universalizantes do que é "ser mulher". Conclui-se que este exercício feminista dialoga, cada vez mais, com uma episteme "trans", promovendo ações políticas articuladas a um "que-fazer" cotidiano e autoral. Assim, o debate que enseja é um exercício narrativo e uma escuta de alteridades de gênero, que parte do estigma para desestabilizá-lo.

Palavras-chave

feminismo, alteridade de gênero, cultura digital, politicidade.

Abstract

This paper analyzes feminist technological practices, questioning it's political and communicative nature. Focusing on Brazilian youth leadership activities, takes as an methodological point of view the Facebook's page called "Lady, you're sexist". It argues that the aesthetic and technological dimension of this kind of practices is inseparable from youth political appropriations operated in digital ambiances. Notes that "Lady" has his activism in border zones: the critique of gender binomial through ironic strategies of deconstruction of patriarchalism, lives with the progressive inclusion of "trans" themes, when suggests that it is not possible to establish universalizing categories what is "being a woman". We conclude that this feminist exercise dialogues, increasingly, with a "trans" episteme, promoting a quotidian and authorial politic action. The debate promotes gender otherness, to destabilize stigmas.

Keywords

feminism, gender otherness; digital culture, politic.

Ironia e combates digitais: visibilizando uma causa e deslocando sentidos

Vamos refletir neste artigo sobre a emergência de práticas (trans) feministas em contextos digitais e, para tanto, privilegiamos iniciativas recentes protagonizadas e concebidas por jovens do Brasil. Escolhemos como base empírica que materializa tal objetivo uma página específica da rede social *Facebook*, intitulada “Moça, você é machista”. Esta comunidade foi concebida na cidade de Poços de Caldas (MG), em 2012. A iniciativa foi capitaneada por Victor e Erick Vasconcellos, irmãos gêmeos e transgêneros, e pela pedagoga Andréa Benetti, feminista e heterossexual¹. Segundo Victor Vasconcellos², “Moça” poderia hoje ser considerada uma das maiores comunidades feministas do país em atuação no *Facebook*. O impacto da página é confirmado por alguns de seus números: são mais de 500 mil “curtidas” na página como um todo e mais de 120 mil pessoas falando sobre ela.³ A página é o lugar a partir do qual indagaremos sobre realidades que, obviamente, não lhe são exclusivas.

Dialogando com resultados de pesquisas individuais em desenvolvimento (Rocha, 2013; Tranquilin-Silva, 2015), nos interessamos em especial por problematizar a natureza política e comunicacional expressa em iniciativas desta ordem, que se utiliza de recursos estéticos e tecnológicos como ferramentas nucleares de produção subjetiva e propagação narrativa. É também um pressuposto importante de nossa reflexão constatar a existência de uma constelação dialógica significativa entre páginas de cunho feminista ou, grosso modo, envolvidas no debate dos temas da sexualidade e das alteridades de gênero. Notada, por exemplo, na replicação entre pares de postagens, pode alcançar intercâmbios de caráter transnacional.

Se ainda pesa sobre o feminismo a pecha de ser um discurso *vitimista* (Badtinder, 2005) ou a desconfiança de sua extemporaneidade (“mas ainda há que se lutar contra o machismo?”), ações como as capitaneadas por “Moça” e, anteriormente, pela “Marcha das Vadias” (Beraldo, 2014) ou pelas polêmicas ativistas do “Femen” (Rocha e Beraldo, 2013), anunciam que não apenas a causa feminista compõe a agenda de recentes militâncias juvenis, mas atestam que esta militância veste-se de outras formas ou dispensa algumas roupagens tradicionais, deixando desacomodados conservadores de direita e

1 A página passa posteriormente a contar com três administradores, uma editora e uma moderadora.

2 Informações constantes de trocas de mensagens *inbox*, no dia 12 de outubro de 2015, entre Victor e e Tranquilin-Silva, coletadas como parte da pesquisa de campo desta autora (sempre com a autorização expressa dos entrevistados). Victor Vasconcellos afirma ser “Moça” a segunda maior *page* feminista do Brasil no *Facebook*. Ainda que ele não apresente números exatos que confirmem esta afirmação, aqui a registramos, a título de dado etnográfico, a ser posteriormente explorado.

3 Dados recolhidos em 13 de outubro de 2015.

de esquerda.

Estamos diante de uma manifestação cultural fronteiriça, de trânsito assumido entre o humor e a crítica social, entre a propaganda de causas feministas e a crítica à propagação midiaticizada de discursos patriarcais. Lidando com temas duros como a violência de gênero, a discriminação e o assassinato de mulheres e homens (heterossexuais, homossexuais ou transgêneros), denunciando a introjeção da ordem patriarcal e sua sinergia com a comunicação midiática, em suas várias expressões, “Moça” adota o caminho de uma ironia ácida e irreverente para defender suas causas. Há certa ludicidade em sua contundência discursiva, bem como o domínio e o trânsito estratégico por lógicas e imagens da cultura de massa, advindas em especial das linguagens do entretenimento e da cobertura política.

O caráter profundamente estético das subculturas vem sendo abordado de modo sistemático por autoras como Amaral (2005), para quem “as subculturas têm no estilo sua manifestação mais visível”, “embora seu conteúdo nem sempre esteja claro” (Amaral, 2005: 3). Ao longo das últimas décadas, une-se ao plano dos afetos, estilos e modos de vida contestadores – típicos de uma urbanidade de feitiço cosmopolita – a experiência irrevogável das tecnicidades, da digitalização e da audiovisualização da cultura. Se, há dez anos, Amaral notava como braço mais visível deste namoro experiências como a do *cyberpunk*, com o passar do tempo vamos observar que esta moradia tecnopolítica, com seus particulares regimes de gosto e compartilhamento de hábitos, é ocupada por um sem número de meninos e meninas que transitam pela digitalidade como por qualquer outro lugar.

Em alguns casos, como se pode depreender de alguns dos depoimentos que apresentaremos mais à frente, comunidades virtuais seriam, inclusive, muito mais acolhedoras à manifestação de identidades não-normativas do que as ruas das cidades de nosso país. Podem, ainda, funcionar como mediações potentes entre grupos transterritoriais ou igualmente prestar-se à ativação de encontros e parcerias que extrapolam o cotidiano das interfaces tecnológicas e chegam a fóruns presenciais.

Os ativistas de gênero e as (trans)feministas são uma destas ocupações singulares, fazendo uma política com e dos próprios corpos, em uma erótica discursiva que reconfigura os limites já esgarçados da seara política institucional. Neles enxergamos a atualização – inclusive em seu barroquismo – da cena cultural que encantara Walter Benjamin ao enunciar sua clássica concepção do sex-appeal do inorgânico (Benjamin, 2006: p.446; 1993: p.130). Ou seja, os corpos juvenis militantes que ocupam com sua irreverência as autopistas eletrônicas são subjetividades comunicacionais em presença, e é na e com a tecnologia que se autobiografam, bem como

coletivizam estes relatos.

Serrano Amaya (2004), ao etnografar concepções de vida e morte de jovens bogotanos, percebeu que elas tomavam parte de um tipo de prática existencial-discursiva que se assemelha às expressividades protagonizadas pelos criadores e administradores de “Moça”. Amaya identifica a forte recorrência a formas e conteúdos midiáticos na estruturação das falas de seus jovens entrevistados quando convocados a descrever suas expectativas e frustrações, seus desejos e desencantos. Nesta “experiência reflexiva do eu” (Amaya, 2004: 81) os consumos culturais operam nas narrativas juvenis “como (...) sistemas expertos aos quais se recorre não apenas para (...) fazer uma predição ou suposição, mas para representar a si mesmo e aos outros” (Amaya, 2004: 82; tradução nossa).

Desenvolvendo este ponto de vista, o autor mostra que em processos de recepção ativa de produtos culturais constrói-se uma verdadeira rede ou estoque de representações que são utilizadas pelos jovens para dar conta, por exemplo, de sua relação com a vida e a morte ou, no caso que investigamos, de suas concepções sobre gênero, sexualidade e ação política. Ou seja, os objetos do consumo cultural não são apenas tema das narrativas, mas a chave que os autores utilizam para narrar-se.

No caso de “Moça”, a apropriação de narrativas midiáticas (de revistas de celebridades, da publicidade, do jornalismo) atende a este recurso autobiográfico, em uma prática de subjetivação que se vale dos *sistemas expertos*, mas os utiliza na contramão de sua “produtividade programada” (Machado, 1993), seja invertendo os sentidos originalmente objetivados pela comunicação, valendo-se de sua ambiguidade ou ambivalência, seja explorando o potencial dramático de outras.

É importante insistir no discernimento entre ações comunicacionais espontâneas e/ou “irrefletidas” daquelas que associamos a espaços como o de “Moça”. Um grande desafio para os estudos das novas práticas (trans) feministas em rede é justamente localizar a sua *politicidade*. Como insistimos em outros trabalhos pode-se falar em politicidade quando a ação implica o exercício deliberado e consciente que, partindo do cotidiano, volta-se à contestação e/ou transformação de realidades simbólicas, econômicas, sociais.

É interessante recorrer neste ponto de nosso argumento às observações de Perea (1998) quando aponta que, há mais de uma década, jovens latinoamericanos têm não só manifestado sua insatisfação com a política tradicional, mas também se mostram capazes de recuperar criticamente os imaginários sociais a ela associados. Segundo propõe, juntamente ao descrédito em relação às instituições, nota-se o aparecimento de novas

formas de se construir identidades coletivas, que o pesquisador associa exatamente ao plano das expressividades (Perea, 1998) e que nós vinculamos às politicidades. Neste fazer político cotidiano, narrativo e performativo, “o corpo é elemento mediador e lugar de enunciação de uma nova politicidade, de um modo de ocupar e dar sentido ao espaço público e de construir uma cidadania cultural mais além da de direito” (CERBINO, 2005; tradução nossa).

Machismo, patriarcado, desigualdade de acesso ou explícita exclusão social, misoginia, sexismo, violência simbólica, agressão sexual, violação, feminicídio. Não se trata de figuras de linguagem, mas de realidades experimentadas com frequência por inúmeras mulheres brasileiras. A existência de vínculos afetivos entre algozes e vítimas da violência a torna ainda mais aterradora, construindo uma tessitura de vulnerabilidade extrema que muitas vezes escapa à percepção imediata. Isto porque a violência contra mulheres, ao que nos fazem suspeitar alguns dados, se reveste de invisibilidade ou, ainda, se contamina de modo não menos preocupante por algumas das hipervisibilidades (sexualização das presenças públicas; supererotização e fragilização das presenças midiáticas, por exemplo) das quais voluntária ou involuntariamente participam corpos e existências femininas.

Referindo-se a agressões de que foram vítimas, 48% das mulheres agredidas declaram que a violência aconteceu em sua própria residência (PNAD/IBGE, 2009). Por sua vez, pesquisa de 2014 realizada pelo Instituto Avon em parceria com o Data Popular, mostra que três a cada cinco mulheres jovens entrevistadas afirmam já ter sofrido violência em relacionamentos. Balanço resultante dos atendimentos realizados, também em 2014, pela Central de Atendimento à Mulher (Secretaria de Políticas para as Mulheres da Presidência da República), indica que 43% das mulheres em situação de violência sofrem agressões diariamente, sendo que para 35%, a agressão é semanal.

Uma atualização do Mapa da Violência 2012, divulgada pelo Instituto Sangari, mostra que o número de mortes ocorridas entre 1980 e 2010 passou de 1.353 para 4.465, representando um aumento de 230%. Já o Mapa da Violência 2013: Homicídios e Juventude no Brasil revela que, de 2001 a 2011, o índice de homicídios de mulheres aumentou 17,2%, com a morte de mais de 48 mil brasileiras nesse período. Só em 2011 mais de 4,5 mil mulheres foram assassinadas no país. Dados da OMS (Organização Mundial da Saúde) e do IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística) revelam que o Brasil é o sétimo no ranking mundial de assassinatos de mulheres, com uma taxa

de 4,4 homicídios em 100 mil mulheres⁴.

Escrevendo sobre contextos limítrofes, aquele dos feminicídios em Ciudad Juárez, no México, Valenzuela (2012) detalha a natureza dos acordos tácitos que unem o feminicídio à ordem patriarcal:

O feminicídio pode persistir apenas se existe uma ordem patriarcal que o protege e uma forte incapacidade ou cumplicidade do Estado. O patriarcado alude a relações estruturadas de poder e funciona como sistema de classificação social a partir da relação sexo-gênero, ademais, (re)produz condições de diferença, desigualdade e subalternidade entre homens e mulheres inscritos em processos institucionalizados que naturalizam a desigualdade e o uso da violência contra as mulheres. (Valenzuela, 2012: 52; tradução nossa).

À existência deste tipo de vínculo identificamos outros. De um lado, nota-se em inúmeras discursividades midiáticas o evidente reforço a lógicas dominantes de gênero – o binarismo e a subalternização –, ainda que, como tem proposto Postinguel (2015), já venham ganhando visibilidade, por exemplo, representações homoafetivas ou de “outras masculinidades” em narrativas hegemônicas do consumo. De outro, a ocupação dos espaços e fóruns digitais é cada vez mais reconhecida como parte fundamental das políticas de visibilidade encampadas por jovens mulheres e seus coletivos, reconhecendo-se esta visibilidade como condição primordial de cidadania. Como apontado por Beraldo (2014) ao estudar as práticas políticas da “Marcha das Vadias”, na cidade de São Paulo, os perfis e páginas do Facebook, por exemplo, vão funcionar como lócus de ações comunicacionais que se contrapõem à visibilidade obtida junto à mídia de massa.

Se o espaço doméstico prevalece como lugar por excelência da consumação de atos de violência física contra a mulher, sejam eles antecedidos ou acompanhados de agressão verbal, o lastro simbólico que participa das tentativas de disciplinar os modos de presença femininos nos espaços públicos não é desprovido de impacto na manutenção de componentes de vulnerabilidade que ainda orquestram a objetificação/colonização do corpo feminino. Em direção similar, a agenda prescritiva se sustenta em narrativas e representações midiáticas, temática abordada em estudos comunicacionais brasileiros, do precursor trabalho de Buitoni (2009) às recentes investigações coordenadas por Escostesguy (2012).

4 Informações compiladas em <http://www.compromissoeatitude.org.br/dados-nacionais-sobre-violencia-contra-a-mulher/> (Último acesso em 13 de outubro de 2015). A campanha “**Compromisso e Atitude pela Lei Maria da Penha – A lei é mais forte**” é resultado da cooperação entre o Poder Judiciário, o Ministério Público, a Defensoria Pública e o Governo Federal, por meio da Secretaria de Políticas para as Mulheres da Presidência da República e o Ministério da Justiça. Tem como objetivo unir e fortalecer os esforços nos âmbitos municipal, estadual e federal para dar celeridade aos julgamentos dos casos de violência contra as mulheres e garantir a correta aplicação da Lei Maria da Penha. Fonte: www.compromissoeatitude.org.br (Acessado em 13 de outubro de 2015).

Não há uma linha suficientemente firme a separar a abordagem que se supõe elogiosa de uma “cantada” ostensiva nas ruas da cidade – encobrendo a sexualização compulsória do corpo feminino – da utilização instrumental explícita manifesta no estupro, eufemisticamente denominado em algumas matérias jornalísticas de “sexo não consentido”. Os sentidos e implicações da manutenção do preconceito de gênero e a urgência de seu enfrentamento vêm mobilizando, com ênfase na última década, coletivos, grupos e jovens brasileiras.

Podemos identificar um marco relevante na recente visibilização deste que alguns chamam um “novo feminismo”, os mais descrentes identificam como um “feminismo de Facebook” e os detratores já classificaram de “ativismo sexy”⁵. Referimo-nos aqui à repercussão alcançada pela já citada “Marcha das Vadias”, que desde seu primeiro protesto, em 2011, na cidade canadense de Toronto, ganhou dimensão e alcance internacionais. Diversamente das *neo-Cicciolinas* do Femen com seu lema “sextremista” – invariavelmente louras, magras, maquiadas, adornadas de flores e muito ciosas de seu bom desempenho midiático, em impacto político ou efeito estético –, as “Vadias”, além da proposta de horizontalidade na gestão do grupo, exibem em suas marchas corpos os mais diversos, geracional e fisicamente falando. Todavia, como não é de estranhar, as representações que recebem nos meios de comunicação hegemônicos, insistem em retratar as mais jovens e mais belas, suplantando qualquer das bandeiras levantadas pela emissão de enunciados monocórdios: “apesar do frio manifestantes fazem *topless*”; “mulheres tiram a roupa para protestar contra violência”, dentre outros semelhantes.

Recolocando a pauta feminista na agenda dos setores juvenis e apresentando uma nova concepção do fazer político, a linhagem ativista à qual pertence “Moça” une humor, linguagens artísticas (como o design e a performance), tecnicidades (de notebooks, celulares à transmissão ao vivo) e ação política. Tais composições têm nos permitido falar em uma moderna tradição política (Rocha, 2015) característica de atores juvenis da contemporaneidade. De conformação globalmente compartilhada, e com tintas locais evidentes, este novo perfil de manifestação pública (seja nas ruas, seja nas ambiências digitais) já fora observado, em 2008, por Aguilera, quando analisou as ações dos secundaristas chilenos conhecidos como os “pinguinos”:

A informação e a comunicação se transformam em um novo lugar de conflito constituinte de ações coletivas, ao passar por

⁵ Em um efeito quase humorístico encontramos no site do provedor UOL um teste que pode ajudar o interessado em verificar se é feminista. Descubra se sim ou não em dez perguntas, esta é a proposta.

estes ditos processos/espacos as possibilidades de disputar e mudar os códigos de leitura do social assim como insumos fundamentais para a construção de projetos políticos coletivos (...). [Em um] contexto de alta densidade informacional emergem as vinculações com as novas tecnologias, com buscar informação e difundi-la através da Internet, as páginas de contrainformação assim como a possibilidade de entender que *a própria prática comunicacional se transforme em um novo modo de grupalidade* (Aguilera, 2008: 342; tradução e grifo nossos).

Ação política fundada nos afetos, páginas como “Moça” participam daquilo que Appadurai (1999) chama a nova economia cultural global, “que não pode ser mais interpretada em termos dos modelos de centro e periferia existentes” (Appadurai, 1999: 312). E, antevendo o que atualmente é límpido, propõe que a “complexidade da atual economia global tem algo a ver com certas disjunções fundamentais entre a economia, a cultura e a política que mal começamos a teorizar” (Appadurai, 1999: 312).

Afasto-me da internet, mas não da militância: um pouco mais sobre “Moça, você é machista”

Para Victor Vasconcellos, “Moça, Você é Machista” tem dois grandes objetivos: o primeiro, e o mais importante deles, é demonstrar o mundo machista que vivemos e o quanto as mulheres reforçam esse machismo. O segundo é o diálogo com o mundo LGBT. Quando observamos com regularidade a página notamos que as postagens relacionadas ao tema do machismo sobressaem às demais.

Uma página como esta obviamente causa certo grau de incômodo, chegando a provocar reações extremadas, na esteira de inúmeros ataques de ódio e manifestações de intolerância ou reacionarismo que frequentemente ocupam as redes sociais⁶. Foi assim, por exemplo, que um grupo de pessoas invadiu-a e conseguiu “derrubá-la” por mais de dois meses⁷. Segundo Andréa Benetti, em entrevista ao Portal G1⁸, “eu era atacada com ameaças de estupro, meu marido com frases e comportamentos racistas. (...) Eu tive que ficar um tempo afastada da internet, mas nunca da militância”.

Existe na página uma dinâmica muito simples, porém competente, de

6 Sobre este tema ver Santos Júnior (2014).

7 Esse processo foi acompanhado pela pesquisadora Tranquilin-Silva, inclusive denunciando a invasão.

8 Em <http://g1.globo.com/mg/sul-de-minas/noticia/2015/03/moca-voce-e-machista-trans-criam-maior-pagina-feminista-do-pais.html> (Acesso em 09.03.2015).

promover seus conteúdos: diariamente ocorrem de 4 a 6 postagens, tendo a imagem como o elemento principal da comunicação. Muitas vezes, essas imagens se mesclam ao *slogan* “Moça, você é Machista”, que dá o nome à página, ou a uma frase com o mesmo efeito. Sua linguagem visual parodia em algumas comunicações a peças clássicas da comunicação publicitária e da propaganda dos anos 40 e 50. Isso pode ser observado na foto do perfil, assim como em outras tantas – que podem ser vistas nas sessões “fotos” e “álbum”. Quando questionado⁹ sobre o porquê da escolha daquela foto em específico para o perfil de “Moça”, Victor Vasconcellos afirma que isto se deu

por causa da leveza e do cinismo que existe nela (...) usamos sempre fotos desse tipo porque já tínhamos outra página – eu e meu irmão –, que tratava do mesmo tema, mas os posts eram mais sérios, mais intelectualizados... daí percebemos que não atingíamos o público que queríamos atingir e resolvemos utilizar uma linguagem curta, rápida e com humor... por isso que a gente sempre busca essas imagens... e deu certo. (VASCONCELLOS, 2015)

Partindo do pressuposto de que “a publicidade é um dos artefatos que estão inseridos em um conjunto de instâncias culturais e como tal funciona como mecanismo de representação, ao mesmo tempo em que opera como constituidora de identidades culturais” (Sabat, 2001: 20), é interessante pensar nas apropriações que os administradores fazem de imagens publicitárias dos anos 40 e 50, época em que à mulher “de bem” é reservado o espaço do lar, do mundo privado, contrapondo-se à estética da provocação e da sensualidade que será posta em circulação pelo cinema hollywoodiano. Na década seguinte (anos 60) é comercializada a pílula anticoncepcional que, para Preciado (2014), “opera desde o princípio como uma técnica não de controle da reprodução, mas sim, e sobretudo, de produção e de purificação da raça”, prática eugenista que se associa à separação dos sexos e ao controle dos gêneros (Preciado, 2014:143; tradução nossa).

Nesse sentido, as fotos publicitárias voltadas à promoção do consumo de produtos para as mulheres podem ser vistas como “práticas reguladoras da formação e da distinção de gênero” (Butler, 2015: 17). Portanto, essas imagens publicitárias, em seus formatos mais tradicionais e em sua intenção persuasiva, seriam modelares, exemplares, apresentando padrões, modelos de feminino a serem seguidos, assim como o fazem as matrizes heterossexuais.

Porém, “Moça” utiliza-se das fotos publicitárias – sempre em forma

⁹ Vale ressaltar que desde início de 2014 Tranquilin-Silva está em contato constante com Victor Vasconcellos por meio de trocas de mensagens *inbox*. Portanto, os depoimentos de Vasconcellos que fazem parte deste artigo foram coletados a partir de trocas ocorridas entre a pesquisadora e Victor, em seu perfil particular. Respeitou-se aqui um desejo do próprio entrevistado, já que foi por esta plataforma que ele se dispôs a manter o contato.

de paródia – para propor justamente a quebra desse padrão. Como bem salienta Louro (2008), uma “matriz heterossexual delimita padrões a serem seguidos e (...) fornece a pauta para as transgressões”. É em referência ela que se fazem não apenas os corpos que se conformam às regras de gênero e sexuais, mas também os corpos que as subvertem” (Louro, 2008: 17). É com a proposta de subversão que “Moça” utiliza-se das narrativas publicitárias. Talvez “Moça” confirme a percepção de Lipovetsky (2000) quando defende que “é o corpo e a sua manutenção que mobilizam cada vez mais paixões e a energia estética feminina” (Lipovetsky, 2000: 11) e, justamente por isso, se aproprie dessas imagens para promover as inquietações sobre o machismo e o empoderamento feminino.

Este tipo de humor está presente em “Moça” também em imagens advindas de outros produtos midiáticos, por exemplo, aquelas que se encontram na telenovela ou em telejornais; nos quadrinhos ou tirinhas já publicados em outros perfis do Facebook; nas frases retiradas de outros veículos de comunicação – como jornais, grafites ou pichações dos muros das cidades etc. Porém, outras publicações se fazem sem a utilização da paródia, em um estilo mais de denúncia contra o machismo ou favor do feminismo como, por exemplo, no caso de postagem advinda do perfil “[Católicas pelo Direito de Decidir](#)”: Quem precisa de perdão são aqueles que não enxergam a morte das mulheres que abortam... #PELAVIDADASMULHERES #ABORTOLEGAL¹⁰.

Igualmente compõem a página textos escritos. Porém são os conteúdos menos postados e os mais críticos, sugerindo a necessidade de uma reflexão mais demorada. É o caso de “O brinquedo e o gênero”, postado em 12 de outubro de 2015, assinado por Andrea Benetti, também administradora da página¹¹, que discute a desigualdade de gênero e o machismo que permeariam as produções dos brinquedos. Para esta reflexão a autora utiliza livros e textos de Judith Butler, Tizuko M. Kishimoto, Guacira Lopes Louro e Kathryn Woodward.

No que tange à interação entre “Moça” e seus seguidores observamos que as postagens são fechadas aos seguidores, ou seja, são feitas exclusivamente pelos administradores. Pode ocorrer que os seguidores sejam convidados a participar de alguns conteúdos, mas, mesmo assim, esse conteúdo é direcionado para o *inbox* e passa pela “supervisão” e seleção pelos administradores daquilo que será postado. Outro dado interessante é que dificilmente ocorre interação da página com os comentários dos seguidores aos *posts* feitos.

10 Postado em 28/09/2015. <https://www.facebook.com/MocaVoceEMachista/photos/pb.346411042118549.-2207520000.1444743446./885776414848673/?type=3&theater> (Acessado em 13/10/2015).

11 <https://www.facebook.com/MocaVoceEMachista/posts/891547437604904> (Acessado em 13/10/2015).

Questionado sobre as razões de isto se dar desta forma, Victor ponderou:

então, a gente curte alguns comentários, mas é raro, mais por falta de tempo mesmo. No caso “comentar” depende muito de quem está moderando a page, às vezes eu respondo o pessoal, mas da minha parte é raro. A Andrea e a Samantha (nova moderadora da page) quando podem respondem. Mas às vezes é estratégico sim. É mais para o pessoal debater mesmo. Mas, comentários preconceituosos nós banimos. (VASCONCELLOS, 2015)¹²

Além do sucesso obtido em termos de sua repercussão digital, a página chama a atenção por promover inversões interessantes. Em primeiro lugar, assume como lugar inicial de fala uma convocação dirigida não a homens, mas às próprias mulheres, estas que podem “ser machistas”. Em segundo lugar é administrada por dois homens. Em terceiro lugar, estes homens são jovens transgênero.

Partindo de uma crítica tanto à introjeção irrefletida quanto à ostentação de discursos machistas, “Moça” é uma iniciativa político-comunicacional que coloca em circulação imagens e imaginários sobre igualdade de gênero e enfrentamento ao patriarcado. De um ponto de vista antropológico, a página contempla uma dupla territorialidade, tecnológica e simbólica. Silva (2001), desenvolvendo conceito similar, concebe o território não apenas como espaço físico, mas também como exercício narrativo. Ele propõe que “um território como marca de pessoas ou grupos pode ser denominado e percorrido física e mentalmente; necessita, portanto, de operações linguísticas e visuais entre seus principais apoios de representação” (Silva, 2001: 24).

Nesta direção, o território extrapola o espaço físico e adentra o plano do imaginário. Com o intuito de analisar o território urbano imaginado pelos sujeitos, o autor propõe então o “surgimento de uma ‘cartografia simbólica’, equiparando-se com a física e que deverá ocupar-se do levantamento dos croquis” (Silva, 2001: 24). E o que seriam os croquis? O seu destino “é representar tão somente limites evocativos ou metafóricos, aqueles de um território que não admite pontos precisos de corte, por sua expressão de sentimentos coletivos ou de profunda subjetividade social” (Silva, 2001: 24).

Ambientes digitais acionados como arena audiovisual de engajamento político podem ser considerados territórios. Afinal, se ali existem “mapas” – “cartografia física” dada pela tecnologia – também se encontram “croquis” – “cartografia simbólica” e historicamente contingente, composta por sentimentos coletivamente partilhados e/ou pelo trânsito de subjetividades.

12 Redação que reproduz literalmente a formulação de Victor Vasconcellos.

Nesse sentido, territórios digitais permitem que jovens compartilhem ideias, desejos e afetos. No caso estudado, aqueles relacionados a variados temas que giram em torno dos gêneros e das sexualidades, (re)construindo subjetividades, expressando politicidades, politizando expressividades estéticas e manejando competências comunicativas. Como em um grande laboratório, o ato comunicativo, os exercícios criativos e a situação intensa de troca – como o comprovam o número expressivo de comentários e compartilhamento das postagens – ativam experimentações existenciais e potencializam a interlocução.

Cartografias simbólicas em “Moça, você é machista”

Como estratégia de aproximação do cabedal imaginário e ideológico acionado pela página, tomamos por pista inicial a recorrência temática de postagens ali coletadas¹³. Observamos que a grande temática é, obviamente, “gênero”, porém várias outras giram em torno desse tema maior: empoderamento do corpo feminino, violência de gênero, cultura do estupro, mulher e mercado de trabalho, publicidade e mulher, etc. Portanto, a relação entre sexo-gênero-sexualidade se faz presente em grande medida. Para este artigo direcionamos nossa análise aos elementos relacionados à temática de gênero e à relação sexo-gênero-sexualidade.

Partimos do pressuposto de que todo o material disposto na página possui um forte caráter autoral, além de dialogar com outras narrativas autobiográficas, aí incluídas aquelas dos e das receptoras presumidas. Ou seja, não se encontram ali representações *sobre* os jovens feitas por outros sujeitos de discurso. O acervo de “Moça” é formado por representações imagéticas que os próprios jovens administradores elaboram ou voluntariamente selecionam. Trata-se, portanto, de narrativas que elaboram de si mesmos, do outro e do mundo em que vivem.

Parte predominante da produção imagética da página (aí se incluindo imagens visuais, recursos gráficos, textos) e das subjetividades que a partir dela se engendram estabelecem diálogos diretos com a desnaturalização de formas discursivas patriarcais e daquilo que autores como Butler (2015) associam à patologização historicamente construída de todos os

¹³ O período de acompanhamento sistemático da página por Tranquilin-Silva foi de março a junho de 2015, resultando na montagem de um banco temático de dados. A coleta de imagens e comentários aos *posts* estendeu-se até outubro do mesmo ano.

comportamentos que escapam à normatividade binária de gênero, um sistema que “encerra implicitamente a crença numa relação mimética entre gênero e sexo, na qual o gênero reflete o sexo ou é por ele restrito” (Butler, 2015: 26). A filósofa assegura que “se tornou impossível separar a noção de ‘gênero’ das interseções políticas e culturais em que invariavelmente ela é produzida e mantida” (Butler, 2015: 21). Aliás, para a autora, nem as feministas e nem o movimento feminista conseguiram questionar este aspecto, apesar de avançarem em vários outros.

Preciado (2014) radicalizando a análise em relação aos fundamentos e implicações da relação construída entre gênero, política, mercado e cultura argumenta que vivemos hoje em uma sociedade farmacopornográfica, ou seja, uma sociedade onde as relações econômicas são definidas pelos fármacos que regem, controlam ou subvertem a sexualidade. O controle é quente, pop, atuando dentro dos corpos. Diz Preciado:

A formação da sociedade farmacopornográfica se caracteriza pelo surgimento, em meados do século XX, de duas forças de produção da subjetividade sexual: por um lado, o vimos, a introdução da noção de ‘gênero’ como dispositivo técnico, visual e performativo de sexuação do corpo, e a reorganização do sistema médico-jurídico, educativo e mediático que até então articulava as noções de normalidade e perversão em torno da díade heterossexualidade/homossexualidade e que, a partir de agora, contemplará a possibilidade de modificar tecnicamente o corpo do indivíduo para ‘fabricar uma alma’ (Foucault, 1976) masculina ou feminina. Por outro lado, assistimos à progressiva infiltração das técnicas de controle social do sistema antiquado disciplinar dentro do corpo individual. (PRECIADO, 2014: 146; tradução nossa)

Algumas das representações encontradas em “Moça” jogam de forma irônica com a lógica sexo-gênero-sexualidade, como se nota nas figuras reproduzidas abaixo:



Figura 1



Figura 2

Analisando estas imagens, percebemos que possuem semelhanças, deslocando e invertendo categorias socioculturais e preconceitos de gênero. Quando nos atentamos às figuras observamos que retratam homens jovens e belos, ao menos em termos convencionais. A se considerar repertórios presumidos, podemos imaginar que os leitores dominem a informação de que se trata de “celebridades”. Na composição da primeira aparece Caio Castro – ator “global” e garoto propaganda de algumas marcas –, bastante conhecido por adolescentes e jovens consumidores de telenovelas, seriados e outros produtos do entretenimento de massa. É esse o recurso que detona as críticas ao universo machista. Na figura 2, a imagem é de Fiuk – cantor e

ator, filho do conhecido cantor Fabio Junior, também garoto propaganda de algumas marcas.

Percebemos que a sequência sexo-gênero-sexualidade é transgredida com irreverência, no momento em que se transferem para os homens retratados estigmas e preconceitos tradicionalmente atribuídos a mulheres. Os “comentários” postados¹⁴ na referência a estas imagens são significativos. Na relação com a figura 1, a maioria remete à compreensão dos deslocamentos de sentido propostos. É o que nota na fala de KP (mulher), que diz “mas eu nao levo serio esses caras que tao sem camiseta mesmo nao kkk se nao for amigo, eu nem aceito no facebook...parece ate que ta desesperado por atenção”, ou em LA (homem), “por mim tirava foto pelado”. A ironia segue em YM (mulher) com “Omi, se valorize, seja de família ou ninguém vai querer casar com vc”, em CM (mulher) com “até pq ngm gosta de homem rodado!” e em M (homem), com “e depois ainda quer ser respeitado. Se quer ser respeitado, se dê ao respeito” ou com NR (mulher), ao postar “fica com todo mundo e ainda fala que quer namorar. Tudo putó!”, ganhando forma mais crítica em AC (mulher) com “o mascu so sabe o quão ridículo é o próprio discurso qnd você o usa contra ele”.

Quando analisamos os comentários sobre a figura 2¹⁵, vemos que essa forma de humor também pode gerar certos embates entre os jovens seguidores. Um comentário – e seus desdobramentos – chama-nos a atenção, ao se posicionar contra o conteúdo apresentado: “Com esses homens não existe feminismo neh? Ai o assédio pode neh? Vc são um bando de incompetentes, vão lavar uma louça, aprenda a ser mulher de verdade, vcs são uma merda para a sociedade, esse movimento feminista é um lixo, diretos pra mulher sim! Superioridade? Só se for no seu ... (JD/homem).

Sete respostas são colocadas a partir deste post: “Não entendo porque uma pessoa cita igualdade num discurso xinga e tenta ofender uma coisa tão... batida, como mandar a mulher lavar louça (marca do machismo). De boas. Isso ai foi ironia (...) uma comparação irônica de uma coisa simples que o homem ‘pode fazer e a mulher não’ Onde você viu superioridade ai?” (KC/mulher).; “nossa cara, como vc é burro. Que loucura...” (MR/homem); “Você fala merda assim naturalmente ou fez curso?” (DM/mulher); “Curso com sua mãe e com vc msm no quarto DM” (JD/homem; autor do comentário que gerou as respostas); “A academia quer saber o seu CPF pra gente poder te entregar o seu troféu de opnião babaca e mimimi do ano. Pode enviar pra gente?” (VH/mulher).

14 No dia 24 de agosto de 2015 esse conteúdo contava com 4.788 curtidas e 585 compartilhamentos.

15 Conteúdo postado no dia 26 de agosto de 2015. Até o dia 13 de outubro de 2015, contava com 3.324 curtidas e 205 compartilhamentos.

Estes comentários nos apontam alguns caminhos que aqui brevemente sintetizamos. Nas duas pontuações de JD, tenha ele entendido ou não a ironia da postagem, fica claro que existe uma adesão discursiva que reitera a relação binária de gênero. As suas concepções do que, grosso modo, sejam um homem ou uma mulher, são autorreferentes e endógenas, ou seja, ocorrem no interior desta estrutura binária. Dessa forma, mesmo deslocando e invertendo categorias socioculturais e preconceitos de gênero, “Moça” contempla a “suposta universalidade e unidade do sujeito do feminismo”, proposições sugeridas por Butler (2015:23). Ou seja, a página nos informa que essas suposições “são de fato minadas pelas restrições do discurso representacional em que funcionam” (idem). Ou, como também advertira Butler (ibidem), “(...) a insistência prematura num sujeito estável do feminismo, compreendido como uma categoria uma das mulheres, gera, inevitavelmente, múltiplas recusas a aceitar essa categoria”.

Interessante perceber que os demais comentários são baseados na crítica à falta de entendimento da ironia do conteúdo, e não diretamente enfocam as discussões a respeito do embate de gênero. Assim, independentemente das manifestações contra ou a favor do conteúdo, fica claro que alguns desses jovens parecem ainda responder ao referido sistema binário.

E seria objetivo de “Moça” a quebra deste binômio? Ao navegarmos neste território digital reitera-se claramente que a intenção de ser uma página de ativismo feminista e com isso promover o empoderamento da mulher. Na concepção de Victor, um dos criadores da página,

tb [sic] problematizamos a sexualidade das pessoas trans. Por exemplo, mulheres trans tb [sic] são sujeitos do feminismo... mas, **o foco é através do empoderamento do feminino lutar contra o machismo...** as questões trans entram mais como problematizações que como ativismo.” (grifo nosso; VASCONCELLOS em depoimento a Josefina Tranquilin-Silva, 2015)

Esta argumentação nos mostra que “Moça” exerce seu ativismo em zonas de limiaridade: a crítica ao binômio de gênero, por meio de estratégias irônicas de desconstrução do machismo, convive com a progressiva inclusão de problematizações “trans”, quando sugere que não é possível estabelecer categorias universalizantes do que é “ser mulher”. Conclui-se que este exercício feminista dialoga, cada vez mais, com um lugar “trans”, promovendo uma ação política articulada a um “que-fazer” cotidiano e autoral. Assim, o debate que enseja é uma prática narrativa e de escuta das alteridades de gênero, que parte do estigma para desestabilizá-lo.

Por um lado, ainda que se ensejem em “Moça” conteúdos que deslocam

os sentidos de representações hegemônicas do feminino para ordens visuais que se podem associar a masculinidades – como nas imagens analisadas neste artigo – e exista um sem número de debates nos quais se rechaça explicitamente o machismo e o sexismo, parte de seu espectro de receptores transita ainda com timidez para além do que Louro (2008) denomina ser a “consagrada (...) sequência sexo-gênero-sexualidade” (Louro, 2008, 18).

Nesse sentido, o que observamos é que a linguagem utilizada nesta inter-relação comunicacional juvenil é composta por usos e apropriações de conteúdos advindos das estratégias do poder, mas que, a partir das táticas juvenis (o humor, as inversões visuais, a ironia) e da própria configuração subjetiva de alguns de seus atores-autores (homens trans feministas), constrói narratividades que questionam a manutenção da ordem patriarcal, o domínio “cis” de gênero, as políticas dicotômicas de identidade. Por outro lado, ao incluir paulatinamente questões trans – que pode ser as transvestilidades, transexualidades e transgeneridades – e quando considera as transmulheres e os transhomens como sujeitos potenciais do feminismo, já nos indica que ali existe um olhar para o feminismo que é da ordem da alteridade, do combinatório, do plástico e do idiossincrático.

Discutindo como é complexa a noção de igualdade na qual se funda o pluralismo, Walzer (2003) é um pensador da justiça que nos auxilia em uma compreensão mais matizada das politicidades tecidas em “Moça”, ultrapassando análises um tanto restritivas e de expectativa bastante radical. A página, em sua militância antipatriarcal e na luta pela alteridade de gênero, não parece de fato interessada em falar para um “nós mesmos, os iguais”. Antes, tolerando a diversidade e promovendo o debate deste “todos nós, os iguais e os diferentes”, talvez, possivelmente, esteja se aproximando de uma política da pluralidade. Menos monolítica. Menos grandiosa. Mais próxima de exercícios humanistas de subjetivação. Mais próxima de uma comunicação que promova a ética da alteridade e não a estética do dissenso.

Referências bibliográficas

AGUILERA, Oscar. **Movidas, movilizaciones y movimientos**. Cultura política y políticas de las culturas juveniles en el Chile de hoy. Barcelona, 2008. Tese (Doutorado em Antropologia Social) - Universitat Autònoma de Barcelona, 2008.

AMARAL, Adriana. Uma breve introdução à subcultura cyberpunk. **E-compós**, agosto de 2005, p. 2-22.

AMAYA, José Fernando Serrano. **Menos querer más de la vida**. Concepciones de vida y muerte en jóvenes urbanos. Bogotá, DIUC y Siglo del Hombre Editores, 2004.

APPADURAI, Arjun. Disjunção e diferença na economia cultural global. In. FEATHERSTONE, Mike. **Cultura global**. Petrópolis, Vozes, 1999.

BADTINDER, Elisabeth. **Rumo Equivocado**. Rio de Janeiro, Civilização Brasileira, 2005.

BENJAMIN, Walter. **Passagens**. São Paulo, Imprensa Oficial/Belo Horizonte, Ed. da UFMG, 2006.

BENJAMIN, Walter. **Das Passagen-Werk**. Frankfurt, Suhrkamp, 1993.

BERALDO, Beatriz. **Por saias e causas justas**. Feminismo, comunicação e consumo na Marcha das Vadias. São Paulo, 2014. Dissertação (Mestrado em Comunicação) - Programa de Pós-graduação em Comunicação e Práticas de Consumo (PPGCOM-ESPM), 2014.

BUITONI, Dulcília. **Mulher de Papel: a Representação da Mulher pela Imprensa Feminina Brasileira**. São Paulo, Summus, 2009.

BUTLER, Judith. **Problemas de gênero: feminismo e subversão da identidade**. Rio de Janeiro, Civilização Brasileira, 2003.

CERBINO, Mauro. Movimientos y máquinas de guerra juveniles, in **Nómadas**. Bogotá, pp. 112-121, 2005.

ESCOSTEGUY, A. C; SIFUENTES, L; SILVEIRA, B; OLIVEIRA, J. C.; BRAUN, H. G. Mídia e identidade de mulheres destituídas: uma discussão metodológica. **Galáxia** (São Paulo, Online), n. 23, p. 153-164, jun. 2012.

LIPOVETSKY, Gilles. **A terceira mulher: Permanência e revolução do Feminino**. São Paulo, Companhia das Letras, 2000.

LOURO, Guacira Lopes. **Um corpo estranho: Ensaio sobre sexualidade e teoria queer**. Belo Horizonte, Autêntica, 2008.

MACHADO, Arlindo. **Máquina e imaginário**. O desafio das poéticas tecnológicas. São Paulo, Edusp, 1993.

PEREA, Carlos (1998) Somos expresión, no subversión, in Cubides, H. J. & Toscano, M C. L. & Valderrama, C. E. H. (orgs.). **Viviendo a toda: jóvenes, territorios culturales y nuevas sensibilidades**. Bogotá, Siglo del Hombre/DIUC, pp.129-150.

POSTINGUEL, Danilo. **Homem homem, homem com H e homem-imagem**. Masculinidades midiáticas nas culturas do consumo. São Paulo, 2015. Dissertação (Mestrado em Comunicação) - Programa de Pós-graduação em Comunicação e Práticas de Consumo (PPGCOM-ESPM), 2015.

PRECIADO, (Paul) Beatriz. **Texto Yonqui: sexo, drogas y biopolíticas**. Cidade Autônoma de Buenos Ayres, Paidós, 2014.

ROCHA, Rose de Melo. **Você marcha para que?** Sentidos do ativismo juvenil nas culturas comunicacionais e do consumo. Bolsa produtividade em Pesquisa (2013-2015). São Paulo, PPGCOM-ESPM/CNPq, 2013.