UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO NORTE
CENTRO DE CIÊNCIAS HUMANAS, LETRAS E ARTES
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ESTUDOS DA MÍDIA

JOHN WILLIAN LOPES

#VOTELGBT:
CIBERATIVISMO POR REPRESENTAÇÃO POLÍTICA NO BRASIL

NATAL-RN
2018

JOHN WILLIAN LOPES

#VOTELGBT:
CIBERATIVISMO POR REPRESENTAÇÃO POLÍTICA NO BRASIL

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-graduação em Estudos da Mídia, da Universidade Federal do Rio Grande do Norte, como requisito para obtenção do grau de Mestre em Estudos da Mídia.

Linha de Pesquisa: Estudos da Mídia e Práticas Sociais
Orientação: Profa. dra. Maria do Socorro Furtado Veloso

NATAL-RN
2018

Universidade Federal do Rio Grande do Norte - UFRN
Sistema de Bibliotecas - SISBI
Catalogação de Publicação na Fonte. UFRN - Biblioteca Setorial do Centro de Ciências Humanas, Letras e Artes – CCHLA

Lopes, John Willian.
VoteLGBT: ciberativismo por representação política no Brasil / John Willian Lopes. - Natal, 2018.
235f.: il. color.

Dissertação (Mestrado) - Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Centro de Ciências Humanas, Letras e Artes, Programa de Prós-graduação em Estudos da Mídia.
Orientadora: Profa. Dra. Maria do Socorro Furtado Veloso.

1. Estudos da mídia - Dissertação. 2. Ciberativismo - Dissertação. 3. Movimento LGBT - Dissertação. 4. Representação política - Dissertação. 5. #VoteLGBT - Dissertação. I. Veloso, Maria do Socorro Furtado. II. Título.

RN/UF/BS-CCHLA CDU 316.774:32

Elaborado por Heverton Thiago Luiz da Silva - CRB-15/710

Ata da Sessão de Avaliação de Dissertação de Mestrado em Estudos da Mídia

Aos 07 (sete) dias do mês de fevereiro de 2018, às 15 (quinze) horas, no Auditório "A" do CCHLA, na UFRN, foi instalada a Comissão Examinadora responsável pela avaliação da Dissertação intitulada **"#VOTELGBT: CIBERATIVISMO POR REPRESENTAÇÃO POLÍTICA NO BRASIL"**, trabalho final apresentado pelo mestrando JOHN WILLIAN LOPES ao Programa de Pós-Graduação em Estudos da Mídia, da Universidade Federal do Rio Grande do Norte, como parte dos requisitos para obtenção do título de Mestre em Estudos da Mídia. A Comissão Examinadora foi presidida pela Professora Doutora MARIA DO SOCORRO FURTADO VELOSO (UFRN), contando ainda com o Professor Doutor DANIEL DANTAS LEMOS (UFRN) e MARCELO BOLSHAW GOMES (UFRN), como examinadores internos, e o Professor Doutor ARYOVALDO DE CASTRO AZEVEDO JUNIOR (UFPR), que participou por videoconferência, como examinador externo à Instituição UFRN. A sessão teve a duração de 01 hora e 20 minutos e a Comissão Examinadora emitiu o seguinte parecer:

A BANCA DESTACA A RELEVÂNCIA E CONTEMPORANEIDADE DA PESQUISA, COM RECOMENDAÇÃO DE PUBLICAÇÃO, E POSSIBILIDADE DE AMPLIAÇÃO DOS ESTUDOS NO DOUTORADO. OS EXAMINADORES RESSALTAM, AINDA, A NECESSIDADE DE APROFUNDAMENTO DAS CONSIDERAÇÕES FINAIS. O TRABALHO ESTÁ APROVADO.

Profª. Drª. MARIA DO SOCORRO FURTADO VELOSO
(Presidente - UFRN)

Profº. Drº. DANIEL DANTAS LEMOS
(Examinador Interno - UFRN)

Profº. Drº. MARCELO BOLSHAW GOMES
(Examinador Interno - UFRN)

Profº. Drº. ARYOVALDO DE CASTRO AZEVEDO JUNIOR
(Examinador Externo - UFPR)

John Willian Lopes
JOHN WILLIAN LOPES
(Mestrando)

Aos que lutam e aos que não podem lutar.

AGRADECIMENTOS

Faço tímidos e prévios agradecimentos àquelas pessoas que estiveram mais próximas ao labor da pesquisa que ora se materializa nesta dissertação.

À profa. dra. Socorro Veloso, orientadora, amiga e parceira, com quem tenho aprendido muito sobre o trabalho da pesquisa e da docência humanizadas.

Aos caríssimos e inspiradores professores membros da banca de defesa: prof. dr. Marcelo Bolshaw Gomes, que acompanhou este trabalho desde o primeiro seminário, prof. dr. Aryovaldo de Castro Azevedo Junior e prof. dr. Daniel Dantas Lemos, que acompanharam desde a qualificação.

À profa. dra. Eloisa Klein e ao prof. dr. Antonino Condorelli pelas generosas e pertinentes contribuições nos Seminários de Orientação e Dissertação (I e II).

À Evorah Cardoso, Giovana Bonamim, Gui Mohallem e Marcos Visnadi, integrantes da campanha #VoteLGBT, atenciosos e dispostos, pelas entrevistas; e a todos que participaram da iniciativa.

À Patrícia Nunes, inspiradora, por me mostrar que sempre há paisagens possíveis de contemplação ao longo dos caminhos.

À profa. dra. Maria Érica de Oliveira Lima, amiga, parceira e grande incentivadora desde a graduação.

Às amigas e aos amigos da minha turma de mestrado (2016), com os quais partilho experiências e afetos: Alice Andrade, Camila Lopes, Carolina Mayer, Isadora Araújo, Josilma Lopes, Kalliany Medeiros, Kamyla Alvares, Kassandra Lima, Larissa Marinho, Mariana Lemos, Priscila Oliveira, Taianne Gomes, Veruza Ferreira, Viviane Limeira, Dilson Florêncio, Felipe Gibson, Sandoval Artur, Olavo Chagas, Tiago Lima e Wilson Galvão.

À amiga Juliana Hermenegildo, aos amigos Allyson Moreira, João Paulo Rodrigues e Jo Fagner.

Aos integrantes do Grupo de Pesquisa Pragmática da Comunicação e da Mídia (Pragma/UFRN/CNPq).

Às professoras e aos professores, técnicas e técnicos administrativos e bolsistas do Programa de Pós-graduação em Estudos da Universidade Federal do Rio Grande do Norte (PPgEM/UFRN).

À Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (Capes), financiadora desta pesquisa, através da concessão de bolsa de Demanda Social (DS).

“Não somos minorias, nós somos todo mundo”.

(Laerte Coutinho)

RESUMO

Considerando que os estudos no campo comunicacional, no Brasil, estão cada vez mais atentos à reflexão teórico-conceitual acerca do ciberativismo – dentro de um escopo geral de perceptível proliferação de trabalhos –, verifica-se, entretanto, que pouco repercutem em investigações sobre as iniciativas ciberativistas que envolvem as lutas políticas por direitos LGBT. Nessa direção, questiona-se como a emergência de iniciativas ciberativistas centradas na representação política LGBT contribui para a consolidação das demandas do movimento e, por consequência, para o aprofundamento da democracia. Ancora-se na definição de ciberativismo como referente às múltiplas práticas de sujeitos coletivos e individuais operadas em e nas redes de comunicação digital distribuída que objetivam a defesa de determinadas causas para promover mudanças na sociedade que favoreçam a vivência comum, recorrendo à circulação de ideias e de possibilidades técnicas (ferramentas) para engendrar formas de participação e intervenção. Dessa forma, toma-se, como balizadores teóricos, discussões que compreendem a história do movimento LGBT, as noções conceituais do ciberativismo bem como da representação política. Partindo de uma abordagem qualitativa e procedimento monográfico (estudo de caso), objetiva-se compreender a atuação da iniciativa #VoteLGBT, desenvolvida em e nas redes de comunicação digital distribuída, ao longo das eleições nacionais de 2014 e 2016. Para tal fim, apoiando-se na observação direta, delimita-se como amostra os sites desenvolvidos pela iniciativa em ambos os períodos eleitorais e os conteúdos veiculados na página dela no site de rede social Facebook; a partir da observação indireta, emprega-se também a técnica de entrevista com integrantes da campanha. Para a leitura dos dados, recorre-se à análise descritiva e à análise de conteúdo. Conclui-se que a iniciativa #VoteLGBT adota como principal estratégia comunicativa o emprego de recursos voltados para a sensibilização e convocação (chamada à ação) dos eleitores, através de conteúdos cujos significados refletem a dimensão e legitimidade das suas pautas e dos debates que as cingem, ao mesmo tempo que demonstram a importância do envolvimento com os processos institucionais de participação (as eleições) e o reflexo disso no aumento substantivo da representação política LGBT. Também desenvolve e disponibiliza ferramentas sociais digitais que auxiliam os eleitores e candidatos através da aproximação de ambas as dimensões, civil e política, em uma mesma ambiência.

Palavras-chave: Estudos da mídia. Ciberativismo. Movimento LGBT. Representação política. #VoteLGBT.

ABSTRACT

Considering that Brazil's communication studies field are increasingly attentive to the theoretical-conceptual reflection about cyber-activism - within a general scope of noticeable proliferation of papers -, it is observed, however, that they have little repercussion in investigations on the cyber-activist initiatives that involve political struggles for LGBT rights. In this direction, it is considered how the emergence of cyber-activist initiatives centered on LGBT political representation contributes to the consolidation of the demands of the movement and, consequently, to the deepening of democracy. Considering a cyber-activism definition as referring to the multiple collective and individual subject practices operated in and in distributed digital communication networks that aim at the defense of certain causes to promote changes in society that favor the common experience, resorting to the circulation of ideas and technical possibilities (tools) to engender forms of participation and intervention. In this way, we take as theoretical beacon discussions that gird the history of the LGBT movement, the conceptual notions of cyber-activism as well as of political representation. Based on a qualitative approach and monographic procedure (case study), the objective of this paper is to understand the performance of the #VoteLGBT initiative, developed in the digital communication networks distributed throughout the national elections of 2014 and 2016. To this purpose, based in direct observation, we delineate as samples the sites developed by the initiative in both election periods and the content served on its page on the social networking site Facebook. From indirect observation, the technique of interview with members of the campaign is also used. For the data reading, the descriptive analysis and the content analysis are used. We concluded that the #VoteLGBT initiative adopts as its main communication strategy the use of resources aimed at awareness-raising and (called-to-action) of voters, through content whose meanings reflect the dimension and legitimacy of its guidelines and the debates surrounding them , while at the same time demonstrating the importance of involvement with institutional processes of participation (the elections) and the reflection on the substantive increase of LGBT political representation. Also, it develops and provides digital social tools that help voters and candidates by bringing both civil and political dimensions together in the same environment.

Keywords: Media studies. Cyberactivism. LGBT movement. Political representation. #VoteLGBT.

RESUMEN

Considerando que los estudios en el campo comunicacional, en Brasil, están cada vez más atentos a la reflexión teórico-conceptual sobre el ciberactivismo – dentro de un alcance general de perceptible proliferación de trabajos –, se constata, sin embargo, que poco repercuten en investigaciones sobre las iniciativas ciberactivistas que involucran las luchas políticas por direchos LGBT. En ese sentido, se cuestiona cómo la emergencia de iniciativas ciberactivistas centradas en la representación política LGBT contribuye a la consolidación de las demandas del movimiento y, en consecuencia, a la profundización de la democracia. Se basa en la definición de ciberactivismo como referente a las múltiples prácticas de sujetos colectivos e individuales operadas en y en las redes de comunicación digital distribuida que objetivan la defensa de determinadas causas para promover câmbios en la sociedad que favorezcan la vivencia común, recurriendo a la circulación de ideas y de posibilidades técnicas (herramientas) para engendrar formas de participación e intervención. De esta forma, se usa como balizadores teóricos discusiones que abordan la historia del movimiento LGBT, las nociones conceptuales del ciberactivismo así como de la representación política. A partir de un enfoque cualitativo y procedimiento monográfico (estudio de caso), se pretende comprender la actuación de la iniciativa #VoteLGBT, desarrollada en y en las redes de comunicación digital distribuida, a lo largo de las elecciones nacionales de 2014 y 2016. A tal fin, apoyándose en la observación directa, se delimita como muestra los sitios desarrollados por la iniciativa en ambos los períodos electorales y los contenidos transmitidos en la página de ella en el sitio de red social Facebook; a partir de la observación indirecta, se emplea también la técnica de entrevista con integrantes de la campaña. Para la lectura de los datos, se recurre al análisis descriptivo y al análisis de contenido. Se concluye que la iniciativa #VoteLGBT adopta como principal estrategia comunicativa el empleo de recursos dirigidos a la sensibilización y convocatoria (lhamada a la acción) de los electores, a través de contenidos cuyos significados reflejan la dimensión y legitimidad de sus pautas y de los debates que las involucran, al mismo tiempo que demuestran la importancia de la complicidad con los procesos institucionales de participación (las elecciones) y el reflejo de ello en el aumento sustantivo de la representación política LGBT. También, desarolla y oferece herramientas sociales digitales que auxilian a los electores y candidatos a través de la aproximación de ambas dimensioness, civil y política, en un mismo ambiente.

Palabras clave: Estudios de médios. Ciberactivismo. Movimiento LGBT. Representación política. #VoteLGBT.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Quadro teórico em relação com o problema de pesquisa 30
Figura 2 - Fluxograma sintético das processualidades metodológicas 34
Figura 3 - Logotipo da campanha #VoteLGBT (2014) 126
Figura 4 - Página inicial do site da campanha (2014) 133
Figura 5 - Exemplo de página de candidatos (2014) 136
Figura 6 - Página inicial da plataforma #MeRepresenta (2016) 143
Figura 7 - Página de cadastro de candidatura na plataforma #MeRepresenta (2016) 146
Figura 8 - Página de cadastro de eleitor na plataforma #MeRepresenta (2016) 147
Figura 9 - Exemplo de página de candidatos da plataforma (2016) 148
Figura 10 - Exemplo de página de perfil do candidato na plataforma (2016) 150
Figura 11 - Exemplo de publicação (de 2016) categorizada como “sensibilização do eleitor” 162
Figura 12 - Exemplo de publicação (de 2014) categorizada como “repercussão na imprensa” 164
Figura 13 - Exemplo de publicação (de 2016) categorizada como “chamada à ação” 165
Figura 14 - Exemplo de publicação (de 2014) categorizada como “informativo” 167
Figura 15 - Comparação das interações com as publicações da página #VoteLGBT no Facebook (2014 e 2016) 171
Figura 16 - Interações com as publicações da página #VoteLGBT no Facebook (2014) 172
Figura 17 - Interações com as publicações da página #VoteLGBT no Facebook (2016) 173

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - Síntese de perspectivas da relação entre internet e participação cívico-política....73
Quadro 2 - Compilação das tipologias do ciberativismo....94
Quadro 3 - Trabalhos sobre o ciberativismo LGBT....102
Quadro 4 - Autores mais citados nos trabalhos....104
Quadro 5 - Tipos-modelos do conceito de representação política....115
Quadro 6 - Número de candidatos cadastrados (2014)....138
Quadro 7 - Relação de candidatos por partidos castrados (2014)....138
Quadro 8 - Candidatos cadastrados por estado (2014)....139
Quadro 9 - Relação de candidatos cadastrados por eleitos, por cargo (2014)....140
Quadro 10 - Avaliação dos partidos pela plataforma #MeRepresenta (2016)....152
Quadro 11 - Número de candidatos cadastrados (2016)....153
Quadro 12 - Relação de candidatos por partidos cadastrados (2016)....154
Quadro 13 - Candidatos cadastrados por município (2016)....155
Quadro 14 - Relação de candidatos cadastrados por eleitos (2016)....155
Quadro 15 - Comparação das ferramentas sociais digitais de 2014 e 2016....158
Quadro 16 - Categorização do conteúdo das publicações #VoteLGBT (2014 e 2016 juntos)....161
Quadro 17 - Características das publicações da #VoteLGBT (2014 e 2016)....170

LISTA DE ABREVIAÇÕES E SIGLAS

ABGLT - Associação Brasileira de Gays, Lésbicas e Travestis
ABIA - Associação Brasileira Interdisciplinar de AIDS
ABIG - Associação Brasileira da Imprensa Gay
ANTRA - Articulação Nacional de Travestis, Transexuais e Transgêneros
AC - Análise de Conteúdo
ASTRAL - Associação de Travestis e Liberados
APA - American Psychiatric Association
APOGLBT-SP - Associação da Parada do Orgulho GLBT de São Paulo
CCJ - Comissão de Constituição, Justiça e Cidadania
CDHM - Comissão de Direitos Humanos e Minorias da Câmara dos Deputados
CFM - Conselho Federal de Medicina
CFP - Conselho Federal de Psicologia
CNT - Coletivo Nacional de Transexuais
CNJ - Conselho Nacional de Justiça
COC - Cultuur- en Ontspannings Centrum
CS - Convergência Socialista
DeFEMde - Rede Feminista de Juristas
DOB - Daughters of Bilitis
DSM-II - Diagnostic and Statistical Manual of Mental Disorders
DST - Doenças Sexualmente Transmissíveis
DT - Divisão Temática
EDT - Eletronic Disturbance Theatre
EBHO - Encontro Brasileiro de Homossexuais
EEF - Erickson Educational Foundation
EBGL - Encontro Brasileiro de Gays e Lésbicas
EBLHO - Encontro Brasileiro de Lésbicas e Homossexuais
EGHO - Encontro de Grupos Homossexuais Organizados
ENTLAIDS - Encontro de Travestis e Transexuais que Atuam na Luta e Prevenção à AIDS
EUA - Estados Unidos da América
FHAR - Frente Homosexual de Acción Revolucionaria

FLH - Frente de Liberación Homosexual

GALF - Grupo de Ação Lésbico-Feminista

GAPA - Grupo de Apoio e Prevenção à AIDS

GATHO - Grupo de Atuação Homossexual de Recife/Olinda

GGB - Grupo Gay Bahia

GIV - Grupo de Incentivo à Vida

GLF - Gay Liberation Front

GOHL - Grupo Orgullo Homosexual de Liberación

GP - Grupos de Pesquisas

GT - Grupos de Trabalhos

HBIGDA - Harry Benjamin Internacional Gender Dysphoria Association

HIV/AIDS - Human Immunodeficiency Virus/Acquired Immunodeficiency Syndrome

ILGA - International Lesbian, Gay, Bisexual, Trans and Intersex Association

IMC - Independent Media Center

INAMPS - Instituto Nacional de Assistência Médica da Previdência Social

ISMs - Internetworked Social Movements

LGBT - Lésbicas, Gays, Bissexuais, Travestis e Transexuais

MHB - Movimento Homossexual Brasileiro

MHOL - Movimento Homossexual de Lima

MNU - Movimento Negro Unificado

NLF - National Liberation Front

NTCU - National Transsexual Counseling Unit

OMS - Organização Mundial da Saúde

ONG - Organização Não Governamental

ONU - Organização das Nações Unidas

PDC - Projeto de Decreto Legislativo

PL - Projeto de Lei

PLS - Projeto de Lei do Senado

PMDB - Partido do Movimento Democrático Brasileiro

PPgEM - Programa de Pós-graduação em Estudos da Mídia

PSC - Partido Social Cristão

PSDB - Partido da Social Democracia Brasileira

PSOL - Partido Socialismo e Liberdade

PT - Partido dos Trabalhadores

RFSL - Riksförbundet för Sexuellt Likaberättigande

SENALE - Seminário Nacional de Lésbicas

SJSP - Sindicato dos Jornalistas Profissionais no Estado de São Paulo

ST - Seminários Temáticos

STJ - Superior Tribunal de Justiça

STF - Supremo Tribunal de Federal

TAO - Transexual Action Organization

TSE - Tribunal Superior Eleitoral

UF - Unidade Federativa

UFRN - Universidade Federal do Rio Grande do Norte

URSS - União das Repúblicas Socialistas Soviéticas

USP - Universidade de São Paulo

WLSR - World League for Sexual Reform

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO 17
JUSTIFICATIVAS E ENQUADRAMENTO NOS ESTUDOS DA MÍDIA E PRÁTICAS SOCIAIS 23
DA ORGANIZAÇÃO DOS CAPÍTULOS 25

CAPÍTULO I - PROCESSUALIDADES MEDOTOLÓGICAS 27

CAPÍTULO II - MOVIMENTO LGBT: RETOMANDO UMA TRAJETÓRIA 38
2.1 ALGUNS ANTECEDENTES EUROPEUS E AMERICANOS 38
2.2 DAS EXPERIÊNCIAS LATINO-AMERICANAS 47
2.3 O DESENVOLVIMENTO DO MOVIMENTO BRASILEIRO 50

CAPÍTULO III - EXCURSÕES AO CIBERATIVISMO 70
3.1 POSIÇÕES NA LITERATURA SOBRE O TEMA 70
3.2 PERSPECTIVAS CONCEITUAIS 76
3.3 DAS CATEGORIZAÇÕES TIPOLÓGICAS 83
3.4 A PESQUISA DA PESQUISA SOBRE O CIBERATIVISMO LGBT 97

CAPÍTULO IV - A QUESTÃO DA REPRESENTAÇÃO POLÍTICA 108
4.1 DO CONCEITO E TIPOS DE REPRESENTAÇÃO POLÍTICA 108
4.2 DA CRISE DE REPRESENTAÇÃO POLÍTICA 118

CAPÍTULO V - O CIBERATIVISMO POR REPRESENTAÇÃO POLÍTICA: ANÁLISE DO CASO #VOTELGBT 124
5.1 #VOTELGBT: DA IDEIA À CAMPANHA 124
5.2 PLATAFORMAS: DA FERRAMENTA CURADORA À RESPONSÍVA 132
5.2.1 Site institucional (2014) 133
5.2.2 Plataforma #MeRepresenta (2016) 142
5.3 FACEBOOK: UM OLHAR SOBRE O CONTEÚDO DAS PUBLICAÇÕES 159
5.3.1 Sensibilização do eleitor 161
5.3.2 Repercussão na imprensa 163
5.3.3 Chamada à ação 165
5.3.4 Informativo 166
5.3.5 Os formatos, as hashtags e as interações com os conteúdos 169

CONSIDERAÇÕES FINAIS 175
REFERÊNCIAS 179
APÊNDICE 190

INTRODUÇÃO

"O que está em movimento é toda a sociedade"[1]

(Germán Rey Beltrán, 2014)

Na constituição das sociedades sempre há conflitos e consensos que envolvem os sujeitos participantes, que vão desde a escolha das suas formas de organização política, cultural e social, em um processo longo e paulatino. É a complexidade dessas relações no coletivo que designa o que se compreende por sociedade. Vínculos se formam, laços são estabelecidos, conceitos são fabricados, leis e normas surgem, e alimentam os padrões. Forja-se o Estado e o povo como instâncias de ação e atuação política. Deste movente tecer social escapam direitos de parcelas subjugadas da sociedade, cujas reivindicações frequentemente escoam para a periferia das discussões.

No contexto de resistências, de lutas e de construção de identidades surgiu o movimento em defesa dos direitos (civis, sociais, políticos, humanos) dos homossexuais, assentado, sobretudo, em uma perspectiva emancipatória, com interesses, necessidades e desejos, mas também preservando contradições e conflitos em sua formação. Expressiva parte da literatura atribui à Revolta de Stonewall o marco moderno da internacionalização desse movimento, com o qual adquiriu corpo e visibilidade. Do episódio para os tempos atuais ocorreram diversos desdobramentos, no mundo e no Brasil. No país, a partir de 1970, no período ditatorial, começam as mobilizações mais contundentes do movimento gay, das quais a criação do Somos - Grupo de Afirmação Homossexual e do jornal Lampião da Esquina, no ano de 1978, em São Paulo; o Grupo Gay da Bahia (GGB), em 1980; a fundação da primeira e maior rede de organizações LGBT do país (em 1995), a Associação Brasileira de Gays, Lésbicas e Travestis (ABGLT), reunindo atualmente cerca de 300 organizações; o início da Parada do Orgulho LGBT, a partir de 1995 no Rio de Janeiro; o lançamento, em 2004, do programa Brasil sem Homofobia, surgido da articulação entre o Governo Federal e a sociedade civil.

Nos últimos anos, uma das conquistas mais significativas dentre as reivindicações do movimento LGBT brasileiro foi o casamento civil igualitário, alcançado em 2013 por meio de resolução do Conselho Nacional de Justiça (CNJ)[2]. Em continuidade a esse feito, alguns

---

[1] Tradução nossa.

[2] A Resolução nº 175 de 14 de maio de 2013, do Conselho Nacional de Justiça (CNJ), obriga os cartórios a realizarem a cerimônia. Dantes, em 2011, o Supremo Tribunal de Federal (STF) e o Superior Tribunal de Justiça (STJ) haviam reconhecido a união estável entre casais do mesmo sexo como entidade familiar.

políticos, militantes e simpatizantes prosseguem a campanha de conscientização e buscam apoio da sociedade para pressionar a votação de vários Projetos de Lei (PL) interessantes às pautas do movimento – como o PL 5120/2013, de autoria dos deputados federais Jean Wyllys (PSOL-RJ) e Érika Kokay (PT-DF), que propõe alteração no Código Civil para reconhecer como lei o que o CNJ já reconheceu como direito[3].

Do mesmo modo, surgiram também variadas ações consideradas contraproducentes para as lutas do movimento LGBT. Entre as mais repercutidas está a chamada "cura gay". O Projeto de Decreto Legislativo (PDC) 234/2011, de autoria do deputado federal João Campos (PSDB-GO), sustava a aplicação de dispositivos da resolução do Conselho Federal de Psicologia (CFP), que proíbem os profissionais psicólogos de falar publicamente, usando a mídia, da homossexualidade como desordem psíquica e de propor ou colaborar com serviços de tratamento e cura da homossexualidade. Em 2013, sob protestos de vários ativistas e políticos, o deputado federal e pastor evangélico Marco Feliciano (PSC-SP), acusado de fazer declarações discriminatórias, racistas e homofóbicas por vários grupos de minorias, assumiu a presidência da Comissão de Direitos Humanos e Minorias da Câmara dos Deputados (CDHM), criada em 1995 nos passos do processo de redemocratização do país, tendo como objetivo principal contribuir para a afirmação dos direitos humanos.

O movimento LGBT – e outros grupos – procura levar as lutas das ruas também para as disputas eleitorais nas urnas, lançando seus próprios candidatos ou apoiando nomes simpáticos às suas causas. Nesse contexto, surgiu no Brasil durante o pleito eleitoral do ano de 2014 a iniciativa #VoteLGBT. De abrangência nacional e caráter suprapartidário, o escopo principal da campanha vislumbrou o aumento da representação de defensores dos direitos LGBT no poder legislativo. Nesse ano, a iniciativa realizou um mapeamento de todos os candidatos ao Senado, à Câmara dos Deputados e às assembleias legislativas estaduais que assumiram de forma aberta e por meio de materiais de campanha propostas que contemplavam as temáticas da população LGBT. Nas eleições seguintes (municipais), de 2016, a #VoteLGBT manteve-se ativa no apoio aos cidadãos sobre a questão do voto, alterando alguns procedimentos em relação ao primeiro ano.

---

[3] Mais recentemente, em 2017, a Comissão de Constituição, Justiça e Cidadania (CCJ) do Senado brasileiro aprovou o Projeto de Lei do Senado (PLS) 612/2011, de autoria da senadora Marta Suplicy (PMDB-SP) e relatado pelo senador Roberto Requião (PMDB-PR), que altera o Código Civil para permitir a união estável entre pessoas do mesmo sexo e possibilitar posterior conversão dessa união em casamento. Esse projeto altera a definição de entidade familiar de "união estável entre o homem e a mulher" para "união estável entre duas pessoas" – em seguida, o projeto será encaminhado para votação na Câmara do Deputados.

A internet foi a incubadora na qual se maturou a ação. De forma alternativa aos meios de comunicação tradicionais, a campanha ciberativista #VoteLGBT lançou mão das possibilidades das redes de comunicação digital distribuída como lugar de sociabilidades, confrontos e vínculos, utilizando diferentes sites de redes sociais e de compartilhamento de conteúdo. Distante dos espaços de comunicação hegemônicos, antagonicamente o movimento LGBT esforça-se para aumentar sua representação frente aos debates públicos, promover a circulação das suas reivindicações e a reflexão sobre os direitos civis e humanos.

As redes de comunidades estabelecidas na ambiência da internet são também lugares de resistência das minorias, visando ao alcance de novas práticas políticas no meio social. Partindo dessas considerações, esta pesquisa busca responder à seguinte questão: **como a emergência de iniciativas ciberativistas centradas na representação política LGBT contribui para a consolidação das demandas do movimento e, por conseguinte, para o aprofundamento da democracia?** Essa noção de emergência diz respeito não só ao surgimento em si, mas também à atuação, ao que decorre das práticas de determinada iniciativa – neste estudo, da #VoteLGBT; já a noção de consolidação refere-se ao fortalecimento da agenda e do debate sobre a temática, e à realização de políticas públicas voltadas para a população LGBT.

De início, uma hipótese sobre a questão-problema é a de que os significados produzidos por essas iniciativas ciberativistas, como o desejo de mudança da realidade política, social e cultural, oferecem importantes compreensões sobre as relações sociais no tocante às questões de gênero e sexualidade, bem como sobre aspectos do sistema político nacional, seja relativo ao processo eleitoral em si ou ao funcionamento do sistema representativo (de um modo geral) e das formas democráticas, de modo a contribuir para um debate mais participativo e democrático.

Posto isso, salienta-se que esta pesquisa tem como **objetivo geral** compreender a atuação da iniciativa #VoteLGBT, desenvolvida em e nas redes de comunicação digital distribuída durante as eleições nacionais de 2014 e 2016, e de como colabora para o fortalecimento das reivindicações do movimento LGBT brasileiro e do debate sobre a democracia contemporânea, a partir do assunto da representação política. E como **objetivos específicos**, têm-se: **a)** contextualizar as condições sociopolíticas que estimularam a proposição e execução da campanha #VoteLGBT, a partir do ano de 2014; **b)** identificar e analisar as ferramentas sociais digitais e estratégias comunicativas empregadas pela iniciativa; **c)** discutir como as ações da #VoteLGBT podem contribuir para uma sensibilização coletiva, o debate e legitimidade política da temática dos direitos LGBT.

As formas de organização e mobilização da sociedade, empenhadas na busca dos direitos e igualdade entre os pares, são conceituadas como “movimentos sociais”. Esses movimentos, que são ações coletivas de caráter sociopolítico, construídas por diferentes atores de diferentes classes e camadas sociais, viabilizam diferentes maneiras da população se organizar e expressar – e também politizar – suas demandas (GOHN, 2011), criam um “campo político de força social na sociedade civil” (GOHN, 1995, p. 44).

Os movimentos organizados coletivamente são responsáveis por incisivas transformações sociais ao longo da história, firmando o importante papel da sociedade civil nos processos de democratização política. A estruturação das ações dos movimentos é engendrada a partir de visões e perspectivas criadas sobre assuntos conflitantes e litigados. Essas ações, portanto, “desenvolvem um processo social e político-cultural que cria uma identidade coletiva ao movimento, a partir de interesses em comum” (GOHN, 1995, p. 44).

Para Gohn (2011), os movimentos representam forças sociais organizadas, que agem realizando diagnósticos da realidade social, construindo propostas e ações coletivas que operam lutando pela inclusão social e como resistência à exclusão. Eles, ressalta a autora, não são somente conduzidos pelas necessidades, podem também se erguer e desenvolver assentados em reflexões sobre suas próprias experiências. “Na atualidade, apresentam um ideário civilizatório que coloca como horizonte a construção de uma sociedade democrática” (GOHN, 2011, p. 336). Essas necessidades, que são frutos das injustiças sociais e de uma comunidade política não democrática, podem acompanhar também sentimentos, como o de sofrimento decorrente do abuso e humilhação perpetrados por aqueles que ocupação espaços de poder (CASTELLS, 2012).

Por esse ângulo, tratando-se das demandas dos movimentos sociais, Scherer-Warren (2008, p. 506) sinaliza que as (demandas) materiais são histórica e espacialmente referenciadas, tendo “como referência objetiva as exclusões e carências cotidianas dos sujeitos-base das lutas”. Assim, considera que tais demandas acabam tornando-se signos e representações simbólicas, por meio da tradução[4] de significados em políticas de cidadania. A gênese, portanto, de um movimento social específico ocorre no momento em que essas necessidades materiais são transformadas em representações simbólicas das carências dos grupos, e estes as transformam em demandas, estas em pautas políticas reivindicativas (ou para a transformação social da situação) e essas pautas em ações de protesto (SCHERER-WARREN, 2008).

[4] A autora recorre a ideia de tradução de Boaventura de Sousa Santos, que a define como o processo capaz de criar uma inteligibilidade mútua entre as experiências do mundo, possíveis e disponíveis (SANTOS, 2002).

Desse modo, Scherer-Warren (2008) salienta ainda que é da possibilidade de identificação subjetiva em torno das carências, do sentido coletivo atribuído a elas e da transformação dos sujeitos em atores políticos que resultam os movimentos sociais. Assim, é fundamental a transformação das demandas específicas e particulares em pautas políticas e ideários mais amplos politicamente, "mas suficientemente inclusivos em relação às desigualdades e discriminações históricas diferenciadas" (SCHERER-WARREN, 2008, p. 507), e que se referem "a um conjunto de exclusões sociais que operam numa mesma ordem ou lógica sistêmica" (SCHERER-WARREN, 2008, p. 509). Também, os movimentos transformam suas demandas em representações simbólicas afirmativas por vias discursivas e práticas, criam identidades para determinados grupos e projetam sentimentos naqueles que participam de pertencimento social (GOHN, 2011). "Aqueles que eram excluídos passam a se sentir incluídos em algum tipo de ação de um grupo ativo" (GOHN, 2011, p. 336).

Essas perspectivas apontam – e atentam – para um caráter emancipatório dos movimentos sociais, como combatentes da exclusão, desigualdades e discriminações sociais (GOHN, 2011; SCHERER-WARREN, 2008). Viana (2016), entretanto, sustenta como necessário o entendimento de outras questões relativas aos movimentos sociais, como a problematização e análise dos objetivos, com abordagem crítica e totalizante. Assim, partindo dos objetivos como elementos definidores, o autor conceitua movimentos sociais como "mobilizações (ações coletivas ou compartilhadas) de determinados grupos sociais derivadas de certas situações sociais que gera insatisfação social, senso de pertencimento e determinados objetivos" (VIANA, 2016, p. 44).

O objetivo é, portanto, a meta de um movimento social, visa uma transformação situacional[5] que, segundo Viana (2016), pode ser defensiva ofensiva. A defensiva pretende "conservar uma situação impedindo que haja mudanças prejudiciais ou volta à situação social anterior, antes dessas mudanças terem ocorrido" (VIANA, 2016, p. 45), ela pode ser compreendida como uma conservação da continuidade de determinada situação. A ofensiva busca "alterar a situação social específica que gera insatisfação social no seu grupo social de base" (VIANA, 2016, p. 45-46). Como exemplo, no âmbito dessas visadas, pode-se evocar aspectos relacionados ao próprio movimento LGBT: um determinado movimento religioso tradicional pode tanto combater o LGBT e suas reivindicações (defensiva) como noutra ocasião

[5] O autor coloca as transformações situacional e social em âmbitos diferentes, embora não necessariamente nulificam-se, ou seja, um determinado movimento social pode ter como objetivo simultaneamente ambas as transformações, entendendo que para haver uma situacional é preciso ocorrer uma social (VIANA, 2016).

buscar elaborar projetos de leis próprios aos seus interesses contra o movimento LGBT (ofensiva).

Assim, a transformação situacional de um movimento pode ser tanto em sentido conservador, como reformista ou revolucionário (VIANA, 2016). No sentido conservador, determinado movimento procura retomar uma situação de superioridade nas relações sociais e impossibilitando as reivindicações do grupo social que ataca; no reformista, os movimentos buscam reformas para a mudança da situação do grupo social, como aqueles que solicitam os chamados bens coletivos – educação e moradia, por exemplo; e no sentido revolucionário, a transformação também é social, compreendendo que a mudança da situação emerge de "uma nova sociedade em substituição da atual" (VIANA, 2016, p. 47). Essa abordagem centrada nos objetivos dos movimentos sociais, que são gerados por uma insatisfação social resultante de determinada situação, parece contemplar não somente aqueles compreendidos como emancipatórios, mas também movimentos conservadores – como racistas, xenófobos, machistas, misóginos e homofóbicos, por exemplo.

A necessidade de aumentar a representação política é ponto fulcral nas discussões sobre as demandas de grupos sociais minorizados. A consolidação de uma democracia passa pela efetivação da representatividade do povo e dos setores que o formam. Esses grupos buscam alternativas que permitam ecoar seus anseios e com este intuito juntam-se em blocos, aliam-se a outros movimentos sociais, desenvolvem estratégias midiático-comunicacionais, outras linguagens, ferramentas, enfim, novos modos de se projetarem como sujeitos organizados atentos aos seus direitos.

Entre os diferentes movimentos de grupos sociais minorizados, como o LGBT, há uma demanda que é crescente: a participação política. Para Oliveira (2014), isso acontece por diferentes motivos, como o fato de que são criadas outras novas necessidades devido à inclusão social de novos segmentos sociais; são geradas demandas valorativas de combate a preconceitos; da democracia institucional oportunizar, através de relativa liberdade, a expressão e organização pública e coletiva; isso, claro, alinhado à possibilidade da disseminação das ideias e posicionamentos através das e nas redes de comunicação digital. Não obstante, há diferentes razões que limitam a participação de minorias sociais na política institucional, como: as dificuldades para disporem de recursos materiais e financeiros e de tempo para dedicação à política; a autoexclusão e a falta de anelo por ocupar posições de poder; o não desenvolvimento de habilidades para ação na esfera política institucional (SANTOS, 2016a).

No contexto das democracias representativas ocidentais, participar politicamente significa também, conforme Santos (2016a), lutar para ocupar as instituições representativas

que são conduzidas por indivíduos de grupos sociais dominantes, geralmente homens, brancos, heterossexuais e de classe média e alta. De acordo com o autor, o domínio desses indivíduos nas esferas decisórias, definindo a agenda política e os termos do debate político, não contempla as demandas dos grupos minorizados nas políticas estatais e afasta a possibilidade de uma "igualdade política substantiva".

JUSTIFICATIVAS E ENQUADRAMENTO NOS ESTUDOS DA MÍDIA E PRÁTICAS SOCIAIS

Conforme observado na pesquisa da pesquisa sobre o ciberativismo LGBT (item 3.4 desta dissertação), há uma produção acadêmico-científica nacional exígua quando se trata desse assunto. É possível apontar que muitos dos trabalhos que aproximam os campos da comunicação e dos estudos de gênero e sexualidade enveredam pelo estudo da representação e construção midiática de identidades, focalizando relações de gênero heteronormativas e quando se debruçam sobre a homossexualidade atentam-se, com mais frequência, para a masculina.

São poucos e recentes os trabalhos que tomam como objeto de estudos as práticas ciberativistas pelos direitos LGBT, muitos dos quais estão em um nível de familiarização e experimentação dos conceitos atribuídos a esse fenômeno. Nesse sentido, entende-se que a dissertação ora desenvolvida contribuirá de modo significativo para a compreensão paulatina desse campo de investigação. Uma vez que toma como objeto empírico um fenômeno recente que está associado a um contexto histórico de lutas sociais, políticas e culturais, e que pode revelar novos apontamentos para o seu entendimento, ou mesmo para o de práticas futuras.

Acredita-se, também, que a correspondência traçada aqui entre os objetos empírico, teórico e a problematização da pesquisa resultará em apontamentos favoráveis ao entendimento de práticas comunicacionais de movimentos de minorias no Brasil, especialmente aquelas que se realizam em e nas redes de comunicação digital distribuída – como a #VoteLGBT –, pensadas aqui como ciberativistas, e suas implicações para com outras práticas, como a política e cultural. Partindo do pressuposto de que cada suporte midiático interfere, em alguma medida, nos fenômenos sociais, se procurará neste trabalho não se restringir à verificação das vantagens ou desvantagens do acionamento das redes de comunicação digital distribuída pelos movimentos, mas atentar para possíveis resultantes disso sobre a própria atuação política deles.

Refletindo sobre a pesquisa científica, Lüdke e André (1986)[6] advertem sobre a dimensão social dela e do pesquisador, de como ambos estão inseridos na vida em sociedade. Segundo as autoras, a legítima busca do conhecimento científico não se realiza fora da esfera vida diária e nem isolada da realidade, uma vez que nesse labor investigativo se faz presente as particularidades do pesquisador, cargas de valores, definições políticas etc. Desse modo, o ato de pesquisar é também um ato político e, assim, não há "possibilidade de estabelecer uma separação nítida e asséptica entre o pesquisador e o que ele estuda [...] pois está implicado necessariamente nos fenômenos que conhece e nas consequências desse conhecimento que ajudou a estabelecer" (LÜDKE; ANDRÉ, 1986, p. 5).

Partindo dessa compreensão, a pesquisa que se materializa nesta dissertação não se isenta, portanto, dos seus aspectos social e político. Embora a finalidade primeira seja outra, entende-se este espaço como uma maneira de dar visibilidade ao grupo social minorizado[7], e às temáticas relacionas a ele, que é abordado aqui; também de dar voz àqueles que o constituem, disponibilizando atenção ao que desejam revelar – a entrevista é uma forma viável e adotada desta pesquisa.

O desenvolvimento das infraestruturas de comunicação pode ser apontado como uma das principais características da sociedade contemporânea. Consequentemente, desenvolvem-se os sistemas de informação e comunicação, que também passam a ser responsáveis pelas transformações nas noções de espaço e tempo – em vista disso, modificam-se também os sistemas de produção. Em um salto no desenvolvimento das tecnologias de informação e comunicação, chega-se a um tempo em que a internet é considerada a principal entre elas (PEREIRA, 2011).

Aqui, propõe-se o estudo de uma iniciativa essencialmente política mobilizada em e nas redes de comunicação digital por um grupo social subalternizado. A campanha #VoteLGBT surge como ação e produto de sujeitos que buscam a equidade dos direitos, lançando mão de estratégias midiático-comunicacionais nessa e através dessa ambiência. A partir deste ponto, entende-se que esta investigação científica se enquadra na linha de "Estudos da mídia e Práticas sociais", do Programa de Pós-graduação em Estudos da Mídia da Universidade Federal do Rio Grande do Norte (PPgEM/UFRN), uma vez que atenta para a averiguação da mídia como instância que articula e estrutura práticas sociais que se realizam pela mediação dos dispositivos

[6] Embora as reflexões das autoras sejam no campo da pesquisa educacional, emprega-se aqui como pertinentes também ao da pesquisa em comunicação, justamente pela dimensão social deste.

[7] Entendido na concepção de Sodré (2005).

sociotecnológicos[8]. Assim como, caucionado na interdisciplinaridade, verifica a centralidade da comunicação midiática (dos atores, processos, produtos e suas estratégias de interação) na formação das práticas de outros campos da vida cotidiana, como o político, por exemplo.

DA ORGANIZAÇÃO DOS CAPÍTULOS

As seções desta dissertação estão organizadas em consonância com o quadro teórico cujas discussões correspondem à história do movimento LGBT, às conceituações de ciberativismo e de representação política, além de explicitar as processualidades metodológicas.

No primeiro capítulo, apresenta-se todo o percurso metodológico da pesquisa – desenvolvido até aqui e com apontamentos sobre os passos futuros –, colocando em perspectiva os movimentos e as fases do estudo, conforme Bonin (2008, 2011) e Lopes (2001), ressaltando a abordagem, os métodos e as técnicas empregadas. Com abordagem essencialmente qualitativa – embora utilizando-se aspectos quantitativos relevantes –, a investigação emprega o método de procedimento monográfico ou de estudo de caso, conforme Yin (2001). Além desses aspectos, ressalta-se nesse capítulo, de modo mais detalhado e justificado, as técnicas de pesquisa de documentação e colheita dos dados relacionados ao objeto empírico que está sendo investigado. Do mesmo modo, como ocorrerá a descrição e interpretação dos dados por meio da análise de conteúdo, de Bardin (1997) e do quadro teórico de referência.

No segundo capítulo, o movimento LGBT é apresentado em uma perspectiva histórica, na qual resgatam-se aspectos relacionados ao seu surgimento e desenvolvimento como luta por direitos, seguindo para o seu florescimento e institucionalização no Brasil. Considera-se essa historicização oportuna para situar e compreender a atuação da campanha #VoteLGBT no curso das inciativas constituídas ao longo do tempo. Desse modo, recorre-se às contribuições de diferentes autores, fundamentalmente de Facchini (2002), Fry e MacRae (1985), Green (2003, 2000a, 2000b), MacRae (1982, 1990, 1997), Okita (2015), e Simões e Facchini (2009).

No terceiro capítulo, apresentam-se e discutem-se algumas concepções que intentam compreender e definir o que é ciberativismo. Primeiro, apresentam-se as posições mais comuns na literatura sobre a relação internet-participação social e política, com base em releituras de alguns autores – Boulianne (2009), Earl *et al*. (2010), Park e Perry (2008), entre outros. Em seguida, perspectivas teórico-conceituais que tratam do ciberativismo – Araújo (2013), Castells

[8] Proposta da linha de pesquisa apresentada no site do Programa de Pós-graduação em Estudos da Mídia (PPgEM/UFRN). Disponível em: <http://www.cchla.ufrn.br/ppgem/?page_id=116>. Acesso em: 01 ago. 2016.

(2012), Condorelli (2015), Di Felice (2013), Denning (2001), Earl *et al*. (2010), Langman e Morris (2002), Lemos (2003), Malini e Antoun (2013), Moraes (2001), Rigitano (2003, 2005), Silveira (2010), Ugarte (2007) e Vegh (2003). Por fim, algumas categorizações tipológicas que contemplam diferentes tipos de ciberativismo – Denning (2001), Earl *et al*. (2010, Langman e Morris (2002), Millaleo e Velasco (2013), Ugarte (2007, Valencia Rincón (2014), Vegh (2003) e Wray (1998). Por último, demonstra-se os resultados e discussões da pesquisa das produções científicas brasileiras dos últimos anos que tiveram como objeto de estudos o ciberativismo por direitos LGBT.

Já no quarto capítulo, serão apontadas algumas discussões teórico-conceituais sobre o que se pode compreender por representação política. A aproximação com esse tema mostra-se pertinente na medida que se busca, na dissertação, compreender a atuação e implicações das práticas de uma iniciativa cujo objetivo é, justamente, reivindicar a representação política nas e pelas redes de comunicação digital distribuída. Assim, entende-se como interessante discutir sobre a chamada crise de representação política, que evidencia a desconfiança para com a importância dos partidos políticos como organizações de mediação da política, assim como se procurará, ainda, elucidar o debate sobre como a mídia massiva e a internet participam desse processo de crise. Portanto, para a construção desse capítulo pretende-se consultar como aportes básicos autores como Albuquerque e Dias (2002), Alkmim (2013), Costa (2007), Cotta (1998), Ferreira (2013), Manin (2006), Miguel (2003), Monedero (2009), Novaro (2006), Offe (1984), Oller (2003), Sartori (1992) e Pitkin (1985, 2006).

E no quinto capítulo, serão apresentados os dados empíricos colhidos, a partir da delimitação do *corpus*, e a análise do objeto investigado. Como a amostra é constituída por dados de períodos temporais diferentes, propõe-se, a princípio, descrevê-los e analisá-los separadamente. Esse ângulo oferece elementos comparativos que podem ser de grande valia para a interpretação desses dados e, consequentemente, para o entendimento das questões levantadas na pesquisa e outros apontamentos. É neste capítulo que a iniciativa #VoteLGBT será apresentada de forma mais detalhada, a partir das informações colhidas nas entrevistas realizadas com os seus integrantes.

CAPÍTULO I - PROCESSUALIDADES MEDOTOLÓGICAS

Entende-se o método científico como um conjunto de processos ou operações mentais que devem ser empregados numa investigação. Do pesquisador exige-se a definição consciente desses regramentos metodológicos (SANTAELLA, 2010), uma vez que irão intervir diretamente no alcance dos objetivos propostos e na resposta que se pretende para o problema investigado. Lopes (2001), que parte das condições concretas do fazer científico em comunicação, aponta que a metodologia na pesquisa situa-se no plano da prática e indica o trabalho com os métodos empregados. Sendo o método um conjunto de decisões e opções particulares realizadas durante o processo investigativo. Nesse sentido, apresenta-se neste capítulo o percurso metodológico adotado na pesquisa, colocando em perspectiva os movimentos e as fases, ressaltando a abordagem, os métodos e as técnicas empregadas, de modo detalhado e justificado.

Na sua discussão sobre a dimensão metodológica nos trabalhos científicos, Bonin (2008, 2011) propõe pensá-la como aquela que "norteia, orienta, encaminha os processos de construção da pesquisa, em todos os seus níveis" (BONIN, 2008, p. 121). Considerando esta assertiva, a autora reflete as práticas dessa dimensão no campo da comunicação enquanto movimentos metodológicos importantes no processo de construção da investigação científica. Assim, apresenta as práticas de "pesquisa teórica", "pesquisa metodológica", "pesquisa da pesquisa", "pesquisa de contextualização" e "pesquisa exploratória". Estas operações, salienta, devem ser trabalhas de modo articulado e coincidente.

De modo conciso, esses movimentos metodológicos propostos pela autora podem ser compreendidos assim: através da pesquisa teórica o pesquisador familiariza-se com as elaborações teóricas constituídas ao longo do tempo no seu campo de investigação e que guardam fecundidade, porém, precisa submetê-las à críticas e reformulações; na metodológica, implica investir no trabalho de reflexão sobre teorias do método para embasar a construção da investigação, pensando esta dimensão como lugar responsável pela fabricação do conhecimento científico válido; a pesquisa exploratória concerne à realização de sucessivas e fortes aproximações empíricas para dar conta dos objetos que se investiga na comunicação, sob variadas angulações possíveis de interesse à pesquisa em construção, utilizando diversos recursos, desde dados secundários até observação direta de fenômenos; na de contextualização, evita-se reduzir a pesquisa a um exercício abstrato, sem vinculações com a realidade concreta, além de permitir que o pesquisador tenha visão abrangente e particular do fenômeno, de modo

que adote práticas que possibilitem a construção de múltiplos contextos referentes à problemática; por meio da pesquisa da pesquisa, o pesquisador permite-se aproximar do que é produzido e, a partir disso, avançar nas reflexões do que se está investigando, ou pretende investigar, além de perceber os problemas e conhecimentos vivenciados nas investigações e favorecer a formulação de questionamentos que revelam novas dimensões dos fenômenos comunicacionais (BONIN, 2011).

O modelo metodológico de Bonin (2008, 2011), embora posto em dimensão diferente, como movimentos, guarda semelhanças com aquele proposto por Lopes (2001), que enfatiza a construção e reconstrução da pesquisa como um processo de articulação em quatro diferentes fases metodológicas. Essas fases, ressalta a autora, demonstram certa ordem com relação às operações acionadas pelo investigador, mas não são totalmente autônomas ou estanques, pois dessa dinâmica exige-se interações, novas combinações e interdependências entre as operações de cada fase.

Destarte, Lopes (2001) postula essas fases metodológicas como “definição do objeto”, “observação”, “descrição” e “interpretação”. A primeira, definição ou construção do objeto, é formada pelas operações de caráter teórico realizadas em função do fenômeno investigado – neste caso de comunicação –, que são: o problema de pesquisa, que passa pela escolha do assunto e objetivos de pesquisa, o quadro teórico de referências, que disponibiliza os conceitos, e a formulação de hipóteses, que sugerem elucidações iniciais do problema.

Já a segunda fase, da observação, constituída pelas técnicas de investigação, visa reunir evidências que reproduzam os fenômenos do objeto estudado, por meio da construção dos dados da pesquisa. Assim, é formada pelas operações de amostragem, na qual se delimita o universo de investigação e a unidade de pesquisa, e pelas técnicas de coleta, através das quais obtêm-se os dados da pesquisa. A terceira fase, conforme Lopes (2001, p. 149), refere-se à descrição, que “faz a ponte entre a fase de observação dos dados e a fase da interpretação”. Essa fase desenvolve-se pela operação da análise descritiva, que envolve a organização, crítica e classificação dos dados, a construção dos “objetos empíricos” e a reprodução do fenômeno concreto descrito nas condições da sua produção.

A quarta fase, da interpretação, é a segunda etapa da análise, ressalta a autora – sendo a descrição a primeira. É nesta elaboração interpretativa em que ocorre a teorização dos dados a partir do aporte teórico adotado e a explicação das questões investigadas. É com base nessas observações de Lopes (2001) e Bonin (2008, 2011) que este trabalho tem se desenvolvido, integrando fases e movimentos de modo que possibilite visualizar e entender claramente todo o percurso metodológico.

Inicialmente, o interesse pelo tema desta pesquisa começou a surgir ainda no contexto das eleições nacionais de 2014, num cenário sociopolítico em que, com menor ou maior grau, nutria-se expectativas sobre a influência ou não das manifestações ocorridas no ano anterior pelo país. Assim também, como os movimentos sociais por demandas mais direcionadas iriam se comportar e agir face às circunstâncias. Entre esse processo eleitoral e o posterior, de 2016, observou-se o aparecimento nas redes de comunicação digital de diversas iniciativas e de diferentes atores coletivos, que tomaram a discussão sobre a (re)avaliação da representação política como norteadora em suas ações, ou seja, propondo e criando formas, discursos, ferramentas etc., pelas quais os cidadãos poderiam tomar conhecimento e participar, através tanto da participação eleitoral como do debate.

Entre algumas dessas iniciativas ciberativistas concebidas, estão: "Enegreça seu voto"[9] (procurou dar visibilidade a candidaturas negras), "Vote numa feminista"[10] (centrou-se em visibilizar candidatas declaradas feministas), "Vereadores que queremos"[11] (plataforma que promoveu candidaturas a vereador, de diversas cidades do país, que dialogavam com a ideia de cidade coletiva, diversa e democrática) e "Bancada ativista"[12] (objetivou eleger candidatos ativistas a vereador, em São Paulo, com atuação na sociedade civil e na vida política).

No tocante às iniciativas centradas na questão da representação política em relação à temática LGBT, em contexto de eleições, verificou-se a emergência de duas: "Candidaturas Trans do Brasil"[13] (pretendeu dar visibilidade a candidaturas, para legislativo e executivo, de pessoas trans) e "#VoteLGBT" (mapeou as candidaturas ao legislativo que assumiram propostas que contemplavam a temática LGBT). Assim, tendo o interesse inicial em responder como as práticas ciberativistas pela representação política LGBT contribuem para o movimento como um todo e para o próprio debate sobre questões relacionadas à democracia, neste trabalho se constrói um quadro teórico de referência com vista a deslindar cada ponto crucial do problema da pesquisa.

Esse quadro teórico é constituído por uma pesquisa bibliográfica específica (LOPES, 2001) e acompanha todo o trabalho. Nesse sentido, toma-se como ponto de partida as discussões que cingem a história do movimento LGBT, as compreensões sobre o conceito de ciberativismo

---

[9] Disponível em: <https://www.facebook.com/enegrecerovoto>. Acesso em: 03 out. 2016.

[10] Disponível em: <https://www.facebook.com/votenumafeminista>. Acesso em: 03 out. 2016.

[11] Disponível em: <https://www.facebook.com/pg/vereadoresquequeremos> e <http://vereadoresquequeremos.redelivre.org.br>. Acesso em: 03 out. 2016.

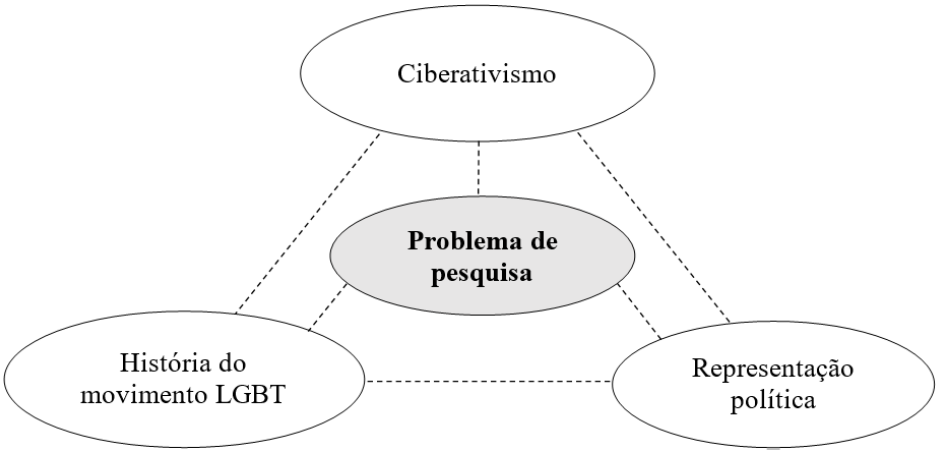
[12] Disponível em: <https://www.facebook.com/bancadaativista> e <http://www.bancadaativista.org>. Acesso em: 03 out. 2016.

[13] Disponível em: <https://www.facebook.com/candidaturastransdobrasil>. Acesso em: 03 out. 2016.

bem como de representação política, em uma perspectiva de diálogo entre esses balizadores teóricos. A busca pelos aportes teóricos para o entendimento desses aspectos percorreu vários trabalhos (artigos, livros, dissertações e teses) encontrados em diferentes repositórios acadêmico-científicos. Esse processo, que é um movimento de pesquisa teórica (BONIN, 2008, 2011), além de permitir a aproximação com trabalhos produzidos no âmbito da pós-graduação no país, especialmente, possibilitou, por conseguinte, o alcance a obras de referência, às quais inúmeros trabalhos recorrem, o que fornece a familiarização com diferentes elaborações teóricas, ajudando a planificar a pesquisa aqui desenvolvida (MARCONI; LAKATOS, 2003).

Na formulação desse quadro há, ainda, o movimento de pesquisa da pesquisa (BONIN, 2008, 2011), por meio do qual se verificou as produções científicas brasileiras nos últimos dez anos (2006 a 2016) que tomaram como objeto de estudos o ciberativismo pelos direitos LGBT. Isso permitiu, também, compreender melhor o panorama de investigação (teórico e metodológico) do qual este estudo faz parte.

Figura 1 - Quadro teórico em relação com o problema de pesquisa



Fonte: O autor (2018).

O movimento de aproximações exploratórias junto as iniciativas ciberativistas permitiu a escolha e definição do objeto empírico. Daquelas centradas no assunto da pesquisa, procurou-se observar, inicialmente, as ferramentas sociais digitais utilizadas, a abrangência de tempo e tipos dos conteúdos publicados. Esse acompanhamento, é preciso dizer, aconteceu durante todo período que antecedeu o dia das eleições de 2016 – e também posterior –, por meio de visitas frequentes (semanais) às respectivas páginas. Desse modo, observou-se que a iniciativa

Candidaturas Trans do Brasil[14] surgiu dois meses antes das eleições como uma página no Facebook e não tinha um site próprio ou estava presente em outra rede social. A página, que até outubro daquele ano não alcançou 600 curtidas (*likes*), basicamente compartilhava as publicações das páginas das respectivas candidaturas que estavam em conformidade com a sua proposta.

A outra iniciativa que também atuou em 2016, o #VoteLGBT, surgiu ainda em 2014 com site próprio e páginas em diferentes redes sociais digitais – demonstradas mais adiante. Diferentemente da anterior, esta não só compartilhava conteúdos como os produzia, além de contar mais de 31 mil usuários que curtiram a página no Facebook – até o mesmo período da iniciativa anterior. Isto posto, definiu-se como objeto empírico a campanha #VoteLGBT e seus processos comunicacionais em e nas redes de comunicação digital distribuída. A opção por esta iniciativa ocorre por considerá-la como um fenômeno que reflete bem a complexidade na qual se insere as questões suscitadas neste trabalho, o que, certamente, contribuirá para o aprofundamento das discussões de modo geral.

Nestes termos, definidos os objetos teórico e empírico, passa-se para a fase formada pelo processo de observação, na qual se indica os tipos de dados a se colher e como fazê-lo, além de como serão tratados e sua vinculação ao quadro teórico (LOPES, 2001). Inicialmente, empreendeu-se a pesquisa documental de toda a campanha #VoteLGBT, através da qual identificou-se páginas em quatro sites de redes sociais e de compartilhamento de conteúdo (Facebook[15], Twitter[16], YouTube[17] e Tumblr[18]), além dos sites próprios[19]. Essa primeira observação permitiu delimitar o universo de investigação, do qual extraiu-se as unidades de pesquisa. Assim sendo, para construir os dados da pesquisa, adotou-se como técnica de amostragem a não probabilística intencional, na qual os elementos (unidades de pesquisa) para a amostra são escolhidos segundo o julgamento do pesquisador, com base no que considerar necessário para responder às perguntas levantadas. Nesse caso, a amostra é considerada de representatividade social (não estatística) ou significativa (LOPES, 2001).

---

[14] Disponível em: <https://www.facebook.com/candidaturastransdobrasil>. Acesso em: 03 out. 2016.

[15] Disponível em: <https://www.facebook.com/votelgbt>. Acesso em: 03 out. 2016.

[16] Disponível em: <https://twitter.com/VoteLGBT2014>. Acesso em: 03 out. 2016.

[17] Disponível em: <https://www.youtube.com/user/votelgbt>. Acesso em: 03 out. 2016.

[18] Disponível em: <http://votelgbt.tumblr.com>. Acesso em: 03 out. 2016.

[19] O site mudou do endereço <www.votelgbt.org> para <eleicoes2014.votelgbt.com>. Com essa mudança, a página da campanha em 2016 foi disponibilizada em <www.votelgbt.com> (voltando para o primeiro endereço em 2017). Acesso em: 03 out. 2016.

A delimitação da amostra, portanto, é constituída pelos conteúdos veiculados na página no Facebook e pelos sites do #VoteLGBT. Na página oficial, se analisará as postagens realizadas em dois períodos temporais: o primeiro, de 27 de agosto a 8 de outubro de 2014, da primeira à última postagem desse ano; o segundo, de 19 de abril a 5 de outubro de 2016, da primeira postagem do ano até três dias após a data do primeiro turno, que foi 2 de outubro desse ano. Dada a dimensão dessa amostragem, será possível uma análise mais aprofundada e reveladora do objeto, justamente porque envolve a observação tanto do primeiro como segundo ano de atuação, que são díspares quanto ao tempo de duração – em 2016 a campanha teve pelo menos quatro meses a mais em relação à 2014. As sucessivas aproximações empíricas junto ao objeto permitiram definir as publicações na página da campanha no Facebook como unidades de pesquisa. Pois, através desse movimento, verificou-se que não houve uma continuidade, em 2016, das páginas nos outros sites de redes sociais e compartilhamento de conteúdo (Twitter, Tumblr e YouTube), como em 2014.

Como destacado, compõem ainda a amostra desta pesquisa os sites próprios desenvolvidos pelo #VoteLGBT. Em 2014, foi elaborado o primeiro site – que será definido aqui como "institucional" – que organizou informações sobre os candidatos pelo país cujas propostas coadunavam com as expectativas da iniciativa, funcionado como um centro de referência, um tipo de repositório digital de candidaturas. Além, claro, de informações referentes à própria campanha. Já em 2016, houve algumas alterações quanto a isso: a mudança no site anterior e a criação de uma nova plataforma, bem como nas lógicas de catalogação das candidaturas e noutros pontos cruciais. A alteração no site institucional foi significativa, passando de uma página com mais recursos para um layout mais estático e simplificado (estilo *one page*, ou única página), perdendo a função inicial de "curadoria" – outra mudança substancial no visual e estrutura veio a ocorrer apenas em 2017

Por conseguinte, foi desenvolvido o site (denominado pelos atores de plataforma) #MeRepresenta[20] como novo ambiente de apoio aos cidadãos sobre a decisão do voto. Esta página foi desenvolvida em conjunto com outras iniciativas (coletivos e organizações), ampliando a seara de frentes de reivindicações (igualdade de gênero, orientação sexual, direito à cidade, racial), alterando o *modus operandi* inicial de cooptação, apresentação, busca e escolha dos candidatos, e outras operacionalidades. Dito isso, ressalta-se a opção para a composição da amostra dessas duas páginas: #MeRepresenta (2016) e institucional do #VoteLGBT (2014).

[20] Disponível em: <http://www.merepresenta.org.br>. Acesso em: 01 out. 2016.

A partir deste ponto, salienta-se as técnicas de coleta da pesquisa, apoiadas na observação direta e indireta. Dentro da proposta do primeiro tipo (direta), na qual o investigador aciona a melhor posição estratégica de obtenção dos dados (LOPES, 2001), realiza-se a observação na vida real (PRODANOV; FREITAS, 2013), ou seja, com o registro dos dados na medida em que ocorrem no ambiente real – isso, claro, não necessariamente prescinde de uma sistematização mínima, que pode ocorrer no e em decorrência do próprio processo. Para tanto, empregou-se duas ferramentas para colheita dos dados: o software gratuito *HTTrack Website Copier*[21], para realização do download na íntegra do site institucional do #VoteLGBT (2014) e da plataforma #MeRepresenta (2016); e a extensão[22] gratuita para browsers (navegadores) *FireShot*[23], para a cópia, através da captura de tela, das publicações da página no Facebook nos períodos de tempo determinados antes.

Assim, a colheita foi realizada ainda em 2016, no período de atividade da campanha. A partir do mês de agosto, operou-se o download do site, bem como o registro das publicações na página no Facebook referentes ao primeiro ano de atuação (2014). Em seguida, o mesmo procedimento para o segundo ano (2016), porém, com algumas especificidades: o site #MeRepresenta teve quatro alterações consistentes desde sua disponibilização (a primeira versão com algumas informações da iniciativa; a segunda com todas as funcionalidades para a exploração pelo cidadão; e a terceira, pós-eleições; e uma quarta versão em 2017, com os resultados), portanto, realizou-se o download de todas as versões; o registro das publicações no Facebook ocorreu conforme a página ia sendo atualizada, porém, com um intervalo de alguns dias, pois uma das unidades interessantes à pesquisa é o número de reações (curtidas, compartilhamentos e comentários) a essas publicações. Todas os dados colhidos na página do #VoteLGBT no Facebook foram, inicialmente, dispostos em um quadro organizativo, no qual consta a imagem da publicação (*screenshot*) – com todos os comentários visíveis –, legenda, interações (número de curtidas, compartilhamentos e comentários) e informações de acesso (link e data).

A observação indireta, por meio da realização de entrevista, é outra técnica recorrida de modo complementar nesta pesquisa. Optou-se por utilizar essa técnica de interrogação (GIL, 2002) com as pessoas que compuseram (ou compõem) o núcleo promotor da iniciativa #VoteLGBT, ou seja, com os interlocutores considerados aqui informantes-chave (DUARTE,

---

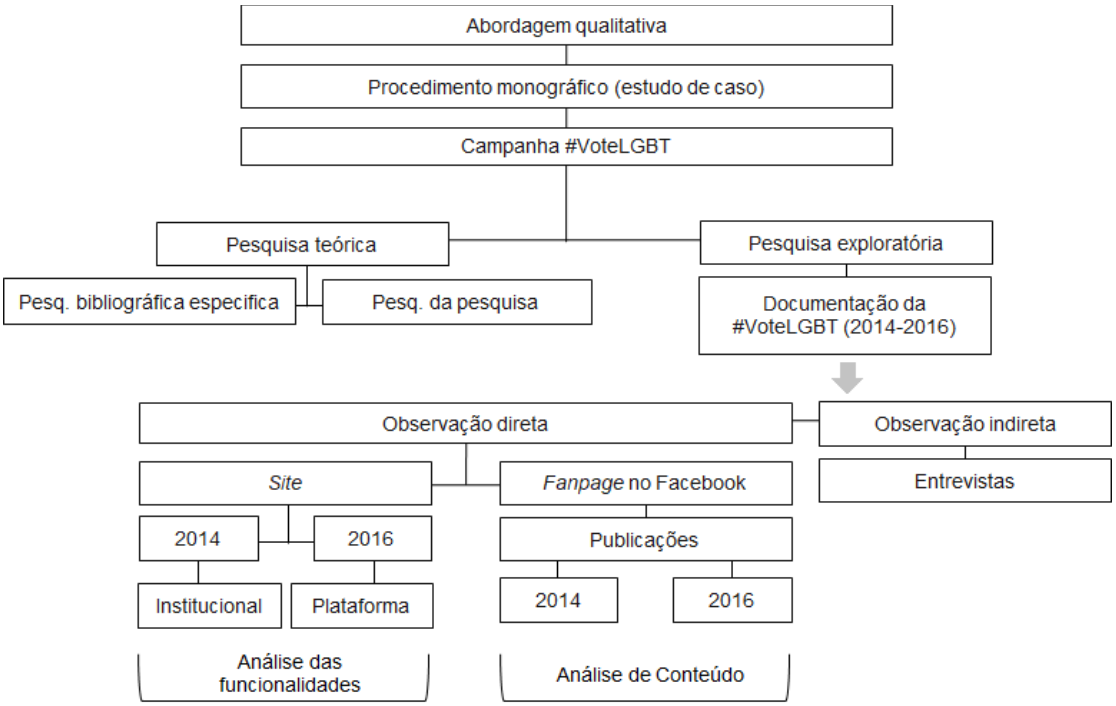
[21] Disponível em: <https://www.httrack.com>. Acesso em: 16 mar. 2016.

[22] As chamadas extensões (pequenos ficheiros) permitem a adição de novos recursos aos navegadores *web* (browsers) para a execução de novas tarefas através deles próprios, sem a necessidade de instalação na máquina do usuário.

[23] Disponível em: <https://chrome.google.com/webstore>. Acesso em: 16 mar. 2016.

2011). Assim, seguindo um modelo semiaberto, com questões semiestruturadas oriundas do problema de pesquisa que servem como pontos de interesse para o pesquisador e podem ser alteradas ou adaptadas no decorrer das entrevistas (DUARTE, 2011) – ver Apêndice D. Para tanto, devido à inviabilidade financeira, principalmente, de realizar as entrevistas presencialmente, utilizou-se softwares que permitem a comunicação através de conexões online de áudio e vídeo, no caso WhatsApp e Telegram. Assim, entrevistou-se quatro informantes, nos dias 31 de maio e 15 de junho de 2017 (dois em cada dia), via mensagens de voz, o que permitiu gravar e arquivar os diálogos para, sem seguida, realizar a transcrição. Visando colher informações que possam ajudar a alcançar os objetivos e a desvendar os questionamentos da pesquisa, dividiu-se as perguntas em tipos específico e amplo: sendo o primeiro para aquelas consideradas mais pontuais, relacionadas, principalmente, aos aspectos internos e organizacionais da iniciativa; e o segundo de caráter mais abrangente, relacionado às questões mais avaliativas da iniciativa e das temáticas relacionadas a ela.

Figura 2 - Fluxograma sintético das processualidades metodológicas



Fonte: O autor (2018).

Em continuidade às processualidades metodológicas, se procurará realizar e apresentar as análises descritiva e interpretativa dos dados de forma conjunta e entrelaçada em uma única etapa da pesquisa. A princípio, se buscará manipular os dados colhidos através das técnicas

apresentadas antes, de modo a organizá-los, criticá-los e classificá-los – ou selecioná-los (examinar minuciosamente os dados), codificá-los (categorizar) e tabulá-los (dispô-los em tabelas, proporcionando uma maior facilidade na verificação), como acentuam Marconi e Lakatos (2003) –, visando, assim, encontrar concentrações, frequências e tendências; efetuar relações e cruzamentos; categorizar para encontrar campos de sentido (LOPES, 2001).

Posteriormente, será possível a produção de inferências para a reconstrução do fenômeno investigado aqui e, consequentemente, a sua interpretação, explicação. Como se tem elucidado até então, a amostra deste estudo é composta por diferentes unidades de pesquisa, que são as publicações na página da #VoteLGBT no Facebook e os sites que fazem parte da campanha. Nestes últimos, se procurará observar e descrever seus funcionamentos, suas estruturas, como os conteúdos estão organizados e suas operacionalidades.

Para a análise das publicações se recorrerá à análise de conteúdo (AC), que consiste em "um conjunto de técnicas de análise das comunicações, que utiliza procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens", propõe Bardin (1977, p. 38). A análise de conteúdo, ressalta a autora, objetiva a inferência de conhecimentos relativos às condições de produção (ou, também, de recepção) das mensagens a partir de indicadores, que podem ser quantitativos ou não. A inferência, da qual trata, refere-se à dedução de forma lógica, sendo considerada como procedimento intermediário entre a descrição (enumeração das características do texto) e a interpretação (significação conferida a essas características), permitindo "a passagem, explícita e controlada, de uma à outra" (BARDIN, 1977, 39).

Bardin (1977) organiza sua proposta em três fases: pré-análise, exploração do material e tratamento dos resultados. A primeira fase corresponde à fase de organização, em que se escolhe os materiais para a análise e, para tanto, segue-se algumas regras principais: da exaustividade, em que se considera todos os elementos do *corpus*; da representatividade, em que se defini uma amostra que represente o universo inicial; da homogeneidade, na qual os dados devem se referir ao mesmo tema e terem sido obtidos com as mesmas técnicas e indivíduos semelhantes; da pertinência, em que os documentos devem corresponder aos objetivos da pesquisa. A segunda fase corresponde à exploração em si do material coletado, em que ocorrem as operações de codificação, conforme os parâmetros estabelecidos (unidades de registro, formas de enumeração e categorização). A terceira fase tem que ver com o tratamento dos resultados, que devem ser tabulados e apresentados em quadros, figuras, modelos, tabelas de modo a condensá-los para que destaquem as informações fornecidas para a análise.

Levando em consideração o percurso evidenciado até aqui, ressalta-se que o método de procedimento empregado é o monográfico (estudo de caso), que consiste no estudo de

determinados indivíduos, condições, instituições, grupos etc., com a finalidade de se obter generalizações. Este tipo de investigação permite um estudo aprofundado e exaustivo de um ou poucos objetos, possibilitando seu conhecimento de forma minuciosa e aguda (PRODANOV; FREITAS, 2013). É, define Yin (2001, p. 32), "uma investigação empírica que investiga um fenômeno contemporâneo dentro de seu contexto da vida real, especialmente quando os limites entre o fenômeno e o contexto não estão claramente definidos".

Para Yin (2001), é mais interessante o emprego da estratégia do estudo de caso para se responder questões do tipo "como" e "por que". Mais explanatórias, essas questões "lidam com ligações operacionais que necessitam ser traçadas ao longo do tempo, em vez de serem encaradas como meras repetições ou incidências" (YIN, 2001, p. 25). Como propõe o autor, essa estratégia é adotada ao se examinar acontecimentos contemporâneos inseridos em determinados contextos, nos quais o pesquisador tem pouco ou nenhum controle sobre os comportamentos relevantes. Nessa perspectiva, a questão fulcral desta pesquisa investiga um fenômeno que é constituído em e por um contexto político-social-cultural, passível de observação, descrição e interpretação.

A presente investigação tem abordagem essencialmente qualitativa, embora se recorrerá, também, a aspectos quantitativos de interesse que formarão uma relação de complementariedade (LOPES, 2001). Essa abordagem focaliza os processos, a interpretação de fenômenos e a atribuição de significados, considerando que há entre o mundo real e os sujeitos uma relação dinâmica, que não pode ser traduzida somente em números (PRODANOV; FREITAS, 2013).

Ao discutirem métodos de pesquisa na internet, as pesquisadoras Fragoso, Recuero e Amaral (2011) apresentam aquelas que consideram como as principais abordagens qualitativas da pesquisa sobre esse campo. Duas dessas abordagens teóricas são formuladas por Christine Hine (2000 *apud* FRAGOSO; RECUERO; AMARAL, 2011, p. 41-42): "internet enquanto cultura", na qual é compreendida enquanto espaço distinto do offline, em que os estudos focam o contexto cultural dos fenômenos constituídos nas comunidades e mundos virtuais, levando em consideração funções, formações sociais e tipos de organizações – além de experimentações das identidades; e "enquanto artefato cultural", em que os estudos observam a inserção da tecnologia na vida cotidiana, favorecendo a percepção da rede como um elemento cultural e não como âmbito à parte, integrando o online/offline de forma fluida e interatuante – esta ideia compreende os significados culturais variados em diferentes contextos de uso. Esta última abordagem (artefato cultural) demonstra ser mais significativa para esta pesquisa, uma vez que

investiga-se a emergência de uma iniciativa em e nas redes de comunicação digital distribuída, cuja repercussão atravessa a vida cotidiana.

CAPÍTULO II - MOVIMENTO LGBT: RETOMANDO UMA TRAJETÓRIA

Neste capítulo apresenta-se o movimento LGBT em um plano histórico, ou seja, os aspectos antecedentes ao seu surgimento, o reconhecimento e consolidação enquanto movimento por direitos, partindo para os marcos do seu desenvolvimento e institucionalização no Brasil. Essa historicização inicial é oportuna porque permitirá situar e compreender a atuação da campanha #VoteLGBT no curso das inciativas desenvolvidas ao longo do tempo.

O movimento coletivo por direitos LGBT completará ainda nesta década meio século desde que irrompeu para o mundo como uma força substantiva de luta política, social e cultural. Ao longo de todo esse tempo, o processo de politização das identidades de gênero[24] e orientações sexuais[25] envolveu diversos sujeitos, coletivos, organizações e instituições da sociedade que nem sempre foram consonantes em suas perspectivas, pelo contrário. Como terreno político, ou seja, que não se restringi à intimidade, privacidade e subjetividade, mas também que contempla uma amplitude de vivências compartilhadas, a sexualidade atrai "múltiplas vozes discordantes, tentando se sobrepor umas às outras, em embates que não se restringem às ruas, aos parlamentos ou aos tribunais, mas envolvem todas as áreas da vida social" (SIMÕES; FACCHINI, 2009, p. 12). É partindo dessa constatação que este capítulo se desenvolve, de forma a mostrar que o movimento político pelos direitos LGBT foi – e continuam sendo – lapidado por diferentes forças.

2.1 ALGUNS ANTECEDENTES EUROPEUS E AMERICANOS

Como se tem sinalizado, é a partir da segunda metade do século passado que o movimento LGBT ganha destaque no cenário internacional como frente política por direitos humanos. No entanto, os estudiosos da história do movimento atribuem ao período entre o final do século XIX e início do XX a manifestação das lutas iniciais do então emergente ativismo homossexual (SIMÕES; FACCHINI, 2009). Isso ocorreu no contexto europeu, especificamente

---

[24] Compreendendo identidade de gênero, conforme os Princípios de Yogyakarta, como "a profundamente sentida experiência interna e individual do gênero de cada pessoa, que pode ou não corresponder ao sexo atribuído no nascimento, incluindo o senso pessoal do corpo (que pode envolver, por livre escolha, modificação da aparência ou função corporal por meios médicos, cirúrgicos ou outros) e outras expressões de gênero, inclusive vestimenta, modo de falar e maneirismos" (CORRÊA; MUNTARBHORN, 2006, p. 7).

[25] Compreendendo orientação sexual, conforme os Princípios de Yogyakarta, como "referência à capacidade de cada pessoa de ter uma profunda atração emocional, afetiva ou sexual por indivíduos de gênero diferente, do mesmo gênero ou de mais de um gênero, assim como ter relações íntimas e sexuais com essas pessoas" (CORRÊA; MUNTARBHORN, 2006, p. 7).

na Alemanha e na União das Repúblicas Socialistas Soviéticas (URSS), com importantes bandeiras em formação.

Na Alemanha, lutava-se para abolir o parágrafo 175 do Código Penal do *Reich* (império), redigido pela Confederação da Alemanha do Norte no fim dos anos 1860, que entrou em vigor em 1871 declarando o comportamento homossexual entres homens como delito, portanto, passível de punição. Em 1869, o húngaro Karl Maria Benkert escreveu uma carta direcionada ao ministro da justiça expressando que o Estado não deveria interferir na privacidade dos cidadãos, que tal ação refletia um retrocesso. Benkert, assim, cunhou o termo "homossexual" para se referir às relações entre pessoas de mesmo sexo, inserido em um contexto de proliferação do interesse científico, na Alemanha, para se desenvolver uma compreensão racional do assunto (OKITA, 2015).

Algumas décadas depois, em 1897, forma-se também na Alemanha aquela que seria a primeira organização em favor da liberdade homossexual, o Comitê Científico Humanitário. Liderado pelo médico Magnus Hirschfeld, esse comitê tinha como principais objetivos "ganhar os corpos legislativos para que apoiassem a petição de abolir o parágrafo 175 anti-homossexual; trazer a público a verdade sobre a homossexualidade; interessar os próprios homossexuais na luta em favor de seus direitos", relembra Okita (2015, p. 47). Não obstante, o foco maior foi na campanha para abolir a condição criminal dos comportamentos homossexuais instituída pelo parágrafo 175. Para tanto, buscou-se angariar apoios em diferentes setores – políticos, cientistas, artistas, médicos e outras personalidades ilustres – por meio da captação de assinaturas, o que resultou em um sucesso com mais de seis mil, especialmente após a Primeira Guerra Mundial (1914-1918), além da adesão pública de importantes nomes, como August Bebel, líder do Partido Social-Democrata, que discursou no *Reichstag* a favor da campanha (FRY; MACRAE, 1985).

Em 1919, Hirschfeld, considerado o mais importante dos primeiros militantes homossexuais (MACRAE, 1982), funda em Berlim o Instituto de Ciência Sexual – no qual o Comitê Científico Humanitário se instalou –, com um importante arquivo de diferentes documentos e dados antropológicos, biológicos, estatísticos e etnológicos relacionados à sexologia, o que o tornou o primeiro desse tipo no mundo (OKITA, 2015). Durante todo o tempo em que esteve ativo, o instituto funcionou tanto como um centro de ciência quanto um tipo de base do movimento homossexual. Magnus Hirschfeld acreditava que os homossexuais constituíam um "terceiro sexo" e utilizava essa noção para garantir os direitos básicos para esse sexo considerado minoritário. Essa visão, contudo, não era unânime entre aqueles que

compuseram o comitê, havendo uma dissidência por parte de Benedict Friedlander, que fundou em 1902 um outro grupo chamado de Comunidade dos Especiais.

Para Friedlander, a homossexualidade não era inata, discordava na ideia de "estados intermediários" e da equiparação dos homossexuais a doentes (FRY; MACRAE, 1985). "Ele percebia que o comportamento sexual não coincidia com as categorias de homossexual e heterossexual, pois os chamados homossexuais eram capazes de se relacionar heterossexualmente e vice-versa", destacam Fry e MacRae (1985, p. 87). Além disso, o grupo liderado por Friedlander – formado apenas por homens – não só pautava-se em uma separação de gêneros (SIMÕES; FACCHINI, 2009) como também considerava a bissexualidade a forma plena e menos distorcida da sexualidade (FRY; MACRAE, 1985).

A partir da década de 1920, também foram realizadas no Instituto de Ciência Sexual experimentações cirúrgicas de mudança de sexo (remoção de pênis e construção de vaginas). Nesse momento, porém, começa a ocorrer uma série de incidentes contra Magnus Hirschfeld, como quando foi atacado – e quase morto – por antissemitas, em 1921, e por jovens nazistas em uma reunião em Viena, em 1923 (OKITA, 2015). Devido à ascensão nazista na Alemanha, na década seguinte o instituto teve suas atividades interrompidas e suas portas fechadas. Em maio de 1933, iniciou-se uma campanha de depuração das bibliotecas do país de livros que eram considerados "poucos germânicos", tendo o Instituto de Ciência Sexual como primeiro alvo. O rico acervo de livros (mais de 10 mil), documentos e fotografias foram queimados em praça pública; dois anos depois Hirschfeld faleceu no exílio na França (FRY; MACRAE, 1985). Nos anos seguintes, os homossexuais continuaram sendo enquadrados no parágrafo 175 (que ampliou em 1935 os crimes passíveis de punição) e enviados para os campos de concentração nazistas, obrigados ao trabalho forçado e exterminados; usavam um triângulo rosa costurado no uniforme – socialistas e comunistas usavam um vermelho, os judeus um amarelo.

Na União Soviética, o governo bolchevique aboliu no ano de 1917 as leis que condenavam as práticas e os comportamentos homossexuais. Segundo Fry e MacRae (1985), isso ocorreu no escopo de uma revolução sexual verdadeira, incluindo a facilitação do aborto, do divórcio, a legalização da prostituição, concubinato e incesto. Para o governo, à homossexualidade não se poderia atribuir prejuízos porque se tratava de um problema científico e não legal, e tal posição influenciou apoiadores de outros países sobre as causas homossexuais. Esse conceito de "revolução sexual" foi cunhado por Wilhelm Reich – combinando e repensando ideias de Karl Marx e Sigmund Freud – baseado nos princípios de uma regulamentação econômica-sexual em substituição à regulamentação normativa tradicional das relações sexuais forçadas – ou opressão sexual (ZDRAVOMYSLOVA, 2017).

Outro personagem importante no contexto soviético foi Grigorii Batkis, que analisava a situação dos acontecimentos a partir de uma abordagem ideológica e prática – diferentemente de Reich, seu contemporâneo, que vinha de uma linha mais teórica. Por estar envolvido com os problemas sociais da medicina (em interface com a sociologia, demografia e estatística), ele refletia sobre as mudanças radicais ocorridas no comportamento sexual da população, principalmente dos jovens, após a Revolução Bolchevique, salienta Olga Zdravomyslova (2017). Em 1923, Batkis define aqueles que seriam os princípios da política e ideologia bolchevique no campo das relações de gênero, sexualidade e da família. Seu trabalho, porém, não foi publicado na União Soviética – mesmo tendo se tornado diretor do Instituto Moscovita de Higiene Social –, mas Alemanha, em 1925, como um panfleto (ZDRAVOMYSLOVA, 2017). Nele defendia que as revoluções da classe trabalhadora chegavam a todos os setores da vida e que o Estado e a sociedade em geral não deveriam interferir em assuntos sexuais privados, desde que não lesem ou prejudiquem as pessoas e seus interesses (OKITA, 2015).

A URSS participou, em setembro de 1921, do primeiro Congresso Internacional para a Reforma Sexual sobre as Bases da Ciência Sexual, em Berlim, organizado por Magnus Hirschfeld. Seus delegados também participaram dos congressos posteriores, em Copenhague (julho de 1928), onde ocorreu a fundação da Liga Mundial para a Reforma Sexual (World League for Sexual Reform – WLSR)[26], em Londres (setembro de 1929), em Viena (setembro de 1930) e em Brno (setembro de 1932). O panorama da União Soviética começa a mudar ainda no final da década de 1920, quando no evento da Liga de 1929 uma ala mais dura dos delegados soviéticos não falou da homossexualidade, mas condenou os direitos das mulheres ao aborto (FRY; MACRAE, 1985).

Passou-se, então, com a ascensão de Stalin ao poder, a negar os avanços conseguidos a partir de 1917 e reprimir novas formas de organização e associação em torno da discussão sobre a sexualidade. Isso, somado a outros aspectos, fez parte do processo de burocratização do primeiro Estado operário fruto da visão política stalinista para a condução da revolução, afirma Okita (2015). “O stalinismo, para se consolidar, também foi forçado a construir uma ideologia que recuperava os elementos mais atrasados da cultura camponesa, tais como a preservação da

[26] A WLSR, que durou até 1935, tinha no seu programa questões relacionadas aos temas da reforma patrimonial (no contrato do casamento, direito conjugal e divórcio); da posição da mulher como membro da sociedade e sua participação nas diferentes esferas (política, econômica, social e sexual); do controle de natalidade (senso de responsabilidade, popularização dos anticoncepcionais, combate ao aborto e à sua penalização); da eugenia (na perspectiva de Nietzsche); do julgamento justo dos considerados não adequados ao casamento (acima de todos os tipos sexuais intermediários); da tolerância das relações sexuais gratuitas (com proteção da mãe solteira e da criança nascida fora do casamento); da prevenção da prostituição e doença venérea; da concepção das aberrações do desejo sexual como um fenômeno patológico e não pecaminosas ou criminosas; da criação de um código de lei sexual (sem interferir na vontade sexual mútua entre adultos); da educação sexual (DOSE; SELWYN, 2003).

família, a opressão das mulheres e de todas as manifestações de liberalismo sexual" (OKITA, 2015, p. 57). A homossexualidade é discriminada, vigiada e denunciada por uma visão que a coloca sob a pecha de resultado da decadência do setor burguês da sociedade; para o stalinismo uma perversão fascista (nazista), para o nazismo um bolchevismo sexual (FRY; MACRAE, 1985).

Na década de 1930, o ataque do governo de Stalin, por meio de leis repressivas e métodos totalitários, faz recuar as mobilizações pela liberdade. Nos primeiros meses de 1934 ocorrem detenções em massa de homossexuais, entre artistas e intelectuais, principalmente, em diferentes cidades soviéticas (Moscou, Leningrado, Kharkov e Odessa). Nesse mesmo ano, foi introduzida uma lei que condenava os homossexuais a até oito anos de prisão. Além do apoio pessoal de Stalin, a imprensa do país também contribuiu para repercutir tal medida, com uma campanha incisiva contrária à homossexualidade sob a forte colaboração do escritor do "realismo socialista" Máximo Gorki (FRY; MACRAE, 1985).

A ascensão do stalinismo na URSS e do nazismo na Alemanha foi determinante para o recuo das militâncias homossexuais, mantendo-as extintas – da maneira como vinha ocorrendo – pelo menos até pouco depois do término da Segunda Guerra Mundial (1939-1945). De acordo com MacRae (1982), a retomada das lutas pelos direitos dos homossexuais ocorre somente a partir do final da década de 1940 nos Estados Unidos, com o biólogo e professor Alfred Kinsey, que publicou, em 1948, o seu primeiro livro (*Sexual Behavior of Human Male*) a respeito do comportamento sexual. Nesse estudo, ele reuniu dados estatísticos de 12.214 entrevistas com homens e mostrou que eles não podiam ser segmentados categoricamente em dois grupos diferentes (heterossexuais e homossexuais). Assim, Kinsey defendeu a ideia de um *continuum* para pensar o comportamento sexual, que se estende do heterossexual, exclusivamente, até o homossexual[27]. Ele concluiu que as experiências homossexuais entre os homens brancos americanos eram mais frequentes do que se "esperava", além de haver uma disparidade entre essas categorias sociais e o verdadeiro comportamento sexual deles. "Não era mais possível ignorar que a homossexualidade era um fenômeno bastante amplo na sociedade e certamente não restrito a uma pequena minoria de 'desviantes'" (FRY; MACRAE, 1985, p. 94).

No começo da década seguinte emergem nos Estados Unidos algumas organizações políticas de gays e lésbicas, como a Mattachine Society. Fundada em 1950, foi formada por membros do Partido Comunista americano e considerava "o *status* socialmente marginal a que estavam relegados os homossexuais, como equivalente à discriminação a que estavam sujeitas

[27] Essa proposta é lembrada também como Escala de Kinsey.

as minorias raciais" (GREEN, 2003, p. 24, grifo do autor). Embora composta por pessoas com posições políticas mais radicais e ter, no início, um aspecto de clandestinidade, essa organização adotou uma perspectiva de atuação mais cautelosa, moderada e visava a integração irrestrita dos homossexuais à sociedade por meio da reforma das leis que combatiam a homossexualidade no país.

Segundo Peter Fry e Edward MacRae (1985), muitos membros da Mattachine Society aceitaram a visão da homossexualidade como doença, rejeitaram o próprio termo pela ênfase no "sexual" e adotaram outros (como "homófilo" e "homoerótico"), ocultaram seus nomes e se preocuparam com uma imagem pública considerada respeitável. Esse posicionamento estava também relacionado com o difícil contexto da sociedade americana da época, imersa em uma atmosfera de hostilidade e homofobia. O período correspondente à primeira metade da década de 1950 ficou conhecido como "Macartismo" (McCarthyism), em referência ao senador Joseph Raymond McCarthy, devido à perseguição perpetrada contra os comunistas e homossexuais.

Em 1955, um grupo de mulheres formava em São Francisco umas das primeiras organizações de lésbicas a serem estabelecidas, a Daughters of Bilitis (DOB). Também sujeita a hostilidades, discriminações e estigmas de sua época, a organização procurou evidenciar o isolamento que era sentido pelas mulheres que não se associavam a determinados papéis sociais (GREEN, 2003). A DOB foi importante por possibilitar encontros entre lésbicas para compartilhar suas vivências e lutas diárias e por buscar visibilidade, aceitação e direitos para elas. Enquanto dissidência da sociedade fundada em 1950, havia na Daughters of Bilitis uma tensão que envolvia a escolha entre compor com os grupos homossexuais dominados por homens e identificar-se com os grupos de feministas separatistas lésbicas. Tal situação e outras contradições foram significativas para a sua dissolução nacional no final dos anos 1970.

Esses grupos propiciaram as bases que favoreceram, de acordo com Green (2003, p. 24, grifo do autor), "a organização de outros esforços contra a discriminação e homofobia numa época em que os direitos civis e as atividades anti-guerra inspiraram uma segunda onda de feminismo e novas organizações pelos direitos dos *gays* e lésbicas no final da década de 1960". Alguns dos coletivos que se formaram após a Segunda Guerra, principalmente na Europa[28],

[28] Uma experiência singular na trajetória dos movimentos por direitos dos homossexuais na Europa foi uma revista suíça lançada em janeiro 1932 com o título Schweizerisches Freundschafts-Banner. Posteriormente, foi renomeada para Menschenrecht, em 1937, e 11 anos depois do seu lançamento para a versão bilíngue Der Kreis - Le Cercle, em 1943 – a partir do volume 25, de 1957, acrescenta ao título a versão em inglês The Circle. De alcance internacional, foi a única revista homossexual a sobreviver a ascensão nazista no continente e a estar em circulação durante a guerra – seu último volume foi o 35, de 1967. Todos as edições da Der Kreis foram digitalizadas e estão disponíveis gratuitamente na plataforma E-Periodica. Disponível em: <http://www.e-periodica.ch/digbib/volumes?UID=kre-001>. Acesso em: 19 jul. 2017.

foram: Cultuur- en Ontspannings Centrum (COC), fundado na Holanda em 1946 como Shakespeare Club e renomeado em 1949 – por ter atraído cerca de três mil membros em 1958, reivindicou o *status* de maior organização homossexual do mundo, na época; Forbundet af 1948 (F-48), fundada na Dinamarca em 1948 cujo nome chamava atenção para a importância da Declaração Universal dos Direitos Humanos da Organização das Nações Unidas (ONU); Riksförbundet för Sexuellt Likaberättigande (RFSL), fundada em 1950 na Suécia por alguns membros – quase todos homens – que faziam parte da dinamarquesa F-48; e Le Verseau e Arcadie, fundados em 1954 na França (FRY; MACRAE, 1985; RUPP, 2011).

Na transição de 1950 para os anos de 1960, o movimento homossexual nos Estados Unidos acompanha o ambiente de contestação encabeçado, em especial, pelos jovens da chamada "geração beat" e do movimento contracultural hippie, em um crescente clima de politização da liberdade sexual expressa nos valores, comportamentos e nas atitudes (SIMÕES; FACCHINI, 2009). Soma-se a essa orientação à politização a influência das ondas de protestos e conflitos ocorridas na França em maio de 1968 e o alinhamento com as lutas dos movimentos de negros e de mulheres, contribuindo para o surgimento no ano seguinte da Frente de Liberação Gay (Gay Liberation Front – GLF) americana, cujo nome foi inspirado na Frente de Liberação Nacional Vietnamita (National Liberation Front – NLF).

Um evento ocorrido em 28 de junho de 1969 na boêmia região nova-iorquina de Greenwich Village tornou-se símbolo de um novo movimento social por direitos homossexuais. Nesse dia, sob a alegação de irregularidades na venda de bebidas alcoólicas, a polícia local tentou invadir o bar Stonewall Inn, situado em uma das ruas mais movimentas da época, na localidade que era conhecida como o "gueto" homossexual da cidade (FRY; MACRAE, 1985). A ação policial, que começou no início da madrugada, foi acompanhada de detenções e agressões gratuitas contra os frequentadores do bar, que resistiram e reagiram ativamente por quase uma semana, em um episódio conhecido como Revolta de Stonewall. A partir dessas mobilizações contra a repressão e truculência perpetradas pela polícia, constrói-se a ideia do surgimento de um "Poder Gay", que se manifestava na reação e nas palavras de ordem empregadas naqueles dias de conflitos. No mesmo ano, a GLF, uma coalização de homens e mulheres homossexuais formada logo depois da Revolta de Stonewall com o objetivo de combater a discriminação e opressão desse grupo minorizado e de exigir direitos à autodeterminação dos próprios corpos, lançou o primeiro volume do seu jornal Come Out![29] (em 14 de novembro), que foi publicado até o ano de 1972.

[29] O Come Out!, "um jornal por e para a comunidade gay" – como estampa no número um do primeiro volume –, teve seus arquivos digitalizados – exceto uma das nove expedições – e estão disponíveis gratuitamente no site

De acordo com Fry e MacRae (1985), embora a posição de tornar visível a politização da homossexualidade fosse restrita a um grupo menor de militantes, ela refletia uma mudança mais geral de parte significativa da população de homossexuais. Assim, tornava-se comum adotar uma "identidade gay", "assumir-se" em detrimento da vergonha e clandestinidade impostas. Todavia, discutem os autores, isso esbarra em uma postura identitária que, via de regra, restringe a possibilidade de relações gays somente entre pessoas do mesmo sexo; então inventa-se a figura do bissexual para a resolução desses descompassos, que mesmo assim permanece, muitas vezes, malquisto por homossexuais e heterossexuais; atribui aos relacionamentos homossexuais a mesma moral sexual normalmente aplicada a casais héteros. A discussão disso levou à formação das alas mais radicais que colocaram em xeque a imprescindibilidade da divisão entre sujeitos hétero/homossexuais; que foram além da exigência por direitos civis contestando a ideia de "decência" dos homossexuais e que podiam ser "integráveis" à sociedade; que colocaram em questão a eficácia das mudanças legais como próprias para solução dos problemas relacionados à homossexualidade; e romperam com teorias anteriores e incorporaram a diferença entre sexo biológico e social (papéis de gêneros). Entretanto, o que veio a prevalecer "foi a perspectiva de tendências menos radicais, que reencaparam a concepção de uma minoria gay e lésbica e, em vez de falarem de ruptura de papeis e identidades, reivindicavam aos gays os direitos de inclusão equivalentes ao de grupos culturais minoritários", destacam Simões e Facchini (2009, p. 47).

Nos anos que se seguiram, o movimento homossexual americano impeliu algumas mudanças no país, como a pressão sobre a Associação Americana de Psiquiatria (American Psychiatric Association – APA) para repensar a sua classificação da homossexualidade como doença, ocorrendo a decisão pela retirada em 1973. Na segunda edição do seu Manual de Diagnóstico e Estatística de Distúrbios Mentais (Diagnostic and Statistical Manual of Mental Disorders – DSM-II)[30], publicada em 1974, a homossexualidade – juntamente com o "fetichismo", a "pedofilia", o "travestismo", "exibicionismo", "voyeurismo", "sadismo" e "masoquismo" – foi classificada como "desvio sexual". Segundo Okita (2015), o movimento ganhou maior cobertura de algumas das suas reivindicações mais básicas, como o fim da discriminação no emprego e na habitação e dos ataques de policiais contra homossexuais. Além disso, recebeu o apoio dos sindicatos nacionais de professores, alguns governos municipais

OutHistory.org, fundado em 2008 por Jonathan Katz. Disponível em: <http://outhistory.org/exhibits/show/come-out-magazine-1969-1972/the-come-out-archive>. Acesso em: 19 jul. 2017.

[30] Disponível em: <http://www.behaviorismandmentalhealth.com/wp-content/uploads/2015/08/DSM-II.pdf>. Acesso em: 19 jul. 2017.

instituíram leis pelos direitos civis de homossexuais, estados anularam leis (como a de sodomia) que puniam comportamentos homossexuais, a Comissão do Serviço Civil do Governo Federal, por meio do Escritório de Gestão de Pessoal, reverteu, a partir de 1980, a proibição de gays e lésbicas no serviço público, proibindo a discriminação com base na orientação sexual.

As lésbicas conseguiram espaço dentro do próprio movimento pela libertação das mulheres, no qual as feministas heterossexuais as viam com estranheza e como desinteressantes para a construção da imagem do movimento. Novas formulações teóricas e políticas foram propostas por pensadoras e ativistas lésbicas na intenção de construir uma autonomia do movimento de lésbicas, com ênfase nas diferenças de gênero, apontam Simões e Facchini (2009). Duas dessas formulações são: a do "*continuum* lésbico", defendida por Adrienne Rich, que pretendia a construção política da "sororidade" (*sisterhood*) feminista – noção criada por Kate Millett –, sustentada pelo forte vínculo entre as mulheres e na experiência compartilhada da identidade de gênero; e a da oposição de gêneros como análoga à luta de classes, defendida por Monique Wittig, que colocou a fuga do aprisionamento identitário do sexo e gênero como consequência da recusa das lésbicas à heterossexualidade.

As tensões com as feministas, contudo, não cessaram sob tais perspectivas de solidariedade de gênero, por causa das diferentes vivências de gênero das próprias lésbicas, mas não somente, uma vez que "as fronteiras que permitiam qualificar uma pessoa como homem ou mulher se tornaram bem mais difusas e controvertidas com o aumento da visibilidade social e política das pessoas trans" (SIMÕES; FACCHINI, 2009, p. 49). Como ocorreu na década de 1920 com a vanguarda alemã – no Instituto de Ciência Sexual –, começaram a funcionar nos Estados Unidos, a partir de 1950, várias clínicas dedicadas a identidade de gênero (mudança de sexo), vinculadas a universidades responsáveis pelo desenvolvimento de tecnologias e novas concepções para o tratamento dos chamados "hermafroditas" e "travestis", renomeados nessa época como "intersexuais" e "transexuais".

A partir da primeira cirurgia realizada nos EUA, em 1959, "as demandas por intervenção cirúrgica vieram a ocupar um papel central na luta de transexuais para expressar livremente o que consideram ser sua identidade profunda e genuína" (SIMÕES; FACCHINI, 2009, p. 50). Nesse contexto, surgiram no país os primeiros grupos e organizações de interesse transgênero, como a Erickson Educational Foundation (EEF), em 1964, que ajudou na criação da HBIGDA; a National Transsexual Counseling Unit (NTCU), em 1968; a Transexual Action Organization (TAO), em 1970, que seguia o estilo de militância da liberação gay da contracultura; a Harry Benjamin Internacional Gender Dysphoria Association (HBIGDA), em 1979, cujo nome homenageia o autor dos primeiros estudos científicos sobre "transexualismo" nos EUA. Nas

décadas seguintes, o movimento trans ganha corpo e forma coalizações entre transexuais, travestis, intersexuais, *cross-dressers* e as pessoas que atravessam as fronteiras de gênero e sexo (SIMÕES; FACCHINI, 2009.).

O movimento americano por direitos dos homossexuais precisou cuidar durante o seu desenvolvimento não só das tensões entre as militâncias, mas também das ofensivas de grupos homofóbicos, misóginos e racistas encabeçados por fundamentalistas religiosos contra essas minorias. Um dos casos de violência de maior repercussão foi o do assassinato, em 1978, de Harvey Milk, vereador homossexual de São Francisco que defendia abertamente os direitos dos homossexuais da cidade (OKITA, 2015).

2.2 DAS EXPERIÊNCIAS LATINO-AMERICANAS

As mobilizações de homossexuais que ocorreram na Europa e nos Estados Unidos também contribuíram para a formação de grupos organizados em diversos países da América Latina, principalmente após a Segunda Guerra Mundial, período em que ocorreu uma expansão dos espaços públicos voltados para homossexuais homens nos maiores centros urbanos – as mulheres continuaram reprimidas socialmente e com as opções restritas aos círculos de amizade –, sustenta James Green (2003). Segundo o autor, assim como os movimentos feministas forçaram a esquerda latino-americana a repensar assuntos de gênero, as organizações de gays, lésbicas e transgêneros também conduziam para uma discussão sobre o individual e o político. Tanto as discussões como as mudanças concretas não aconteceram de modo fácil ou rápido, mesmo em cenários sociais revolucionários, pois “a autoafirmação e organização entre gays, lésbicas e outros transgressores sexuais, foram compulsoriamente suprimidos antes de alcançar qualquer grau de aceitação” (GREEN, 2003, p. 18).

Em Cuba, sob forte influência da política burocrática stalinista, a revolução de 1959 reprimiu de forma generalizada os homossexuais, com o governo revolucionário colocando em prática a sua medida de enviá-los ao campo para trabalharem nas unidades militares a fim de aumentar a produção. Para o governo, isso eliminaria o comportamento homossexual, considerado como antirrevolucionário e fruto da decadência burguesa (OKITA, 2015), como “fraqueza moral e falta de fervor revolucionário” (GREEN, 2003, p. 33). No país, construiu-se uma moralidade revolucionária que proibiu ativistas homossexuais de participarem do Partido Comunista cubano, que os silenciaram no interior das frações das organizações de esquerda, que os removeu de organismos estatais, que utilizou a educação e a cultura como vias para acabar com a homossexualidade (GREEN, 2003; OKITA, 2015).

Após a Revolta de Stonewall, surgiu no final de 1969 o Nuestro Mundo, primeiro grupo a reivindicar os direitos de homossexuais na Argentina, formado por ativistas de sindicatos da classe média baixa e liderado por Héctor Anabitarte, dirigente sindical e ex-membro do Partido Comunista argentino. Nessa época, o país vivia sob o regime ditatorial do general Juan Carlos Onganía, primeiro presidente da chamada Revolução Argentina (1966-1973). E, além disso, continuavam em vigor leis que privavam os homossexuais de participarem de certos âmbitos da sociedade, como a lei promulgada em 1946 pelo general peronista Domingo Mercante, governador da província de Buenos Aires, que negava aos homossexuais o direito de voto, e a mudança no código militar argentino que proibiu os homossexuais de se alistarem nas forças armadas, em 1951 (ENCARNACIÓN, 2016).

Embora o período histórico de contestação tendia a aproximar os acontecimentos, os participantes do Nuestro Mundo pouco sabiam sobre as atividades de grupos gays mundo afora, o que sugere que a origem desse grupo não está, necessariamente, relacionada com a Revolta de Stonewall, nos Estados Unidos, ou com os protestos de Maio de 1968, na França. A aproximação do grupo foi maior com os homossexuais de países como a Espanha, devido aos vínculos culturais, políticos e econômicos com a Argentina, sinaliza Encarnación (2016). Em 1971, outros grupos existentes agregam-se ao Nuestro Mundo, inspirados no "Poder Gay" americano, para formar uma nova organização, a Frente de Liberação Homossexual (Frente de Liberación Homosexual – FLH) da Argentina. Dentre eles, estavam a Eros, organização de estudantes; a Safo, uma organização de lésbicas; o Bandera Negra, grupo anarquista; e o Emanuelle, grupo católico. Além de estudantes universitários, artistas e intelectuais, como Blas Matamoro, Juan José Sebreli, Juan José Hernández, Manuel Puig e Néstor Perlongher. Em dezembro de 1973, a FLH começou a publicar clandestinamente a revista Somos[31], considerada a primeira publicação da América Latina a reivindicar os direitos de homossexuais frente à repressão e violência instaladas. Foi dissolvida em 1976, tendo oito números e um suplemento (ao número cinco) publicados.

Segundo Green (2000a; 2003), diante do contexto de uma ascensão política mundial, no início dos anos 1970 formaram-se grupos de homossexuais homens e mulheres em outros países latino-americanos semi-industrializados e semiurbanizados, como no México e em Porto Rico, influenciados pelos movimentos desenvolvidos na Europa Ocidental e no Estados Unidos, mas criados e moldados conforme suas realidades específicas. Em 1978, formou-se no México a primeira organização militante do país, a Frente Homossexual de Ação Revolucionária (Frente

[31] Todos os números (e o suplemento) da Somos estão digitalizados e disponíveis gratuitamente na plataforma AméricaLee. Disponível em: <http://americalee.cedinci.org/portfolio-items/somos/>. Acesso em: 19 jul. 2017.

Homosexual de Acción Revolucionaria – FHAR), a partir da junção de grupos socialistas e anarquistas, vindo a público em um ato de apoio à Revolução Cubana. No ano seguinte, sob a liderança da FHAR e com a contribuição do Grupo Lambda de Liberação Homossexual (Grupo Lambda de Liberación Homosexual) e do Oikabeth – também formados em 1978 –, aconteceu a primeira marcha nacional pelos direitos dos homossexuais, posteriormente levando à formação de outras organizações, como o Grupo Orgulho Homossexual de Liberação (Grupo Orgullo Homosexual de Liberación – GOHL), em 1984; o Nova Batalha (Nueva Batalha); o Grupo de Jovens Homossexuais e Lésbicas de Tijuana (Grupo de Jóvenes Homosexuales e Lesbianas de Tijuana); e a Coordenadoria Nacional de Lésbicas (Coordinadora Nacional de Lesbianas), em 1987 (MOTT, 2000). A partir da década de 1980, grupos e organizações surgem em outros países, como na Colômbia (Colectivo del Orgullo Gay), no Peru (Movimento Homosexual de Lima – MHOL) e na Venezuela (Grupo Entendido).

Ao estudar o surgimento e desenvolvimento do movimento político em torno da homossexualidade na América Latina, Green (2003) sustenta que embora seja incompleta a história da fundação dos primeiros grupos, a maioria dos que surgiram no início das décadas de 1970 e 1980, aparentemente, "tiveram entre seus fundadores e líderes, membros de partidos comunistas ou de seus grupos dissidentes, ou ainda, provenientes de outras formações esquerdistas" (GREEN, 2003, p. 25-26). Esses grupos estavam, de algum modo, inseridos em um contexto no qual emergia um movimento internacional e debateram tanto as ideias em circulação quanto buscaram criar "expressões endógenas autênticas de ação política e social" (GREEN, 2003, p. 30). Fica claro que a relação entre ativistas homossexuais e esquerdistas também foi marcada pelas tensões e desencontros políticos, de formas de atuação e expressão, divergências que surgiram, segundo MacRae (1982, p. 100), "não como resultado de mero preconceito heterossexual, mas das dificuldades tanto a nível tático quanto estratégico de um entrosamento da luta dos homossexuais organizados com a militância socialista". Tanto no Brasil quanto nos demais países latino-americanos, a esquerda demorou a entender e a responder as demandas levantadas pelos movimentos homossexuais, isso porque a perspectiva de alguns marxistas era a de que esses movimentos (de gays, lésbicas, bissexuais e transgêneros), devido às suas composições multiclassistas, poderiam defender propostas desinteressantes para a classe operária trabalhadora e suas organizações (GREEN, 2003).

2.3 O DESENVOLVIMENTO DO MOVIMENTO BRASILEIRO

A princípio, o Brasil ainda não estava devidamente inserido nesses processos de contestação e liberação homossexual na América Latina, embora houvesse por aqui um segmento homossexual masculino pulsante e uma sociabilidade lésbica incipiente, especialmente em cidades como São Paulo, Rio de Janeiro, Salvador e Recife, grandes centros urbanos que atraíram homossexuais vindos dos interiores dos estados em busca de anonimato, fugidos dos controles das suas famílias (GREEN, 2000b). Antes de adentrar, efetivamente, na trajetória do movimento político por direitos de homossexuais e desvendar as fases que o compõem, interessa à sua compreensão tratar, mesmo breve, do período que antecede a formação das primeiras iniciativas de organizações coletivas no final da década de 1970.

Nesse contexto de migrações para os centros urbanos, nas décadas de 1950 e 1960 a construção tradicional de gêneros relacionada à homossexualidade que persistia e era disseminada baseava-se em uma hierarquia de gênero e em papéis sexuais. Essa classificação distingue o "homem verdadeiro", considerado como aquele que desempenha o papel de "ativo" (que "penetra") no ato sexual e é socialmente masculino, do considerado "bicha", "veado", com papel de "passivo" (que "é penetrado"). No caso das relações femininas, a mulher que transgride a noções tradicionais de feminilidade manifestando características do papel masculino ao se relacionar com outra mulher é considerada como "sapatão", "mulher-macho". "Assim, na lógica desse modelo, a hierarquia de gênero, articulada a partir da oposição masculinidade/atividade sexual *versus* feminilidade/passividade sexual, englobaria de forma sistemática todas as categorias e identidades sexuais" (SIMÕES; FACCHINI, 2009, p. 54, grifo dos autores).

Retomando os estudos de Peter Fry, Simões e Facchini (2009) relembram o modelo médico-psicológico que se desenvolveu no Brasil – em conformidade com o modelo europeu – sustentando a identidade homossexual como uma qualidade inerente à pessoa. Nele, orientação sexual e gênero vão sendo desarticulados, dividindo-se inicialmente os homossexuais em "ativos" e "passivos" (estes "homossexuais de verdade"), e depois atribuindo à "condição" (no sentido de doença ou anomalia) de homossexual quaisquer homens que mantivessem relações sexuais com outros homens, independentemente da posição de "atividade" ou "passividade". Desse modelo, derivou-se um outro que manteve a separação entre orientação sexual e gênero, apoiado também no dualismo heterossexual/homossexual. Com uma perspectiva igualitária e renegando os estigmas do outro modelo, foi articulado pelos defensores modernos dos direitos homossexuais e formou novas categoriais baseadas na orientação do desejo, como

“entendido/entendida” (nos anos 1940), “homossexual”, “gay” e “lésbica” (nos anos 1970). Esses modelos coexistem e disputam espaço em diferentes âmbitos sociais, na intersecção de ambos emerge o movimento homossexual brasileiro, que colabora para a expansão do modelo igualitário, principalmente entre a classe média urbana, ao mesmo tempo em que depende de tal expansão. De acordo com Simões e Facchini (2009), duas percepções podem ser extraídas da leitura da estruturação da homossexualidade no Brasil: a sugestão de que há uma tendência de transição do modelo hierárquico para o igualitário, mediada pelo modelo médico-psicológico, considerando que a realização histórica disso não deve ser entendida de modo linear; a adoção do termo “modelo” para refletir o plano das ideias, dos valores, das representações e categoriais sociais como procedimento para tornar os comportamentos e as identidades compreensíveis, estabelecendo fronteiras e regras claras, embora haja espaços para inconsistências e conflitos.

Conforme os autores, os esforços de articulação entre pessoas em torno da homossexualidade já existiam, pelo menos desde os anos de 1950, mas não com tons políticos e sim com a formação de associações dedicadas à sociabilidade, à diversão e à paródia. Essas associações construíram maneiras criativas que permitiram com que as pessoas, que viviam em uma época repressiva e conviviam com o estigma à sombra, se informassem, expressassem e constituíssem laços entre si. Esse jeito de viver e ver o mundo entrou em conflito com a perspectiva dos militantes do emergente movimento homossexual do país, por entenderem a atuação dessas associações como despolitizada, específica do “gueto” que reforçava a vergonha e o preconceito contra homossexuais. A aproximação entre indivíduos com vista a diversão revela-se como um dos aspectos desse período de “movimentação” (SIMÕES; FACCHINI, 2009) anterior ao início das lutas políticas.

Até o final dos anos de 1950, afirma Green (2000b), os encontros públicos entre homossexuais ocorriam em espaços urbanos públicos – como praças, alguns locais de praias, banheiros públicos – e privados, mas de maneira menos aguda – como cafés e restaurantes –, pois bares voltados para o público gay ou lésbico ainda não existiam; encontros sexuais, pequenas festas e shows privados aconteciam em locais mais reservados, alugados ou de amigos, livres de controle social. O momento do carnaval também se mostrava propício para a expressão mais livre da homossexualidade e dos desejos em público, tanto de homens como de mulheres. De tal modo que “esses lugares tornaram-se cruciais para a formação de uma subcultura urbana que se tornaria cada vez mais visível no desenrolar dos anos 50” (GREEN, 2000a, p. 267).

Foi nesse cenário de socialização homossexual (masculina) privada que surgiu o jornal O Snob. Entre as décadas de 1950 e 1960, se tornou comum dessa subcultura a formação de grupos, principalmente no Rio de Janeiro e em São Paulo, baseados no apoio mútuo entre os integrantes que se reuniam nas casas de alguns deles. Esses grupos de amigos ficaram conhecidos como "turmas" e eram formados em torno de afinidades e interesses comuns, constituindo um tipo de família alternativa para aquelas pessoas que migravam para essas capitais. Assim, observa Green (2000a, p. 291), "a turma agia tanto como rede de apoio quanto como um meio de socializar indivíduos na subcultura, com todos os seus códigos, gírias, espaços públicos e concepções sobre sua homossexualidade".

O pequeno jornal O Snob – de duas páginas datilografadas – começou a circular na cidade do Rio de Janeiro em 1963 como um tipo de manifesto lançado por Agildo Guimarães contra o resultado de um concurso – o Miss Traje Típico. Com o tempo, o jornal aumentou o número de páginas, diversificou seu conteúdo, promoveu concursos e inspirou, posteriormente, a formação de outras publicações similares pela cidade e também pelo país. Segundo Green (2000a), o jornal retratava a homossexualidade sob diversas noções de gênero, como "bichas", "bonecas", "bofes", "entendidos" e "tias" (homens mais velhos), buscava o humor como forma de expressão e procurava informar sem se envolver nas disputas políticas da sua época. Além disso, o jornal organizava suas noções da homossexualidade a partir do modelo dual "boneca" (feminina por essência, buscava relações sem compromisso com vários parceiros) e "bofe" (essencialmente masculino, homem "verdadeiro" que não se considerava homossexual). O autor elucida que esse modelo começou a ser questionado, em 1966, dentro do próprio O Snob por um membro que não concordava com os inflexíveis papéis sociais e sexuais assumidos pelas "bonecas". De forma que nota-se o surgimento de uma nova identidade homossexual nos anos de 1960 a partir da popularização do termo "entendido" (que tem suas origens na década de 1940) pelos grupos ligados ao teatro, como reação a outros termos considerados pejorativos, como "bicha" e "veado", e a fim de se manter uma imagem pública resguardada. O uso do "entendido" também significava, para alguns homossexuais, não adotar a dualidade e hierarquia do "ativo" ou "passivo", "masculino" ou "feminino", "homem" ou "bicha".

Em 1969, O Snob anunciou através do seu então novo editor, Clau Renoir, algumas inovações para a publicação, sob o mote de "um jornal mais adulto" para acompanhar as transformações e a aproximação do novo século, numa "marcha para o progresso". Green (2000a) relembra que a pauta política não era o foco do jornal e que foi a partir de 1968, influenciado pelos movimentos de jovens estudantes e revolucionários, que ele começou a refletir a situação estabelecida no Brasil. Nesse mesmo período (1967-1968), propôs a criação

da Associação Brasileira da Imprensa Gay (ABIG) junto às publicações produzidas por outros grupos. Entretanto, diante do temor em ser confundidos com oposicionistas e esquerdistas e, consequentemente, sofrerem repressões por parte do governo, além da crescente concorrência de opções de entretenimento e consumo – bares gays e clubes noturnos –, que reduziram a função do O Snob como rede social, muitos apoiadores e membros retiraram-se do grupo, o que levou ao fim da publicação em meados de 1969, depois de 100 números.

Do final dos anos 1960 até meados da década de 1970 o Brasil vivia os chamados "Anos de Chumbo" (1968-1974), conhecido como o período mais repressivo da Ditadura Militar (1964-1985), com sucessivas prisões, torturas, censuras e suspensão de direitos constitucionais. Contudo, a essa altura, aumentam também os espaços públicos e privados de sociabilidade entre homossexuais, assim como as opções de serviços. A "vanguarda" do consumo estava vinculada aos homossexuais masculinos da classe média – cujo poder aquisitivo havia aumentado durante o "milagre econômico" – dos grandes centros urbanos, aos quais os donos de restaurantes, bares e boates direcionavam a atenção. Evidente que, independentemente disso, os homossexuais não ficaram distantes das medidas adotadas pelo governo para acabar com os "subversivos" do país, pois as zonas e locais os quais frequentavam eram alvos da rotina policial (GREEN, 2000a). Tanto em São Paulo como no Rio de Janeiro, muitos dos alvos da polícia foram travestis que trabalhavam nas ruas como prostitutas, que podiam ser enquadradas pela prática de vadiagem, perturbação da ordem pública ou mesmo como praticantes de atos obscenos em público. Ainda nesse contexto de "crescente comercialização e mercantilização do sexo na sociedade brasileira" (GREEN, 2000a, p. 403), havia a figura dos "michês", rapazes que procuravam atrair a atenção de homossexuais mais velhos para manter relações sexuais em troca de dinheiro.

A influência da contracultura se manteve viva repercutindo também no âmbito artístico-cultural, através de grupos teatrais e cantores famosos, como o grupo Dzi Croquettes, Ney Matogrosso (vocalista do Secos & Molhados) e Caetano Veloso, que trataram de apresentar imagens da sexualidade de maneira explicita ou sem os mesmos impedimentos da vergonha, ajudando a questionar os tradicionais conceitos de gênero – é nesse período que desponta a imagem andrógina. A partir da segunda metade da década de 1970, as questões em torno da homossexualidade começaram a ganhar mais espaço no cenário midiático, com a circulação de pequenos jornais caseiros que continuavam surgindo ao longo da ditadura – dentre eles Gente Gay (1976), Entender (1977) e Mundo Gay (1977)[32]. Na grande imprensa, destacou-se a "Coluna do Meio", criada em 1976 pelo jornalista Celso Curi na edição de São Paulo do jornal

[32] Green (2000a) lista mais de 30 periódicos surgidos entre os anos de 1960 e 1970, principalmente na cidade do Rio de Janeiro.

Última Hora, cujos conteúdos eram direcionados ao público homossexual, o que inspirou a publicação de outras colunas, como a “Guei” no Correio de Copacabana e a “Tudo entendido” no Gazeta Carioca, ambas em 1977 (GREEN, 2000a).

Todas as situações (políticas, sociais, culturais, econômicas) e acontecimentos relembrados até aqui – entre os anos de 1950 e meados de 1970 – compõem o que Simões e Facchini (2009) caracterizam como uma época de “movimentação homossexual”, em que se desenhou os contornos gerais que levaram ao início de um movimento político homossexual no Brasil. Como recapitula Green (2000b), em 1974 o governo militar já se deparava com o desgaste da crise econômica e com a oposição nas eleições, além do surgimento de novas formas de resistência, encetadas pelos movimentos de operários, de mulheres, de negros e de estudantes. Assim, MacRae (1997) sustenta que nessa década surgiu uma ideia de política fundamentada no conceito de identidades pessoais, em que novos movimentos sociais ergueram-se com intenções particularistas e imediatistas direcionadas a determinados grupos. Isso viabilizou, segundo o autor, o aparecimento de um novo personagem na arena política, o “militante homossexual”, e de formas alternativas de contestação da ordem vigente, como a questão da liberdade sexual e dos costumes, em detrimento das então esgotadas formas tradicionais de resistência e dos objetivos e métodos da prática política.

Na perspectiva de Green (2000a; 2000b; 2003), essa militância politizada em torno dos direitos homossexuais poderia ter surgido no país ainda no início dos anos 1970, caso não tivessem ocorrido as repressivas restrições das liberdades democráticas pelo governo militar – como as sustentadas pela imposição do Ato Institucional nº 5 (AI-5), em 1968. Isto posto, o clima ditatorial, através do emprego da força policial e do uso da lei ao gosto do regime, desencorajava a contingência do afloramento de tal movimento político, ainda que homossexuais mulheres e homens não fossem o foco da ditadura e sim seus posicionamentos ideológicos e engajamentos políticos, ou seja, suas ligações com a esquerda ou com o movimento populista nacionalista. Facchini (2002), por sua vez, argumenta sobre a possibilidade de se pensar em um outro efeito que não seja apenas o negativo, levando em consideração que “a ditadura estimulou a formação de resistências em diversos setores sociais e como ela pode ter sido, inclusive, responsável pelo perfil fortemente antiautoritário que marcou a ‘primeira onda’ do movimento homossexual brasileiro” (FACCHINI, 2002, p. 65).

Posterior, então, à época de movimentação homossexual, inicia-se outro momento apontado na literatura (FACCHINI, 2002; GREEN, 2000a; 2003; SIMÕES; FACCHINI, 2009) como a primeira fase, efetivamente, da trajetória de um movimento político homossexual brasileiro, iniciada nos últimos anos da década de 1970. Aqui, adota-se a perspectiva didática

– já consolidada – da divisão da trajetória do movimento em fases, especialmente aquela proposta por Simões e Facchini (2009), que preconizam três "ondas": a primeira, com os primeiros grupos dedicados ao movimento, que vai até a metade dos anos de 1980 durante a abertura política, encerrando com a redistribuição dos principais grupos pelo país e com a mudança da postura política deles; a segunda, durante a redemocratização, a partir de meados da mesma década quando se desenvolve um estilo de atuação com ações mais pragmáticas e voltadas para a formalização e institucionalização do movimento; e a terceira, a partir de meados da década de 1990 quando se consolida a parceria com a iniciativa estatal e impulsiona a formação e diversificação de grupos e sujeitos políticos, redes de organizações, além do aumento da visibilidade e das opções de consumo.

Um dos marcos da "primeira onda" do movimento brasileiro é, reconhecidamente, o Lampião da Esquina[33], um jornal "nanico" que nasceu com a proposta de somar forças entre homossexuais e outras minorias políticas, como negros, feministas e indígenas. De acordo com MacRae (1990), o jornal surgiu em decorrência da visita de Winston Leyland ao Brasil, no final de 1977. Leyland era um ativista homossexual e editor da publicação americana Gay Sunshine, direcionada aos homossexuais. O articulador da sua chegada no país foi advogado e jornalista João Antônio Mascarenhas, que reuniu vários jornalistas para entrevista-lo e que, em seguida, no ânimo das possibilidades, discutiram e propuseram a criação e publicação de um periódico que abordasse com seriedade o tema da homossexualidade e as questões à sua volta.

A primeira edição (número zero, de circulação restrita) do Lampião da Esquina, em formato tabloide e com 20 páginas, foi publicada em abril de 1978 com tiragem de 10 mil exemplares, tendo seus custos arcados com recursos financeiros provenientes de cotas entre os idealizadores e contribuições de milhares de amigos e conhecidos espalhados pelo país. Nesse número, além de apresentar as intenções da publicação, através do editorial "Saindo do Gueto", foram apresentados também os "Senhores do Conselho", corpo editorial formado por personagens que já tinham algum destaque dentro das suas áreas de atuação, como Adão Costa, Aguinaldo Silva, Antônio Chrysóstomo, Clóvis Marques, Darcy Penteado, Francisco Bittencourt, Gaspariano Damata, Jean-Calude Bernadet, João Antônio Mascarenhas, João Silvério Trevesian e Peter Fry. Embora as mulheres não fizessem parte do conselho editorial, o tema da lesbianidade também recebeu atenção por parte do Lampião, com a publicação de entrevistas com elas e de vários artigos escritos por elas. Assim como abordou outras questões

[33] Os números do jornal Lampião da Esquina estão digitalizados e disponíveis gratuitamente na página do Grupo Dignidade. Disponível em: <http://www.grupodignidade.org.br/projetos/lampiao-da-esquina/>. Acesso em: 19 jul. 2017.

minoritárias, relacionadas aos negros, indígenas, ambientalistas, prisioneiros e à própria seara da homossexualidade (como transexuais, travestis, bissexuais), dando voz a esses setores e suas lutas.

MacRae (1990) assinala que, na corrente da contracultura, a visão libertária e contestatória do jornal repercutia não só na sua perspectiva da homossexualidade e da necessidade e desconstruir a imagem estereotipada do homossexual como de alguém que não se sentia realizado e com tendência à rejeição da sua sexualidade, mas também nos enfrentamentos de outras temáticas, como a ação violenta e arbitrária da abordagem policial; os maus tratos e injustiças aplicadas aos presos comuns – geralmente pobres; a crítica aos poderes judiciários e policiais; e a desaprovação do machismo e conservadorismo de setores da esquerda política. Conforme relembra o autor, o Lampião da Esquina utilizava uma linguagem cujas palavras eram comuns ao meio homossexual ("bicha", "veado" etc.), o que contribuía para o tratamento de maneira humorada e jocosa dos assuntos. A discussão do uso de determinados termos também era problemática e ponto de discordância entre os editores, tal qual a ideia do "se assumir", em que muitos dos membros procuraram evitar alguma determinação rígida das identidades. Também, outro ponto que o jornal deixou em aberto foi a explicação da origem da condição homossexual, expresso em um artigo de Darcy Penteado de 1978, dando a entender que "a questão das origens do desejo homossexual parecia ser relegada a algo que só dizia respeito aos próprios interessados" (SIMÕES; FACCHINI, 2009, p. 94).

Na avaliação de Simões e Facchini (2009), não havia no Lampião da Esquina consenso sobre uma posição para se definir uma estratégia efetiva de obtenção de direitos por parte dos homossexuais. Isso estava refletido, por exemplo, nas desavenças dos seus editores, como entre João Antônio Mascarenhas, por um lado, que defendia a adoção de uma linha editorial orientada pela informação e prestação de serviços aos homossexuais (especialmente aqueles distantes das grandes cidades), e alinhava-se aos moldes do contexto norte-americano, e João Silvério Trevisan, por outro, para quem era necessário "resistir a todas as formas institucionalizadas de organização e reivindicação, porque elas conduziam inexoravelmente à absorção das individualidades e à redução de seu potencial subversivo aos desígnios de uma sociedade consumista e autoritária" (SIMÕES; FACCHINI, 2009, p. 95).

Uma série de fatores contribuíram para o desgaste e, consequentemente, o fim do jornal em 1981, quando veiculou-se o último número (37), como o aparecimento de outras publicações – com mais apelação enquanto produtos mercadológicos – voltadas para o público homossexual; as contendas internas, entre os membros do Rio de Janeiro e de São Paulo; os ataques direitistas direcionados à imprensa alternativa, por meio de ameaças de atentados contra

as bancas de jornal onde os “nanicos” eram vendidos; o aumento dos custos de produção do jornal, com o aumento do preço do papel, e a frustração com a venda de espaços para anunciantes e dos próprios números (MACRAE, 1990). Os temas debatidos pelo Lampião, assim, acabaram sendo reabsorvidos pela grande imprensa e o fim da publicação acabou deixando vários grupos de homossexuais sem referência quanto à comunicação das suas ideias; o jornal “tinha abandonado o teor contestatório sem conseguir assumir as características de uma publicação voltada para o consumo” (SIMÕES; FACCHINI, 2009, p. 110).

Outro marco da primeira onda é o Grupo Somos, formado no mesmo mês (abril de 1978) em que era publicado o primeiro número do Lampião da Esquina. No Brasil, outros grupos já haviam se formados em torno do interesse pela homossexualidade, porém esse foi o primeiro a reivindicar publicamente a respeitabilidade para os homossexuais. O grupo foi idealizado no contexto de uma semana de debates promovida pela revista Versus, controlada pela Convergência Socialista (CS), incluindo discussões sobre anistia, constituinte, imprensa alternativa e as liberdades sindicais, em que pretendia-se a elaboração de uma plataforma para um planejado Partido Socialista Brasileiro. No dia reservado ao debate sobre a imprensa alternativa, colabores da seção afro-latina da Versus tentaram boicotar a participação de representantes homossexuais presentes por meio do Lampião. Refutada por uma moção de protesto, essa atitude, todavia, gerou uma longa discussão sobre homossexualidade e política, a primeira realizada publicamente (MACRAE, 1990).

Depois do episódio, o grupo de homossexuais presentes, cerca de 15 homens, resolveram realizar, semanalmente, reuniões enfatizando a sociabilidade por meio de relatos confessionais, cuja ideia era que compreendessem a essência e importância da homossexualidade, assim como a discussão mais abrangente da sexualidade com a intensão de formar um amplo movimento com outras minorias e feministas. No resgate de MacRae (1990), a primeira aparição pública do grupo ocorreu com o nome coletivo provisório de Núcleo de Ação pelos Direitos dos Homossexuais, por ocasião de uma carta de protesto enviada ao Sindicato dos Jornalistas Profissionais no Estado de São Paulo (SJSP) contra o tratamento preconceituoso dos homossexuais pela imprensa – em especial pelo jornal Notícias Populares. O grupo define seu nome no final de 1978, quando recebe o convite para participar de uma semana de debates na Universidade de São Paulo (USP), que ocorreu em fevereiro de 1979, sobre os movimentos brasileiros de emancipação e a discriminação sofrida por eles. O novo nome foi sugerido pelo poeta Glauco Mattoso em referência à extinta publicação da FLH argentina, por considerá-lo atrativo e uma boa forma de refletir a vontade de assumir a

homossexualidade, assim, passando a ser chamado de Somos – Grupo de Afirmação Homossexual.

Sem seguida, o Somos ganha mais relevância dentro da militância homossexual – e visibilidade na imprensa – e outros grupos, com os quais não manteve uma relação amistosa, começaram a se formar: o Eros, dedicado ao estudo teórico da homossexualidade, era formado por estudantes de Filosofia da USP; o Libertos, formado por estudantes de Guarulhos; e o Grupo Chá, menos formal e composto por homens a partir das experiências de "pegação". Os dois primeiros acusavam o Somos de querer dominar os demais e de ignorar a existência deles, que respondia chamando o Eros de autoritário, muito acadêmico e preocupado com a disputa pelo poder, e o Grupo Chá de frívolo e relaxado com o espírito combativo (MACRAE, 1990).

O Somos começa a crescer e ganhar novos adeptos, inclusive mulheres. Com mais pessoas, formam-se os subgrupos de "identificação" para que todas relatassem e discutissem suas experiências pessoais da homossexualidade, em particular, e da sexualidade, no geral, seguindo o espírito homogeneizador do grupo e a ideia de que era entre "iguais" que a democracia poderia existir. Os relatos dessas experiências ocorriam de forma bastante emotiva e, muitas vezes, eram as primeiras expressões de muitos participantes sem os constrangimentos e a carga de culpa por serem homossexuais, e isso contribuía para a formação de vínculos sociais e afetivos entre os participantes (MACRAE, 1990). Formou-se também um subgrupo de "atuação", com a atribuição de organizar as atividades do Somos e o diálogo externo.

Quando menor, as decisões do grupo aconteciam pelo consenso, mas depois esse método tornou-se inviável devido ao aumento do número de participantes e às divergências entre eles. Passaram a exigir consenso aqueles que desejavam barrar ou mudar as propostas de orientação do grupo, o que conflitava com a própria perspectiva do Somos de evitar a cristalização de lideranças e preservar a democracia por meio da rotatividade dos coordenadores. Na prática, essa visão não funcionava muito bem, já que não era possível "igualar" todos do grupo, especialmente porque somente alguns tinham mais tempo disponível para participar das reuniões, um grau maior de interesse pelo grupo e prestígio junto aos demais membros. MacRae (1990) avalia que era possível verificar no Somos duas tendências contrárias: uma no estilo igualitarista, que negava a importância da heterogeneidade dentro do grupo e da população homossexual e considerava que todos eram vítimas das mesmas discriminações sociais; e outra que pressionava essa visão, chamando a atenção para, principalmente, a diferença de sexo (homossexuais homens e mulheres).

De acordo com o autor, a unanimidade no grupo girava em torno de três pontos: o da composição do grupo exclusivamente por homossexuais – se opondo aos heterossexuais –, o

que não refletia a complexidade da identidade homossexual; o do esvaziamento do sentido pejorativa dos termos “bicha” e “lésbica”[34], usados como armas pelos opressores; e o de que o autoritarismo, dentro e fora do grupo, deveria ser combatido. Em relação aos papéis de gênero, no Somos adotava-se uma perspectiva igualitária que refutava as noções de “ativo” e “passivo”.

Com o tempo, o Somos manteve uma relação de alianças com outros grupos, inspirado principalmente pelo jornal Lampião da Esquina, com o qual manteve relativa proximidade por intermédio de João Silvério Trevisan, integrante do grupo e membro do editorial do jornal. Em 1979, alguns integrantes do Somos apoiaram o Lampião no processo movido pelo governo que pretendeu fechá-lo e o ajudaram divulgando seus exemplares (com matérias sobre o grupo) no meio homossexual. Em dezembro do mesmo ano, o grupo participou de uma reunião[35] promovido pelo jornal no Rio de Janeiro, para discutir a viabilidade de um congresso nacional de homossexuais, além de propostas de campanhas para alterar, na Constituição, a proibição da discriminação “por sexo” para “por opção sexual” e para retirar a homossexualidade da classificação de “desvio e transtorno sexual” do Instituto Nacional de Assistência Médica da Previdência Social (INAMPS). Nesse ano, somado à participação no abaixo-assinado em defesa do Lampião, a participação nas comemorações do Dia de Zumbi (20 de novembro), promovidas pelo Movimento Negro Unificado (MNU), foi o primeiro aparecimento público do Somos (MACRAE, 1990).

No ano seguinte, em abril de 1980, ocorreu em São Paulo o primeiro Encontro de Grupos Homossexuais Organizados (I EGHO), fechado para os grupos convidados – os mesmo da reunião carioca, exceto o Grupo de Afirmação Gay –, e o primeiro Encontro Brasileiro de Homossexuais (I EBHO), aberto ao público em geral – com participantes de outras cidades, como Belo Horizonte, Curitiba, Goiânia e Curitiba. Uma comissão do Lampião da Esquina foi a responsável por cobrir os eventos. No mês seguinte aos encontros, o Somos se dividiu quanto à decisão de participar ou não das mobilizações operárias e sobre o papel da esquerda no então Movimento Homossexual Brasileiro (MHB). Aqueles favoráveis à participação nas mobilizações marcaram presença no ato público de 1º de Maio em São Bernardo do Campo, os contrários organizaram um piquenique na capital paulista. Para esses últimos, revela MacRae

[34] Essas palavras eram usadas pelos próprios integrantes para se referirem a si e uns aos outros, pois consideravam a palavra “homossexual” um eufemismo, bem como evitavam usar “entendido” e “gay”.

[35] Participaram também dessa reunião os grupos de São Paulo: Eros e Libertos; de Sorocaba: Somos; de Brasília: Beijo Livre; do Rio de Janeiro: Somos e Auê; e de Caxias do Sul: Grupo de Afirmação Ga. O subgrupo de atuação Lésbico-Feminista embora fizesse parte do Somos de São Paulo, foi convidado separadamente (MACRAE, 1990).

(1990), os problemas do grupo eram a falta de identidade, o esvaziamento dos integrantes e a fragilidade da sua estrutura que favorecia a captura por algum partido político[36].

Dois novos grupos surgiram da divisão do Somos, o Grupo de Ação Homossexualista (renomeado para Outra Coisa) e o Grupo de Ação Lésbico-Feminista (GALF, antes apenas Lésbico-Feminista), que por diversas vezes – somados a grupos feministas e negros – uniram-se para protestar contra a repressão policial encabeçada pelo delegado Wilson Richetti com a "Operação Limpeza". No auge do movimento, com 20 grupos formados[37] no país (GREEN, 2000b), procuraram realizar em 1981 uma segunda edição do EGHO, mas devido às desavenças não aconteceu. Em vez disso, ocorreram dois eventos regionais, o Encontro Paulista dos Grupos Homossexuais Organizados e o Encontro dos Grupos Organizados do Nordeste (realizado em Olinda-PE). As últimas ações de maior expressão do Somos, já desestabilizado e fragmentado, foram a participação nos debates das eleições de 1982 e na campanha do Grupo Gay Bahia (GGB) – criado em 1980 – contra a classificação da homossexualidade como "desvio e transtorno sexual" do INAMPS. Em 1983, estabelecido em uma sede e com outros coordenadores, o Somos se dissolve devido às dificuldades financeiras e de conseguir novos membros, enquanto o Outra Coisa divulgava em São Paulo as primeiras informações sobre a AIDS – vindo a encerrar suas atividades no ano seguinte também por falta de recursos financeiros e o desinteresse dos seus militantes. O GALF, dissidente do Somos, sofreu uma ruptura da qual surgiu o Grupo Terra Maria, mas resistiu e continuou voltando sua atenção para a questão feminista e lésbica (MACRAE, 1990), chegando até a década de 1990, com formato institucional de Organização Não Governamental (ONG), como Rede de Informação Um Outro Olhar (SIMÕES; FACCHINI, 2009).

Dos grupos existentes em 1981, apenas sete resistiram até 1984, ano de realização do II EBHO em Salvador – do qual apenas cinco participaram[38]. Green (2000b) sintetiza os fatores que contribuíram para o "declínio" do movimento, ou melhor, do número de grupos organizados (SIMÕES; FACCHINI, 2009): pouca adesão, os grupos não passavam de algumas

---

[36] Destrinchando cada um desses pontos: a falta de identidade era reflexo da falta de consistência na noção de "identidade homossexual" para igualar a heterogeneidade dessa população; a instabilidade de uma comunicação afetiva e as brigas publicizadas afastavam a integração de novos membros; a estrutura frágil estava relacionada às próprias divergências do grupo (MACRAE, 1990).

[37] Simões e Facchini (2009) listam a participação de dezesseis grupos na reunião de preparação do evento. De São Paulo: Somos, Outra Coisa, Eros, Convergência Socialista, Grupo de Ação Lésbico-Feminista, Terra Maria, Alegria-Alegria e Grupo Opção; do Rio de Janeiro: Somos e Auê; de Niterói: Bando de Cá de Niterói; do Nordeste: Grupo Gay Bahia e Grupo de Atuação Homossexual de Recife/Olinda (GATHO); de Brasília: Beijo Livre; de Belo Horizonte: Terceiro Ato; de Santo André: Liberdade Sexual.

[38] Além do GGB, que convocou o evento, havia o GATHO, o Grupo Libertário Homossexual, Adé-Dudu e Dialogy (Sergipe), lista Facchini (2002).

dezenas – com algumas exceções; falta de recursos financeiros e de infraestrutura; desestimulo de alguns dirigentes; falta de experiência de alguns ativistas para a condução dos grupos no cenário adverso da década de 1980; a percepção distorcida de que os direitos dos homossexuais e de outras minorias estavam assegurados com o fim da ditadura; e a crescente oferta de opções de consumo direcionadas aos homossexuais.

O movimento por direitos dos homossexuais chega a metade dos anos 1980 com um número reduzido de grupos organizados, em um contexto marcado pela eclosão da epidemia do HIV/AIDS[39], que contribuiu para a desmobilização das propostas de liberação sexual – pela associação da doença aos homossexuais, chamada de "peste gay" – e que recebeu a atenção de muitas das lideranças do movimento, assim como pelo clima da redemocratização no país que exigiu dos grupos a adaptação das suas ideias e estilos de militância, contribuindo para descontinuidade de alguns deles – principalmente aqueles com perfil de atuação mais antiautoritário –, avalia Facchini (2002). Na esteira disso, inicia-se a "segunda onda" do movimento, em que intensifica-se a atividade de uma nova geração de militantes menos resistente ao processo de institucionalização dos grupos e mais distantes das posições esquerdistas e anarquistas, contribuindo para uma reconfiguração do movimento, "mais voltada a estabelecer organizações de caráter mais formal e mais focada em assegurar o direito à diferença" (SIMÕES; FACCHINI, 2009, p. 117).

Nessa nova onda, dois nomes ganham destaque no ativismo homossexual: João Antônio Mascarenhas, que fundou o grupo Triângulo Rosa, em 1985, e articulou o grupo que formou o Lampião da Esquina, em 1978, e Luiz Mott, fundador do Grupo Gay Bahia (GGB), em 1980. Simões e Facchini (2009) recompõem as trajetórias de atuação desses personagens e dos grupos aos quais vinculavam-se, mostrando as semelhanças e diferenças entre si e entre os ativistas da onda anterior. Enquanto os militantes da primeira onda, tanto os "autonomistas" como aqueles próximos às siglas políticas, estavam estritamente envolvidos com as ideias da contracultura, com concepções político-revolucionárias e visavam uma ampla transformação social, os da segunda, como Mascarenhas e Mott, atentavam para um aspecto mais pragmático, visando assegurar os direitos civis e combater a discriminação e violência perpetradas contra os homossexuais – assim, isso parece apontar também para uma mudança do sentido de transformação, de revolucionário para reformista (VIANA, 2016).

A percepção do significado de atuação política também muda de um período para o outro. Os militantes da primeira onda acreditavam em uma atuação a partir da politização do

[39] Siglas em inglês para Human Immunodeficiency Virus e Acquired Immunodeficiency Syndrome. Em português, Vírus da Imunodeficiência Humana (VIH) e Síndrome da Imunodeficiência Adquirida (SIDA).

cotidiano, do compartilhamento de experiências e da discussão de relatos pessoais – como ocorria no grupo paulistano Somos –, na "ideia de uma transformação social ampla construída a partir da intimidade e do cotidiano" (SIMÕES; FACCHINI, 2009, p. 125). Depois, essa percepção transmuta-se para uma que compreende a atuação política em sentido pragmático, por meio da atuação institucional baseada em objetivos claros e não nas experiências e vivências pessoais dos militantes em si, traça-se a ação junto aos poderes Legislativo e Judiciário para a mudança de códigos e leis como via para a diminuição da discriminação.

Como mencionado, no seu primeiro ano, em 1981, o GGB encabeçou a primeira campanha pela retirada da homossexualidade da classificação do INAMPS – que ganhou adesão do próprio Somos, em 1982 –, conquistando o apoio de importantes políticos, sociedades científicas, além de 16 mil assinaturas, vindo a resultar na alteração pelo Conselho Federal de Medicina (CFM) em 1985. Juntamente com o GGB, o Triângulo Rosa conduziu a tentativa de incluir na Constituição a proibição da discriminação "por opção sexual", resultando na ida do líder grupo, João Antônio Mascarenhas, à Câmara Federal em 1987, o primeiro ativista a expor as questões da homossexualidade no Plenário – e a abrir precedentes para debates futuros. Foi nesse processo que ocorreu outra mudança importante no corrente movimento homossexual, a adoção da noção de "orientação sexual" em detrimento de "opção sexual" e homossexualidade como "essência", presentes no cotidiano dos grupos da primeira onda. A orientação sexual, afirmam Simões e Facchini (2009, p. 126), "era uma solução de consenso que permitia conferir concretude e legitimidade à experiência da homossexualidade, sem necessariamente entrar em questão sobre suas causas mais profundas".

Os grupos da segunda fase, de acordo com os autores, procuraram se manter com uma estrutura organizacional mais coesa, envolta, principalmente, de uma liderança articulada e com recursos simbólicos e materiais suficientes para a continuidade das ações. O GGB foi o primeiro grupo de homossexuais a obter, em 1983, o registro como sociedade civil sem fins lucrativos e o Triângulo Rosa foi oficializado em 1985, no Registro Civil de Pessoa Jurídica, filiando-se em seguida à Associação Internacional de Lésbicas, Gays, Bissexuais, Transexuais e Intersexuais (International Lesbian, Gay, Bisexual, Trans and Intersex Association – ILGA), fundada em 1978. Também havia entre os grupos a preocupação em construir uma imagem pública respeitável da homossexualidade e isso repercutiu, de algum modo, nas atuações deles, como no Triângulo Rosa que não tinha a luta contra a AIDS como prioridade devido ao fato de não conseguir manejar o conflito entre a associação da doença aos homossexuais e a busca por legitimidade da homossexualidade – esse papel acabou ficando com o GGB e outro grupo que surgiu em 1986 no Rio de Janeiro, o Atobá. Tal preocupação com a imagem, claro, estava

inserida em um contexto em que era frequente a conexão entre homossexualidade e AIDS, e isso era prática comum de diversos setores – da imprensa, com notícias sensacionalistas, de médicos, políticos e religiosos – situação que coincidia com o aumento da violência contra travestis e gays (SIMÕES; FACCHINI, 2009).

A segunda metade da década de 1980 será marcada pelo empenho dos grupos contra a AIDS, ocorrendo nesse período uma aproximação entre eles e as autoridades médicas. Alguns ativistas dos primeiros grupos organizados de homossexuais também começaram a trabalhar nas organizações formadas para o combate da epidemia, juntando-se àqueles que já começavam a adotar nas suas atividades políticas a educação sobre a AIDS (GREEN, 2000b). Tanto em São Paulo como no Rio de Janeiro contribuíram para a formação de organizações como o Grupo de Apoio e Prevenção à AIDS (GAPA), em 1985, primeira ONG-AIDS do país; da Associação Brasileira Interdisciplinar de AIDS (ABIA), em 1986; do Grupo pela Valorização, Integração e Dignidade do Doente de AIDS (Grupo Pela VIDDA), em 1989. No âmbito federal, em 1988, é firmado o Programa Nacional de Doenças Sexualmente Transmissíveis (DST) e AIDS. Em 1989, ocorreu em Montreal (Canadá) o primeiro encontro internacional de ONGs-AIDS e começaram os encontros para a criação de uma rede nacional.

As ações continuaram na década seguinte e ganharam novas adesões de outros movimentos sociais, como de mulheres e profissionais do sexo, além de parcerias com o setor privado (SIMÕES; FACCHINI, 2009). Em 1990, é fundado o Grupo de Incentivo à Vida (GIV), em São Paulo, e começam a ser distribuídos na rede pública medicamentos antirretrovirais; em 1991, acontece o primeiro pronunciamento de um Presidente da República sobre a epidemia; em 1992, o Brasil retoma o contato com a Organização Mundial da Saúde e com o Programa Global de AIDS; em 1994, o país firma empréstimo com o Banco Mundial para o Projeto de Controle da AIDS e DST (AIDS I), no qual incluía a sociedade civil na implementação das atividades.

Conforme Simões e Facchini (2009), essa articulação entre ONGs e o Programa Nacional de DST e AIDS foi de suma importância para o reflorescimento do movimento homossexual, especialmente devido aos recursos disponibilizados. Essa epidemia, apesar das debilidades que provocou, “mudou dramaticamente as normas da discussão pública sobre a sexualidade ao deixa também, como legado, uma ampliação sem precedentes da visibilidade e do reconhecimento da presença socialmente disseminada dos desejos e das práticas homossexuais” (SIMÕES; FACCHINI, 2009, p. 133-134).

Como dito, a segunda onda do movimento é marcada, também, pela redução no número de grupos organizados, o que refletiu a baixa participação nos encontros nacionais, não

passando de seis por edição até 1991. Relembra Facchini (2002): o III EBHO[40] aconteceu no Rio de Janeiro, em 1989, no qual foi discutido temas relacionados à AIDS, violência contra homossexuais; discriminação religiosa e formação de novos grupos; o IV EBHO[41] aconteceu em Aracajú, em 1990, e discutiu-se a campanha nacional de prevenção da AIDS, denúncias de homicídios de homossexuais e a formação de um Conselho Brasileiro de Entidades Organizadas de Homossexuais; O V EBHO[42] aconteceu em 1991, na cidade e Recife, e debateu-se o fortalecimento do movimento e suas estratégias, e a participação no combate à AIDS. Segundo a autora, durante esse período há uma participação diminuta dos grupos do Sudeste, assim como um deslocamento geográfico das iniciativas para a região Nordeste e Rio de Janeiro.

O reflorescimento do movimento político em torno dos direitos dos homossexuais repercute nos eventos seguintes, iniciando uma nova fase, compreendia com a "terceira onda" (SIMÕES; FACCHINI, 2009). O VI EBHO[43], ocorrido em 1992, no Rio de Janeiro, contou com a participação de 11 grupos – dois dos quais exclusivamente lésbicos – e nele destacou-se novamente o fortalecimento do movimento e do combate à AIDS. Do encontro de 1993, o VII Encontro Brasileiro de Lésbicas e Homossexuais (EBLHO), que ocorreu em Cajamar-SP, participaram 21 grupos[44] e outras entidades não necessariamente homossexuais cujas deliberações, ressalta Facchini (2002), sinalizaram a participação de novos atores, a presença mais forte das lésbicas por meio da inserção de discussões de gênero como algo permanente e da renomeação do movimento para "Movimento Brasileiro de Gays e Lésbicas". A visibilidade política das lésbicas ganha força a partir da aproximação junto à coordenação do Programa Nacional de DST e AIDS, com o reconhecimento da vulnerabilidade delas; contribui também a realização, em 1996, do primeiro Seminário Nacional de Lésbicas (SENALE) cuja data de realização, 29 de agosto, é consagrada com o Dia Nacional da Visibilidade Lésbica.

A partir de 1995, a relação do movimento com a iniciativa estatal se mostra mais estrita, com a realização do VIII Encontro Brasileiro de Gays e Lésbicas (EBGL) paralelamente ao I

---

[40] Grupos: Atobá, GGB, Dialogay, Grupo de Resistência Asa Branca, Comunidade Pacífica Tunker e Movimento Antônio Peixoto.

[41] Grupos: Atobá, GGB, Dialogay, Grupo de Resistência Asa Branca, Grupo Free e Núcleo Interdisciplinar de Estudos da Sexualidade.

[42] Grupos: Atobá, GGB, Rede de Informação Um Outro Olhar, Movimento Antônio Peixoto e outros representantes que fundaram, em 1992, o Grupo Dignidade.

[43] Grupos: GGB, Dialogay, Grupo de Resistência Asa Branca, MHB, GGA, Turma Ok, Atobá, Associação Gay de Nova Iguaçu, Dignidade, Rede de Informação Um Outro Olhar e Deusa da Terra.

[44] Grupos: Atobá, Dialogay, Comunidade Pacifista Tunker, Dignidade, AMHOR, Afins, Coletivo de Feministas Lésbicas, Rede de Informação Um Outro Olhar, Deusa da Terra, Gays e Lésbicas da USP, Etcétera e Tal, Grupo de Homossexuais do Partido dos Trabalhadores, Urânia, Nuances, Movimento Homossexual Diretrizes de Emancipação, Instituto de Estudos da Religião, ABIA, Grupo Pela VIDDA e GAPA.

EBGLT-AIDS (que trabalham com a AIDS), sendo o primeiro evento nacional realizado com o apoio financeiro do Ministério da Saúde. Nessa ocasião, registrou-se a maior participação da história dos encontros, com 84 grupos, realização de oficinas e formação de grupos de trabalhos sobre diferentes temas. No VIII EBGL é aprovada a incorporação do termo "travesti" no nome dos próximos encontros do movimento, também como parte dos investimentos estatais para o combate à doença (FACCHINI, 2002). Segundo Simões e Facchini (2009), a Associação de Travestis e Liberados (ASTRAL) já havia realizado em 1993 e 1994 duas edições do Encontro de Travestis e Transexuais que atuam na Luta e Prevenção à AIDS (ENTLAIDS), reivindicando o acesso à educação, ao mercado de trabalho, mudanças nas ações de segurança pública e nos serviços de saúde.

Ocorreu, em 1995, outros acontecimentos interessantes para o movimento: a fundação, durante a assembleia geral do encontro nacional, da Associação Brasileira de Gays, Lésbicas e Travestis[45] (ABGLT), à qual 32 entidades participantes filiaram-se; e a realização da 17ª Conferência da ILGA, no Rio de Janeiro, com aproximadamente 1.200 participantes e uma rede robusta de apoio estatal (federal e estadual), de entidades de classe (sindicatos), instituições acadêmicas, ONGs internacionais, associações nacionais e empresas privadas – em ocasião da conferência, ocorreu a primeira Parada do Orgulho LGBT celebrada no Brasil (FACCHINI, 2002). Em 1997 foram realizados o II EBGLT-AIDS e o IX Encontro Brasileiro de Gays, Lésbicas e Travestis (EBGLT), em São Paulo, com participação de 54 grupos.

Simões e Facchini (2009) avaliam que, com a evolução do movimento, algumas tensões que envolviam os recursos e o acesso desigual aos meios de capacitação ficaram evidentes nos eventos desse período. Muitos grupos e entidades colocaram em questão a execução das atividades que eram financiadas, suspeitando de manipulação dos recursos em proveito de alguns; houve conflitos entre as diferentes identidades coletivas, desembocando, por exemplo, em acusações de "misoginia gay", "androfobia lésbica" – as lésbicas chegaram a questionar a legitimidade de algumas reivindicações de travestis –, promiscuidade e desrespeito por parte de gays ao ambiente do evento etc. Segundo Facchini (2002, p. 97-98), as acusações, no geral, apontavam "discriminação, preconceito, luta por poder, violência, autoritarismo, falta de ética, falta de trabalho, falta de respeito pelo trabalho do outro, mau uso dos recursos da aids, falta de compromisso efetivo com a causa". Essa situação, afirma a autora, refletia o próprio ambiente de democracia, o respeito e a ética como valores presentes no movimento.

[45] Atualmente se chama Associação Brasileira de Lésbicas, Gays, Bissexuais, Travestis, Transexuais e Intersexos.

Em 2000, ano de realização do X EBGLT, em Maceió, foi formada a Articulação Nacional de Travestis, Transexuais e Transgêneros (ANTRA)[46]. Em 2003, o XI EBGLT aconteceu em Manaus e nessa edição recomendou-se a substituição da palavra "travesti" por “transgênero”, sob a alegação do caráter mais inclusivo da terminologia. Na edição seguinte (XII EBGLT), realizada em novembro de 2005, na cidade de Brasília, essa sugestão foi acatada incluindo a letra “T” na sigla do movimento, passando a representar “travestis e transexuais e transgêneros”. Nesse mesmo encontro incorporou-se também a identidade dos “bissexuais” (pela letra “B”), adotando-se a sigla “GLBT”. Tal esforço acabou, de certo modo, por questionar a antiga – e por vezes resgatada – dualidade heterossexual/homossexual tornando mais fluídas as fronteiras. Entretanto, ressaltam Simões e Facchini (2009), isso encontra resistências dentro do formato institucional de atuação que exige alguma estabilização e identidades, por meio da qual define-se o público que pretende-se alcançar.

Durante o XII EBGLT foi organizado o I Encontro Nacional de Transexuais, a partir do qual se fundou, assentado na concepção de protagonismo político, o Coletivo Nacional de Transexuais (CNT), cuja criação estava inserida “num processo mais amplo de construções de redes específicas de cada categoria identitária que compõe o movimento LGBT” (CARVALHO; CARRARA, 2013, p. 340). Também ocorreu em 2005, no mês de janeiro, em Curitiba, o I Congresso da ABGLT. Depois dessa, mais quatro edições foram realizadas: a II, em novembro de 2016, em Maceió; a III, em dezembro de 2008, em Belém; a IV, em outubro e novembro de 2011, em Belo Horizonte; a V, em maio de 2014, no Rio de Janeiro – a VI, será realizada em agosto de 2017, em Belo Horizonte.

Como tratado, ao longo da década de 1990 e início dos anos 2000 formaram-se as conexões do movimento com a iniciativa estatal, que aconteceram especialmente no contexto do combate e prevenção da AIDS. De 1994 até 2006 foram postos em prática três acordos (AIDS I, II e III) com incentivos à participação de Organizações Não Governamentais e sem fins lucrativos tanto na formulação como na implementação de políticas públicas voltadas para essa área (SIMÕES; FACCHINI, 2009). Em 1999, a ABGLT iniciou a realização, em conjunto com o Programa Nacional de DST e AIDS, do Projeto Somos[47], que tinha como objetivo capacitar os grupos existentes no país mirando o desenvolvimento organizacional deles para a promoção dos direitos humanos e prevenção das doenças foco do projeto.

---

[46] Mantendo a mesma sigla, atualmente chama-se Associação Nacional de Travestis e Transexuais.

[47] Em 2005, o Governo Federal lançou um guia prático para orientar as organizações da sociedade civil que visavam se fortalecer no campo de ação do projeto. Disponível em: <https://goo.gl/qkVEUv>. Acesso em: 15 ago. 2017.

Dessa articulação entre Governo Federal e Sociedade Civil Organizada surgiu, em 2004, o Programa Brasil sem Homofobia, focado no combate à violência e à discriminação contra GLTB e na promoção da cidadania desse segmento. O programa é considerado um marco na história do movimento, assim como um reflexo dos avanços políticos, sociais e legais, reconhecendo a trajetória de lutas, desde os anos 1980, pela garantia dos direitos humanos GLBT. Nos seus princípios, o Brasil sem Homofobia contemplou: a perspectiva da não discriminação por orientação sexual e de promoção dos direitos humanos nas políticas públicas e estratégias do governo; a produção de conhecimento para ajudar na elaboração, implantação e avaliação das políticas públicas; a reafirmação do combate a todas as formas de discriminação e violência como compromisso do Estado e sociedade brasileira.

Uma reaproximação que se tornou importante para o movimento foi com os partidos políticos, mostrando uma maior abertura à diversidade política e ideológica – isso dentro do espectro político da esquerda. Green (2000b) destaca a atuação do Partido dos Trabalhadores e de como se tornou uma referência para a militância de homossexuais. No ano de 1995, Marta Suplicy, quando era deputada federal pelo estado de São Paulo, propôs o Projeto de Lei 1151/1995 que pretendeu disciplinar a união civil entre pessoas do mesmo sexo. Várias mudanças foram feitas no projeto original e, devido à resistência de alguns setores religiosos, acabou sendo retirado de pauta em 2001. Dois anos depois, foi formada a Frente Parlamentar Mista pela Livre Expressão Sexual (chamada posteriormente de Frente Parlamentar Mista pela Cidadania LGBT) com o objetivo de lutar pela aprovação de projetos que garantam direitos aos cidadãos GLBT, recebendo 97 parlamentares[48].

Três anos depois da adoção do termo “transgênero” para conferir um aspecto mais inclusivo, houve outra mudança na nomenclatura do movimento, dessa vez durante a 1ª Conferência Nacional de Gays, Lésbicas, Bissexuais, Travestis e Transexuais (GLBT), realizada no ano de 2008, em Brasília. Foi durante essa conferência que aprovou-se a formulação “LGBT” para ser formalizada no plano resultante do evento e também para ser a utilizada pelo movimento e governo. Assim, a letra “L” foi posicionada antes do “G”, com a intenção de dar mais visibilidade às lésbicas; e o “T” passou a ser simultaneamente referente apenas de travestis e transexuais. Sob responsabilidade do Brasil sem Homofobia e com diversas entidades representativas do movimento e órgãos governamentais na composição da comissão organizadora, a conferência foi pensada para a construção de propostas de políticas públicas e de um Plano Nacional de Promoção da Cidadania e Direitos Humanos de LGBT.

[48] Na legislatura seguinte, de 2007-2016, o número de parlamentares que aderiram à frente aumentou para 216.

Desde 1995 acontecem no Brasil manifestações públicas de visibilidade LGBT, que passaram a ser chamadas de Paradas do Orgulho LGBT. As paradas começaram a acontecer em diferentes cidades, principalmente nas capitais, país afora agregando a cada nova edição mais participantes. Conforme Simões e Facchini (2009), o movimento LGBT passou a incorporar às paradas diferentes elementos relacionados ao mercado, como trios elétricos, shows de *drag queens* e *go-go boys* (e *go-go girls*), cantoras e cantores famosos de diferentes estilos musicais, entre outros. Para os autores, as paradas passam a marca a expressão social e política do movimento LGBT do mesmo modo que consolida-se como um terreno interessante para se perceber "o cruzamento das diversas conexões do movimento com o mercado e o Estado" (SIMÕES; FACCHINI, 2009, p. 150). Em São Paulo, as paradas começaram em 1997 e logo constitui-se a Associação da Parada do Orgulho GLBT de São Paulo (APOGLBT-SP)[49], uma ONG criada em 1999 para organizá-las.

A partir da quarta edição, em 2000, a parada de São Paulo começa a receber apoio não só das empresas privadas, mas também do poder público via prefeitura da cidade e Ministério da Saúde. Paralelamente, outros eventos políticos passam a ser realizados, como o Prêmio Cidadania em Respeito à Diversidade, para reconhecer personalidades, entidades, autoridades políticas e ações culturais, públicas ou privadas que contribuíram com o avanço dos direitos humanos LGBT; o Ciclo de Debates, realizado a partir de 2001, que serve de espaço para estudiosos, instituições e personalidades discutirem assuntos importantes para as pessoas LGBT; a Feira Cultural LGBT, focada na promoção da cultura por meio de arte, literatura, workshops, shows de cantores e *drag queens* e tendas gastronômicas; e o Bloco da Diversidade, criado para resgatar o carnaval de rua, associando militância e diversão[50]. Nas edições posteriores da Parada do Orgulho LGBT o número de participantes passa dos milhões e aumenta a importância política e social do evento, estimulando a visibilidade de diferentes identidades, orientações e expressões das sexualidades, e de demandas mais pragmáticas traduzidas, muitas vezes, nos próprios temas das paradas – "Homofobia é Crime! Direitos sexuais são direitos humanos", "Homofobia tem cura: educação e criminalização", "País vencedor é país sem homolesbostranfobia: chega de mortes! Criminalização já!", "Lei de identidade de gênero, já! - Todas as pessoas juntas contra a Transfobia!", por exemplo.

---

[49] Embora mantenha no seu nome a sigla comumente usada na época em que foi criada, a organização adotada a formulação "LGBT".

[50] Informações retiradas do site da APOGLBT-SP. Disponível em: <http://paradasp.org.br/quem-somos>. Acesso em: 15 ago. 2017.

Simões e Facchini (2009) sintetizam aqueles que seriam alguns traços distintivos da última (terceira) onda do movimento LGBT, que começa em meados da década de 1990, em relação às anteriores: a presença na mídia, como as coberturas sobre as autorizações de guarda de crianças a casais homossexuais; a participação efetiva em movimentos de direitos humanos e de combate à AIDS; a vinculação com redes e associações internacionais; ação junto aos parlamentares para a proposição de projetos de lei; a atuação junto ao Estado na prevenção da AIDS e promoção de direitos humanos; a formação de redes de grupos e associações; e a organização de grandes eventos de rua. Nos últimos anos, outras questões que não estavam presentes (ou tão evidentes) nas fases retomadas aqui têm emergido no movimento, como o direito dos homossexuais à adoção, à guarda e ao cuidado de filhos; a maternidade lésbica; o envelhecimento LGBT digno; o direito ao uso do nome social nos documentos oficiais; o diálogo com o ativismo indígena LGBT (FERNANDES, 2015); o direito à sexualidade, orientação sexual e identidade de gênero das pessoas com deficiência; a luta pelo aumento da representação política LGBT.

Em linhas gerais, buscou-se apresentar neste capítulo o desenvolvimento do movimento LGBT ao longo do tempo, retornando desde as lutas iniciais despertadas na Europa entre o final do século XIX e início do XX. Posteriormente, relatou-se como ocorreu a compreensão da homossexualidade e suas possibilidades de mobilização política, especialmente na Alemanha, URSS e, depois, na segunda metade do século, nos EUA. Dos acontecimentos em torno da homossexualidade que se desenvolveram nos Estados Unidos, desde os quais o movimento ganha destaque no cenário internacional, recordou-se brevemente de experiências de mobilização de grupos em alguns países no contexto latino-americano (como na Argentina, no México e em Cuba), a partir do final dos anos 1960. Em seguida, voltou-se para a gênese e o desenvolvimento do movimento LGBT no Brasil, descrevendo os antecedentes e os cenários nos quais se formaram as iniciativas coletivas brasileiras, chegando, assim, às diferentes fases e seus elementos definidores. Viu-se, portanto, que da constituição do movimento brasileiro participaram variadas forças cujas tensões, por vezes, evidenciaram as nuances e diferenças entre elas. Isso mostra que embora esteja institucionalizado sob a sigla LGBT, esse movimento congrega diferentes identidades que têm buscado demandas e agendas próprias, complexificando cada vez mais as formas de articulação, expressão e mobilização.

No capítulo seguinte se compreenderá como a noção de ciberativismo é abordada na literatura e como diferentes elaborações conceituais ajudam a entender a campanha #VoteLGBT como uma iniciativa ciberativista, que envereda por uma frente específica dentro do movimento – luta por representação política.

CAPÍTULO III - EXCURSÕES AO CIBERATIVISMO

Apresentam-se e discutem-se, aqui, algumas perspectivas conceituais e classificatórias que intentam compreender as práticas de mobilização e ação cidadãs em e nas redes de comunicação digital distribuída que visam o interesse coletivo comum, chamadas aqui de ciberativismo. Por meio de uma pesquisa teórica, realizou-se uma revisão de literatura focalizando esse tema. Apresentam-se, inicialmente, as posições gerais mais comuns de estudiosos sobre a relação internet-participação social e política; em seguida, perspectivas do que se compreende por ciberativismo; posteriormente, algumas classificações tipológicas sobre os diferentes tipos desse fenômeno; por fim, os resultados e discussões da pesquisa das produções científicas brasileiras dos últimos anos que tomaram como objeto de estudos o ciberativismo pelos direitos LGBT.

3.1 POSIÇÕES NA LITERATURA SOBRE O TEMA

A partir do desenvolvimento da World Wide Web no início da década de 1990 e de suas primeiras aplicações populares, como os navegadores *Mosaic* e *Netscape Navigator*, muito se tem discutido sobre como as sociedades estão agindo em relação à essa "nova coisa", imaginada e criada por e para elas. Esta "nova coisa", diz Scolari (2008), cresce exponencialmente com uma estrutura aberta que a converte em um grande organismo vivo e dinâmico sempre em evolução.

A internet torna-se uma rede de redes no período em que ocorre um deslocamento da computação para a comunicação, quando "os computadores deixam de ser vistos como gigantescos cérebros eletrônicos destinados a resolver problemas matemáticos para ser considerados dispositivos de comunicação" (SCOLARI, 2008, p. 91, tradução nossa). De um dispositivo de monitoramento e controle nas mãos de militares americanos, como que uma máquina de guerra, e de colaboração científica entre universidades, uma máquina de cooperação, passa a configurar-se como uma rede de comunicação distribuída, colocam Malini e Antoun (2013). Em que emerge uma cultura nova não associada às universidades e nem aos militares, mas a todos aqueles longe desses dois polos, com cooperação social que faz da internet um meio de vida, "um dispositivo de produção de relações, de afetos, de cooperação e de trocas de conhecimentos micropolíticos" (MALINI; ANTOUN, 2013, p. 17).

Essa mutação tecnológica[51] (SODRÉ, 2009) vem alterando rapidamente os sistemas de comunicação global, como as pessoas trocam informações, mas, não somente esse aspecto da vida. Na comunicação mediada em rede por meio de computadores confluem diferentes estilos comunicacionais: um-a-muitos, um-a-um, muitos-a-um e muitos-a-muitos (SCOLARI, 2008). Assim, através do acesso à internet é possível alcançar uma esfera pública ampliada de debate e discussão, e com suas aplicações diversas, figura-se entre um conjunto de dispositivos que podem ser usados para o labor do trabalho ativista, alternativo e progressista por aqueles que operam às margens de governos e espaços corporativos (HARP; BACHMANN; GUO, 2012).

Aos passos dessas mudanças afloram também as inquietações de estudiosos de várias áreas, que procuram compreender o funcionamento das sociedades em diferentes âmbitos da vida, discutindo, à sua maneira, o que se emerge e como desse novo contexto social. Em relação às discussões que cingem a internet e os aspectos da participação e engajamento na vida cívico-política, muitos pesquisadores marcam posições divergentes. Expõe-se, portanto, algumas revisões que procuraram compreender na literatura justamente essas posições, colocando-as em perspectiva.

Park e Perry (2008), em um estudo que explora os impactos de sites de campanhas sobre o engajamento cívico e eleitoral, ou seja, o envolvimento de indivíduos e coletivos de cidadãos nos assuntos públicos, realizam uma síntese das pesquisas sobre as consequências das tecnologias digitais de informação e comunicação na vida cívico-política e constatam que os argumentos na literatura de até então refletem três diferentes perspectivas: “otimismo”, “pessimismo” e “ceticismo”. Para os otimistas a internet tem um papel positivo determinante, envolvendo mais pessoas na vida pública, facilitando a formação de redes sociais (capital social) e contribuindo para a democracia participativa e deliberativa. Os chamados “ciberotimistas” enfatizam, por exemplo, a redução de custos (permitindo aos cidadãos obter e disseminar informações políticas de forma oportuna e eficiente); as mobilizações possíveis pela internet para transformar e reinventar os governos e revitalizar a democracia deliberativa; a oportunidade a grupos marginalizados, minorizados para se fazerem ouvidos na esfera pública.

Já os pessimistas, de acordo com os autores, veem a internet com um papel negativo determinante. Argumentam, por exemplo, que ela reforça e não transforma as relações de poder

[51] O autor defende que o uso dessa expressão mutação tecnológica, em vez de revolução tecnológica, parece ser mais adequado, “já que não se trata exatamente de descobertas linearmente inovadoras, e sim da maturação tecnológica do avanço científico, que resulta em hibridização e rotinização de processos de trabalho e recursos técnicos já existentes sob outras formas há algum tempo” (SODRÉ, 2009, p. 13). Em relação a este ponto, Scolari (2008, p. 104) acentua a importância de se fugir da ideia extincionista, pois “quando nasce um novo meio ou linguagem as formas anteriores de comunicação não desaparecem como os dinossauros”, e isso se percebe em uma leitura atenta da evolução das tecnologias de comunicação ao longo da história.

existentes ou os padrões de participação política, facilitando o engajamento cívico daqueles que já estão informados e motivados, portanto, não altera o envolvimento das pessoas que são privadas de direitos. Isso porque seria menos provável mobilizar os desvinculados, porém mais fácil reforçar os atores políticos estabelecidos, que são os que, de fato, podem aproveitar melhor o uso da informação política na rede; aprofundaria o que se chama de divisão digital entre os ricos e os pobres de informação (PARK; PERRY, 2008). E os céticos sugerem uma visão cautelosa da internet, pois sustentam que apesar do potencial, ela não necessariamente facilita ou destrói o engajamento cívico, mas reflete uma "política como de costume". Apesar da redução de custos de obtenção de informações e a melhora da disponibilidade delas, isso não reflete, substancialmente, uma relação com votações e engajamento político. Assim, a internet não suprime o engajamento cívico e nem facilita o capital social, há uma normalização do ciberespaço, que assume as características da "vida comum".

O trabalho de Earl *et al*. (2010) também aponta as posições de três diferentes grupos de estudiosos em relação ao impacto do que chamam de ativismo online sobre os movimentos sociais, sobre o quanto o uso da internet altera os processos que dirigem a ação coletiva e também sobre a utilidade das teorias do movimento social em vigência. Um dos grupos defende que não há nenhum impacto e sugere que, a longo prazo, o uso da internet não resultará um efeito duradouro nos processos de movimentos sociais. Premia os laços de confiança e de compromisso construídos entre ativistas através das interações face a face, bem como argumentam que a divisão digital enfraquece os impactos da internet no ativismo ou pode até desautorizar ainda mais os que não têm acesso a ela. Assim, essa perspectiva sugere que as atuais abordagens teóricas podem ser aplicadas sem problemas.

Outra linha de pesquisadores acredita em uma mudança mais fundamental, pois alguns usos da internet podem alterar consistentemente a dinâmica do ativismo. E, consequentemente, favorecem "mudanças de modelos", visto que as explicações e pressupostos teóricos básicos do movimento social não dão conta facilmente das dinâmicas de alguns tipos de ativismo na e pela rede. Nesse sentido, esse grupo sugere que a avaliação dos processos dos movimentos sociais precisa ser revista, pensada "fora das caixas" dos modelos teóricos dominantes e fugindo de paradigmas uníssonos (LANGMAN; MORRIS, 2002). Entre esses dois polos, estão a maioria dos grupos de estudiosos, ressaltam Earl *et al.* (2010), que defendem uma "simples acentuação" resultante do impacto da internet sobre o ativismo. Esses grupos reconhecem diferenças nas formas de organização online e offline, mas situam que elas tendem a ser em grau e isso não exige, necessariamente, novas explicações teóricas ou alterações fundamentais

naquelas em voga. Os efeitos, portanto, estão relacionados à escala, porque o uso da internet acentua ou acelera os processos já reconhecidos de ativismo.

Boulianne (2009) também apresenta uma revisão dessas posições utilizando a meta-análise. Verifica que há grupos de estudiosos que argumentam que a adoção da internet contribui para o declínio cívico e outros que consideram o seu papel como importante para o robustecimento da vida cívica. Mas, em geral, verifica que "há pouca evidência para apoiar o argumento de que o uso da internet está contribuindo para o declínio cívico" (BOULIANNE, 2009, p. 205, tradução nossa), ou seja, o efeito parecer ser mais positivo no envolvimento cívico e político.

Quadro 1 - Síntese de perspectivas da relação entre internet e participação cívico-política

Otimistas	Pessimistas	Céticas
Papel determinante positivo da internet; Contribui para a democracia participativa e deliberativa; Favorece o engajamento cívico; Promove mudança substancial no ativismo e nos modelos teóricos de análise.	Papel determinante negativo da internet; Não altera padrões de participação política e relações de poder; Desfavorece o engajamento cívico; Não há impactos e efeitos duradouros.	Visão cautelosa sobre o papel da internet; Reflete a política costumeira; Não favorece ou desfavorece o engajamento cívico; Efeitos relacionados à escala e simples acentuação das diferenças (online-offline) em grau.

Fonte: O autor (2018), baseado em Park e Perry (2008), Earl *et al.* (2010) e Boulianne (2009).

A difusão paralela ao redor do mundo da mídia social e da agitação social tem suscitado uma série de questionamentos sobre o papel das mídias sociais no desenvolvimento de protestos, dissidências e outras formas de política contenciosa. Isso se assemelha também, em alguma medida, aos debates anteriores sobre os efeitos das mídias de massa, salienta Valenzuela (2013). Para o autor, as respostas a tais questionamentos estão coalescidas, basicamente, em torno de um campo cético, que "desconsidera as mídias sociais como *ferramenta* para a mudança política", e de outro convencido, o qual "vê as mídias sociais como centrais para o ativismo político moderno" (VALENZUELA, 2013, p. 921, grifo e tradução nossa).

Não obstante, Valenzuela (2013) aponta que a questão provocada acerca de saber se o uso das mídias sociais está ou não relacionado com a ação política tornou-se equivocada, considerando que vários estudos acumulados ao longo dos anos têm mostrado uma profusão de evidências sugerindo "que as pessoas que se envolvem em atividades cívicas e políticas [...] são

usuárias frequentes de mídias sociais" (VALENZUELA, 2013, p. 921). Assim, ressalta o autor, torna-se mais importante saber como e sob que condições as novas mídias (plataformas) digitais se relacionam com o ativismo cidadão e protesto político, ou seja, como o uso delas se traduz em aumento da atividade política.

A relação entre internet e participação, engajamento cívico-político ocorre de diferentes maneiras, como por meio da formação de redes de indignação resultantes de demandas e deficiências sociais, políticas, econômicas, culturais e psicológicas, que são proporcionadas pela "consonância cognitiva" entre indivíduos emissores-receptores da mensagem e por um canal (processo) de comunicação eficaz, como sustenta Castells (2012). Indo de encontro a essa formulação, há quem considere essas redes ou "ondas" de indignação inapropriadas para configurar o discurso e espaço públicos, devido ao caráter fluido e à volatilidade delas, como Byung-Chul Han (2014a).

Han (2014a) sustenta que embora sejam eficientes para mobilizar e reunir a atenção, essas ondas de indignação não podem ser controladas, são incalculáveis, efêmeras, amorfas, não têm estabilidade, constância, continuidade e dispersam-se com a mesma fugacidade com que surgem. Essa indignação digital, segundo o autor, não constitui um *nós* estável que aponte para uma estrutura de cuidado conjunto da sociedade, "é um *estado* afetivo que não desenvolve nenhuma força poderosa de ação" (HAN, 2014a, p. 22, grifo do autor). A sociedade da indignação não engendra nenhum futuro, afirma. Distantes, essas compreensões focalizam – e ilustram – dimensões diferentes (emancipadora e negativa) das tecnologias digitais em relação às práticas sociais, políticas, culturais, econômicas e psicológicas.

Outra discussão que coloca em estado de relatividade – e de certa suspeição – os processos e resultados de práticas conscientizadoras, organizadoras, mobilizadoras de ações e ideias em função do engajamento e da participação cidadã em e nas redes de comunicação digital distribuída refere-se à noção de "filtro-bolha", apontada por Pariser (2012). Segundo o autor, as grandes corporações da internet travam uma batalha atualmente basilar, que é conhecer o máximo sobre os seus usuários, por meio da extração eficaz e minuciosa de dados, de modo a levar para uma personalização das ofertas de informação e, consequentemente, influenciar nos hábitos de consumo daquelas pessoas que vivenciam a internet. Os filtros, estruturados por algoritmos, são responsáveis por examinar os gostos, as ações, as relações e fazer extrapolações[52]. Assim, "esses mecanismos criam um universo de informações exclusivo para

[52] Na mirada de Byung-Chul Han (2014b), o Big Data possibilita realizar prognósticos sobre o comportamento humano, tornando o futuro previsível e controlável. Desse modo, configura-se como "um instrumento psicopolítico muito eficiente que permite adquirir um conhecimento integral da dinâmica inerente à sociedade da comunicação.

cada um de nós – o que passei a chamar de bolha dos filtros – que altera fundamentalmente o modo como nos deparamos com ideias e informações" (PARISER, 2012, p. 15).

Na compreensão de Pariser (2012), essa bolha de filtros isola as pessoas umas das outras reservando para cada uma a sua própria bolha; é invisível e não permite perceber o seu grau de parcialidade; e não se oferece como opção para que as pessoas decidam ou não entrar nela. No campo das relações sociais dessas novas dinâmicas, a partir do qual pode-se associar e pensar as práticas ciberativistas, as consequências "surgem quando uma massa de pessoas começa a viver uma existência filtrada" (PARISER, 2012, p. 18). Uma personalização excessiva, assevera, "poderá nos impedir de entrar em contato com experiências e ideias estonteantes, destruidoras de preconceitos, que mudam o modo como pensamos sobre o mundo e sobre nós mesmos" (PARISER, 2012, p. 19).

Esse tipo de debate, com posicionamentos estreitos ou mais porosos, parece sempre aflorar juntamente com a ocorrência de uma mutação tecnológica. E esta passa sempre por determinadas etapas de desconfiança e preconceito, como sugere Silva (2013), por brandir uma realidade colocada como "imutável e incontornável", sendo rotulada como "impossível, desnecessário, para poucos, incompleto e ineficaz" (SILVA, 2013, p. 51). Cada vez que surge determinada tecnologia, ela se torna objeto do discurso, sendo falada pela sociedade e suas instituições, formando parte de uma trama cultural na qual poder e conhecimento se misturam, o que contribui para ressignificá-la (SCOLARI, 2008).

Com isso, se torna inevitável e ao mesmo tempo substancial tratar de discussões dessa natureza, uma vez que os movimentos sociais do início deste século têm incorporado os últimos avanços em termos de (novas) tecnologias tanto a suas estruturas organizativas como a suas ações reivindicativas (TILLY; WOOD, 2010). Nesse sentido, é preciso advertir sobre evitar o determinismo tecnológico e manter uma postura cética, como sustentam Tilly e Wood (2010), pois "as mudanças no contexto político e organizativo incidiram de forma muito mais direta e imediata no trabalho dos movimentos sociais que nas próprias transformações técnicas" (TILLY; WOOD, 2010, p. 206, tradução nossa). Para os autores, portanto, a influência das tecnologias estará sempre condicionada pelas culturas, práticas e competências de seus usuários e pelas rotinas organizativas de gesto.

É certo que estes não são os únicos nem a totalidade dos argumentos dos estudiosos, mas ilustram diferentes visões que podem ou não se mostrar estandardizadas. São uma forma de compreender que versões diferentes podem conduzir processos de pesquisa e orientar

---

Se trata de um *conhecimento de dominação* que permite intervir na psique e condicioná-la a um nível pré-reflexivo" (HAN, 2014b, p. 25, grifo do autor, tradução nossa).

explicações sobre os fenômenos sociais, políticos e culturais na e da internet. Uma advertência a se fazer é que essa explanação pode ou não compreender as diferentes formulações de conceitos de ciberativismo. Não ocorre, todavia, a pretensão de fazer algum tipo de relação de enquadramento direto entre essas visões e as conceituações relacionadas ao ciberativismo apresentadas na seção seguinte deste trabalho.

3.2 PERSPECTIVAS CONCEITUAIS

O ciberativismo surge em meados da década de 1980 juntamente com a invenção do ciberespaço no período da história da "pré-web" (WRAY, 1998). A ideia de ciberespaço é posta por William Gibson, em *Neuromancer* (1984), para se referir a esse território virtual de trocas, produção comum de linguagens e ações coletivas. A emergência do ciberativismo cria o ciberespaço com a formação das comunidades virtuais (RHEINGOLD, 2004), uma nova estrutura de organização social, rompendo com o ativismo social até ali realizado no campo comunicacional, ressaltam Malini e Antoun (2013). Nesse sentido, lembra Silveira (2010) que o fenômeno do ciberativismo se confunde com a própria expansão da internet.

Paralelo ao desenvolvimento dos dispositivos digitais e redes de comunicação, surgiram os primeiros estudos ciberculturais. Esse momento inicial de reflexões, chamado de "cibercultura popular", é marcado por um pensamento de origem jornalístico, de natureza descritiva e um dualismo limitado com uma visão da internet como nova fronteira, aponta Scolari (2008). A partir do novo século a reflexão teórica de até então começa a dar espaço para os chamados "estudos da internet"[53], com notável aumento na quantidade de publicações e eventos dedicados ao assunto (AMARAL; MONTARDO, 2012), adotando diferentes perspectivas de abordagens teórica e metodológica, temas e objetos de pesquisa.

No campo comunicacional, o tema do ciberativismo no Brasil parece que vem se mantendo estável dentro do escopo geral, com certa regularidade no número de trabalhos publicados[54] (AMARAL; MONTARDO, 2010, 2011, 2012). Já as compreensões do que seja o ciberativismo são plurais, ou seja, os esforços para conceituá-lo e as tentativas de categorização se diversificam, assim como os próprios termos preferidos pelos autores, como "ativismo digital", "ativismo online", "ativismo na internet", "ativismo em rede", "cibermilitância", "netativismo", "webativismo". Muitos trabalhos científicos utilizam indistintamente esses

[53] Entre essas, "cibercultura popular" e "estudos da Internet", Scolari (2008) postula mais fases do estudo da cibercultura, chamadas de "cibercultura acadêmica" e "cibercultura crítica".

[54] Talvez há uma tendência de aumento, especialmente, a partir das mobilizações ocorridas em 2013 no país.

termos postos como conceitos, meticulosamente ou não, o que, de certo modo, dificulta as tentativas de se compreender rumos teóricos gerais do ciberativismo – se isso for exequível.

Aqui, toma-se preferência pelo termo ciberativismo e sob seu guarda-chuva integra-se, *mutatis mutandis*, as diferentes conceituações herdeiras de acepções teóricas múltiplas. Reforça-se: não se pretende canalizar ou remediar essas conceituações diversas para uma mesma noção; a ação é operativa, no sentido de demonstrar entendimentos diferentes a partir de um objeto inicial comum de discussão. Outra advertência é que embora se apresente como revisão de literatura, este texto não dá conta da finidade de pensamentos sobre o ciberativismo, evoca-se aqueles autores que apresentam certa recorrência nos trabalhos encontrados ao longo desta jornada investigativa – e outros que fornecem elementos para a problematização do tema.

Alguns autores propõem conceitos mais gerais do que seja o ciberativismo. Earl *et al.* (2010), entendem que a prática do ciberativismo – chamado por eles de ativismo na internet – refere-se à toda ação realizada online por usuários que visa encaminhar os esforços coletivos para a mudança social. Significa, portanto, qualquer coisa que se arranja de forma online para promover uma defesa coletiva, orientada a causa, incluindo a ação organizadora e participante. Outros compreendem o ciberativismo como a utilização da internet em ações por movimentos politicamente motivados (VEGH, 2003; DENNING, 2001), visando ao alcance de metas tradicionais ou o embate com as injustiças que ocorrem na própria rede, pontua Rigitano (2003, 2005).

Diferentemente dessa última compreensão, aponta-se a formulação de Silveira (2010) que amplia o conceito. Para ele, ciberativismo diz respeito ao conjunto de práticas em defesa de causas políticas, socioambientais, sociotecnológicas e culturais que são realizadas nas redes cibernéticas, em especial na internet. Nesse sentido, ressalta Araújo (2013), entender o ciberativismo apenas como práticas de ações orientadas politicamente bem como somente a migração delas para as formas de comunicação em rede sem ressignificá-las diante das novas apropriações dos atores sociais parece ser problemático. Retomando o histórico das práticas ciberativistas, o dividindo e agrupando em fases, e baseando-se em concepções existentes sobre o ciberativismo – algumas acionadas aqui –, Araújo (2013) basicamente acrescenta à definição anterior a intenção que envolve ampliar os significados sociais por meio da circulação de discursos e ferramentas na rede com vista a colaboração da causa defendida. Argumenta que essa conceituação menos restritiva relaciona-se à nova cultura de mobilização, que é mais difusa, horizontalizada e heterogênea. Como coloca Silveira (2010), várias são as demonstrações de práticas ciberativistas realizadas nas redes, não só políticas – guardando semelhança com Earl *et al.* (2010) –, e esse enquadramento tradicional, típico do mundo

industrial, embora possível, é igualmente problemático diante da multiplicidade de iniciativas nesta sociedade informacional.

Os sujeitos identificados com causas e comprometimentos comuns, explica Moraes (2001), representam a pluralidade de vozes que se somam no ciberespaço, a partir da variedade de campos de interesse, de metodologias de atuação, de horizontes estratégicos e raios de abrangência. O autor não apresenta uma definição do conceito de ciberativismo – e utiliza outros termos (ativismo digital, cibermilitância) como equivalentes à uma mesma prática –, mas enfatiza que a internet veio dinamizar os embates em favor da justiça social bem como os esforços de intervenção dos movimentos sociais na cena pública. Isso devido "à singularidade de disponibilizar, em qualquer espaço-tempo, variadas atividades e expressões de vida, sem submetê-las a hierarquias de juízos e idiossincrasias" (MORAES, 2001, p. 3).

Isso vai ao encontro do entendimento de Lemos (2003), ao concordar também que as redes proporcionam às vozes autônomas que se pronunciem sem submissões aos tradicionais filtros, mobilizando, informando e agindo. Organizando ações independentes, livres e difundindo informações e reivindicações de diferentes frentes (políticas, sociais, culturais, econômicas, ambientais, tecnológicas) sem mediações, buscando o interesse comum pela coisa pública e criando formas de participação. Nessa linha, pode-se entender o ciberativismo por redes de cidadãos que confrontam o monopólio dos Estados e corporações criando arenas "para expressar suas ideias e valores, para agir sobre o espaço concreto das cidades ou para desestabilizar instituições virtuais através de ataques pelo ciberespaço (hacktivismo)" (LEMOS, 2003, online).

Atentos ao desenvolvimento da comunicação mediada por computador que ocorria entre o final do século XX e início do XXI, em um contexto de globalização, Langman e Morris (2002) registraram a emergência de diversas Organizações Não Governamentais de caráter transnacional e bases democráticas. Mediadas pela internet, essas organizações foram pensadas como movimentos sociais interconectados em rede[55], "organizados por meio de 'redes mobilizadoras' ou coordenação de estruturas que medeiam e articulam novas formas de identidades e estratégias de participação em ação que contestam as atuais condições social/global" (LANGMAN; MORRIS, 2002, online, tradução nossa).

Com o surgimento desses movimentos, e de suas redes de mobilização participativa, outras formas de políticas democráticas foram produzidas, integrando conjuntamente estruturas e estratégias de movimentos anteriores e ampliando novas direções possíveis para os

[55] Adota-se aqui essa tradução para *Internetworked Social Movements* (ISMs).

movimentos sociais. Na concepção de Langman e Morris (2002), grandes redes de mobilização de movimentos, como os movimentos de globalização alternativa e os de justiça global, são traçadas em redes de comunicação complexa, online e offline, que informam o campo complexo, disperso e de rápida mudança da organização, da coordenação e construção de questões. Assim, esses movimentos interconectados buscam formas de participação e intervenção nos temas de interesse público, comum, sejam sociais, políticos, econômicos, culturais ou ambientais.

Uma das concepções frequentemente recorridas sobre o estudo do ciberativismo é a formulada por Ugarte (2007), que parte da ideia da rede enquanto uma estrutura distribuída que favorece possibilidades de mudanças nas próprias estruturas de poder. Isso porque com essa nova configuração, que passa da rede com fluxo comunicacional descentralizado para o distribuído, amplia-se a capacidade para transmitir, que é condição prévia para a ação ciberativista. Os filtros se exaurem nesse novo ecossistema midiático e o poder informativo é redistribuído entre os cidadãos, encerrando a divisão entre emissores/receptores e diminuindo o monopólio da representação da realidade dos grupos midiáticos tradicionais. A rede oferece oportunamente estruturas para as mobilizações escaparem do poder institucional (LANGMAN; MORRIS, 2002), e isso reforça também os campos de resistência à concentração da mídia (MORAES, 2001; LEMOS, 2003).

Para Ugarte (2007), nessa nova dinâmica reticular há uma multiplicidade de agentes que agem de forma autônoma e coordenam-se espontaneamente na rede, daí emerge o que chama de “ordem espontânea”, o *swarming*, que é uma coordenação que “não requer na maioria dos casos nem sequer uma direção consciente ou uma direção centralizada” (UGARTE, 2007, p. 64, tradução nossa). Para ele, o que congrega esses agentes autônomos, potencializa comunicacionalmente os conflitos e faz crescer o ciberativismo é o aspecto identitário, um “espírito comum”, que coloca como chave das redes distribuídas.

Nesse sentido, atualmente o ciberativismo é baseado no desenvolvimento de três vias unidas pelo que chama de “empoderando pessoas” – uma tradução nossa livre de *empowering people*–, que são o discurso, as ferramentas e a visibilidade. Na via do discurso, que define o ciberativismo como uma forma de “*hacking* social”, os novos relatos individuais ou de pequenos grupos constroem os implícitos, os significados que são compartilhados sem a necessidade de um filtro, da mediação de um centro, que acreditam na possibilidade de mudança; têm nos componentes identitários uma forma de facilitar a comunicação entres os desconhecidos e é isso que garante o caráter distribuído da rede (UGARTE, 2007). Quanto às ferramentas, é importante desenvolvê-las porque tornam visível a possibilidade do *hacking*

social aos indivíduos. O ciberativismo herda da cultura hacker a ideia do “faça você mesmo”, da “potência do indivíduo para gerar consensos e transmitir ideias em uma rede distribuída” (UGARTE, 2007, p. 65, tradução nossa). A via da visibilidade, assegura o autor, é o ápice da estratégia de *empowering people*. Os sujeitos devem se reconhecer uns nos outros mediante pequenos gestos, por meio das ferramentas pensadas, e a visibilidade deve ser conquistada por meio da luta permanente na qual cada um deve contribuir para melhorá-la.

Desse modo, partindo dessas vias (discurso, ferramentas e visibilidade) que respaldam sua concepção, Ugarte (2007) assevera que o ciberativista é alguém que utiliza a internet “para difundir um discurso e colocar à disposição pública ferramentas que devolvam às pessoas o poder e a visibilidade que hoje são monopolizadas pelas instituições” (UGARTE, 2007, p. 66, tradução nossa). O ciberativismo é, portanto, qualquer estratégia que busca “mudanças da agenda pública, a inclusão de um novo tema na ordem do dia da grande discussão social, mediante a difusão de uma determinada mensagem e sua propagação através do ‘boca a boca’ multiplicado pelos meios de comunicação e publicação eletrônica pessoal” (UGARTE, 2007, p. 85, tradução nossa). É, ressalta, uma estratégia que procura criar coalizões temporais de pessoas que gerem massa crítica suficiente de informação e debate.

Essa noção, das ações comunicacionais de agentes múltiplos e autônomos nas redes interativas distribuídas capazes de fazer rever as próprias estruturas de poder, encontra ecos nas postulações sobre o ciberativismo de Malini e Antoun (2013), que veem aí aspiração à possibilidade de uma emancipação social. E isso reforça a constatação das mudanças significativas “nas relações sociais e na base organizacional das comunidades através do acesso do indivíduo comum às redes” (MALINI; ANTOUN, 2013, p. 83). Entre essas mudanças, a passagem das “massas” as “multidões” que integradas em redes distribuídas organizam o ciberespaço. Neste, no lugar de grandes aglomerações homogêneas da massa ou do povo, há grupos singulares, diferenciados se multiplicando e diversificando. Ressaltam que mesmo quando formam um *swarming*, esses grupos constituem em seu interior outros menores pelas afinidades, por aspectos identitários, como coloca por Ugarte (2007).

Para Malini e Antoun (2013), enquanto um campo social, a internet não está isenta da disputa pela “liberdade”, esta que é considerada por eles como “os mecanismos e ato autônomos de cooperação social que permitem o exercício do poder (e contrapoder)” (MALINI; ANTOUN, 2013, p. 160.). Essa concepção de biopoder na internet refere-se à liberdade negativa, que regula, mercantiliza e é contra a autonomia da vida, se apropria da riqueza produzida em comum. Mas, essa dominação encontra limites e resistências. Contrária à essa

lógica, está a liberdade positiva, a biopolítica da rede, que se afigura como a potência da vida governar-se (MALINI; ANTOUN, 2013), na qual se encontram as práticas ciberativistas.

Com essa liberdade positiva ativada, os usuários constroem de forma singular um campo mais extenso de significados sociais, no qual igualmente se formam e entrelaçam novas narrativas que deslindam fatos, ideias, dados e imagens ampliando a capacidade da rede de revelar sentidos até então sufocados na lógica *gatekeeper* das mídias tradicionais (MALINI; ANTOUN, 2013). Assim como o biopoder cria tentativas de submissão, a biopolítica da multidão cria e reprograma redes autônomas para exceder os controles e bloqueios da rede.

A capacidade de desenvolver um processo de comunicação autônoma é fundamental para os movimentos sociais contemporâneos em rede, considerando que isso está relacionado à existência deles, afirma Castells (2012). Essa autonomia sustenta a mudança dos ambientes comunicacionais e afeta as normas de construção de significados e, assim, a produção das relações de poder que estão incrustadas nas instituições das sociedades. As contradições e conflitos propiciam que atores sociais desafiem o poder embutido nessas instituições a fim de reivindicar a representação dos seus valores e interesses próprios, formando o contrapoder, a tentativa de se alterar as relações de poder (CASTELLS, 2012). Nesse sentido, sendo os meios de comunicação de massa dominados por governos e empresas de mídia, é nas redes da internet e plataformas de comunicação sem fio que a autonomia da comunicação será construída. Para Castells (2012), exerce-se o poder, que é multidimensional, programando e alternando redes, e o contrapoder desempenha-se na reprogramação dessas redes em torno de outros interesses, significados, valores.

Para entender as novas formas de conflitualidades sociais criadas pelos movimentos de ação direta com práticas sociais e comunicativas específicas, Di Felice (2013) propõe uma mudança de perspectiva em relação aos modos de compreensão do ativismo digital em e na rede. Assim, sugere que a noção que se tem e emprega de ciberativismo, originária dos anos 1990, é aliada às especificidades da primeira fase desse tipo de ativismo midiático, que de modo geral refere-se à simples incorporação da internet aos processos comunicativos. Com a profusão de ações viu-se também a transformação da capacidade interativa das redes, da Web 1.0 para a Web 2.0, o que reconfigurou o significado de ciberativismo.

Nesse sentido, Di Felice (2013) adota e reinterpreta a terminologia "net-ativismo"[56] para analisar "uma nova forma de ativismo digital *em* rede e *na* rede que se articula como

[56] O termo é uma tradução do inglês *netactivism*, de Ed Schwartz (1996), que simplifica a expressão no mesmo idioma *Network-Activism*. O autor propõe extrapolar seu significado não se restringindo ao âmbito da democracia eletrônica e das redes de participação cidadã bem como à utilização da internet (DI FELICE, 2013.).

maximização das possibilidades de autonomia, de processos de sustentabilidade e de criatividade" (DI FELICE, 2013, p. 54, grifos do autor). Adverte que essa forma net-ativista se caracteriza pelo empenho em direção à uma identidade cidadã global que habita as redes digitais e não nega a diversidade local, com pautas reivindicatórias que refletem as necessidades comuns a todos.

Se mostra elementar para De Felice (2013) pensar a comunicação nas redes pela concepção do diálogo, com uma estrutura informativa que se desloca ao se comunicar, constituindo-se como forma criadora, diferindo-se da concepção disseminativa. Para ele, "a ação em contextos reticulares é resultado do diálogo entre diversos *actantes*, humanos e não-humanos, que compõe coletivos não estruturados" e a concepção disseminativa não permite "narrar a ecologia reticular que forma as ações net-ativistas, nem entender as particularidades de suas interações estendidas numa pluralidade conectiva de ambiências" (DI FELICE, 2013, p. 64-65, grifos do autor)[57].

Tanto quanto em Di Felice (2013), esse deslocamento terminológico e conceitual do ciberativismo é objeto presente nas reflexões de outros autores, como nas de Condorelli (2015). Esse autor propõe a subsunção do conceito de ciberativismo, focado no uso estratégico das tecnologias digitais para mobilizações políticas, pelo de "biopolítica digital", como produção incessante e imanente do comum nas e pelas redes digitais. Para Condorelli (2015), o conceito de ciberativismo contemporâneo refere-se à um conjunto amplo e heterogêneo de práticas, e seria fruto de um imaginário hegemônico entre usuários e correntes de pensamento comunicacional e social que associam a disputa pela autonomia e autovalorização das subjetividades em rede às mobilizações de causas variadas, como políticas, ambientais, sócio-técnico-culturais, etc.

Caminhando por esse entendimento, o caráter englobante do conceito ciberativismo tenderá a compreender também práticas que não promovem necessariamente o aumento da potência de vida (CONDORELLI, 2015), isto é, que de modo contrário podem ser cerceadoras e castradoras da capacidade de indivíduos e grupos de existir e agir; se são organizados movimentos e ações contra ocupações militares em favelas ou construção de usinas hidroelétricas em terras indígenas, ocorre também recrutamentos de militantes para organizações terroristas transnacionais. Se por um lado há na internet um potencial democrático, por outro há também um que é antidemocrático. Ao passo que um grande

[57] De Felice (2013) recorre às reflexões de Bruno Latour e da Teoria Ator-Rede.

contingente de pessoas se mobiliza pela internet para fins sociais progressistas, diferentes forças fascistas, racistas e antidemocráticas também a utilizam (LANGMAN; MORRIS, 2002).

Essas práticas, ressalta Condorelli (2015), podem ser consideradas formas de ciberativismo – no sentido corrente – porque "manifestam usos estratégicos das tecnologias de comunicação para a organização e ação coletivas em torno de determinadas causas" (CONDORELLI, 2015, p. 7). Assevera ainda que mesmo as práticas nas e em redes digitais consideradas emancipatórias de autogoverno e aumento da potência de vida, com objetivos biopolíticos, não necessariamente estão livres de mecanismos, processos e relações de controle e dominação que se expressam em algumas lógicas de usos das redes, comportamentos e hábitos. "Não é possível, portanto, associar automática e necessariamente o que muitos usuários da internet e vários autores chamam ciberativismo com um uso biopolítico das redes digitais" (CONDORELLI, 2015, p. 10). De tal forma, é possível pensar, portanto, que "sob toda arquitetura informacional se esconde uma estrutura de poder" (UGARTE, 2007, p. 109, tradução nossa).

Nesse sentido, o conceito de biopolítica digital elaborado por Condorelli (2015, p. 10) propõe pensar uma "concepção que enfatize o devir, a imanência, o caráter de produção incessante de diferença e cooperação de singularidades antropomaquínicas interconectadas", pelas e nas redes de comunicação digital distribuída. Assim, considerando manifestações acontecimentais como possibilidades que afloram desse incessante e imanente processo de (re)construção do comum.

3.3 DAS CATEGORIZAÇÕES TIPOLÓGICAS

Como se tem elucidado, é possível compreender que são diversos os entendimentos de pesquisadores sobre o ciberativismo e essa pluralidade de concepções espelha também as categorizações diversificadas de tipos desse fenômeno. Várias das divergências entre os estudiosos relacionam-se, em certa medida, com o fato de estudarem formas diferentes de mobilizações na internet, além dos contextos nos quais as classificações foram engendradas e, claro, com as formulações teórico-conceituais de ciberativismo que sustentam seus estudos. Um aspecto que salta quando se verifica alguns trabalhos é que há tipos de ativismo na internet que são mais recorrentes enquanto objetos de estudo do que outros – muitas vezes os mesmos sob diferentes óticas. Tomando essas considerações, apresentam-se a seguir algumas classificações tipológicas das formas de ciberativismo presentes na literatura.

Jennifer Earl *et al*. (2010), considerando algumas alternativas de compreensão e classificação insuficientes – não erradas, necessariamente –, introduzem uma tipologia com quatro categorias úteis à descrição dos principais tipos de ciberativismo que são examinados em pesquisas existentes. Tais categorias são pensadas nessa proposta como tipos ideais para "identificar uma variedade de ações, ferramentas e usos que têm mais em comum uns com os outros do que com outras categorias" (EARL *et al*., 2010, p. 428, tradução nossa). Assim, chegam às categorias de "folheto digital" (tradução livre de *brochure-ware*), "facilitação online do ativismo offline", "participação online" e "organização online".

O primeiro tipo, folheto digital, corresponde à distribuição de informações por meio de sites e listas de discussão, entre outros. O conteúdo da informação distribuída pode variar entre informações logísticas, sobre a causa, a organização de movimentos sociais, ideologias, por exemplo. As mudanças de conteúdo não são frequentes e as interações online com quem visita determinada página com as informações são igualmente escassas, ou seja, são ambientes bastante estáticos. Nesse tipo de ativismo, concebe-se a internet menos como um meio interativo do que como um canal de difusão de informações. Os sites são pensados como transposição de uma versão impressa de panfletos para uma digital, bem menos dispendiosos e geralmente mais baratos para produzir. Este tipo de ativismo na internet é um dos mais investigados por pesquisadores, que tendem a encontrar ou não impactos reais destes sobre mudanças qualitativas na organização de movimentos sociais, ou impactos relacionados à escala.

A facilitação online do ativismo offline, segundo tipo, refere-se a apoios logísticos, recrutamento para eventos de protestos offline – como marchas, comícios, etc. – por meio do fornecimento de informações. Há tanto implementações mais simples, que dispõem de informações mais relevantes para a condução à participação, quanto aquelas mais complexas, que podem incluir suporte logístico como serviços de correspondência e compartilhamento entre os participantes de modo a permitir, por exemplo, que manifestantes que não são dos locais onde ocorrem os protestos possam encontrar hospedagem gratuita ou mesmo as caronas solidárias para ir ou voltar dos protestos nas ruas. Este tipo de ativismo na internet é o mais frequentemente estudado. Nele, os sites ainda mantêm seus princípios de distribuição de informações, conquanto são canais utilizados para a transmissão delas e facilitação da participação em eventos de protestos offline; alguns sites se esforçam para incorporar elementos visando uma maior interatividade, o que, todavia, não configura a internet como um meio ou arena independente de ativismo, sendo utilizada com fins de organização e coordenação de ações off. A maioria dos pesquisadores concorda que as mudanças predominantes estão

relacionadas à escala, e nenhum deles enfatiza a necessidade de novas explicações teóricas ou mesmo mudanças de modelos para compreender esses desenvolvimentos, ressaltam Earl *et al.* (2010).

A participação online, terceira categoria, proporciona alguns caminhos para a participação enquanto as pessoas estão conectadas, como as petições online, ações de negação de serviço por meio de *sit-ins* virtuais, por exemplo. Há, neste tipo de participação, ações que envolvem formas tecnicamente menos complicadas, como campanhas de email, e outras que exigem mais recursos e conhecimentos técnicos, com a escrita de *scripts* ou mesmo o *hacking* de páginas. Ao disponibilizarem sites para que os visitantes participem de ações online, os movimentos sociais organizados possibilitam que aqueles que não podem se envolver de outras formas agora colaborem com tais iniciativas. Os estudos relacionados, além de verificarem mudanças relacionadas à escala, apontam para possíveis alterações de modelos de análise. Um exemplo pertinente é o surgimento do que se chama de "ativistas de cinco minutos", ou seja, os indivíduos que não podem participar de outra forma, senão por meio dessas ações online, com a implantação de "campanhas *flash*". Por efeito disso, por exemplo, muda-se a composição dos envolvidos no próprio ativismo.

A quarta categoria dá conta da organização online de campanhas e movimentos, totalmente nessa dimensão, compondo o que os autores chamam de "e-movimentos", ou seja, ações que ocorrem exclusivamente na internet sem relações com aquelas offline. Neste tipo, todos os aspectos da organização ocorrem virtualmente, sem necessidade de coordenação face a face ou copresencial de líderes de movimentos e eventos. Várias das campanhas orientadas a determinadas causas que são orquestradas online surgem rapidamente e a manutenção delas também ocorre como surgiram. Earl *et al*. (2010) destacam que este tipo de ativismo na internet é o menos estudado dos quatro apresentados. Não obstante, verificou-se que os poucos estudos apontam para mudanças notáveis de modelos de análise das dinâmicas das ações coletivas. Em relação aos estudos que apontam para mudanças correspondentes à escala, há, por exemplo, aqueles que demonstram que determinados movimentos online utilizam a internet para se organizar de forma mais eficaz, mas sem grandes alterações nos processos organizacionais em si.

Valencia Rincón (2014) aponta múltiplas expressões e atores como movimentos sociais na internet, apresentando e categorizando as orientações ideológicas fundamentais de suas vertentes. Considerando que vários movimentos utilizam a rede com finalidades que a transcendem, o autor direciona sua observação aos grupos que flanqueiam os temas da internet, direito à comunicação e liberdade de expressão como seus objetivos e insatisfações.

Levando em conta suas observações sobre os aspectos ideológicos que reúnem os ciberativistas e desconsiderando outros fatores, Valencia Rincón (2014) propõe uma descrição tipológica das várias vertentes do que considera como movimentos sociais da internet. A vertente dos "defensores da privacidade", preocupados com o direito cidadão à privacidade, tem como ideologia a oposição em relação às práticas de governos, grandes companhias, redes sociais ou qualquer indivíduo que colete informações de clientes ou cidadãos sem a autorização destes em função de objetivos não revelados. A vertente "antimarcas", que objetiva a justiça e o controle no mercado, denuncia práticas antissociais – abusos e erros – de companhias globais que de algum modo prejudicam seus clientes e fogem dos canais tradicionais de denúncia e controle cidadão[58]. A vertente da "lacuna digital" busca uma igualdade no acesso às tecnologias e informações, combatendo a pobreza, falta e debilidade de educação, tendo como ideologia a correção das desigualdades em tal acesso que remanescem dos desequilíbrios do mercado.

Objetivando a criatividade e a livre concorrência, a vertente do "software livre" enfrenta as burocracias estatais, grandes companhias e monopólios controladores de patentes defendendo a produção e distribuição de softwares livres e outras ferramentas informáticas de código aberto. Tal posicionamento ideológico se assemelha ao que é abraçado pela vertente do "*copyleft* e *digital commons*", que defende a livre disponibilidade de uso, modificação e distribuição de ferramentas informáticas e outros tipos de produção imaterial, visando a circulação livre de conhecimento. A vertente dos "hackers e hacktivistas" se opõe às condições impostas pelos mercados e governos, enfrentando os sistemas de segurança para expor a vulnerabilidade das redes informáticas e o abuso gerado pelas barreiras à livre circulação de informação. Por último, confrontando o capitalismo global, as próprias redes e instituições estatais, a vertente dos "criadores de vírus" sabota as operações da própria internet e de companhias que dependem dela para o funcionamento e produtividade, visando uma espécie de anarquia.

Millaleo e Velasco (2013) analisam o que chamam de ativismo digital, considerando tanto as dimensões tecnológicas das relações como as simbólicas das formas discursivas, tomando como *locus* as iniciativas realizadas no Chile. Partem das contribuições de McAdam, Torrow e Tilly (2005) para sustentar que há um novo tipo de repertório de contenção, além dos

[58] Hollenbeck e Zinkhan (2006), ao discutirem sobre o movimento antimarcas e ativismo de consumidores, sugerem que a internet fornece um meio para aumentar a velocidade, conveniência, anonimato e formação de comunidades antimarcas.

tradicional e moderno[59] já propostos, que seria o repertório digital[60]. A copresencialidade da ação coletiva é uma característica comum aos repertórios tradicional e moderno, enquanto que no digital ela não é mais requerida. Isso não demonstra, contudo, que essa característica perdeu sua importância, mas que não é mais comum, porque varia entre diferentes táticas – fato é que a própria organização dos movimentos não é mais exclusivamente copresencial. Os repertórios de contenção digitais são tipificados partindo do que é chamado de "e-táticas", que compõe um dos níveis utilizados para compreender as relações entre as tecnologias de comunicação, a internet em particular, e os movimentos sociais; os outros são "e-mobilização" e "e-movimentos", ressaltam Millaleo e Velasco (2013).

Estes níveis podem ser definidos assim: a e-mobilização funda-se no uso dessas tecnologias na organização de protestos offline, de modo que se experimenta a internet apenas como um amplificador para gerar vantagens de eficiência organizacional, evitando ao máximo despesas de organização e reduzindo barreiras de participação – nesta categoria, por exemplo, as páginas dos organizadores contém chamados para ações e informações sobre campanhas e a organização em si; os e-movimentos existem exclusivamente na internet, não tendo consequências diretas sobre as mobilizações ditas offline, ou seja, não servem de suporte para estas, o que torna os custos econômicos e de tempo da atividade menores – as experiências políticas dos organizadores desses movimentos são ocasionais, diferentemente de outros movimentos sociais com uma experiência de ativismo profissional, segundo os autores; a categoria das e-táticas situa-se entre as duas anteriores, incluindo uma coordenação intermediária que vincula formas de ação coletiva que já existem com suportes online e suas capacidades de coordenar e influenciar a sociedade – essa vinculação será flexível, integrando em diferentes níveis ações digitais e offline.

Essa oposição entre os repertórios digitais de e-movimentos e e-mobilização permite estabelecer uma breve analogia entre estes, enquanto forma, e a distinção do ativismo digital proposta por Van Laer e Van Aelst (2009), que coloca de um lado aquele "baseado na internet" e de outro o "apoiado pela internet". A primeira dimensão "destaca a *função criadora* da Internet de táticas novas e modificadas expandindo o conjunto de ação dos movimentos sociais", e a segunda tem uma "*função facilitadora*, reduzindo os limites relacionados à tática

[59] Não se pretende aqui uma exposição, mesmo breve, sobre as características desses dois grandes tipos de repertórios. Além dos autores mencionados, há uma volumosa contribuição de estudiosos que ajudam a compreender e problematizar tais conceitos.

[60] À luz das ideias de Jennifer Earl e Katrina Kimport.

e tornando a ação de protesto tradicional em transnacional" (VAN LAER; VAN AELST, 2009, p. 233, grifos dos autores, tradução nossa).

Conforme Millaleo e Velasco (2013), o enfoque sobre a categoria das e-táticas permite relativizar essas distinções, uma vez que entre os e-movimentos e as e-mobilizações há um vasto e contínuo espaço nos quais diferentes táticas digitais e tradicionais de ação coletiva se combinam. Integrando formas existentes e ressignificando-as, formando assim um repertório completamente novo. Como observado antes, há grupos que flanqueiam os temas da Internet que também saem às ruas para contestar abusos de governos e corporações nela própria (VALENCIA RINCÓN, 2014). Essa distinção entre as táticas apoiadas e as baseadas na internet, pode-se dizer, "é ainda mais desfocada, uma vez que os grupos de ação quase nunca usam apenas uma tática única, em vez disso se baseiam em uma miríade de táticas tanto em offline como online", destacam Van Laer e Van Aelst (2009, p. 233, tradução nossa).

A classificação tipológica do ativismo digital de Millaleo e Velasco (2013) baseia-se na interatividade, que depende principalmente do nível técnico das plataformas de mediação – quanto mais funcionalidades mais chances de interatividade –, e na identidade, pois na aproximação com os públicos, as práticas de ação coletiva não podem dissociar-se daqueles aos quais se dirige, determinando estes públicos suas práticas e apresentação – no ativismo digital há iniciativas que apelam tanto para um determinado público como para outro mais geral. As formas de ativismo digital dependerão, portanto, se a interatividade é alta ou baixa e se a identidade é global (generalizada) ou específica a certos grupos (focalizada).

Assim, as categorias propostas para a análise da temática, cada uma com dois valores possíveis, são denominadas de: "meta-ativismo", "ativismo de empoderamento", "ativismo de janela" e "ativismo de guerrilha" (MILLALEO; VELASCO, 2013). No meta-ativismo não se apela para identidades específicas, mas sim generalizadas/globais, e apresenta também uma baixa interatividade em suas funcionalidades técnicas com os usuários; o ativismo de empoderamento também não faz referências identitárias específicas, todavia provém uma alta interatividade para os usuários; já o ativismo de janela, ao contrário dos anteriores, se trata de ativismo de identidades focalizadas, seja dentro dos seus públicos ou no conteúdo dos discursos, mas configura-se com baixa interatividade para os usuários; e o ativismo de guerrilha, por fim, se refere à um discurso de uma identidade específica e, diferente do anterior, proporciona aos usuários diversos recursos para uma alta interatividade.

Partindo de uma compreensão da rede com estrutura distribuída – reticular – de informação, Ugarte (2007), ao situar o ciberativismo como estratégia para mudança da agenda pública ao alcance de visibilidade social de pessoas, grupos ou causas, defende a existência de

duas formas básicas de empregá-la: “campanha” e “*swarming*”. A diferença substancial entre ambas é a existência ou não de um nodo “dinamizador” no decorrer do processo – que põe em "estado de força", recorrendo à etimologia da palavra.

A primeira forma segue a lógica de campanha, construindo um centro para a proposição de ações organizadas e difusão de ideias. Neste tipo de estratégia, em que se supõe tema, antagonista, medidas a defender e formas de mobilização, as pessoas são convidadas para aderir e não para idealizar uma campanha. Nesse sentido, cada indivíduo – nodo – pode contribuir com algo para melhorar a visibilidade da campanha, na medida em que percebe que “sua agenda, seus contatos, sua rede social pessoal, ao agregarem-se às dos demais, formam um potente meio de comunicação e um formidável instrumento de ação coletiva sem mediações”, ressalta Ugarte (2007, p. 92, tradução nossa). Esta forma, na perspectiva do autor, é a mais frequente entre as ocorrências na rede.

A outra forma estratégica do ciberativismo é a criação de um *swarming*, um enxameamento. Nela, procura-se gerar um grande debate social distribuído, em que as consequências disso não podem ser imediatamente previstas. Assim, “se inicia um tema e se espera que ‘esquente’ no processo deliberativo até desembocar espontaneamente em uma ciberturba[61] ou em um novo consenso social” (UGARTE, 2007, p. 86, tradução nossa).

Pesquisando as formas de ativismo online, Sandor Vegh (2003) constrói um modelo de análise da utilização da internet por movimentos politicamente motivados. Ao incorporarem a internet em suas ações, os ativistas aproveitam as tecnologias e técnicas oferecidas por ela para melhorar as suas (de apoio) já tradicionais. Assim, podem usá-la como um canal de comunicação adicional ou mesmo coordenando ações de forma mais eficiente, neste caso sendo usada para atividades que só são possíveis online, como um *sit-in* (ocupação) virtual ou *hacking* (invasão) de sites (VEGH, 2003).

O ativismo online é, na perspectiva do autor, composto de ações proativas para atingir um determinado objetivo ou de ações reativas contra os controles impostos a ele. Assim, os tipos de ativismo da internet são categorizados em três grandes áreas: “conscientização/apoio”, “organização/mobilização” e “ação/reação”. “Essa tipologia enfatiza a direção da iniciativa – se ela envia ou recebe informação, chama à ação ou é chamada, ou inicia uma ação ou reage a ela” (VEGH, 2003, p. 72, tradução nossa). Essas etapas são progressivas, ou seja, os ativistas

[61] O autor parte de Juan Urrutia para conceituar a ciberturba como um fenômeno social associado às tecnologias da informação e comunicação com fins políticos e sociais, com a culminância em mobilização nas ruas, com número significativo de pessoas em um processo de discussão social em que a divisão entre ciberativistas e mobilizados é superada.

podem ser incluídos em uma categoria apenas ou até em todas – por exemplo, indo de buscas de informações e distribuições para ações mais diretas, como hacktivismo.

Na primeira categoria, conscientização/apoio, Vegh (2003) sustenta que a internet pode servir como fonte alternativa de informações aos canais tradicionais controlados por grupos com interesses contrários aos dos ativistas, que frequentemente não relatam, deturpam ou subnotificam as questões dos movimentos ativistas. Essa distribuição de informações, através de visitas a sites, participação de fóruns ou de listas de emails, por exemplo, cria redes que podem levar a organização e mobilização de ações online-offline. "Essas redes em funcionamento são extremamente úteis quando chega o momento da mudança política" (VEGH, 2003, p. 73, tradução nossa).

A categoria de organização/mobilização refere-se à utilização da internet em proveito de uma dada ação e inclui três formas de mobilização: na primeira, pode ser usada para chamar para ação offline, como o envio de emails ou postagens em sites informando sobre mobilizações em determinado lugar e horário; na segunda, a internet pode ser utilizada para ações que normalmente acontecem offline, mas que pode ser mais eficiente se feito online, como convidar as pessoas para contatar um representante político por email; na terceira forma, pode ser usada para chamar as pessoas para ações que só podem ser realizadas online, como uma campanha maciça de envio de *spams* ou um ataque *pingstorm* para saturar o fluxo de informação de um servidor e torná-lo inoperante – este último tipo ação se enquadra, geralmente, na próxima categoria.

Na última categoria proposta por Vegh (2003) estão as iniciativas de ação/reação online. Comumente, a utilização mais proativa e agressiva da internet para alcançar metas, tanto política quanto financeiramente motivadas é também denominada de "hacktivismo", "ativismo hacker". As ações sustentadas como hacktivismo são, geralmente, rotuladas como *cyberwar* ("ciberguerra") e boa parcela deve-se ao tratamento midiático dos meios tradicionais[62]. Além disso, todavia, o uso e a conotação dos termos variam também de acordo com a fonte real da natureza desses conceitos – aparentemente intercambiável. Os militares, por exemplo, denunciam o hacktivismo como "cibercrime", "ciberterrorismo" ou mesmo os ignora como não tendo valor estratégico – ao menos publicamente. O hacktivismo "é uma ação online de incidência única politicamente motivada, ou uma campanha dela, tomada por atores não estatais

[62] Em outro estudo, em que analisa a representação de cinco grandes jornais americanos sobre *hackers*, hacktivismo e ciberterrorismo após os ataques de 11 de setembro, Vegh (2005) constata que além de abordar de forma negativa, essa representação mediática tornou-se parte da hegemonia da elite para formar um consenso popular de modo a apoiar a cruzada da elite sob diferentes pretextos para erradicar a atividade *hacking*, algo que pode potencialmente ameaçar a ordem dominante.

em retaliação para expressar desaprovação ou para chamar a atenção para uma questão defendida pelos ativistas", ressalta Vegh (2003, p. 83, tradução nossa). Dentro de um caráter subversivo, ações dessa categoria se contrapõem às lógicas da própria rede (MALINI; ANTOUN, 2013), como, por exemplo, a saturação e interrupção de servidores web, a desfiguração de sites (ações em que se altera a aparência visual de uma página na internet), apropriação de informações através da invasão de sistemas.

Langman e Morris (2002) oferecem uma proposta de classificação do ciberativismo a partir da análise de coalizões entre diferentes movimentos sociais interconectados. Orientam sua tipologia pela combinação dos tipos de ação social em relação à internet, se "através da internet" (a internet como ferramenta) ou "na internet" (a internet como espaço social ou local de contestação), e de esfera social, se econômica, política-relacional e cultural. Assim, propõem dividindo-a em: "*internetworking*" (interconexão em rede), "fluxos de capital e informação", "mídia alternativa", "ciberativismo direto (hacktivismo)", "contestação e construção da internet" e "comunidades online".

No primeiro tipo, *internetworking* (interconexão em rede), conforme Langman e Morris (2002), a internet amplia o alcance das lutas que existem bem como permite aos movimentos já estabelecidos a expansão, novas organizações e ações. Tanto organizações tradicionais de movimentos como novas mantêm e organizam recursos online de diferentes maneiras; vários movimentos interconectados menos institucionalizados utilizam a internet para a coordenação por uma diversidade de grupos. O tipo de fluxos de capital e informação corresponde às atividades econômicas e ao gerenciamento de recursos de informações baseados na internet. ONGs e grandes organizações de movimentos sociais levantam e coordenam capital, criam coalizações através da formação de redes, utilizam bancos de dados e contatos para organizar protestos e também solicitar doações regulares dos membros. No tipo de mídia alternativa, as organizações de movimentos usam a rede de mídia (sites, salas de bate-papo, "quadros de avisos", softwares de listas de emails) como fonte alternativa de informação para recrutar, informar e envolver membros, isso tudo de modo descentralizado e pouco sujeito à censura e controle governamental ou corporativo – os autores citam o Independent Media Center (IMC ou Indymedia) como exemplo de rede global descentralizada, por sua atuação como mídia de notícias e fórum para mobilização de base para questões locais e mobilizações maiores (LANGMAN; MORRIS, 2002).

Esses três primeiros tipos são enquadrados pelos autores como ações "através da internet". Diferentemente deles, o ciberativismo direto é um tipo "na internet", no qual os movimentos utilizam as e-tecnologias disruptivamente contra indústrias e organizações globais,

por meio da desobediência civil eletrônica (como *sit-ins* virtuais). Assim, o hacktivismo é uma ciberatividade direta, que apropria ou perturba as tecnologias para fins tanto pessoais como políticos – baseiam-se em Denning (2001) e Wray (1998), como se perceberá. A contestação e construção da internet refere-se às iniciativas que buscam estruturar e regular o acesso a ela, como o movimento de software livre que procura manter os recursos informativos públicos por meio de esforços de programação, e outros grupos que lutam contra a divisão digital promovendo a capacitação, o uso do computador e o acesso à rede entre as pessoas subentendidas. A última categoria corresponde à formação de comunidades alternativas online que constituem relações e fornecem várias recompensas sociais. Nessas comunidades há pessoas interessadas nos aspectos comunitários das relações na rede, indo ao encontro dos objetivos dos movimentos que percebem tais aspectos como integrantes de uma política progressista.

Levando em conta a progressão de danos e perturbações causadas, Dorothy Denning (2001) propõe três classes para catalogar as atividades online. Ela examina como "ativistas", "hacktivistas" e "ciberterroristas" usam a internet e quais as influências exercidas sobre os *policymakers*, ou "formuladores de políticas públicas". Para sustentar sua classificação, a autora enfatiza as ações tomadas por atores não estatais, tanto indivíduos quanto organizações, e decisões tomadas pelos governos desencadeadas, justamente, pela internet. Assim, busca exemplos de atividades englobadas nessas categorias extraindo-os, principalmente, dos embates sobre políticas de criptografia adotadas por governos (como as do Reino Unido), dos direitos humanos na China, do apoio ao Movimento Zapatista, do conflito do Kosovo – caracterizado como a primeira guerra na internet pela autora – e de outras áreas de conflito pelo globo (Jordânia e Timor-Leste, por exemplo).

Para Denning (2001), o ativismo refere-se ao uso não disruptivo da internet, ou seja, uso "normal" em apoio de uma causa ou agenda. Navegar na web em busca de informações, construir e publicar sites com materiais, transmitir publicações por email, usar a rede para discutir questões, construir coalizões, planejar e coordenar atividades são algumas das operações nesta categoria. Já o hacktivismo, refere-se à união da atividade hacker com o ativismo. Entre algumas operações presentes nesta categoria, pode-se mencionar aquelas que usam técnicas de *hacking* contra uma determinada página, interrompendo suas operações, mas sem causar grandes danos, *sit-ins*, bloqueios virtuais, emails bomba automáticos, invasões de computadores e infecções com vírus e *worms*.

Esta proposição se assemelha àquela apresentada por Sandor Vegh (2003), ação/reação, principalmente pela descrição do caráter subversivo das iniciativas às lógicas da internet. Este

autor, todavia, não toma como distantes hacktivismo e ciberterrorismo – do ponto de vista de categorização –, por ter como aspecto de partida e orientação a direção das iniciativas e não a progressão de danos causados.

A categoria final de Denning (2001), o ciberterrorismo, corresponde à convergência do ciberespaço e do terrorismo. Aqui encontram-se ações de hackers motivados politicamente que visam causar danos graves que podem ser perdas econômicas ou mesmo humanas. A invasão a um sistema de controle de tráfego aéreo que gere, consequentemente, um acidente de colisão pode ser um exemplo. Embora essas categorias de atividades sejam tratadas separadamente, "os limites entre elas são um tanto difusos. [...] qualquer ator pode realizar operações em todo o espectro", ressalta Denning (2001, p. 241, tradução nossa) – um terrorista, por exemplo, pode lançar vírus como parte de uma campanha, coletar informações sobre alvos, coordenar ações com outros indivíduos e divulgar propagandas em sites.

Stefan Wray (1998) realizou nos últimos anos do século passado uma análise do que considerou como o surgimento de diferentes termos que representavam fenômenos semelhantes: o hacktivismo e a desobediência civil eletrônica. O final da década de 1990 marcou o momento em que esses fenômenos ganharam evidência na mídia *mainstream* americana, entendidos pelo autor como ação direta extraparlamentar, ou seja, como política diferente da política partidária ou eleitoral.

Assim, Wray (1998) buscou examinar essas tendências então emergentes, classificando-as, basicamente, de três formas: "ativismo computadorizado", "desobediência civil eletrônica" e "*hacking* politizado". Conforme o autor, o ativismo computadorizado tem origens na história da pré-web até meados dos anos 1980, surgindo nas intersecções dos movimentos político-sociais e da comunicação mediada por computador (ou computadorizada), porém mantendo-se marginal a tais movimentos até meados da década seguinte, quando surgem os navegadores e a internet começa a ganhar adesão. Essa forma de ativismo sendo definida apenas como o uso da infraestrutura da rede como meio para a comunicação dos ativistas, segundo Wray (1998), se torna menos ameaçadora ao poder, do que defini-la com objeto e local de ação.

A desobediência civil eletrônica, por sua vez, é definida como uma forma de ação direta (eletrônica) descentralizada que emprega bloqueios e *sit-ins* virtuais. Wray (1998) destaca que a expressão "desobediência civil eletrônica" foi cunhada pelo grupo de artistas e teóricos Critical Art Ensemble, que publicou, a partir de 1994, trabalhos nos quais defendia e propunha maneiras de aplicar à infraestrutura da rede as táticas dos protestos de rua. Desse modo, o grupo havia adotado um posicionamento que compreendia a internet como um meio de comunicação, de palavras, e também como um local de ação direta. O Eletronic Disturbance Theatre (EDT)

foi outro grupo que se destacou com esse tipo de ativismo, criando um software chamado *FloodNet*, que enviava comandos repetidos de recarga dos navegadores contra sites considerados oponentes.

Já o *hacking* ("hackeamento") politizado está associado à tática de acessar e alterar sites. Ao contrário da anterior (desobediência civil eletrônica), nesta forma de ação política o anonimato é preferido pelas pessoas que a fazem. Segundo Wray (1998), esse tipo de atividade é diferente por não requerer uma política de mobilização ou participação, fato que está relacionado à ação individual, uma característica da atividade hacker, assim como ao aspecto da ilegalidade (em diferentes graus) atribuído à prática.

Quadro 2 - Compilação das tipologias do ciberativismo

Autoria	Orientação	Tipos
Wray (1998)	"Portais" para olhar a ação direta política extraparlamentar na internet.	Ativismo computadorizado; Desobediência civil eletrônica; *Hacking* politizado.
Denning (2001)	Progressão de danos e perturbações causadas.	Ativismo; Hacktivismo; Ciberterrorismo.
Langman e Morris (2002)	Combinação dos tipos de ação social em relação à internet e de esfera social.	*Internetworking* (Interconexão em rede); Fluxos de capital e informação; Mídia alternativa; Ciberativismo direto (hacktivismo); Contestação e construção da internet; Comunidades online.
Vegh (2003)	Direção das iniciativas.	Conscientização/Apoio; Organização/Mobilização; Ação/Reação (Hacktivismo).
Ugarte (2007)	Forma estratégica das ações.	Campanha; *Swarming* (enxameamento).
Earl *et al.* (2010)	Tipos ideais examinados em pesquisas existentes.	Folheto digital (*brochure-ware*); Facilitação online do ativismo offline; Participação online; Organização online.
Millaleo e Velasco (2013)	Interatividade (dimensão tecnológica) e identidade (forma discursiva).	Meta-ativismo; Ativismo de empoderamento; Ativismo de janela; Ativismo de guerrilha.

Valencia Rincón (2014)	Vertentes ideológicas dos ativistas da internet	Defensores da privacidade; Antimarcas; Lacuna digital; Software livre; *Copyleft* e *Digital commons*; Hackers e Hacktivistas; Criadores de vírus.

Fonte: O autor (2018).

Nesse quadro (2) são compiladas as classificações tipológicas apresentadas nesta seção sobre o que tem sido denominado de ciberativismo. Cada autor propõe uma classificação a partir de uma determinada orientação, ou seja, em que se respalda para poder elaborá-las, originando tipos (categorias) que servem como balizadores operacionais sistemáticos de análise dos objetos empíricos particulares investigados – claro que as categorizações emergem não só para, mas também a partir da observação dos fenômenos.

O hacktivismo é um tipo recorrente em várias das classificações apresentadas (DENNING, 2001; EARL *et al*., 2010; LANGMAN; MORRIS, 2002; VALENCIA RINCÓN, 2014; VEGH, 2003; WRAY, 1998). Como colocado, a história do ciberativismo está relacionada ao próprio desenvolvimento das redes digitais, a chamada cultura hacker está presente nos conflitos de poder desde a década de 1970 empreendo a internet hacker do modem e da telefonia, multiplicando as conexões entre os micro-nós que faziam outros usos da rede (MALINI; ANTOUN, 2013). Assim, como descrevem Di Corinto e Tozzi (2002), é recorrente no hacktivismo o uso não convencional do computador para melhorar algo útil com implicações sociais, políticas e culturais para o mundo. Nesse sentido, segundo os autores, pode ser compreendido como conjunto de práticas sociais, comunicativas, valores e estilos de vida que estão em conflito com os valores do pensamento dominante (individualismo, lucro, propriedade privada, autoridade, delegação e passividade social).

Procurou-se mostrar até aqui algumas compreensões correntes relativas ao ciberativismo, sob diferentes perspectivas, que podem se complementar ou não em um entendimento como conceito mais difundido. Alguns autores propõem uma problematização maior do próprio conceito, de como e o quanto interfere na interpretação das práticas realizadas nas e em redes digitais de comunicação distribuída. As diferentes classificações tipológicas apresentadas procuram dar conta da diversidade de manifestações e ações, partindo de determinado entendimento de ciberativismo. Os tipos mudam a cada perspectiva e contexto, não permanecem estáticos – mesmo que recorrentes –, cabendo constantes aprofundamentos e reinterpretações. Embora as diferenças existam e sejam aclaradas, ressalta-se que as conclusões

não necessariamente se anulam, são esforços para entender as mudanças sociais dentro dos limites das disciplinas em que se encontram. Parafraseando Garret (2006), essa pluralidade é producente para a literatura porque dispõe vários repertórios com ferramentas para análise dos fenômenos em e nas redes digitais, que podem ser discutidas, aprimoradas ou mesmo refutadas.

Como já de advertiu, esta revisão de literatura apresenta apenas algumas concepções e classificações do que se tem chamado aqui de ciberativismo, que são frequentemente acionadas em muitos trabalhados acadêmicos sobre o tema com os quais esta pesquisa se deparou. As discussões marcam posições nem sempre iguais, divergindo em vários aspectos, assim salientando os imbróglios que cercam a temática.

Levando em consideração o que foi exposto e as diferentes elaborações teórico-conceituais, neste momento define-se o conceito de ciberativismo tomado neste estudo e a proposta tipológica adotada, partir da qual pretende-se partir para a leitura dos dados colhidos. O ciberativismo, aqui, refere-se às múltiplas práticas de sujeitos coletivos e individuais operadas em e nas redes de comunicação digital distribuída que objetivam a defesa de determinadas causas para promover mudanças na sociedade que favoreçam a vivência comum, recorrendo à circulação de ideias e de possibilidades técnicas (ferramentas) para engendrar formas de participação e intervenção. Como observado, as noções de ciberativismo oportunizam englobar tanto práticas emancipadoras como o contrário (CONDORELLI, 2015), isso, talvez, esteja relacionado com alguma dificuldade em delinear as próprias fronteiras dessas práticas e se – e porque – são ciberativistas. No entanto, na definição anterior procura-se escantear as formas que tratam de elidir a existência e ação de indivíduos e grupos da vivência comum.

No tocante à escolha de uma proposta tipológica, define-se aquela elaborada por Vegh (2003) que compreende três grandes categorias: conscientização/apoio, organização/mobilização, ação/reação. Adota-se essa tipologia considerando a sua orientação que enfatiza a direção da iniciativa, o que, nesse sentido, vai ao encontro de um dos objetivos específicos deste trabalho que é identificar e analisar as ferramentas sociais digitais e estratégias comunicativas empregadas pela iniciativa #VoteLGBT. É claro que a adoção dessa tipologia pode passar por adequações para atender à realidade de outro objeto de estudo diferente daquele a partir do qual foi elaborada.

3.4 A PESQUISA DA PESQUISA SOBRE O CIBERATIVISMO LGBT

Apresentam-se e discutem-se nesta seção os resultados da pesquisa das produções científicas brasileiras que tomaram como objeto de estudos o ciberativismo pelos direitos LGBT, seja com abordagem direta ao objeto (como elemento central), ou secundária (não tendo esse aspecto como foco, mas mesmo assim abordando-o). Esta etapa é significativa para o aclaramento do panorama investigativo no qual encontra-se o estudo que está sendo demonstrado na dissertação.

A pesquisa da pesquisa é, na proposição de Bonin (2008, 2011), um dos componentes arquitetônicos fundamentais na elaboração de uma investigação científica. Trabalhar com as investigações produzidas no campo, ou noutros próximos a ele, exige, além da ação do mapeamento, o trabalho de desconstrução, reflexão e apropriação do que é oferecido por aquelas. Deste modo, esta operação oferece elementos para elaboração da problemática e autoconstrução do pesquisador, para pensar possibilidades e propostas férteis, visualizar insuficiências e iluminações "para arquitetar métodos e procedimentos constitutivos da investigação em processo" (BONIN, 2008, p. 123).

Considerando estas ponderações, definiu-se o período de 10 anos como baliza (de 2006 a 2016) e optou-se por quatro bases de dados disponíveis na internet. Além de disporem de quantidade significativa de trabalhos, as bases elencadas também têm grande abrangência em relação ao tempo, além de serem consideradas de referência no meio acadêmico. Neste sentido, as escolhidas foram: Banco de Teses e Dissertações da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (Capes)[63], anais dos congressos nacionais e regionais da Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (Intercom)[64], anais dos encontros nacionais da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação (Compós)[65] e os anais dos encontros nacionais da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Ciências Sociais (Anpocs)[66].

Antes da tessitura de apontamentos a respeito dos frutos da pesquisa da pesquisa realizada, serão apresentadas constatações trazidas por outros estudos de natureza semelhante, temas correlatos, porém enfoques diferentes. Estudos que são, a propósito, achados decorrentes do próprio processo de pesquisa da pesquisa. Antes, reitera-se que não é tão necessário, aqui,

---

[63] Pode ser consultado em: <http://bancodeteses.capes.gov.br/banco-teses/#/>. Acesso em: 03 nov. 2016.

[64] Pode ser consultado em: <http://www.portalintercom.org.br/>. Acesso em: 03 nov. 2016.

[65] Pode ser consultado em: <http://www.compos.org.br/>. Acesso em: 03 nov. 2016.

[66] Pode ser consultado em: <http://www.anpocs.org/>. Acesso em: 03 nov. 2016.

reproduzir ou perscrutar toda a processualidade metodológica dessas pesquisas. Serão, portanto, revisitados brevemente apenas aspectos que se toma como “alinhados” ao propósito geral, o da apresentação lacônica desses trabalhos.

O primeiro resgate que se faz concerne ao trabalho realizado por Lazarin e Rodrigues (2014). No texto, os autores apresentam os resultados do levantamento de teses e dissertações produzidas nos programas de pós-graduação em comunicação no Brasil, entre os anos de 1992 e 2008, que abordam o tema LGBT – seja como objeto de estudos ou com referenciais teóricos. Se propuseram, desse modo, apontar as características teóricas e metodológicas das contribuições desse campo para os estudos sobre gênero e sexualidade.

Dos 7.350 trabalhos apresentados nesse período (1992-2008), apenas 51 abordaram a temática LGBT. Tomando estes trabalhos (os 51) como *corpus*, os autores os categorizaram quanto à sua abordagem: 34 de forma direta, 17 de maneira tangencial (LAZARIN; RODRIGUES, 2014). O primeiro tipo diz respeito aos que colocaram a temática LGBT (a homoafetividade ou seus sujeitos) de forma central, explicita, o segundo faz referência – como sugere – aos que abordaram de forma tangencial, ou indireta. Quanto aos meios de comunicação estudados, a televisão e a revista ocuparam lugares de destaque na atenção dos trabalhos. Em relação aos conteúdos midiáticos abordados pelos estudos levantados, maior parte refere-se ao jornalismo (21), seguidos da publicidade e ficção (12 cada). Ao cruzarem os dados sobre o tipo de abordagem e o conteúdo comunicacional, Lazarin e Rodrigues (2014) verificam que os estudos em jornalismo e ficção são os que enfrentaram de forma direta o tema LGBT, enquanto aqueles em publicidade de forma tangencial.

Por fim, constatam que somente a partir de 1997 que os estudos em comunicação no Brasil, no âmbito da pós-graduação, vêm abordando a temática LGBT. Como é possível ver, apenas uma pequena fração tem procurado estabelecer relações producentes entre os dois campos de pesquisa.

Scherer (2016), que em sua dissertação de mestrado estudou o consumo midiático de mulheres transexuais e travestis e as relações de gênero em uma comunidade online (“Mundo T-Girl”) no Facebook, dedica algumas páginas para apresentar os resultados de um levantamento referente às pesquisas na área de comunicação, nas quais é possível identificar a presença da problemática de gênero articulada aos estudos da mídia. Para isso, a autora centrou sua busca nas dissertações, teses e artigos publicados no período de 2010 a 2014. Assim como Lazarin e Rodrigues (2014), Scherer (2016) também delimitou a procura ao Banco de Teses e Dissertações da Capes e, para os artigos, aos anais dos congressos da Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (Intercom).

O levantamento nos anais da Intercom resultou em 115 trabalhos que abordam relações de gênero. Desse total, porém, apenas 24 versam sobre "sexualidades que não são heterossexuais" (SCHERER, 2016, p. 102). Ou seja, a maioria dos estudos têm como foco as relações de gênero heteronormativas – especialmente nas mulheres. Dentre aqueles (24) que tratam da homossexualidade, na maioria deles a masculina aparece problematizada. Há nesses trabalhos, segundo a autora, a preferência pelo estudo da mensagem – por exemplo, ao analisar o processo de construção da homossexualidade ou da representação da mulher pela mídia.

A busca por teses e dissertações no mesmo período (2010-2014), por meio de termos como "gênero", "LGBT", "transgênero", "transexual" e "travesti", resultou em apenas cinco trabalhos na área de comunicação. O panorama desses estudos, constata Scherer (2016), é consoante com aquele formado pelos artigos, ou seja, há uma centralidade no estudo de gêneros com base heteronormativa, além do privilégio ao estudo da mensagem.

Talvez o esforço de pesquisa da pesquisa que relaciona a temática LGBT e estudos de mídia que mais se aproxima daquele que é proposto aqui seja o empreendido por Cruz e Aguiar (2012). Delimitando o período de 2007 a 2011, as autoras buscaram nos anais dos congressos nacionais da Intercom trabalhos que tivessem como foco as relações entre o ciberativismo e as lutas anti-homofobia. A pesquisa foi realizada em duas vertentes: uma sobre ativismo no ambiente digital, a outra sobre gênero e sexualidade, por meio de termos-chave, entre os quais "homofobia", "homossexualidade", "gay", "LGBT" etc.

No que se refere ao debate sobre homofobia, apenas 8 artigos abordavam a temática, porém de modo tangencial. Isto é, abordagens incidentais direcionadas à análise das identidades LGBT na mídia e a recepção de personagens homossexuais (gays) em telenovelas (CRUZ; AGUIAR, 2012). As autoras apontam, ainda, que no campo do ativismo digital os estudos direcionavam-se, especialmente, para os temas ambientais, zapatismo e a rede "Avaaz.org" - seguramente pode-se apontar também um número interessante de trabalhos que tomam como objeto, por exemplo, o "WikiLeaks" ou mesmo o "Anonymous".

De modo geral, na constatação das autoras não foi encontrado nenhum trabalho que cruza os dois objetos buscados, o ciberativismo e a luta contra a homofobia. A partir disso, sugerem uma tendência da academia em reproduzir o interesse por temas de maior visibilidade midiática, de modo que isso indica uma despolitização na grande mídia nacional da luta anti-homofobia (CRUZ; AGUIAR, 2012).

Como pontuado antes, os estudos apresentados (LAZARIN; RODRIGUES, 2014; SCHERER, 2016; CRUZ; AGUIAR, 2012) são achados do próprio processo de pesquisa da pesquisa, cada qual dentro das suas delimitações metodológicas e de intencionalidades. O

revolvĕre em direção a trabalhos semelhantes em sua natureza e temática torna-se pertinente ao passo que possibilita um entendimento mais amplo das discussões que emergem da aproximação entre os estudos da comunicação midiática e os estudos de gênero e sexualidade, bem como daquelas que submergem. Dito de outro modo, se é possível verificar alguma recorrência de formas de abordagem de um campo de estudos sobre e em relação ao outro, deve-se considerar também que outras são pouco exploradas.

A partir daqui, serão apresentados os resultados da pesquisa sobre as produções científicas que tomaram como objeto o ciberativismo LGBT, utilizando-se uma abordagem quanti-quali para a apresentação e interpretação dos dados colhidos. Como explicitado antes, tomou-se como baliza o período de 2006 a 2016, correspondente a 10 anos, e quatro bases de dados.

A primeira base selecionada e consultada para esta pesquisa foi o Banco de Teses e Dissertações da Capes. Esse banco, que faz parte do Portal de Periódicos da instituição, reúne informações de teses e dissertações defendidas no país desde 1987, que são fornecidas anualmente pelos próprios programas de pós-graduação.

O sistema de busca dos trabalhos disponíveis na base é bastante intuitivo. A partir da inserção do termo que se deseja (que pode ser simples ou composto) na barra de busca, surgem outros filtros pelos quais se pode navegar: autor, orientador, banca, área de concentração, nome do programa, instituição e a biblioteca de depósito. Em seguida, os trabalhos encontrados são organizados em lista e em formato de referência bibliográfica. Para os textos defendidos a partir de 2013, há um link com mais detalhes, como resumo (e abstract), palavras-chave (e keywords) e o texto completo disponível para download.

É preciso esclarecer que essa base é primordialmente referencial, isto é, dispõe apenas as referências para os usuários, que se encarregam de localizar o trabalho completo. Apenas a partir de 2013 que os documentos são inseridos integralmente, uma vez que também são inseridos na Plataforma Sucupira[67].

Também delimitou-se a busca aos anais dos congressos realizados pela Intercom, tanto os regionais quanto os nacionais. A instituição realiza desde 1977 o Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, um dos maiores e mais importantes da área no país. Sem fins lucrativos, a Intercom se destina ao fomento e troca de conhecimento entre pesquisadores e profissionais do mercado, bem como procura estimular o desenvolvimento da produção

[67] Pode ser consultado em: <https://sucupira.capes.gov.br/sucupira/>. Acesso em 03 nov. 2016.

científica nos níveis da pós-graduação e graduação, tratando de maneira interdisciplinar o compartilhamento dessa produção.

Além dos anais dos eventos, a Intercom disponibiliza eu seu site o caminho para o Portal de Acesso Livre à Produção em Ciências da Comunicação (Portcom)[68], criado em 1981 como repositório institucional com acesso gratuito de informações sobre a produção científica e as memórias da instituição. O sistema oferece a busca por termos-chave, de forma simplificada e avançada – quando se combina mais de um termo e em campos diferentes. Ao encontrar um trabalho que corresponda à busca, aparecem inicialmente o título, autor, evento, Divisão Temática (DT), Grupo de Pesquisa (GP) e categoria, depois o resumo, palavras-chave e o link para download do trabalho na íntegra.

Apesar das vantagens do Portcom, não se restringiu à sua utilização, pelo fato de que, até a data de acesso ao portal, não havia disponíveis os trabalhos publicados nas edições de 2015 e 2016. Nesse sentido, percorreu-se as páginas destas edições individualmente – que apresentam sistema de busca semelhante ao encontrado na Compós, como se verá.

Outra base consultada foi a da Compós. Fundada em 1991, a instituição tem como associados os programas de pós-graduação em comunicação do Brasil, tanto de instituições públicas quanto privadas. O seu principal objetivo é o fortalecimento e a qualificação desses programas. O primeiro encontro anual da Compós ocorreu em 1992, no Rio de Janeiro, e desde então vem sendo realizado ininterruptamente – em 2016 ocorreu a 25ª edição. Apesar disso, no site estão disponíveis apenas os anais dos encontros a partir do ano 2000.

A base da Compós também oferece um sistema de busca dos trabalhos publicados. Ao acessar o site, o usuário primeiro precisa escolher a edição que deseja, em seguida aparecem as formas de busca: índice de autores, listados em ordem alfabética – ao clicar, abre-se o trabalho ao qual o autor está vinculado; trabalhos por GT – abre-se uma página com todos os grupos de trabalhos, clicando em algum deles aparecem os respectivos trabalhos, identificados pelos títulos e autorias; e barra de busca, na qual o usuário pode adicionar o termo desejado – a busca é realizada nos títulos e autores. Quando há retorno, aparecem as informações de título, autoria e GT, além do grifo no termo consultado e link para acessar o documento.

Por fim, a opção pelos anais dos encontros da Anpocs. A associação, que reúne centros de pós-graduação e de pesquisa de todo o país nas áreas de antropologia, ciência política, relações internacionais e sociologia, procura promover o ensino, a pesquisa e a divulgação científica nessas áreas, articulando a produção acadêmica à agenda debatida no Brasil e no

---

[68] Pode ser consultado em: <http://www.portcom.intercom.org.br/>. Acesso em 03 nov. 2016.

exterior. Os encontros anuais da associação acontecem desde 1977, com 40 edições realizadas até 2016.

Optou-se por essa base justamente pela proximidade com o campo da comunicação, especialmente de dois Grupos de Trabalhos (GT) – em edições anteriores à de 2016 eram nomeados de Seminários Temáticos (ST): o "Ciberpolítica, ciberativismo e cibercultura" e "Mídia, política e eleições". Diferentemente das outras bases, a Anpocs não disponibiliza – até então – um sistema otimizado de busca dos trabalhos publicados. Para consultá-los, o interessado deve acessar cada edição do evento, escolher o GT e o documento, identificado pelo título e autoria do trabalho.

Partindo dessas quarto bases, realizou-se a busca utilizando as palavras-chave "ciberativismo", "ativismo em rede" e "ativismo digital", cruzando-as com "movimento LGBT", "LGBT", "gênero" e "homossexualidade". A adoção dessas palavras ocorreu na intenção de abranger a diversidade dos termos frequentemente utilizados. Em seguida, realizou-se a seleção dos trabalhos por meio da leitura dos títulos, resumos e palavras-chave.

Apresentadas as bases de dados e os procedimentos utilizados, passa-se agora para os resultados da pesquisa. Considerando estes últimos preceitos e o espaço de tempo definido, de 2006 a 2016, foram documentados 11 trabalhos. Destes, três do Banco de Teses e Dissertações da Capes, sete dos anais dos congressos da Intercom, e um dos anais dos encontros da Anpocs – não foi encontrado trabalho nos anais da Compós. Sobre o tipo das produções, a maioria é de artigos científicos, oito ao todo, duas dissertações de mestrado e uma tese de doutorado.

No quadro (2) a seguir, são listados todos trabalhos encontrados com indicação de autoria, tipo e ano de publicação.

Quadro 3 - Trabalhos sobre o ciberativismo LGBT

Título	**Autoria**	**Tipo e ano de publicação**
Ação "pela" e "na" internet: impactos dos usos das Novas Tecnologias de Comunicação e Informação nas ações políticas do movimento LGBT brasileiro.	NAZARÉ, Marcela Peregrino Bastos de.	Dissertação (Mestrado) - 2013
Ativismo anti-homofobia: embates político-midiáticos da Rede LGBT na internet.	CRUZ, Carole Ferreira da.	Dissertação (Mestrado) - 2014
"Muito prazer, eu existo!" Visibilidade e reconhecimento no ativismo de pessoas trans no Brasil.	CARVALHO, Mario Felipe de Lima.	Tese (Doutorado) - 2015

Comunicação e as novas tecnologias no contexto de atuação política dos movimentos sociais contemporâneos: um estudo do portal ILGA.ORG.	SARDINHA, Antonio Carlos; KERBAUY, Maria Teresa Miceli.	Artigo científico - 2010
Os desejos e anseios da blogosfera LGBT brasileira em posts.	MARTINS, Jessé; MALINI, Fábio.	Artigo científico - 2010
Ciberativismo anti-homofobia: invisibilidade, fragilidade do campo e nova agenda de pesquisa.	CRUZ, Carole Ferreira da; AGUIAR, Sonia.	Artigo científico - 2012
A sexualidade como campo de batalha na internet: grupos religiosos e movimentos feminista e LGBT na luta em torno dos direitos sexuais.	RAMOS, Jair de Souza.	Artigo científico - 2013
A rede sai do armário: o ciberativismo do arco-íris.	COTTA, Diego de Souza.	Artigo científico - 2014
Movimentos sociais em rede: um estudo sobre a campanha #VoteLGBT.	LOPES, John Willian; VELOSO, Maria do Socorro Furtado.	Artigo científico - 2016
Redes sociais como ferramentas de apoio a movimentos civis: Uma análise qualitativa no movimento LGBT caruaruense.	HASCEMBERG, Ayrton; ENDO, Patricia Takako; CAMELO, Marjony Barros.	Artigo científico - 2016
O ciberativismo LGBT: uma análise do Canal das Bee na articulação e promoção do diálogo entre jovens.	WOLLINGER, Leonardo Bertoldo Werner; OLIVEIRA FILHA, Elza Aparecida de.	Artigo científico - 2016

Fonte: O autor (2017).

Com relação à área de concentração desses trabalhos, três não estão na de comunicação, sendo um da saúde coletiva e dois de ciências sociais. Sobre o período de publicação, constata-se que os trabalhos surgem apenas a partir de 2010, com duas produções. Nos anos seguintes foram: em 2012, uma; 2013, duas; 2014, duas; 2015, uma; e 2016, três – não há produções em 2011. Mais da metade desses trabalhos são originados de pesquisas desenvolvidas na região Sudeste do país (seis), seguida da Nordeste (quatro) e Sul (um).

Outro ponto verificado nesta pesquisa foi o emprego das palavras-chaves pelos autores dos trabalhos. Aquelas que apareceram com mais recorrência foram: “Ciberativismo” (quatro), “Internet” (quatro), “LGBT” (quatro), “Movimentos sociais” (três), “Movimento LGBT” (duas), “Redes sociais” (duas) e “Repertórios de ação” (duas). A disposição desses termos permite alguma compreensão da abrangência dos assuntos tratados nas pesquisas e dos principais conceitos abordados nelas.

Apurou-se, também, quais foram os referenciais teóricos utilizados. Por efeito da grande quantidade de fontes, ordenou-se as mais citadas. O número de citações corresponde às vezes em que aquelas foram mencionadas no tópico das “referências bibliográficas” dos trabalhos.

Nota-se que as menções aos referenciais foram contadas individualmente, embora alguns dividam a autoria de determinadas obras. No próximo quadro são elencados os autores que têm mais citações – a partir de três.

Quadro 4 - Autores mais citados nos trabalhos

Autores	Nº de citações
FACCHINI, Regina.	15
CARRARA, Sérgio; CASTELLS, Manuel.	12
FOUCAULT, Michel; MAIA, Rousiley Celi M.	11
HONNETH, Axel.	8
AGUIAR, Sonia; RAMOS, Silvia; SIMÕES, Júlio Assis.	7
GOHN, Maria da Glória.	6
LÉVY, Pierre; RECUERO, Raquel.	5
BENTO, Berenice; CARVALHO, Mario Felipe de L.; LACERDA, Paula; VIANNA, Adriana R. B.	4
ANTOUN, Henrique; BAUMAN, Zygmunt; BECKER, Howard. S. BOLAÑO, César Ricardo S.; BOURDIEU, Pierre; BUTLER, Judith. FREITAS, Ernani C.; FRASER, Nancy; GOFFMAN, Ervin; GOMES, Wilson; HABERMAS, Jürgen; LEMOS, André; MACRAE, Edward. MALINI, Fábio; MARQUES, Angela Cristina S.; MONTARDO, Sandra P. MURTA, Daniela; PEREIRA, Marcos Abílio G.; SANTOS, Gustavo Gomes da C.; SCHERER-WARREN, Ilse; SLATER, Don; TILLY, Charles; VIZER, Eduardo.	3

Fonte: O autor (2017).

Dividindo esse quadro por campo de estudo, verifica-se que os autores mais citados no da comunicação foram Manuel Castells, Rousiley Maia, Sonia Aguiar, Pierre Lévy e Raquel Recuero, que abordam em seus trabalhos a temática das mobilizações na e em redes. Entre os que investigam os movimentos por direitos LGBT, destacam-se Regina Facchini, Sérgio Carrara, Silvia Ramos, Júlio Assis Simões. Além destes, outros autores recorrentes nas investigações foram Axel Honneth (sobre o reconhecimento), Michel Foucault (sobre relações de poder e sexualidade) e Maria da Glória Gohn (sobre os movimentos sociais).

A partir da leitura dos resumos, procurou-se identificar e sistematizar os objetos de estudo e os processos metodológicos dos trabalhos. Acrescenta-se, todavia, que alguns resumos não apresentaram ambos os elementos – ou o fizeram de modo sinuoso –, necessitando a verificação imediata no corpo do trabalho[69].

[69] A consulta ao corpo foi obrigatória no texto de Ramos (2013), uma vez que não consta um resumo, como os demais.

Assim, cotejando as produções, no que tange aos objetos de estudo, optou-se por organizá-las em áreas temáticas, como recurso para compreensão e interpretação dos dados. Não se configuram, por isso, em unidades indivisíveis ou que não permitem o trânsito entre uma e outra – ou mesmo o atravessamento. Neste sentido, propõe-se: estudo da mensagem ciberativista, da sua organização, formatação e conteúdo; estudo das relações e interações entre atores, sejam coletivos ou individuais, divergentes ou consoantes; estudo das relações entre as ações ativistas online e offline; estudo das dinâmicas organizacionais internas a partir da adoção central das redes de comunicação digital; o estudo destas enquanto ferramentas de mobilização, expansão e consolidação de práticas ciberativistas; estudo teórico sobre o ciberativismo LGBT.

Alguns trabalhados trataram de forma secundária a leitura dos objetos enquanto práticas ciberativistas, ou seja, não os focalizando integral e exclusivamente dentro dessa abordagem, mesmo assim reconhecendo-a, ao passo que não trabalharam, também, uma discussão conceitual do que poderia se compreender por ciberativismo – cingindo o debate *lato* sobre mobilizações políticas no contexto da sociedade em rede.

Entre os que abordaram de modo direto, como elemento central, identifica-se que nem todos, porém, procuraram igualmente conceituar – ou mesmo aclarar – o conceito de ciberativismo. Apenas mencionando-o ou utilizando-o como sinônimo para expressão de atuações em redes de comunicação digitais. São poucos os trabalhos que tomaram o ciberativismo LGBT como objeto e refletiram a fundo sobre as implicações teóricas ou mesmo metodológicas do seu emprego.

Quanto aos processos metodológicos mais observados, de modo geral, foram: abordagem qualitativa; estudo de caso; pesquisa bibliográfica, exploratória, descritiva; pesquisa de campo; observação; realização de entrevistas semiestruturadas; levantamento bibliográfico, etnografia e etnografia virtual; análise descritiva e análise de conteúdo.

As ponderações apresentadas até aqui pretenderam identificar e refletir o panorama investigativo nacional no que concerne às pesquisas acadêmico-científicas que tiveram o tema do ciberativismo LGBT enquanto objeto de estudos. Em vista disso, realizou-se dois movimentos: a pesquisa da pesquisa, com a consulta direta às bases de dados escolhidas; e a pesquisa de pesquisas que realizaram o levantamento de outros estudos.

Este segundo movimento permitiu uma compreensão mais ampla das aproximações e distanciamentos entre os dois campos de investigação, o da comunicação e dos estudos de gênero e sexualidade, justamente porque buscou-se subsídios em estudos anteriores que tiveram como escopo averiguar essas relações – também revisitando as produções científicas.

Entre o início da década de 1990 e final dos anos 2000, um número diminuto de pesquisas na área da comunicação abordaram a temática LGBT. A partir do ano de 2010, há prevalência de estudos no campo da comunicação que abordaram relações de gênero com foco nas heteronormativas. Os poucos que trataram da homossexualidade focaram na problematização da masculina. Primam análises sobre a construção de representações e de identidades, tendo como objeto as mensagens midiáticas, e sobre a recepção de personagens homossexuais na ficção, principalmente.

Partindo dessas considerações e retomando alguns resultados da pesquisa empreendida, verifica-se que a produção sobre o ciberativismo LGBT ainda é assaz discreta. Foram encontrados somente 11 trabalhos, tomando como referência quatro bases de importância para o campo e ampliando o tempo de busca em 10 anos (2006 a 2016). Além de recentes (a partir de 2010), boa parte desses poucos trabalhos parecem se encontrar em um âmbito de familiarização e experimentação dos conceitos, suas tipologias e empregos.

Como verificou-se, a maioria das produções são artigos científicos. Não há teses no campo da comunicação – nesse período – que investigam a temática debatida aqui, e a única encontrada é da saúde coletiva – que não colocou tal temática como central. Há apenas uma dissertação de mestrado em comunicação, a outra é das ciências sociais. Espera-se com estes apontamentos, portanto, contribuir para o aclaramento deste campo de investigação, mostrando o que foi produzido, possibilidades futuras e insuficiências, seja na dimensão teórica ou metodológica.

Um tensionamento pertinente a se fazer é sobre as questões que recobrem essa pouca quantidade de pesquisas sobre o ciberativismo LGBT. Essa reflexão interessa na medida em que se verifica uma proliferação de estudos nos últimos anos sobre práticas ciberativistas de modo geral, que parecem não repercutir em investigações sobre aquelas direcionadas para os direitos LGBT. Outros supuseram, como já relatado, que há certa tendência do meio acadêmico por temas de maior visibilidade. É evidente que a discussão deste ponto é bastante complexa e, por isso, serve como ponto de partida para incursões futuras. Por fim, um apontamento sobre este trabalho – e serve de observação para outras propostas – é que ele não contemplou as produções publicadas em periódicos científicos da área (Comunicação e Informação) ou de correlatas. Embora a incorporação desses periódicos – no mesmo período de tempo determinado – possam eventualmente alterar os resultados apresentados aqui, adota-se a hipótese de que a tendência geral de uma produção recente e tema pouco investigado se manteria.

Conforme apontado no início do capítulo, há diferentes posições na literatura sobre a relação entre as redes de comunicação digital distribuída e os aspectos da participação e do engajamento na vida cívico-política. Nessa discussão intercalam-se outras questões que têm se mostrado cada vez mais importantes e objetos de debates no contexto digital, como a da representação política – e suas crises. Dessa forma, no capítulo seguinte se buscará compreender essa noção de modo identificar, posteriormente, as perspectivas da iniciativa #VoteLGBT sobre ela.

CAPÍTULO IV - A QUESTÃO DA REPRESENTAÇÃO POLÍTICA

Este capítulo é dedicado às discussões acerca da noção de representação política. Uma aproximação com tais discussões ajudará a compreender a atuação e implicações do caso objeto deste estudo. Como apontado, a campanha #VoteLGBT surgiu com a pretensão de aumentar quantitativamente e qualitativamente a representação política das pessoas LGBT no contexto brasileiro. Assim, torna-se relevante entender as perspectivas dessa iniciativa em relação à representação e como se alinham com elaborações presentes no campo da ciência política. A intenção, aqui, não é apresentar todas as elaborações teóricas possíveis sobre a temática – que resultaria na fuga dos limites dos próprios objetivos do trabalho –, mas retomar algumas que propiciam entendê-la minimamente com igual profundidade. Também se percorrerá o debate sobre a crise de representação política e como a mídia massiva e as redes digitais de comunicação participam desse processo.

4.1 DO CONCEITO E TIPOS DE REPRESENTAÇÃO POLÍTICA

Embora bastante disseminada em diferentes âmbitos da vida social, a noção de representação política carrega diferentes significados, que podem variar de contexto para contexto, e, por conseguinte, gerar diferentes possibilidades de aplicação. Enquanto elemento-chave da história política moderna, o conceito de representação política – e o seu conteúdo – continua controverso (COTTA, 1998), tornando-se mais complexo, ao passo que as práticas não correspondem aos modelos ideais em voga (MIGUEL, 2003). Em vista disso, aponta-se para duas explicações relacionadas às mudanças relevantes e permanência de elementos importantes nas instituições e sistemas políticos ao longo do tempo, e à ordem semântica, relacionada à polissemia da palavra representação e seus usos variados em campos distintos (da política, da literatura, artístico, jurídico).

Assim, de acordo com Cotta (1998), a palavra “representação” – e suas variações – se aplica a uma multiplicidade de experiências empíricas, inclusive quando se refere à representação especificamente política. O autor explica que os principais significados são substituir (agir no lugar de, em nome de alguém, de alguma coisa) e personificar (evocar simbolicamente alguém, alguma coisa). Assim, se dividem em uma dimensão de ação (segundo determinados cânones de comportamento) e em outra de reprodução de prioridades e peculiaridades existenciais (de determinadas “características que espelham ou evocam as dos sujeitos representados – ou objetos). Portanto, para Cotta (1998, p. 1102), o sentido da

representação política reside "na possibilidade de controlar o poder político, atribuída a quem não pode exercer pessoalmente o poder".

Para Pitkin (2006), o significado do conceito de representação continua bastante complexo e abstrato, na história da palavra. A autora parte de uma análise etimológica e conceitual para compreender a ideia de representação e seus variados significados, enfatizando, assim, tanto a história do desenvolvimento etimológico como o sociopolítico. No seu estudo, que é considerado um marco teórico no debate do tema[70], Pitkin (1985) compreende que o conceito de seres humanos representando outros seres humanos tem origem na modernidade, ou seja, não é apenas palavra, mas "em grande medida, um fenômeno cultural e político, um fenômeno humano" (PITKIN, 2006, p. 16).

Etimologicamente, o termo representação deriva do latim *repraesentare*, que pode significar tornar presente, manifesto; apresentar novamente; trazer à presença de alguém; apresentar-se à corte devido a uma convocação; tornar presente uma abstração em um objeto, por meio dele; substituir um objeto por outro; antecipar um evento ao trazê-lo para o presente. Segundo Pitkin (2006), no início o termo não tinha relação com a ideia de pessoas representando outras, ou com as instituições do Estado e da vida romana. Ao longo do tempo, a palavra representação – juntamente com suas derivações– ganha outros significados, de acordo com o local e a língua.

Na Idade Média, o termo se estendeu para a literatura cristã, na qual os líderes da igreja católica passam a ser vistos como a encarnação do Cristo e apóstolos. Por esse período, juristas medievais também passaram a utilizá-lo para personificar a vida coletiva, em que a comunidade passa a ser vista como uma pessoa por representação. No século XIII, canonistas começaram a utilizar a ideia derivada do direito romano, em que o imperador ou príncipe atuava pelo povo, de modo a desenvolvê-la e aplicá-la à vida religiosa.

Nas línguas francesa e inglesa, a ideia de representação se desenvolveu de modo semelhante: na primeira, a palavra *représenter* era utilizada tanto para imagens como para objetos inanimados que encarnavam abstrações – a ideia de um encarregado representando a pessoa de seu senhor começa no século XIII; na língua inglesa, surgiu a palavra *represent* – provavelmente no século XIV –, para significar as noções de trazer uma pessoa à presença alguém, simbolizar ou encarnar, trazer à mente. No século XV, "representar" passou a exprimir as noções de retratar, delinear, a ser aplicada a objetos que ocupam o lugar de algo ou alguém, além de produzir uma peça, figurar. Sobre relação dos seres humanos com esses usos iniciais

[70] Publicado originalmente em 1967, como *The concept of representation*, pela University of California Press.

da palavra, Pitkin (2006, p. 20) afirma que “em primeiro lugar, a representação pode ser um objeto inanimado ou uma imagem substituindo um ser humano. Em segundo lugar, representar é uma atividade humana, mas não um agir para outros; é a atividade de apresentar, de figurar, de pintar um quadro ou encenar uma peça”. Até o século XVI, precisamente 1595, não se encontrou exemplo do uso da palavra representar cujo significado fosse ocupar o lugar de outra pessoa, de substituí-la.

Segundo a autora, no século seguinte, XVII, já havia um desenvolvimento da ação unificada de cavaleiros e burgueses como possibilidade de promoção dos interesses das suas respectivas comunidades, perante – a convite do – o rei e lordes. Assim, passaram a ser vistos como agentes servidores de suas comunidades, participantes membros do parlamento, além de se reconhecerem enquanto corpo unificado, com queixas e demandas comuns. Desenvolve-se, ainda, a ideia de que os membros não só atuariam em nome das suas comunidades, mas também do país como um todo. Isso se relacionava com outras duas perspectivas: a de que todos os homens estão presentes no parlamento; a de que o governante simboliza ou encarna o país como um todo.

Uma das primeiras aplicações da palavra inglesa *represent* para se referir ao parlamento foi feita por Sir Thomas Smith, na obra *De Republica Anglorum: the Maner of Gouernement or Policie of the Realme of England*, publicada em 1583 – escrita entre 1562 e 1565. Neste período, todas as aplicações da palavra se referiam a ele como um todo e não a cada membro, que eram vistos como agentes, delegados das comunidades. A primeira referência aos membros do parlamento como representantes do povo aconteceu em 1651, através de um panfleto de Isaac Pennington.

É nesse mesmo ano que, conforme Pitkin (2006, 1985), se publica o primeiro exame sistemático da representação, do ponto de vista político: a obra *Leviathan*, de Thomas Hobbes. Para Hobbes, o representante é aquele (alguém) “que recebe autoridade para agir por outro, quem fica então vinculado pela ação do representante como se tivesse sido a sua própria” (PITKIN, 2006, p. 28). Assim, essa representação pode ser limitada, em que somente determinadas ações específicas, com restrições específicas, são autorizadas; ou pode ser ilimitada, dando lugar à soberania.

O ato da representação, para Hobbes, passa pela noção de persona, que não significa o mesmo que ser humano, pois “uma pessoa é aquela cujas palavras ou ações são consideradas quer como as suas próprias, quer como representando as palavras ou ações de outro homem, ou de qualquer outra coisa a que sejam atribuídas, seja verdade ou ficção” (HOBBES, 2003, p. 138). Nesse sentido, ele distingue a “pessoa natural” (quando considerada com suas próprias

palavras ou ações) da "pessoa artificial" ou "fictícia" (quando considerada como representando as palavras e ações de um outro).

Hobbes (2003) define como autoridade o direito de fazer qualquer ação, e "feito por autoridade" como fazer por licença daquele a quem pertence o direito. Pela definição do autor, explica Pitkin (2003, p. 29), "ao ser autorizado, o representante adquire novos direitos e poderes; o representado adquire apenas novas obrigações". Nessa transferência de poder, do representado (autor) para o representante (ator), "cada homem confere ao seu representante comum a sua própria autoridade em particular, e a cada um pertencem todas as ações praticadas pelo representante" (HOBBES, 2003, p. 141), caso se tenha conferido uma autoridade sem limites; do contrário, ou seja, quando o limitam, a nenhum pertence mais do que aquilo em que deu licença para agir.

Essa concepção de representação faz Pitkin (2006, 1985) situar o pensamento de Hobbes como um tipo de interpretação formalista. Na continuidade do desenvolvimento da representação no campo da teoria política, a autora aponta que durante os séculos XVIII e XIX essa noção se desenvolveu em contextos de revoluções democráticas e de lutas políticas e institucionais, como "o sufrágio, a divisão em distritos e a proporcionalidade, os partidos políticos e os interesses e políticas, a relação entre as funções legislativas e executivas e as instituições legislativas e executivas" (PITKIN, 2006, p. 30).

Diante disso, surgem questões conceituais que acompanham as experiências empíricas da política, como, por exemplo, a chamada controvérsia mandato-independência originada do significado paradoxal de representação, que é "fazer presente algo que, contudo, não está presente em um sentido literal" (PITKIN, 1985, p. 157, tradução nossa). O debate sobre esse ponto sintetiza-se no questionamento se o representante eleito deve fazer o que seus representados eleitores exigem ou o que ele julga melhor[71]. Em resumo:

> Um teórico defensor de um mandato *altamente restritivo* poderia argumentar que a verdadeira representação acontece apenas quando o representante atua seguindo instruções explícitas de seus eleitores, e que qualquer exercício de discrição é um desvio desse ideal. Uma posição *mais moderada* poderia argumentar que o representante pode exercer alguma discrição, mas que deve consultar os seus eleitores antes de realizar algo novo ou que pode levantar controvérsias, e então fazer o que eles querem ou renunciar a seu cargo. Uma posição ainda *menos extrema* poderia ser aquela segundo a qual o representante pode atuar como ele acredita que seus votantes desejariam, a menos que ou até que receba instruções deles, e, nesse caso, obedecê-las.

[71] Subjaz esse questionamento outras preocupações importantes, como a "relação entre os representantes na legislatura, o papel dos partidos políticos, a medida em que os interesses locais e parciais se encaixam no bem nacional, a forma pela qual a deliberação se relaciona com o voto e ambas se relacionam com o exercício do governo etc." (PITKIN, 2006, p. 30).

> Muito *próximo da postura da independência* estaria o argumento de que o representante deve fazê-lo como acredita que seja melhor, exceto na medida em que está vinculado por promessas feitas em campanhas ou programas eleitorais. Noutro extremo está a ideia da *completa independência*, afirmando que os eleitores nem sequer têm o direito de exigir o cumprimento das promessas feitas nas campanhas eleitorais; uma vez que um homem elegido deve ser completamente livre para usar seu próprio julgamento (PITKIN, 1985, p. 159, grifos e tradução nossa).

Assim, nesse espectro que tem de um lado o caráter restritivo e de outro o independentista do mandato, as diferentes posturas teóricas buscam suas próprias analogias para se defenderem: o representante é apenas um agente para servir a vontade dos seus eleitores, que juntos (de localidade em localidade) formam o interesse nacional; o representante é um agente livre, administrador que precisa de liberdade para executar suas tarefas, e atender aos interesses da nação. Como mencionado, ao avaliar a proposta de Hobbes sobre a representação, Pitkin (2006, 1985) a situa como sendo formalista. Esse tipo constitui uma classificação maior formulada pela autora para compreender as interpretações teóricas no campo da ciência política acerca do conceito de representação política. Portanto, propõe quatro tipos: representação formalista, representação descritiva, representação simbólica e representação substantiva.

Na perspectiva formalista, define-se a representação em termos das formalidades da relação representante-representado, ou seja, em termos de uma transação que tem lugar no princípio, antes da verdadeira representação. Essa perspectiva comporta a dimensão da autorização, na qual um representante foi autorizado, via delegação ou concessão, para atuar (representar); assim, ser um representante significa estar isento da responsabilidade habitual pelas ações de alguém. Comporta, também, a dimensão da responsabilidade – menos presente nas discussões dos teóricos – na qual um representante é alguém que tem de ser visto como responsável frente ao representado, que responderá a outro do que faça, que prestará contas àqueles a quem representa; ser representante significa adquirir obrigações novas e especiais.

Na perspectiva descritiva de Pitkin (1985), a representação ganha significado na ideia de fazer presente algo ou alguém que está ausente pelas vias da semelhança ou imagem, como um espelho; assim, os representantes precisam corresponder a um reflexo não distorcido daqueles que representam, de modo a constituírem um retrato exato, uma miniatura da nação. Em virtude disso, ao contrário do tipo formalista, na representação descritiva o representante não atua pelo representado e sim o substitui. Entre os defensores do tipo descritivo, segundo a autora, estão os proporcionalistas, que recorrem a metáfora do mapa para ressaltarem o valor de cada parte que o constitui. Dessa maneira, todos os grupos sociais significam no e pelo todo, todas as opiniões e interesses precisam estar representados – mesmo adotando-se o critério de

maioria para a tomada de decisões, as minorias têm o direito de representação. Na crítica de Pitkin (1995), as metáforas de mapa e reflexo (espelho), por exemplo, são insuficientes: embora sejam representações, mapas não são representativos, isso porque podem conter característica diferentes de acordo com a sua finalidade, além de que são estruturas que apresentam-se como similares dos territórios que representam; o espelho pode distorcer a imagem que reflete, além do fato de ele refletir apenas características visuais, e não estruturas ou relações abstratas.

Na descrição, representar significa dar informações sobre o representado, ou seja, ser um bom representante significa fornecer informações precisas. Troca-se, aqui, o "atuar por" pelo "dar informações sobre", dispensando a autorização e a responsabilidade. Em razão disso, os teóricos da representação descritiva sustentam que a função de uma assembleia representativa é deliberar antes de governar, aponta (PITKIN, 1985).

A terceira perspectiva da representação corresponde à simbólica. Nela, entende-se toda a representação como uma simbolização, ou seja, através dos símbolos torna-se também presente algo ou alguém que está ausente: um representante político pode ser entendido no mesmo sentido de uma bandeira que representa uma nação, um emblema que representa uma doutrina religiosa. Nessa lógica, a representação simbólica não implica uma conexão justificável, objetiva e racional entre o que representa e o que é representado, mas psicológica, afetiva e emocional. São respostas que se baseiam nestes aspectos que dão condições para o surgimento da representação, que ocorre na medida em que os representados aceitam e acreditam no símbolo.

Pitkin (1985) propõe um outro tipo de representação, chamada por ela de substantiva, referindo-se à ideia de substância do que é feito; em outras palavras, avalia-se as atividades e ações dos representantes em nome e no interesse dos representados (FERREIRA, 2013). Representação, assim, significa "atuar em interesse dos representados, de maneira sensível a eles. O representante deve atuar independentemente [...] de tal maneira que não haja conflito, ou caso este surja, torna-se preciso uma explicação" (PITKIN, 1985, p. 233, tradução nossa). Para a autora, o representante não deve se constranger frente ao representado e, sim, ter certa independência para atuar e julgar.

Nos termos formulados por Monedero (2009), entende-se por representação o ato mediante o qual um representante, seja governante ou legislador, atua em nome de um representado para a satisfação, ao menos em teoria, dos interesses deste. Nessa perspectiva, os representados devem ter o direito e a possibilidade de controlar e exigir, ao governante, responsabilidades por meio de mecanismos eleitorais institucionalizados. A representação, portanto, supõe uma relação social em que há um dominante que age em nome de um dominado.

Nessa relação, o representado pode controlar o representante não apenas e exclusivamente através de eleições periódicas.

Na proposta classificatória elaborada por Sartori (1992), a representação divide-se em três: na ideia de mandato ou de delegação; de representatividade (semelhança ou similitude); e de responsabilidade. No primeiro tipo, mandato ou delegação, o significado advém do direito privado e designa a doutrina jurídica da representação, sendo o representante entendido como um delegado ou um mandatário que segue instruções. De acordo com Monedero (2009), nesse tipo – representação jurídica –, os atos dos representantes são imputáveis à comunidade que vive sob a jurisdição efetiva deles, de modo que devido ao fato de ser representada, a comunidade obedece às ordens que partem daqueles que a representam; quando esta relação de obediência é interrompida, acaba a representação. Esse tipo de representação evidencia a centralidade do poder na política, revelando que mesmo na democracia está à vista (às vezes disfarçado) e não deixa de sê-lo. Cotta (1998), por sua vez, afirma que no tipo de relação de delegação, "o representante é concebido como um executor privado de iniciativa e de autonomia, das instituições que os representandos lhe distribuem; seu papel aproxima-se muito ao de um embaixador" (COTTA, 1998, p. 1102).

No segundo tipo de Sartori (1992), associado à ideia de representatividade, o significado parte de uma perspectiva sociológica, na qual a representação se configura como "essencialmente um fato existencial de semelhança, que transcende toda 'eleição' voluntária e consequentemente a própria consciência" (SARTORI, 1992, p. 225, tradução nossa). Assim, entende-se o representante como alguém que personifica características de determinado grupo ("representativo de"). Nessa representação sociológica, ressalta-se a ideia de identidade, em que o representado se vê refletido no representante – como um espelho –, este que se torna um igual que vai defender os interesses do eleitorado, com o qual participa do mesmo território, classe ou compartilha as mesmas afinidades ideológicas (MONEDERO, 2009). O organismo representativo, então, é pensado como um microcosmo em que se reproduz o que é característico do corpo político, assim centra-se "mais sobre o efeito de conjunto do que sobre o papel de cada representante" (COTTA, 1998, p. 102).

No terceiro tipo entende-se um governo representativo como governo responsável (SATORI, 1992), ou seja, aqui enfoca-se a ideia de responsabilidade e controle do representante; este só o é porque submete-se à fiscalização dos representados. Referindo-se a esse tipo como representação política, Monedero (2009) aponta que para que não lhe seja retirada a confiança, o representante eleito deve atuar com responsabilidade sobre as exigências da cidadania que o sustenta. Cotta (1998) sinaliza para uma relação de confiança, em que tanto

atribui-se ao representante uma posição autônoma como para o fato de ele ter que orientar suas ações com base no interesse (que percebe) dos representados.

Embora pareçam sugerir modelos fechados e isolados, os autores destacam que ocorrem de modo correspondente, ou seja, não são puros, mas permeáveis e se mesclam nos sistemas representativos – não necessariamente de forma igual, mas com algum valor mínimo presente de cada. Para Cotta (1998, p. 1105), que define a representação política como "um sistema institucionalizado de responsabilidade política, realizada através da designação eleitoral livre de certos organismos políticos fundamentais (o mais das vezes, os parlamentos)", o modelo da confiança empresta a possibilidade de uma autonomia, o da delegação o vínculo da sujeição e de certo controle, o do espelho as exigências simbólicas e psicológicas. Já para Sartori (1992), a representação política se relaciona com a sociológica quando trata-se, por exemplo, de temas como sobrerrepresentação e infra-representação; e se relaciona com a jurídica, por exemplo, na medida em que a representação política está formalizada juridicamente nas estruturas institucionais, além de fazer parte do constitucionalismo.

Quadro 5 - Tipos-modelos do conceito de representação política

Autoria	**Pitkin (1985)**	**Sartori (1992)**	**Cotta (1998)***	**Monedero (2009)***	**Alkmim (2013)****
Tipos de representação	Formalista; Descritivo; Simbólico; Substantivo.	Mandato ou delegação; Representatividade (semelhança ou similitude); Responsabilidade.	Relação de delegação; Relação de confiança; Espelho ou representatividade sociológica.	Representação jurídica; Representação sociológica; Representação política.	Autorizativo; Liberal; Crítico; Identidade; Processual.

* Ambas as propostas são, de certo modo, interpretações (adições) daquela elaborada por Sartori (1992).
** Inspirado em Hanna Pitkin (1985, 2006).

Fonte: O autor (2018).

Ao refletir sobre o conceito e a prática da representação política, Alkmim (2013) ressalta aquilo que considera como paradoxo lógico próprio da relação entre representantes e presentados, ou seja, da representação. Para isso, ele retoma as contribuições de Hanna Pitkin para denotar o paradoxo da representação política "como a impossibilidade de igualdade dos termos da A = B, pois na esfera do poder esta igualdade é logicamente impossível, porque um

sujeito ou vontade pessoal não pode se expressar através de outro sujeito ou vontade (ALKMIM, 2013, p. 57). O autor evoca a discussão – mencionada aqui – da controvérsia mandato-independência como evidenciação da impossibilidade lógica da representação, se referindo ao fato de representantes e representados jamais poderem ser igualados

A crítica de Alkmim (2013) é calcada em formulações de teóricos que questionam os princípios da representação política, como Jean-Paul Sartre, para quem a democracia indireta (portanto a representação indireta) é uma mistificação criada pelos efeitos de atomização (pulverização de eleitores) e serialização (junção de eleitores pulverizados), e Jean-Jacques Rousseau, que defende a participação (o "exercício direto da vontade política") como forma de ação política no lugar da representação. Além desses, o autor arrola outros argumentos sobre o paradoxo da representação, como a impossibilidade da representação da vontade; o contraste entre as identidades do representante e do representado, nos âmbitos da opinião e segmentação social; a obscuridade do voto secreto, que não pode ser considerado como um pacto entre os cidadãos; o não valor de pactos políticos firmados para gerações posteriores; o processo da representação parlamentar, que atende aos interesses de dentro da estrutura de classes sociais (ALKMIM, 2013).

Tendo esses pontos em vista, Alkmim (2013) propõe uma classificação com cinco modelos (ideais) de tipificação das teorias da representação, que são: autorizativo, liberal, crítico, identidade e processual. No modelo autorizativo, cujos principais entusiastas são Hobbes e Burke, a ênfase está no representante que, ao formar o governo, representa o Estado e age de modo absoluto, assim, o representante se sobrepõe aos interesses daqueles que votaram nele (e o elegeram) em nome dos interesses da nação, do todo; a perspectiva federalista, que que vislumbra a formação do governo e do legislativo a partir da representação enquanto filtro para controlar as facções e recrutar a elite política, também se adequa a este tipo.

No modelo liberal, a ênfase está no representado, ao qual o representante deve ser fiel e estar em sintonia, em termos de direitos a propriedade, liberdade e igualdade. A vontade da maioria é o critério para as decisões junto ao poder supremo do legislativo, que cria, interpreta e executa as leis seguindo a justiça e o bem comum – consonante aos representados. No terceiro, o crítico, nega-se a representação e ressalta-se o seu paradoxo, a impossibilidade lógica de B representar (a vontade de) A. Fala-se da falácia eleitoral e da eleição como expressão da relação de forças na sociedade, que a divide em classes – anteriormente elencou-se alguns argumentos desse modelo.

Outro modelo proposto por Alkmim (2013) refere-se à identidade entre os elos na relação de representação. Também chamado de descritivo, a ênfase está tanto no representante

como no representado; entende-se a representação como retrato, espelho, mapa da população em suas diversas características. Já no modelo processual, enfatiza-se a representação enquanto processo substantivo, ainda que se considere o paradoxo inerente e os limites dela, "sendo necessários a definição e o aprofundamento do papel dos representados e dos representantes, através da institucionalização, [...] o estabelecimento de mecanismos de responsabilização dos atores políticos em suas diferentes funções" (ALKMIM, 2013, p. 70).

Uma outra maneira de entender a representação política, além das conceituações e tipificações, é pela perspectiva de quais poderiam ser as suas funções. E assim o faz Miguel (2003), ao apresentar uma teoria ampliada na qual aponta diferentes dimensões da representação política. Uma primeira dimensão refere-se à função da representação como "participar de processos de tomada de decisão em nome de outros" (MIGUEL, 2003, p. 133), ou seja, da escolha de representantes para que decidam pelos representados. Aqui, destaca-se a eleição como "episódio fundador" e como meta que orientada a relação entre ambos, como o momento em que se autoriza tal tomada de decisão e como o momento em que representados dão parecer sobre a prestação de contas dos representantes (*accountability*).

A segunda dimensão da representação diz respeito à participação na elaboração da agenda e do debate públicos em nome de outros, assim, estando associada à anterior, considerando que a relação entre representados e representantes depende também dos assuntos disponibilizados para a decisão. Sendo a agenda e o debate públicos formados por diferentes grupos, a participação de todos torna-se inviável, na medida em que é impossível uma discussão que abranja a todos – daí a representação das múltiplas vozes. A última dimensão sugerida trata do controle sobre as preferências, ou seja, "implica dizer que uma boa representação política é a representação de preferências formuladas autonomamente" (MIGUEL, 2003, p. 134). Nesse sentido, essas preferências precisam ser produzidas de modo coletivo e dialógico pelos atores, que carecem de espaços de fato autônomos para fazê-lo. Esta dimensão, ressalta o autor, traz a representação política para o campo da sociedade civil e do exercício da cidadania.

Nesta seção, procurou-se percorrer um caminho de descoberta que fornecesse compreensões caras acerca do conceito de representação política. Além das definições, encontrou-se propostas consolidadas de categorização de modelos – com suas possibilidades e limites – que continuam servindo a discussão atual. Como se advertiu no início do capítulo, reside, aqui, a intenção de um entendimento mínimo e ao mesmo tempo consistente do assunto; outrossim, torna-se coerente expressar que se tem claro que outras questões cruciais o margeiam, como, por exemplo, a relação entre representação política e sistemas eleitorais representativos, representação e democracia representativa. Por essa via, na seção seguinte

outro debate pertinente, que complementa aquele iniciado aqui, será evocado: o da crise de representação política.

4.2 DA CRISE DE REPRESENTAÇÃO POLÍTICA

Se o debate sobre a representação política é complexo, o da crise desse sistema o é significativamente. Ao procurar tratar sobre isso, questiona-se não só se há ou não crise, mas quais as características, quais os vetores, o que resulta dela e como superá-la. Nesse sentido, se procurará apresentar a seguir, em menor escala, esses elementos, de modo a complementar o debate iniciando interiormente sobre as noções do conceito de representação política.

Costa (2007) faz uma serena revisão sobre a temática da crise de representação política e resgata que o debate acerca da importância ou não dos partidos políticos como as mais influentes organizações de mediação política do mundo moderno tem novamente emergido na literatura da ciência política. Para tanto, o autor revisita vários estudiosos, como Baquero (2000 *apud* COSTA, 2007), para quem os partidos políticos têm perdido a importância como canais de mediação entre sociedade e Estado, apontando diferentes leituras que convergem para explicar esse processo de crise. Assim, fala-se da transformação das estruturas partidárias em máquinas eleitorais, em que a conquista do poder leva a uma indistinção programática e desradicalização ideológica. Segundo Offe (1984, p. 363), "o partido tem que orientar seu programa para as conveniências do mercado político", o que leva à construção de alianças com outros partidos sem vínculos ideológicos ou programáticos. De acordo com o autor, devido aos elementos competitivos absorvidos, os partidos incorporam a burocratização e centralização a fim de se manterem constantemente presentes no mercado político. Além disso, Offe (1984) aponta para o que denomina como declínio dos partidos (do sistema partidário) enquanto formas dominantes de representação e participação das massas em detrimento da emergência de outras práticas e processos de participação e representação política – destaca-se os movimentos sociais, o corporativismo e a repressão política.

Embora não se pretenda revisitar a formação e as transformações dos sistemas partidários, observa-se que esses argumentos recaem sobre a centralidade dos partidos políticos no processo democrático representativo. Conforme Costa (2007), argumenta-se também sobre o abandono das posições de classe, devido ao grau de complexidade e fragmentação da sociedade; a transformação dos partidos em escritórios eleitorais, que mobilizam seus filiados e simpatizantes apenas durantes os períodos eleitorais; e a estatização dos partidos, com a preocupação quase que exclusiva com a competição eleitoral. A esse respeito, Kirchheimer

(2012, p. 362) afirma que os partidos *catch-all* ("pega-tudo")[72] estão se concentrando mais no cenário eleitoral, "na tentativa de trocar a efetividade do debate mais aprofundado por uma audiência mais ampla e pelo sucesso eleitoral mais imediato".

Isso, somado a outros aspectos – como centralização e burocratização –, leva à perda da capacidade dos partidos de exercerem a função de socialização da política, além de se converterem em instrumentos que servem para formar consensos acerca dos programas das elites políticas, o que resulta na incapacidade para entenderem e traduzirem as exigências dos cidadãos, "o divórcio entre cidadania e classe política está servido" (OLLER, 2003, p. 24, tradução nossa). De modo geral, esses são alguns fatores que contribuem para o descrédito dos partidos políticos e para a desconfiança em relação aos mecanismos tradicionais de mediação e representação política. Nesse sentido, "parece inegável que, no plano mais geral, [os partidos] atravessam uma crise – que é, também, uma crise de representação –, em que suas funções de intermediação entre Estado e Sociedade têm diminuído e sua centralidade sistematicamente questionada", salienta Costa (2007, p. 56).

Encontra-se na literatura outros fatores que evidenciam (e contribuem com) o fenômeno da crise de representação política. Oller (2003), por exemplo, aponta para o processo da globalização como condutor de uma crise da política, do sistema de representação cidadã em que se baseia a democracia moderna, do modelo de democracia representativa vigente. Segundo a autora, mesmo nas democracias avançadas há um crescente desprestígio das suas instituições, no qual indaga-se as suas capacidades de representatividade, de modo que a insatisfação da cidadania questiona a legitimidade política e o modelo democrático. Sentindo-se cada vez mais distante dos políticos e da política, a cidadania vive um processo de "deserção cidadã" cujos indicadores são as altas taxas de abstenção eleitoral, pouca identificação com os partidos políticos e baixos níveis de informação e envolvimento, implicando cada vez mais numa participação eleitoral que legitima um sistema que se converte em uma "democracia censitária" (OLLER, 2003).

Miguel (2003) identifica, também, outros conjuntos de fatores que vão ao encontro dos apresentados anteriormente que ajudam a expressar a insuficiência da representação política. São eles: declínio do comparecimento eleitoral, ampliação da desconfiança nas instituições e esvaziamento dos partidos políticos. Para ele, esses fatores são evidências de que as democracias eleitorais passam por uma crise de representação e, em decorrência disso, surgiram diferentes propostas com o objetivo de revitalizar as instituições representativas, como quotas

[72] O autor usa essa noção para se referir aos partidos pós-Segunda Guerra Mundial, ao tratar da transformação dos sistemas partidários da Europa Ocidental.

eleitorais para grupos em desvantagem e a substituição parcial das eleições por sorteios (MIGUEL, 2003).

Sobre o declínio do comparecimento eleitoral, o autor afirma que esse é o conjunto de fatores cujos dados são mais objetivos. Assim, apresenta dados de diferentes países com democracias eleitorais consolidadas, seja onde voto é obrigatório ou o contrário, que mostram a diminuição do comparecimento às eleições. Ao tratar da confiabilidade nas instituições políticas, aponta que as pesquisas de opinião pública precisam ser vistas com atenção, com relação à metodologia utilizada e à interpretação, pois "é possível postular uma confiança baixa nas instituições representativas, mesmo nos países em que o comparecimento às eleições é elevado" (MIGUEL, 2003, p. 125). Já o esvaziamento dos partidos está diretamente relacionado ao processo de crise que enfrentam, e entre os motivos para isso estão, além da burocratização das estruturas internas, o estreitamento do leque de opções e as mudanças que a mídia eletrônica inseriu na competição eleitoral.

Novaro (2006), partindo de uma análise sobre a situação política de algumas democracias recentes, a partir dos anos 1980, sustenta que o fenômeno da crise de representação se apresenta como uma tendência que afeta praticamente todo o mundo. No caso latino-americano, verificou-se uma alteração nos processos de estabilização institucional, como o fato de que a crise social e econômica despertou os sentimentos de frustração e decepção em relação às instituições políticas; isso, aliado à demanda por eficácia, autoridade e "mais governo", propiciou a emergência de diversos líderes personalistas – tanto a nível nacional como regional e local. Além de fatores econômicos, ele observa que a crise está associada ao desgaste das tradições políticas, como modelo de ação partidária e de gestão pública; também que há uma relação entre crise de representação e do Estado, considerando que em situações de desequilíbrio, como hiperinflação, não se verifica apenas enquanto fenômeno econômico, mas "deterioração da autoridade estatal, desarticulação da sua unidade política, capacidade operativa e financeira" (NOVARO, 2006, p. 27, tradução nossa).

A expansão dos meios de comunicação de massa é um importante elemento para se compreender a crise dos partidos e da representação. Os meios não só interferem nos processos eleitorais, como possibilitam aos partidos a emissão de mensagens ao eleitorado, sem necessitar da mobilização direta dos seus eleitores e filiados (COSTA, 2007). Os meios de comunicação passam a intermediar os vínculos de identificação entre governantes e governados, o que dantes era exclusividade dos partidos políticos. Assim, outras formas de mediação e produção de imagens se tornam relevantes, em detrimento dos partidos, em especial, ao seu tempo, a televisão (NOVARO, 2006).

Segundo Novaro (2006), a relação entre partidos e meios de comunicação não se expressa mais somente pela utilização destes para a veiculação de discursos e publicização de candidatos. Ocorre que a política passou a ser decidida e executada em um "âmbito *massmediático*", com novos atores interatuando, como líderes, empresas e grupos de opinião. Para Oller (2003), o poder político hoje é desempenhado na mídia, que se tornou o princípio de formalização do exercício do poder e tem uma influência importante na opinião do cidadão. A autora destaca o nível simbólico da comunicação política que se destaca em relação a uma proposta de programa, "a política atual é comunicação simbólica, expressada de forma conflituosa no espaço midiático" (OLLER, 2003, p. 28).

Anteriormente comentou-se sobre as diferentes dimensões da representação mencionando a formação da agenda e do debate públicos e a participação de diferentes atores nesse processo como uma delas. A respeito disso, Miguel (2003) também destaca a centralidade da mídia e sua capacidade de elaborar preocupações públicas, através da difusão de conteúdos simbólicos para o conjunto da sociedade. "Nas sociedades contemporâneas, eles detêm o quase-monopólio da difusão de informações, de discursos e de representações simbólicas do mundo social" (MIGUEL, 2003, p. 132). Nesse sentido, há o entendimento de que os conteúdos políticos passam por adequações não só em relação à linguagem – simplificação da mensagem, personalização da política e predomínio de mensagens de desprestígio –, mas também aos próprios temas, que precisam ser de maior visibilidade efetiva – quem age a respeito deles mostra-se como mais atuante – e de visibilidade pessoal potencial – a intervenção a respeito deles tem mais chance de ser destaca na mídia (OLLER, 2003; MIGUEL; 2003).

Manin (2006) acredita que a mídia ganha relevância devido ao fato de estar substituindo os partidos políticos, associado ao declínio das relações de identificação entre os representados e representantes, da determinação da política pública por parte do eleitorado, e à mudança para um novo modelo político, o da democracia de público (ou de audiência), "no qual os líderes políticos tinham um apelo maior do que as ideologias dos seus respectivos partidos" (FERREIRA, 2013, p. 48). Na democracia de partido não há uma relação pessoal com o representante, mas com o partido; os representantes usufruem de uma autonomia parcial, pois não podem votar de acordo com as suas consciências ou juízos por estarem ligados aos partidos que os elegeram; os partidos que organizam as formas de expressão da opinião pública; as decisões políticas são tomadas após debates – os representantes votam de acordo com a posição do partido. Na democracia de audiência há uma personalização da opção eleitoral, com os eleitores votando mais nas pessoas e menos nos partidos ou programas; o contato entre representantes e representados ocorre por meio dos meios de comunicação, dispensando as

mediações partidárias; os líderes partidários e ativistas dão lugar aos comunicadores (MANIN, 2006).

Costa (2007) sinaliza que continua em aberto o debate sobre os impactos decorrentes da interferência da mídia na política e nos processos eleitorais, e como isso contribui para o enfraquecimento das organizações partidárias. Mas, é possível afirmar que dependendo das circunstâncias a utilização dos meios de comunicação como recurso político pode servir para o fortalecimento, e não o contrário, dos partidos, advertem Albuquerque e Dias (2002). Conforme os autores, embora os argumentos que se fundamentam nas ideias de substituição dos partidos pelos meios de comunicação e de diminuição irreversível dos partidos políticos nos processos representativos expressem transformações ocorridas pelo mundo, no caso do Brasil, por exemplo, é preciso relativizar considerando que "a vida política no Brasil jamais se estruturou em torno de um sistema partidário sólido [...], porque o modelo brasileiro de propaganda política na televisão atenua os efeitos personalizantes e anti-institucionais" (ALBUQUERQUE; DIAS, 2002, p. 318).

Atualmente, não só os meios massivos de comunicação são importantes para a discussão sobre a questão da representação política. Nas últimas décadas, com a ampliação do acesso às redes de comunicação digital a uma expressiva parte do eleitorado, o debate sobre a representação política se complexifica, coloca em evidência os processos eleitorais, as formas de participação e as formas não eleitorais de representação (instituições representativas como fundações, ONGs, grupos de interesses) como mediadoras entre Estado e sociedade, e o papel da esfera pública nos debates (FERREIRA, 2013). Nesse sentido, afirma Marques (2007), com a introdução das redes digitais vislumbrou-se o aperfeiçoamento da democracia e da participação cidadã devido às novas possibilidades ao processo político, como maior interatividade, liberdade de produção e publicação de conteúdo a pouco custo, superando, portanto, os limites das mídias tradicionais.

Outros autores, entretanto, enfatizam elementos distintos que podem sugerir o reforço da ideia de crise representação a partir do desenvolvimento das redes e do seu crescimento. Castells (2012), no seu estudo sobre os movimentos sociais na era da internet, afirma que esses atores coletivos não confiam nas instituições sociais atuais e procuram criar novas maneiras de convivência; embora não se oponham ao princípio da democracia representativa, denunciam como ela se realiza e não reconhecem sua legitimidade.

Byung-Chul Han (2014a), menos otimista sobre o futuro da representação política, ensaia que os meios digitais liquidam a mediação da comunicação – referindo-se aos meios tradicionais, basicamente –, pondo um ponto final na necessidade de representação. Nosso

tempo, para o autor, é marcado pela vontade de presença, no qual cada um quer estar presente ele mesmo e apresentar sua opinião sem intermediários. Isso ameaçaria o princípio da representação e colocaria a democracia representativa em apuros, já que juntamente com a exigência de participação vem a de transparência. Essa exigência de transparência, no entanto, é contrária à estratégia da política que necessita de um poder sobre a produção e distribuição da informação e "não pode renunciar completamente aos espaços fechados nos quais se conserva a informação conscientemente" (HAN, 2014a, p. 36, tradução nossa).

Como é possível verificar, o debate sobre a crise de representação política não é tão recente como alguns possam imaginar. As análises dos estudiosos tanto se baseiam em uma perspectiva sincrônica como em uma diacrônica, verificando os fenômenos e suas incidências em determinados contextos ou os comparando – como um estudo sobre a confiança da população nas instituições sociais e políticas em diferentes países –, ou atentando para a formação histórica, identificando, por exemplo, elementos recorrentes que podem ser utilizados como expressão das crises.

No capítulo seguinte se perceberá que determinadas compreensões da noção de representação política, como a substantiva e a simbólica ou sociológica, permeiam, em graus diferentes, a atuação da campanha #VoteLGBT, desde a constituição das ideias norteadoras iniciais até como são acionadas nos conteúdos que veicula e nas ferramentas sociais digitais disponibilizadas para eleitores e candidatos.

CAPÍTULO V - O CIBERATIVISMO POR REPRESENTAÇÃO POLÍTICA: ANÁLISE DO CASO #VOTELGBT

Este capítulo é dedicado à análise da campanha #VoteLGBT. Serão demonstrados os dados empíricos colhidos seguidos das respectivas análises e interpretações. Para tanto, devido ao fato de a amostra ser constituída por dados de períodos temporais diferentes, procede-se com a descrição e a análise separadamente. Nesse sentido, inicialmente realiza-se uma descrição da campanha e discute-se os aspectos inerentes a ela, desde como se constitui até o caráter organizativo – além de outros elementos. Em seguida, parte-se para a análise das ferramentas sociais digitais desenvolvidas pela campanha em ambos os anos em que funcionou – o site institucional, em 2014, e a plataforma #MeRepresenta, em 2016 –, descrevendo-se e discutindo-se suas estruturas e funcionalidades. No terceiro momento, a análise é direcionada às publicações da página da campanha no Facebook, nos respectivos anos.

5.1 #VOTELGBT: DA IDEIA À CAMPANHA

Afinal, o que é #VoteLGBT? Como se define? Como surgiu? Quem participa? Qual a finalidade? Essas são algumas perguntas iniciais que ajudam a roteirizar esta seção e, assim, a compreender melhor o objeto de estudos desta pesquisa, a campanha #VoteLGBT e sua atuação. Se na introdução deste trabalho a iniciativa foi apresentada brevemente, aqui se retoma de modo mais detalhado o seu surgimento, tomando como base informações disponíveis em suas páginas e pelas pessoas que a organizam, a partir das entrevistas concedidas.

A iniciativa #VoteLGBT surgiu no ano de 2014 como uma campanha da sociedade civil, de caráter suprapartidário – portanto, independente de qualquer organização partidária –, tendo como objetivo principal aumentar a representatividade pró-LGBT dentro dos partidos políticos, bem como nos poderes legislativos do país, com vista ao desenvolvimento e implementação de políticas públicas direcionadas à população LGBT. Organizada por ativistas sociais, define-se também como um coletivo autogerido e não institucionalizado, dedicado, além das campanhas durantes os pleitos eleitorais, à contínua construção do debate acerca da temática da participação LGBT na política.

Fomentado pela #VoteLGBT, outros coletivos e ativistas têm se articulado e participado desse debate, movidos pela concepção de que é preciso uma integração da luta pelos direitos de pessoas LGBT com as lutas de outras minorias políticas marginalizadas, na constituição de uma frente mais abrangente pró-direitos humanos. De acordo com o site institucional, as campanhas

realizadas durantes as eleições têm duas finalidades: visibilizar as candidaturas pró-LGBT e incentivar os cidadãos a inserirem em seus critérios de decisão de voto demandas de respeito à diversidade sexual e de gênero. Nos períodos entre pleitos, o trabalho volta-se para o que chamam de mapeamento das necessidades e dos anseios da população LGBT. A participação política de pessoas LGBT almejada não se restringe, portanto, às eleições apenas, mas corresponde também aos debates públicos das questões diretamente associadas a elas, ou seja, busca-se, além de tudo, protagonismo no interior desses debates.

A ideia que resultou na iniciativa #VoteLGBT surgiu a partir dos contatos entre Marcos Visnadi (revisor de texto) e Giovana Bonamim (socióloga), iniciados antes mesmo de 2014, e veio pouco tempo depois da criação da revista Geni[73], em 2013. Após um período de experiência na Argentina, Marcos decidiu criar esse fanzine, um periódico mensal virtual abordando o tema da diversidade sexual, gênero e sexualidade, de uma perspectiva ao mesmo tempo militante e acadêmica, e voltada para um público mais amplo. Nos primeiros momentos da revista, surgiu a inquietação com o tema da representatividade política LGBT nas assembleias legislativas, a partir da qual, com uma pesquisa realizada por Giovana para a revista, identificou-se uma carência de espaço e participação de LGBTs nos partidos e na política brasileira. Essa pesquisa levou à criação da #VoteLGBT, aproveitando em certo grau a estrutura que a Geni já oferecia naquele momento para comunicar as candidaturas que defendiam pautas LGBT.

O nome da campanha (e coletivo) está associado, de certo modo, à visão dos integrantes sobre os direcionamentos e princípios que a norteiam, bem como às características práticas racionalizadas para ela. A expressão "VoteLGBT" é formada pela junção dos termos "vote" e "LGBT" e congrega ainda outro elemento gráfico, a hashtag, simbolizada pelo caractere cerquilha ("#"). Sobre os motivos que levaram à definição desse nome, é possível apontar dois aspectos importantes. Primeiro, votar LGBT significa votar em um candidato que se identifica como tal ou votar naquele que defende os interesses da causa? Esse questionamento foi feito pelos integrantes da campanha ainda no seu início e havia, para cada parte, argumentos diferentes: era preciso representantes que se identificassem como LGBTs e não que "apenas" defendiam direitos LGBT, porque geralmente defendiam também os direitos de diversas camadas da população e isso significava que não defendiam nenhuma. Essa visão parece se enquadrar dentro daquilo que Pitkin (1985) chamou de representação simbólica, na qual o elemento de simbolização afetivo-emocional parece ser o *ser* LGBT, ou o candidato

[73] Site da revista Geni: <http://revistageni.org/>. Acesso em: 03 out. 2016.

representante precisa personificar as características desse grupo, se aproximando da representação sociológica de Sartori (1992).

Por outra parte, era preciso que existissem representantes que tivessem entre suas propostas a defesa dos direitos de pessoas LGBT, independentemente de se identificarem assim ou não, pois poderia ser mais producente encontrar candidatos com esse perfil – e voltado para os direitos humanos, de modo geral – do que "assumidos" publicamente LGBT; além do fato de que *ser* LGBT não significa ser favorável às pautas do movimento. A expressão "VoteLGBT", assim, mostra-se dúbia por ser direta, ao mandar votar, e indireta, não necessariamente *em* LGBT. A inserção da sigla no nome é tanto uma maneira de expressar o direcionamento temático da campanha como um modo de, antes de qualquer outra ação, visibilizá-la, de aumentar a sua importância indo ao encontro de uma ideia de "autorrepresentação política" – como definiu Giovana Bonamim (2017, em entrevista ao autor).

Figura 3 - Logotipo da campanha #VoteLGBT (2014)

Fonte: #VoteLGBT (2014).

O outro aspecto importante relacionado ao nome da campanha corresponde à utilização da hashtag ("#") como elemento formador, constitutivo da identidade visual. Uma hashtag constitui-se como uma espécie de etiqueta utilizada geralmente em sites de redes sociais; além de indicar um termo que cria um contexto, permite a busca e recuperação de determinado conteúdo pela etiqueta – tag (RECUERO, 2014). Nesse sentido, o nome da campanha surge para atender uma dupla funcionalidade, de ser nome e hashtag, que juntas atendem a uma outra proposta, de chamada à ação. Esse recurso (hashtag) se tornou de grande utilidade para as práticas ciberativistas, um elemento quase obrigatório em diferentes maneiras de se disseminar conteúdo nas redes digitais de comunicação – a prática do "tuitaço" (neologismo formado a partir do termo "Twitter"), por exemplo, está baseada na utilização de uma hashtag comum agregada a determinado conteúdo variável para chamar a atenção sobre um tema, geralmente, de modo abrupto.

> Como era uma campanha cem por cento digital e era impossível pensar desde o ponto de vista analógico, ou offline, fora das redes, era muito óbvio para a gente que deveria ser uma hashtag. #VoteLGBT é uma expressão, digamos, pensada para ser uma hashtag, para ser fácil de lembrar como uma marca. Ela está nesse formato de *call to action*, de chamada à ação, no sentido de agora você pode votar LGBT (Giovana Bonamim, em entrevista ao autor, 15/06/17, grifos nosso).

Quanto ao aspecto organizativo da #VoteLGBT, pode-se apontar que desde o início é formado basicamente por uma rede de colaboradores e um núcleo. Do núcleo – que pouco variou de 2014 para 2016, em termos de quantidade de pessoas –, participaram ativistas advindos de diferentes áreas de formação e atuação, como das artes, da literatura, sociologia, programação web, do design e direito. Inúmeras pessoas colaboraram ao longo desse tempo com a campanha. Em 2014, por exemplo, realizou-se uma convocação via email através da lista de contatos que a revista Geni dispunha. Assim, colaboradores de outros estados começaram a surgir, contribuindo em diferentes processos da campanha – como na sugestão ou produção de conteúdo, no gerenciamento de atividades e nas discussões. Enquanto que em 2016 realizou-se uma chamada através da página no Facebook com o intuito de reunir voluntários para auxiliarem na pesquisa sobre o perfil social e político dos participantes da Caminhada de Mulheres Lésbicas e Bissexuais e da Parada do Orgulho LGBT, em São Paulo – conseguindo entorno de 60 voluntários. Além desses, para essas pesquisas especificamente, a campanha teve a ajuda de especialistas em pesquisa do tipo *survey* e de um grupo da Universidade Federal de São Paulo (Unifesp), o GPOPAI (Grupo de Pesquisa em Políticas Públicas para o Acesso à Informação), na estruturação dos questionários e, posteriormente, dos dados.

A divisão das atribuições dentro da organização da iniciativa #VoteLGBT, em ambos os anos analisados aqui, também passa pelo núcleo. Havia consenso sobre a importância de distribuir as atividades de modo a evitar concentrações e sobrecargas em alguns poucos integrantes. Com isso, distribuíam-se as funções de acordo com as áreas de cada participante, havia responsáveis para a programação do site e alimentação dele com conteúdo, para a elaboração dos materiais textuais e gráficos, produção audiovisual, estruturação das pesquisas, articulação com a imprensa e com outros coletivos. Isso, entretanto, caracterizava-se mais como "necessidades" e menos como funções propriamente ditas, distanciando-se de uma perspectiva burocrática que atinge muitos grupos institucionalizados, principalmente; dado que não havia uma ideia de exclusividade de afazeres, porque em um grupo diminuto acaba se tornando comum o trânsito de participantes entre diferentes atividades, especialmente quando se tem muito por fazer.

No que tange aos conteúdos, é importante notar, a partir de relatos dos integrantes, certa preocupação quanto àquilo que seria produzido e veiculado nas páginas da campanha. Isso se refletia na questão da preferência pela horizontalidade das discussões, ou seja, pela concordância coletiva sobre os temas e de como poderiam ser abordados na comunicação.

> Mas, tudo que a gente fazia era discutido, isso sim, era bem horizontal, nesse sentido também por isso eu falei bastante da Geni. Porque esse tipo de organização e m que tudo é discutido, conversado e concordado coletivamente foi uma coisa que a gente trouxe da Geni para o #VoteLGBT [...] (Marcos Visnadi, em entrevista ao autor, 15/06/17).

O caráter horizontal das discussões sobre os conteúdos se mostrou o tipo ideal dentro da organização da campanha, pois era importante que os integrantes estivessem envolvidos com os assuntos, mesmo que não participassem da produção em si dos materiais, uma vez que isso ajudaria a diminuir as possibilidades de equívocos tanto em relação às informações como ao modo como eram divulgadas. Por outro lado, essa perspectiva apresenta outro efeito, relacionado à agilidade nos processos.

> É interessante falar sobre isso: um sistema de organização estilo coletivo num momento em que é preciso decidir muito rápido a respeito de incluir ou não algum candidato, de subir no site, de fazer uma publicação rápida para a campanha, o desafio de tudo isso é decidir entre muitas pessoas. Então, a gente acabou tendo de optar, nos momentos mais críticos, por esse pequeno comitê [...] (Giovana Bonamim, em entrevista ao autor, 15/06/17).

> A ideia é: vai no campo da nossa expertise e na hora que precisa a gente é acionado, o outro aciona a gente. Se tudo for com todo mundo não dá, a gente tem outros trabalhos na vida, né. Tem a vida além do Vote (Guilherme Mohallem, em entrevista ao autor, 31/05/17).

A partir desses relatos, é possível inferir que quanto mais pessoas participam de um coletivo e quanto mais horizontal ele se propõe ser em sua forma de organização, mais demorada se torna a tomada de decisões, que passa a depender da deliberação e consenso entre os integrantes – claro que a quantidade de pessoas não é fator isoladamente determinante, deve-se considerar nessa equação questões de cunho ideológico e mesmo subjetivo. Como se pode observar, diante do impasse sobre os tipos de conteúdo torna-se mister a definição de núcleos mais restritos e capazes de decidirem com mais agilidade.

A rede de colaboradores formada em torno do #VoteLGBT foi, em 2014 e 2016, essencial para a proposição das campanhas. Embora não consiga estimar com precisão os custos e os valores conseguidos durante esse tempo, o núcleo do grupo admite que parte considerável dos gastos foi paga através do trabalho voluntário e de pequenas doações de atores próximos,

além do dispêndio pessoal dos que estavam à frente. Em 2014, além da programação e hospedagem do site da campanha, pequenos impressos de cunho informativo (folders) foram distribuídos em um ato em São Paulo, e também houve o impulsionamento de publicações da página no Facebook. Em 2016, houve mais ações que exigiram mais recursos para serem executadas, como as pesquisas realizadas pelo #VoteLGBT na Parada e na Caminhada de São Paulo, que exigiu a produção do material necessário e o treinamento e manutenção dos voluntários, e uma programação mais complexa e trabalhosa da nova plataforma – #MeRepresenta. Diferente do primeiro do primeiro ano, em 2016 buscou-se outras formas de conseguir recursos, como por meio do financiamento coletivo na internet[74] e da organização de uma festividade – em parceria com as mulheres da Rede Feminista de Juristas (DeFEMde). O fato de a campanha ser concebida em e nas redes digitais de comunicação explica, em grande medida, a demanda menor de recursos financeiros, já que barateia consideravelmente custos de produção e circulação de conteúdo. Isso, por outro lado, impõe certo limite na expansão para a ambiência offline e, consequentemente, acaba deparando-se com problemas que surgem a partir da persistência do fenômeno da divisão digital, o que pode influir ainda mais no processo de exclusão de pessoas LGBT; uma dupla exclusão: tecnológica e política.

Definido como um coletivo não institucionalizado, o #VoteLGBT distancia-se de um formato de organização comum e que tem predominado dentro do movimento do qual participa, o de Organização Não Governamental. Como mostrado dantes, a partir da chamada terceira onda do movimento LGBT (SIMÕES; FACCHINI, 2009) houve um aumento na quantidade de grupos institucionalizados no país, que estreitaram as relações com as iniciativas estatal e privada, além de formarem redes organizadas. O caminho da institucionalização é, para muitos grupos, uma via para a obtenção de um reconhecimento a partir do qual se pode captar recursos e, consequentemente, conseguir implementar determinadas ideias e metodologias de trabalho. Embora não seja possível apontar claramente como a iniciativa lida com a questão da institucionalização, nota-se que seus integrantes compreendem as particularidades desse processo e de como podem ser aproveitadas.

> Esse primeiro semestre, de 2017, a gente tentou mandar para alguns editais de pedido de financiamento. De alguns a gente ainda está aguardando resposta, de outros já recebeu dizendo que nossos projetos não foram contemplados. Então, assim a gente tem tentado outras formas. A gente não é constituído como organização, acho que isso restringe alguns tipos de financiamento, não

[74] Feito na plataforma vakinha.com.br, levantou-se a quantia de R$ 1.150,00, gasta com as pesquisas. Disponível em: <https://www.vakinha.com.br/vaquinha/pesquisa-votelgbt-na-parada-de-2016>. Acesso em: 31 mai. 2017.

> temos CNPJ, é só um coletivo (Evorah Cardoso, em entrevista ao autor, 31/05/2017).

Conforme tem-se destacado, a campanha #VoteLGBT irrompeu em agosto[75] de 2014 em e nas redes de comunicação digital distribuída como uma iniciativa centrada no aumento da participação e representação política LGBT no Brasil. Na época, lançou mão das possibilidades da internet através da criação de perfis em diferentes sites de redes sociais e de compartilhamento de conteúdo – Facebook, Twitter, YouTube e Tumblr. A opção por esses diferentes sites resulta da intenção dos organizadores acerca da iniciativa, que era de torná-la conhecida da forma mais rápida possível, no curto espaço de tempo até as eleições daquele ano, e com o mínimo de custos. Não se tinha, com precisão, noção do quão producente seria a entrada em cada uma dessas redes a partir de um perfil, ou seja, de quais usos se poderia fazer para somar e atender às expectativas.

Nesse processo, a página no Facebook acabou se tornando central nas ações da campanha, embora as demais continuassem sendo atualizadas em 2014. No segundo momento, em 2016, as páginas no Twitter, YouTube e Tumblr foram descontinuadas e isso está relacionado a dois aspectos importantes. Primeiro, a familiaridade dos integrantes com os mecanismos do Facebook, ou seja, a experiência pessoal prévia deles com as suas funcionalidades sinaliza ter sido determinante na escolha desse site de rede social. Um exemplo é a atenção que dava-se à ferramenta de impulsionamento de publicações, que permite, entre outras coisas, a segmentação do conteúdo de acordo com determinado perfil estabelecido por quem impulsiona:

> O Facebook, a gente pensou que era um canal fundamental porque ele permitia a conversa e o diálogo com as pessoas e também era uma forma muito eficiente de chegar, porque a segmentação dos anúncios é o que tem de melhor... Naquele momento era o melhor meio para a gente chegar, exatamente, na população LGBT sensível à criação de políticas e ao tema da representatividade (Giovana Bonamim, em entrevista ao autor, 15/06/17).

Segundo, a falta de pessoal necessário para o gerenciamento e produção de conteúdo dos demais perfis. O núcleo da iniciativa era diminuto e isso implicava nas ações desenvolvidas, pois não era possível que houvesse uma dedicação exclusiva para atender essa necessidade.

> É só o Facebook porque é só o que a gente dá conta, na real. [...] Então, a gente faz com comprometimento, mas também o quanto alcança a nossa disposição, energia e o nosso tempo, que precisam ser divididos com trabalhos que pagam as contas e que pagam a militância também (Marcos Visnadi, em entrevista ao autor, 15/06/17).

---

[75] O lançamento oficial ocorreu no dia 8 de setembro desse ano.

> Acho que é uma coisa de saber: somos poucas pessoas, somos entre três e quatro nesse coletivo, já é difícil o suficiente administrar uma página no Facebook, quanto mais ficar produzindo conteúdo e administrando outras mídias. [...] É muito tempo que essas mídias tomam, conhecer o perfil de cada mídia, de como atuar em cada uma delas já é trampo, também (Evorah Cardoso, em entrevista ao autor, 31/05/2017).

Essa questão, consequentemente, enseja uma outra discussão pertinente ao trabalho das ações ciberativistas, de modo geral, em que os integrantes da iniciativa #VoteLGBT apontam para a sua importância. Como demonstrou-se, diferentes aspectos contribuíram para a escolha de manter o perfil da campanha em apenas um site de rede social – no Facebook – e isso leva ao debate sobre o alcance dos conteúdos tanto em relação à quantidade de pessoas como em relação à diversidade. Ao serem questionados se não poderia ser contraproducente para a iniciativa, limitando o alcance e possibilidade de novas adesões, os integrantes reconhecem que pode se converter em certa desvantagem diante de outras possibilidades.

> Então, o Vote, realmente, é uma campanha de comunicação e ela, realmente, fica capenga ou manca, quando escolhe uma mídia social e não todas – concordo com você. Só que a gente não tem verba para uma pessoa se dedicar totalmente a isso [...] (Guilherme Mohallem, em entrevista ao autor, 31/05/17).

> Eu concordo inteiramente com você, acho que a manutenção do #VoteLGBT no contexto de crescentes bolhas, se fosse para manter a página, seria continuar pautando e pautando para públicos completamente diferentes (Giovana Bonamim, em entrevista ao autor, 15/06/17).

Os sites de redes sociais – como Facebook, Twitter e Instagram – oferecem às práticas ciberativistas mecanismos diversos que podem se converter em potencialidades para as suas ações, tanto a nível de organização como de conscientização e mobilização, através da repercussão dos seus temas e agendas. Entretanto, impõem na mesma medida limitações que são controladas pelas lógicas algorítmicas que os constituem. Na literatura, isso expressa-se de diferentes maneiras, uma delas no que se tem chamado de filtros-bolha (PARISER, 2012), em que as informações fornecidas pelos usuários servem para estabelecer parâmetros de comportamento que ajudam a definir a oferta de informações para eles próprios.

Nesse sentido, alguns questionamentos podem ser feitos: em quem medida as iniciativas ciberativistas, como a #VoteLGBT, não estão comunicando-se com uma bolha? Mas, como saber e escapar disso, se as bolhas são invisíveis e não se entra ou se sai voluntariamente delas? Isso significa que redes como o Facebook moldam, em alguma medida, a forma como as

iniciativas atuam? Utilizar os próprios mecanismos dos sites de redes sociais, como o do impulsionamento e segmentação de publicação, ajudaria a alcançar outros perfis além da bolha? Contribuiria criar perfis oficiais em sites diferentes ou resultaria em novas bolhas?

Perguntas como essas precisam, cada vez mais, ser levadas em consideração na reflexão acerca das práticas ciberativistas. Os algoritmos são as leis e regem as formas como se participa das redes, não só por meio dos sites de redes sociais, mas também de outras plataformas, como os próprios buscadores da web – o Google, por exemplo. Isso, então, significa que o ciberativismo estará sempre sujeito à captura por essas lógicas? Novamente, na literatura – e na história do desenvolvimento da internet – há indícios de como buscou-se contrapor às tais lógicas da própria rede, como por meio de atividades hackers e esforços de movimentos de software livre, por exemplo, que alteram e criam ferramentas de uso aberto e que não seguem os valores dominantes das grandes corporações.

Nas primeiras eleições em que atuou (2014 e 2016), a iniciativa #VoteLGBT elaborou e disponibilizou ferramentas digitais que auxiliaram os cidadãos no processo de decisão do voto a partir da visibilização de candidaturas que representavam pautas pró-LGBT, direitos humanos: em 2014, criou um site institucional em que expunha essas candidaturas e informações da campanha; em 2016, desenvolveu uma nova plataforma em conjunto com outras iniciativas, chamada de #MeRepresenta. Essa, talvez, seja a mudança mais significativa que expressa alterações no modo de atuação da campanha, ao ampliar os temas abordados congregando as lutas de outros grupos sociais minorizados que também buscam uma participação e representação política real e efetiva.

5.2 PLATAFORMAS: DA FERRAMENTA CURADORA À RESPONSÍVA

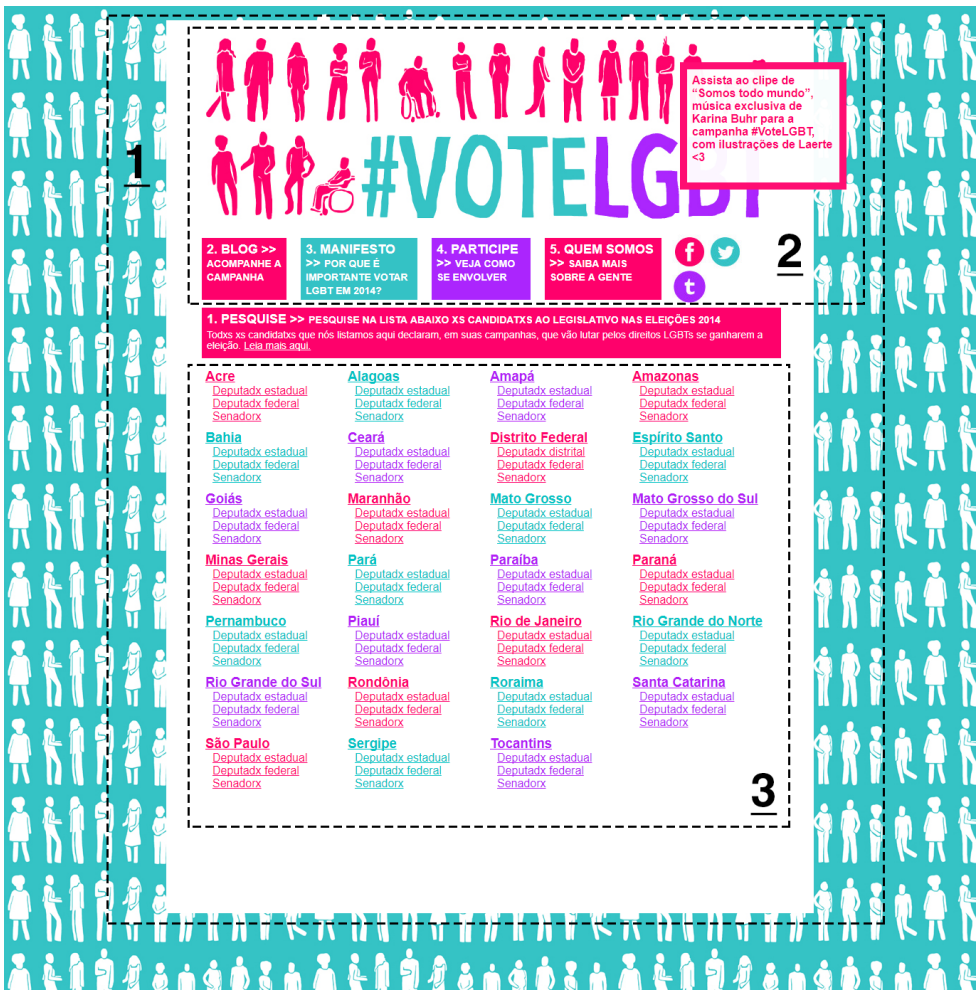
Conforme apontado, analisa-se nesta seção as ferramentas sociais digitais elaboradas pela campanha #VoteLGBT para os pleitos eleitorais de 2014 e 2016, que correspondem ao site institucional e à plataforma #MeRepresenta, respectivamente. Nesse último ano, embora a campanha também dispusesse de um site, não era dedicado exatamente para o apoio aos cidadãos, além de manter um aspecto estático e simplificado, perdendo a função que tinha na eleição anterior. Em decorrência, escolheu-se para as análises das estruturas e funcionalidades as duas ferramentas mencionadas inicialmente. Porém, é preciso fazer um apontamento pertinente sobre a plataforma #MeRepresenta: desde sua disponibilização, teve ao menos quatro alterações na sua interface, sendo três ainda em 2016 e uma em 2017. Aquela que interessa para

esta análise corresponde à configuração final destinada aos eleitores e candidatos, ou seja, a segunda, disponível partir de 15 de setembro de 2016.

5.2.1 Site institucional (2014)

O site desenvolvido em 2014 foi pensado tanto para ser a ferramenta de auxílio aos eleitores como a página institucional da campanha – além dos perfis nos sites de redes sociais. Assim, ambas as funções mesclaram-se na estrutura da página de modo que o usuário consiga compreender cada uma delas na interface. Ao entrar na página inicial do site, o usuário já consegue encontrar essa distinção, pois em uma parte há caminhos que levam aos conteúdos informativos da campanha e em outra que levam aos das candidaturas. Para facilitar o entendimento acerca da distribuição dos conteúdos, optou-se por marcações através da delimitação de zonas com formas retangulares e numeração correspondente.

Figura 4 - Página inicial do site da campanha (2014)



Fonte: *print screen* elaborado pelo autor (de www.votelgbt.org).

Assim, a partir da página inicial, é possível delimitar três zonas (Z): a primeira (Z1), fixa, que corresponde à prancheta principal, na qual todos os conteúdos das páginas são inseridos; a segunda (Z2), também uma estrutura fixa, que corresponde ao cabeçalho, no qual estão presentes a marca da campanha, o menu, os botões que direcionam para os sites de redes sociais (Facebook, Twitter e Tumblr) e um *box* (caixa) que direciona o usuário para o clipe da música da campanha, criada por Karina Buhr, no YouTube; e a terceira (Z3), que apresenta de início a listagem das candidaturas e cujos conteúdos variam de acordo com o menu navegado. Todo o site foi construído utilizando-se a paleta de cores da campanha e ícones que representam figuras humanas, de diferentes formas e tamanhos, justamente para associar uma ideia de diversidade de corpos, identidades e gêneros.

No menu (Z2) há cinco abas para a navegabilidade do usuário: "Pesquise", "Blog", "Manifesto", "Participe" e "Quem somos":

a) Na aba "Pesquise" – única não fixa, que desaparece ao se navegar – há um conteúdo *instrutivo*, que ensina um "modo de usar" das eleições 2014: indica quais os cargos em disputa (presidente, governador, senador, deputado federal e deputado estadual); a correspondência entre local de votação e oferta de candidatos, ou seja, o fato de que o eleitor só pode escolher entre aqueles que disputam no seu Estado – exceto para a presidência; orienta os eleitores sobre como acessar as candidaturas no site. Nesta aba constam, ainda, duas advertências importantes para o eleitor: a primeira é que os candidatos listados foram selecionados a partir das declarações realizadas por eles em suas campanhas, de que lutariam pelos direitos LGBTs nos seus mandatos, caso ganhassem; a segunda é que a iniciativa não recomenda candidato de nenhum partido, em especial, mas sim que o eleitor pesquise sobre os partidos e suas coligações e "vote em quem achar melhor – desde que seu voto vá para alguém comprometido com a população LGBT".

b) Pela aba "Blog" é possível acompanhar a campanha, através de conteúdo *informativo* referente às ações desenvolvidas e posicionamentos tomados, em estrutura de notícia (com título, data e horário de publicação, e etiqueta com termos-chave). Dentre os conteúdos publicados – 14, ao todo – estão: anúncio do lançamento da campanha, do andamento da inserção das candidaturas; disponibilização da música e clipe da campanha ("Somos todo mundo"); debates sobre a função dos parlamentares, sobre identidade de gênero (assinados por pessoas que não necessariamente faziam parte da campanha); critérios de escolha dos candidatos; posicionamento sobre as declarações preconceituosas do então candidato Levy Fidelix, sobre a utilização do "x" nos textos; a repercussão na mídia (Folha de São Paulo). Outro

conteúdo importante publicado foi uma chamada à ação, em que os usuários eram convidados a aderirem à campanha através do envio de uma imagem ou vídeo curto deles com a mensagem "#VoteLGBT" escrita em um cartaz. Essas imagens (ou vídeos) iriam compor um vídeo promocional da campanha, porém havia restrições à menores de 18 anos sem responsável – por questões de direitos de imagens –, fotos em que a mensagem tivesse sido montada digitalmente, e aos *haters*, ou seja, aos usuários que expressassem mensagens ofensivas, discriminatórias ou de ódio.

c) Na aba "Manifesto" há um texto – em duas partes, "Acorda, Alice!" e "Fazer a egípcia não resolve nada" – dedicado a mostrar a importância de votar LGBT em 2014. Na primeira – que faz alusão ao meme "Acorda Alice, você não está no País das Maravilhas" –, disserta-se sobre o cenário de desigualdades e violência no qual estão inseridas as pessoas LGBTs no Brasil e de como o avanço organizado de bancadas congressistas conversadores contribuem para manter e ampliar tal situação. Alguns dados importantes são resgatados aqui a respeito da bancada evangélica no Congresso Nacional: 36 integrantes foram eleitos em 2006 e 73 em 2010, o dobro; além disso, em 2014 houve um aumento de 47% no número de candidatos que utilizaram o título de pastor no nome. Nesse texto, percebe-se que a bancada evangélica é considerada a mais perniciosa para as pautas e políticas públicas pró-diversidade. Na segunda parte, destaca-se que a falta de empatia para com os problemas apresentados é desinteressante para a luta e que o momento oferecia uma oportunidade para se mostrar força, através da escolha dos candidatos que, realmente, defendem os direitos LGBTs. Aqui, expressa-se a perspectiva da campanha, discutida na seção anterior a partir do nome: votar LGBT significa votar em pessoas que são, independente de orientação sexual ou identidade de gênero, pró-LGBT, ou seja, não precisam *ser*. Isso, portanto, vai ao encontro das necessidades de ocupação dos espaços políticos e de diminuição da sub-representação nesses espaços, como no Congresso.

d) A aba "Participe" é dedicada a indicar maneiras de como os usuários poderiam participar da campanha: primeiro, votar LGBT, pelas razões apresentadas no manifesto; segundo, disseminar a campanha nos perfis nos sites de redes sociais, compartilhando com os contatos e usando a hashtag #VoteLGBT; terceiro, disponibilizando-se para ajudar na campanha ou sugerindo candidatos que pudessem integrar a listagem, enviando além da indicação algum material que revelasse a aderência às causas – tanto por email como através das redes sociais. Está disponível nessa página também os nomes dos seis coordenadores da campanha e de mais 14 colaboradores – sem contatos ou links para páginas pessoas externas.

e) Por fim, a quinta aba, "Quem somos", apresenta a campanha – já definida anteriormente. Essa aba cumpre também a função de contato – apesar de haver nas demais o

endereço de email –, pois nela é informada a possibilidade de o candidato se comunicar, caso não esteja de acordo com as informações disponibilizadas sobre sua candidatura.

A organização das candidaturas, na Z3, segue conforme a ordem alfabética dos nomes das Unidades Federativas (UF). Assim, a busca pode ser realizada a partir do estado (quando o usuário clica acessa todas as candidaturas disponíveis) ou do cargo disputado (deputado federal, estadual ou senador). Ao se acessar determinada UF, aparecem as informações dos candidatos (nome, número, imagem, cargo e estado), porém não se segue uma ordem definida por cargo – supõe-se que seja a de inserção na página pelo gerenciador, portanto, aleatória – o que pode influir negativamente na navegação do usuário, dificultando o acesso às informações disponibilizadas.

Figura 5 - Exemplo de página de candidatos (2014)

Fonte: *print screen* elaborado pelo autor (de www.votelgbt.org).

Nesse primeiro contato com as figuras dos candidatos o eleitor não encontra as suas filiações partidárias (sigla ou nome do partido), essa informação surge em outro nível de acesso, quando clica-se sobre o nome do candidato, juntamente com o endereço de alguma página oficial deles, a mesma foto apresentada no nível anterior, outra imagem de campanha e as respostas às três perguntas feitas pela coordenação (Quais são suas principais propostas para a população LGBT? Quais outras propostas da sua candidatura você gostaria de destacar? Qual sua mensagem para as eleitoras e os eleitores LGBTs?). Em alguns casos não há respostas disponíveis, o que pode sugerir que ou não foram respondidas (por desinteresse dos candidatos pela iniciativa) ou só não foram inseridas no site (por questões de organização ou mesmo ideológicas). Depois do resultado das eleições, houve a inserção do desempenho do candidato (colocação, número de votos e se foi eleito o não).

Depois que o usuário escolhesse a página de determinada UF (ou candidato), teria acesso às demais da listagem por meio da barra lateral. A navegação para se chegar até a lista ou a um candidato em si é bastante simples, com um e dois níveis (cliques). O site apresenta vários recursos ao longo das suas páginas, como hipertextualidade, através de links para páginas externas ou mesmo internas; conteúdo multimídia (além do texto escrito, imagens e vídeos integrados); interatividade, possível através de seção disponível no rodapé das páginas, em que os usuários podiam escrever comentários – muitos correspondiam a sugestões de melhoria, de candidato, apoio à iniciativa, crítica à algum candidato, ou mesmo discussões sobre a temática da campanha – e compartilhar as páginas[76].

A busca e prospecção dos candidatos em 2014, como mencionou-se, era realizada pela organização da iniciativa, levando em conta as propostas apresentadas por eles em seus materiais de campanha ou, no caso daqueles eleitos antes, que tiveram alguma atuação parlamentar pró-direitos LGBT. Os eleitores também podiam indicar através do site, porém era realizado um trabalho checagem de cada um antes de visibilizá-lo. Assim, a partir do levantamento realizado no site, foram encontradas 269 candidaturas para esse pleito, entre os três cargos para o legislativo, de todos os estados mais o Distrito Federal e 19 partidos diferentes. Não se teve acesso ao número de visitas ao site, o que poderia ajudar a comparar o número de candidatos ao de usuários.

[76] Para tanto, implementou-se um plugin chamado *Disqus*, que oferece uma plataforma centralizada de discussões e postagem de comentários para sites.

Quadro 6 - Número de candidatos cadastrados (2014)

Número de candidatos	Número de partidos	Estados
269	19	27

Fonte: O autor (2017).

Em 2014 havia 32 partidos aptos para disputar as eleições, embora muitos desses não expressem claramente suas posições no espectro político – é mais frequente determinado candidato se posicionar –, é possível apontar que os partidos que se consideram de esquerda[77] foram os que mais tiveram candidaturas alinhadas às expectativas da iniciativa, ou seja, pró-direitos LGBT. São eles: Partido Socialismo e Liberdade (PSOL), com 93; Partido dos Trabalhadores (PT), 67; Partido Socialista dos Trabalhadores Unificado (PSTU), 32; Partido Comunista do Brasil (PCdoB), 21; e Partido Socialista Brasileiro (PSB), com 19.

Quadro 7 - Relação de candidatos por partidos castrados (2014)

Partidos	Número de candidatos	Partidos	Número de candidatos
PSOL	93	PCB	2
PT	67	PPL	2
PSTU	32	PSL	2
PCdoB	21	PHS	1
PSB	19	PMDB	1
PV	7	PP	1
PSDB	6	PRP	1
PTB	6	PTdoB	1
PDT	3	SD	1
PPS	3		

Fonte: O autor (2018).

Se for estabelecida uma relação de proporcionalidade entre o número de candidatos cadastrados no site e o de candidatos que disputaram as eleições em âmbito nacional, é possível chegar a uma média por partido. Tomando como referência os cinco mencionados antes, tem-se: PSOL, um para 11; PT, um para 18; PSTU, um para sete; PCdoB, um para 37; PSB, um para 61 – números arredondados. Assim, aquele partido que apresentou melhor média foi o PSTU, já que entre sete candidatos havia pelo menos um com propostas pró-LGBT. Isso, claro,

[77] Para uma compreensão das noções de esquerda e direita, liberalismo e conservadorismo: <https://www.geledes.org.br/politica-o-que-e-ser-esquerda-direita-liberal-e-conservador/>. Acesso em: 7 fev. 2018.

tem relação com a quantidade de candidatos que disputaram as eleições 2014 pelo partido, 233, entre os três cargos legislativos (foco da campanha) – pelo PSOL disputaram 1.059; PT, 1.212; PCdoB, 781; e PSB, 1.177[78].

Quanto à distribuição por estado, aqueles tiveram mais candidaturas foram São Paulo, Rio de Janeiro, Distrito Federal, Minas Gerais, Rio Grande do Sul e Pernambuco. Nota-se que esses estados estão também entre os dez maiores colégios eleitorais do país, de acordo com o Tribunal Superior Eleitoral (TSE). São Paulo, além de ter o maior número de eleitores, foi o local em que a #VoteLGBT começou, onde residem a maioria dos organizadores da campanha. Isso, portanto, pode ter contribuído para que houvesse mais candidatos catalogados, justamente pelos aspectos de proximidade e familiaridade com o cenário político estadual.

Quadro 8 - Candidatos cadastrados por estado (2014)

Estados	Número de candidatos	Estados	Número de candidatos
SP	59	PB	6
RJ	23	PI	6
DF	20	MS	4
MG	18	SE	4
RS	17	MA	3
PE	16	AC	2
PR	13	AP	2
CE	12	MT	2
GO	12	RR	2
SC	12	TO	2
BA	10	AL	1
ES	7	AM	1
PA	7	RO	1
RN	7		

Fonte: O autor (2018).

Como mencionado, ao término das eleições a campanha inseriu no site o desempenho dos candidatos, indicando a colocação, quantos votos receberam e se conseguiram ser eleitos ou não. A partir do levantamento e dos dados publicados no Facebook, verificou-se que dos 269 foram eleitos 39: 21 deputados federais; 17 deputados federais; e um senador apenas. Apenas nove de 19 partidos presentes no site conseguiram eleger algum candidato: o PT, 14; PSOL, dez; PCdoB, seis; PSB e PSDB, três cada; PMDB, PP e PPS apenas um, cada. O PSTU,

[78] Esses dados foram retirados do site do Tribunal Superior Eleitoral (TSE). Disponível em: http://www.tse.jus.br/eleitor-e-eleicoes/estatisticas/eleicoes/eleicoes-anteriores/estatisticas-candidaturas-2014/estatisticas-eleitorais-2014-resultados. Acesso em: 31 mai. 2017.

terceiro partido com mais candidatos cadastrados no site e o que tinha a maior média, não elegeu nenhum representante pró-LGBT.

Quadro 9 - Relação de candidatos cadastrados por eleitos, por cargo (2014)

Cargo	Candidatos cadastrados	Candidatos eleitos
Senador	29	1
Deputado Federal	109	17
Deputado Estadual	131	21

Fonte: O autor (2018).

Não é o objetivo aqui apresentar alguma relação de causalidade entre a atuação da campanha ciberativista #VoteLGBT e os resultados das eleições 2014, especialmente por se acreditar que faltam parâmetros precisos para tanto. A própria não eleição de candidatos do PSTU em detrimento dos de outros partidos expressa a dificuldade em apontar quais os impactos diretos da campanha nos resultados. Soma-se a isso outros fatores eleitorais que fogem ao próprio controle da iniciativa, como, por exemplo, o tempo de propaganda no rádio e na televisão dos candidatos e a disponibilização de verbas pelos partidos aos candidatos.

Porém, é possível inferir que a campanha ajudou, com efeito, a visibilizar essas candidaturas na medida em que o site se tornou mais uma ferramenta de divulgação à disposição daquelas cujas propostas em defesa dos direitos de pessoas LGBT eram desconhecidas tanto para os partidos como, e principalmente, para os eleitores. Conforme mostrou-se, os usuários tinham a possibilidade de indicar algum candidato, seja por email ou pelas demais páginas nos sites de redes sociais, e podiam repercutir tal indicação em seus perfis pessoais. Esse elemento colaborativo resulta de uma chamada à ação, um instrumento de mobilizar ou organizar comum em diferentes tipos de ações ciberativistas.

Nos dados mostrou-se que os partidos que se localizam à esquerda no espectro político foram os que apresentaram mais candidaturas pró-LGBT – ver quadro 7. Como exposto no capítulo sobre a história do movimento, nem sempre esquerda esteve alinhada à pauta LGBT no Brasil, e no mundo. Essa demora para compreender a importância das questões apresentadas deu-se por causa da visão de que um movimento multiclassista poderia prejudicar a classe operária trabalhadora. Com isso, a chamada esquerda não enxergava a inserção de tais questões em seus projetos de mudança da sociedade. Essa aproximação entre movimento LGBT e partidos políticos veio a ocorrer somente nos anos 1990, como a proposição de um projeto de

lei – pela deputada federal Marta Suplicy, então do PT – contemplando a união civil entre pessoas do mesmo sexo.

É interessante ressaltar que os partidos políticos com mais candidatos cadastrados no site são também aqueles que primeiro implementaram em suas estruturas partidárias setoriais LGBT: o PT em 1992; PSTU em 1994; PSB em 2007; PSOL em 2011; PCdoB em 2011 (um coletivo); PV em 2013. Outros partidos que tiveram candidatos no site, porém que se identificam ao centro ou à direita no espectro, também possuem setoriais em suas estruturas, como é o caso do PSDB, desde 2006, PTB; em 2010, e PMDB, em 2009 – um coletivo (SANTOS, 2016b). Essa multiplicação de setoriais, núcleos ou coletivos vinculados aos partidos pode ser relacionada com o processo de institucionalização das questões do movimento LGBT no país, "demonstrada pelo maior foco do ativismo em estabelecer organizações formais voltadas a demandas por direitos civis no campo político institucional" (SANTOS, 2016b, p. 189).

A campanha ciberativista #VoteLGBT certamente não reuniu em seu site a totalidade das candidaturas pró-LGBT do Brasil, contudo, conseguiu mostrar que elas existem, que estão, em alguma medida, capilarizadas por diferentes partidos e estados, e que podiam ser alcançadas com facilidade pelos eleitores. No pouco tempo de atuação em 2014 – pouco mais de um mês –, conseguiu visibilizar um número de candidatos que talvez não fosse imaginável ou que se acreditasse que não existia, e parte resulta do desconhecimento ou mesmo da rejeição da causa política e das demandas da população LGBT.

Esse curto período de tempo pode somar-se ao efetivo pequeno de pessoas na organização da iniciativa para explicar o número de candidatos cadastrados e visibilizados, uma vez que eles passavam por uma verificação das suas reais preocupações com a causa. Além disso, é possível considerar o fato de que muitos candidatos, devido à falta de recursos financeiros ou humanos, não conseguem elaborar ou divulgar com clareza as suas propostas – mesmo que haja intenções que vão ao encontro das expectativas da iniciativa –, o que dificulta o trabalho de checagem e confirmação.

O site elaborado e disponibilizado pela campanha em 2014 oferecia recursos aos eleitores fundamentais para o conhecimento dos candidatos, sem exigir grande esforço por parte deles quanto à navegação; assim, procurou ser objetivo, dentro das possibilidades, ao apresentar a listagem na primeira página. Ao mesmo tempo, para suprir a falta de mais informações sobre as intenções dos candidatos, a campanha realizou três perguntas acerca das propostas e as disponibilizou juntamente com os dados dos candidatos – nem todas as respostas estão disponíveis.

Nesse sentido, é possível apontar que o site cumpriu uma função básica de *curadoria*, ou seja, que concebia uma organização de candidaturas baseada em propostas pró-direitos de pessoas LGBT declaradas, que eram conferidas e chanceladas como aptas para serem disponibilizadas junto aos eleitores, cumprindo, assim, o objetivo inicial de visibilizá-las, em conjunto com o debate sobre diversidade sexual e de gênero.

5.2.2 Plataforma #MeRepresenta (2016)

No ano de 2016 foi desenvolvido um novo site de apoio aos eleitores e candidatos, a plataforma #MeRepresenta, o que significou uma mudança no *modus operandi* da atuação da iniciativa: mudou-se as formas de cooptação, apresentação, busca e escolha dos candidatos; amplia-se as lutas reivindicadas e os atores que estão à frente. Como já mencionado, a plataforma teve diferentes alterações em sua interface até chegar na versão final destinada aos cidadãos, sendo essa a escolhida para análise nesta seção.

A plataforma #MeRepresenta surgiu a partir da cooperação entre diferentes coletivos e organizações com o objetivo comum de promover o respeito aos direitos humanos, a partir das temáticas da diversidade sexual e identidade de gênero, igualdade racial e de gênero e direito à cidade. Desse modo, buscou diminuir a distância entre os cidadãos e a classe política, divulgando as posições dos candidatos acerca das pautas que constroem as temáticas apresentadas pela iniciativa, constituindo, assim, um tipo de banco de dados de acesso público.

Assim como realizado junto ao site da campanha #VoteLGBT, optou-se, aqui, pela análise a partir da página inicial com a definição de zonas que sinalizam a forma como os conteúdos foram distribuídos para o acesso do usuário. Dessa maneira, pode-se delimitar duas zonas (Z): a primeira (Z1), que corresponde ao menu principal do site, que é fixo e adaptativo, ou seja, continua ao alcance do usuário conforme acessa as demais páginas – além de um botão que direciona para a página própria do #MeRepresenta no Facebook; e a segunda (Z2), que refere-se ao tipo de acesso para cada perfil de usuário da plataforma (se eleitor ou candidato), e à possibilidade de voluntariado.

Figura 6 - Página inicial da plataforma #MeRepresenta (2016)

Fonte: *print screen* elaborado pelo autor (de merepresenta.org.br).

Todo a plataforma utiliza uma paleta com predominância de duas cores (roxo e amarelo), diferentes daquelas que compuseram a do site de 2014. Além disso, chama a atenção na página inicial a imagem de fundo: uma fotografia feita no Rio de Janeiro, em 1968, durante uma passeata contra a censura liderada por importantes mulheres artistas do cinema e teatro da época – Eva Tudor, Tônia Carrero, Eva Wilma, Leila Diniz, Odete Lara e Norma Bengell. Tal imagem, além de memorizar um ato de resistência, está diretamente relacionada com uma das temáticas da iniciativa #MeRepresenta, a igualdade de gênero; nela, as mulheres resistem e protagonizam atos contra o revés da cultura, num período marcado pelo cerceamento das vontades e dos direitos individuais e coletivos.

No menu principal (Z1) há três abas para a navegabilidade do usuário: “Contato”, “Sobre o projeto” (“Saiba mais”) e “Política de privacidade”:

a) Na aba “Contato”, foi disponibilizado um formulário através do qual as pessoas podiam escrever para os organizadores, sendo necessário informar o nome, email, a cidade e a mensagem; feito isso, bastava clicar no botão enviar – não havia um campo para o assunto da mensagem, como geralmente há em formulários de contato.

b) Na aba “Sobre o projeto” (ou “Saiba mais”), o conteúdo tinha um aspecto tanto *instrutivo* como *informativo*. Havia um vídeo curto (2 minutos) incorporado na página (hospedado no YouTube), intitulado “Tutorial #MeRepresenta”, em que alguns organizadores dessa iniciativa e integrantes do #VoteLGBT (Evorah Cardoso e Gui Mohallem) apresentam a plataforma e explicam como ela funciona, orientando o usuário sobre os procedimentos para

utilizá-la. Na parte inferior, o texto informa o que é o #MeRepresenta, o critério para a inclusão de candidaturas no site e como funciona o ranqueamento delas. Os candidatos às câmaras municipais de qualquer cidade do país podiam se cadastrar e responder as 14 perguntas declarando suas opiniões a respeito das pautas de direitos humanos; além disso, equipes de voluntários em diferentes cidades (São Paulo, Rio de Janeiro, Recife, Porto Alegre, Belo Horizonte, Salvador e Campinas) realizaram uma "busca ativa" junto aos candidatos de modo a pressioná-los para que respondessem as perguntas – um dos objetivos dessa ação foi obter dados estatísticos que possibilitassem a análise dos perfis dos candidatos, partidos e das coligações em relação às pautas do #MeRepresenta. Quanto ao ranqueamento, as candidaturas são mostradas para os eleitores de acordo com a concordância em relação às pautas elencadas, além de serem considerados os partidos que formam as coligações dos candidatos, ou seja, atenta-se para o fato da não exclusividade do voto no candidato, sendo direcionado também para a toda a coligação – embora um candidato seja altamente favorável as pautas de direitos humanos, sua coligação pode ser considerada hostil. Como mencionado, a plataforma foi desenvolvida através da parceria entre diferentes coletivos e organizações, e nessa página tais atores apresentados: a campanha #VoteLGBT, a campanha #AgoraÉQueSãoElas, a Rede Feminista de Juristas (DeFEMde), o grupo LGBT Brasil, a organização não governamental Centro Feminista de Estudos e Assessoria (CFEMEA), e a Rede Nossas Cidades (Meu Rio, Minha Sampa, Meu Recife e Minha Porto Alegre).

c) Na terceira aba do menu, informa-se ao usuário sobre a política de privacidade do site, de modo a esclarecê-lo sobre a transparência e o armazenamento das informações de acesso. Conforme constava no preâmbulo, ao acessar a página, determinadas informações dos usuários seriam armazenadas nos servidores da iniciativa #MeRepresenta, como o Protocolo de Internet (IP), a navegação através do site, o software utilizado e o tempo de navegação. Essas informações não identificariam o usuário em si, mas serviriam para análise do tráfego na página; informações de identificação dos usuários, como nome, endereço e outras fornecidas por meio dos formulários, serviriam para fins estatísticos da organização, sem divulgação para o acesso geral. Entretanto, era informado ao usuário da plataforma que a iniciativa se isentava da responsabilidade pela segurança dessas informações. Em linhas gerais, as disposições da política de privacidade trataram da não utilização dos dados dos usuários para outros fins diferentes daqueles já expressos; da garantia, pelos usuários, da veracidade e atualidade dos dados fornecidos, uma vez que não havia uma verificação por parte da organização; da possibilidade de captura desses dados por terceiros via práticas maliciosas, embora a plataforma adote níveis de segurança; da isenção da iniciativa sobre a conduta dos usuários; da

possibilidade de correção dos dados fornecidos ou exclusão, caso necessário; da possibilidade de atualização da política de privacidade sem aviso prévio.

Na outra zona (Z2) de conteúdo da página inicial estavam disponíveis duas opções (botões) referentes ao tipo de acesso para cada perfil de usuários, divididos em eleitores e candidatos, além da opção para o cadastro de voluntário. Ao clicar sobre o botão "Quero ser um voluntário", o usuário era direcionado para uma página de cadastro, na qual estava disponível um formulário – com o título "Voluntarie-se para fazer o #MeRepresenta acontecer na sua cidade!" – com campos para a inserção de nome, sobrenome, email, telefone e a escolha da cidade – preenchidos bastava clicar no botão Enviar. Desse modo, além de se cadastrarem na plataforma, os eleitores também poderiam compor a iniciativa de outra maneira, no caso aderindo como voluntários, aumentando assim a rede de colaboradores, espalhados por diferentes municípios em todo país. Embora não tenha se obtido dados precisos quanto ao número de voluntários cadastrados e ativos, foi possível verificar na própria página – logo abaixo do formulário – o número expressivo de 2.574 voluntários – até 01 de outubro de 2016.

Os candidatos que desejavam participar da plataforma #MeRepresenta deveriam acessá-la através da opção "Sou candidato(a)". Para iniciar o cadastro era preciso realizar o login por meio de uma conta no Facebook, e isso possibilitava a importação automática da foto de perfil usada pelo candidato para a plataforma. Em seguida, era preciso fornecer dados para a identificação – pessoais e de campanha –, como nome e número de urna do candidato, email, data de nascimento, CPF, partido político e confirmação do município de voto. Concluída essa etapa, havia um processo de conferência dos dados, confrontando-os com aqueles disponibilizados pela Justiça Eleitoral, através da plataforma DivulgaCand[79].

[79] Disponível em: <http://divulgacandcontas.tse.jus.br/divulga/#/>. Acesso em: 20 dez. 2017.

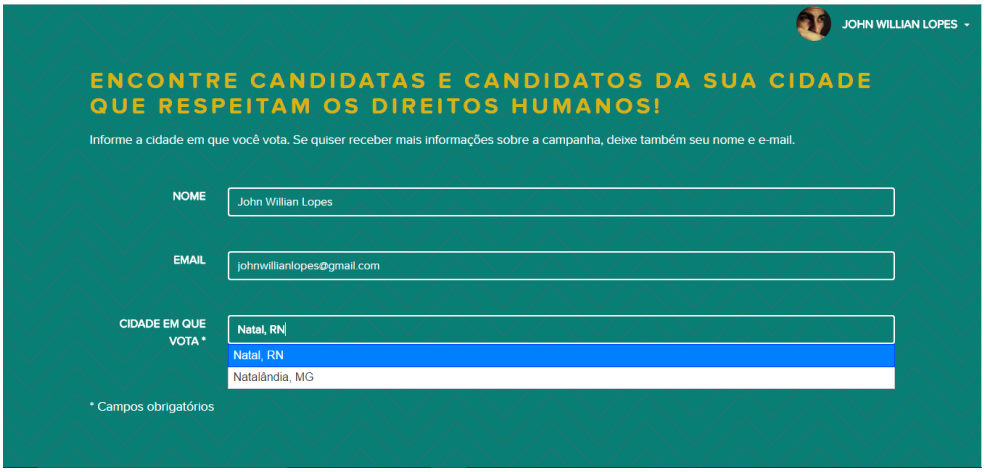
Figura 7 - Página de cadastro de candidatura na plataforma #MeRepresenta (2016)

Fonte: *print screen* elaborado pelo autor (de merepresenta.org.br).

Além dos dados obrigatórios exigidos, havia um campo destinado à inserção de uma pequena biografia dos candidatos, através da qual era possível um contato mais direto com os eleitores, em termos de apresentação pessoal e de outros aspectos relacionados às intenções ou mesmo ao histórico dos candidatos. No momento seguinte, os candidatos tinham de responder ao questionário com as 14 perguntas de direitos humanos, com alternativas de respostas "sim" ou "não". O objetivo dessa delimitação de tipos de respostas era demarcar a posição dos candidatos quanto às pautas apresentas (se favoráveis ou não), bem como facilitar a comparação entre eles e a escolha dos eleitores. Desse modo, a nota do candidato correspondia ao número de pautas declaradamente apoiadas – variando entre zero e 14 –, porém aqueles que não apoiassem nenhuma seriam suspensos da plataforma, tendo em vista que a intenção é aproximar aqueles que defendem pautas de direitos humanos e eleitores. Após esse processo, o cadastro da candidatura era concluído e disponibilizado na plataforma.

O acesso dos eleitores, por sua vez, ocorria através da opção "Sou eleitor(a)", também na página inicial. Ao fazê-lo, era obrigatório conectar uma conta do Facebook – assim como no caso dos candidatos – e permitir que a plataforma recebesse as informações do perfil público do usuário. Em seguida, o eleitor, já com acesso liberado, era direcionado para uma página de cadastro, com campos para a inserção do nome e email – caso quisessem receber informações da campanha –, e da cidade onde votava, de modo que com isso as candidaturas referentes à sua cidade seriam listadas.

Figura 8 - Página de cadastro de eleitor na plataforma #MeRepresenta (2016)



Fonte: *print screen* elaborado pelo autor (de merepresenta.org.br).

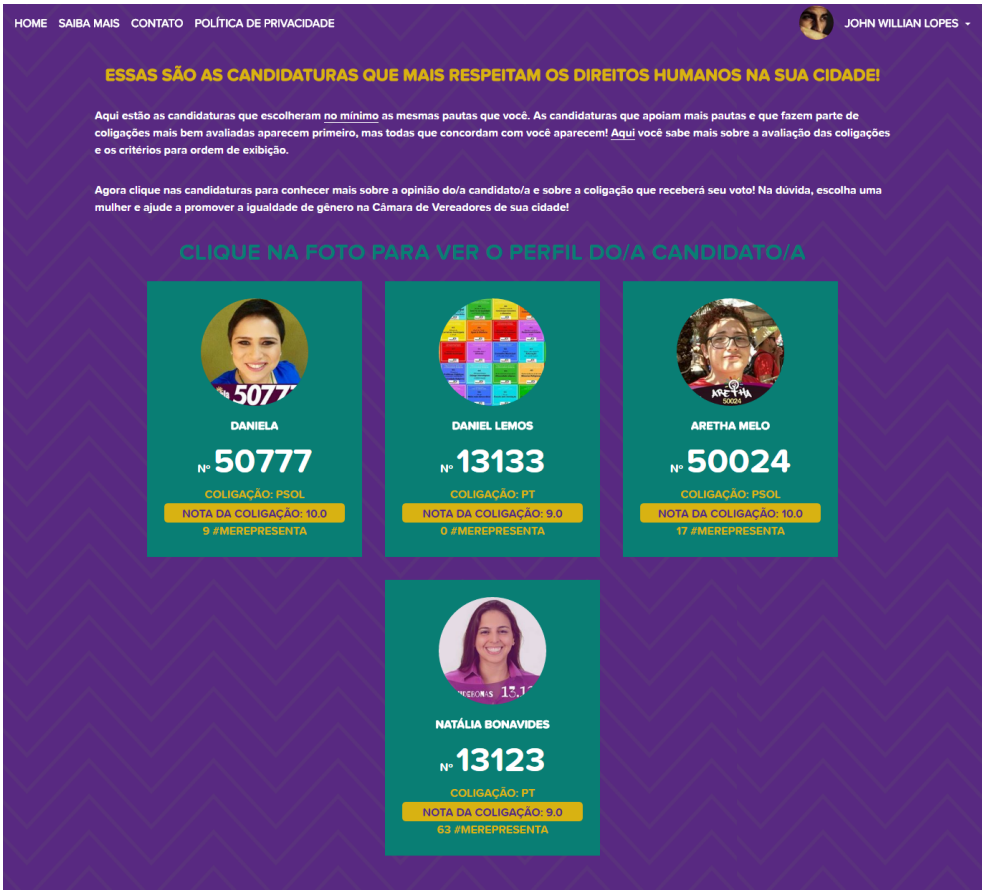
Realizado o cadastro, o eleitor deveria responder as 14 perguntas marcando aquelas correspondentes às pautas consideradas importantes para ele como critério para definição do voto. Tais perguntas, segundo informação retirada da plataforma, foram selecionadas a partir de pautas históricas dos movimentos sociais LGBTs, feministas, pela igualdade racial e de direito à cidade: 1) adoção de crianças por famílias LGBTs; 2) uso de banheiros por pessoas travestis e transexuais de acordo com sua identidade de gênero; 3) cota de 50% para mulheres no Legislativo, garantindo representatividade étnico-racial e respeito à identidade de gênero autodeclarada; 4) promoção de igualdade de gênero e raça e o respeito às orientações sexuais e identidades de gênero nas escolas; 5) cotas raciais e ações afirmativas para a população negra; 6) proibição da realização de cultos e o uso de símbolos religiosos em repartições públicas; 7) impedimento de ocupação de cargos públicos por homens que tenham agredido mulheres; 8) descriminalização e legalização do aborto; 9) criminalização da lesbofobia, homofobia, transfobia e bifobia; 10) desmilitarização da polícia; 11) desapropriação de imóveis abandonados para criação de moradias de interesse social; 12) licenciamento ambiental que proteja populações vulneráveis em áreas atingidas por grandes empreendimentos; 13) abertura de maiores espaços de participação direta da população na definição do orçamento municipal; 14) quebra dos contratos com empresas de mobilidade que não têm auditoria de custos e uma gestão transparente.

Ao escolher as pautas, o usuário tinha acesso aos candidatos – pelo botão “Encontrar candidaturas” – que aderiram à plataforma na mesma cidade. Em seguida, uma nova página mostrava a relação, apresentando a imagem de perfil do candidato (a mesma utilizada no Facebook no momento do cadastro), o nome e o número de urna, a coligação, o partido, a nota

da coligação e o número de eleitores que escolheram determinada candidatura. As candidaturas eram apresentadas conforme a escolha das pautas pelos eleitores, ou seja, que eram minimamente consoantes com relação às respostas. Além desse critério, a avaliação das coligações também contribuía para que determinados candidatos aparecessem primeiro. Nessa mesma página havia um link através do qual o eleitor poderia acessar um documento que detalhava os critérios da ordem de exibição e de como os candidatos, partidos e coligações foram avaliados – mais adiante se descreverá melhor estes elementos.

Antes de o eleitor usuário da plataforma acessar o perfil de determinado candidato, havia uma recomendação importante: em caso de dúvidas, o eleitor poderia escolher uma mulher e ajudar a promover a igualdade de gênero nas câmaras municipais. Essa pauta é, certamente, uma das mais acionadas dentro do movimento feminista, bem como está presente dentro do movimento LGBT e negro. Em vista disso, é possível inferir que a pauta de igualdade de gênero é, em alguma medida, preferível dentre aquelas dispostas, mesmo que houvesse a possibilidade de o eleitor não a ter marcado como relevante para a sua decisão de voto.

Figura 9 - Exemplo de página de candidatos da plataforma (2016)



Fonte: *print screen* elaborado pelo autor (de merepresenta.org.br).

Ao clicar sobre a foto de determinado candidato, o eleitor tinha acesso ao perfil completo, com os dados fornecidos no cadastro da candidatura. Outras informações relevantes também eram disponibilizadas, como a nota atribuída ao partido, as respostas dos candidatos sobre as questões referentes às pautas, a biografia também fornecida por eles, um botão que permitia a escolha de determinada candidatura como representante ("me representa"), a lista de outros candidatos pertencentes à mesma coligação e com nota igual a daquele visualizado pelo eleitor. Havia, ainda, uma advertência a respeito das coligações: de que os votos em um candidato iriam para todos os partidos de sua coligação, o que poderia resultar na eleição de alguém que o eleitor não escolheria – novamente o eleitor era instruído a verificar os critérios de avaliação de partidos e coligações. Isso revela a preocupação da iniciativa em informar o eleitor sobre a importância das coligações e de como influenciam no processo eleitoral: embora se escolha um candidato que esteja presente na plataforma e seja favorável aos direitos humanos (às pautas apresentadas), seria possível eleger outro cujas intenções se distanciavam dos objetivos propostos pela #MeRepresenta, por isso era mister atentar para os demais partidos da coligação, sendo essa verificação possibilidade pelas notas atribuídas.

Figura 10 - Exemplo de página de perfil do candidato na plataforma (2016)

Fonte: *print screen* elaborado pelo autor (de merepresenta.org.br).

Os eleitores usuários poderiam refazer o questionário caso julgassem necessário, de modo que poderia resultar na apresentação de outras candidaturas, de acordo com as novas respostas, indicando que a organização da iniciativa entendia que os eleitores poderiam reavaliar seus critérios de decisão do voto. Por fim, era possível compartilhar a página da plataforma no Facebook – através de um botão –, ajudando a visibilizar a iniciativa e, consequentemente, as candidaturas pró-direitos humanos.

Como mencionado, os organizadores da iniciativa #MeRepresenta realizaram uma avaliação dos partidos e coligações que disputaram as eleições municipais em 2016 e estabeleceram critérios para o ranqueamento das candidaturas apresentadas ao eleitor. As notas atribuídas aos candidatos correspondiam ao número de pautas aderidas, de zero a 14. As notas dos partidos foram atribuídas com base na atuação deles na Câmara dos Deputados quanto à votação de projetos importantes para os direitos humanos, bem como pela participação ou não em frentes e bancadas favoráveis ou contrárias a esses direitos, assim, avaliou-se a atuação proporcional dos deputados federais junto aos projetos e grupos parlamentares – a escolha dos projetos definidos como amostra importante foi realizada pelos integrantes que compuseram a iniciativa. A escolha da Câmara dos Deputados como parâmetro ocorreu devido à inviabilidade de avaliar a atuação dos partidos em todos os municípios brasileiros, mesmo reconhecendo-se que poderia haver diferenças quanto ao comportamento deles sobre os direitos humanos no âmbito municipal.

Cada partido (35) recebeu uma nota entre zero e 100, calculada a partir de quatro critérios, valendo 25 pontos cada um: igualdade de gênero (votação a favor e contrária ao Projeto de Lei 5069/2013); igualdade racial (votação a favor e contrária à Proposta de Emenda Constitucional 171/1993); LGBT (se o partido era considerado de vanguarda, promissor, pragmático ou hostil)[80]; participação em frentes e bancadas (Frente Parlamentar Mista da Família e Apoio à Vida, Bancada Ruralista e Frente Parlamentar em Defesa dos Direitos Humanos). Partidos recém-criados e aqueles que não tinham representantes no Congresso Nacional receberam nota média como padrão, mas mesmo nessa condição poderiam receber nota máxima caso comprovado o posicionamento público oficial favorável aos temas avaliados.

As notas das coligações, por sua vez, resultavam da soma das notas de cada partido dividida pelo número de partidos que as formavam, ou seja, se determinada coligação fosse constituída por cinco partidos, a nota dela seria o resultado da soma das notas deles dividido por cinco – os partidos sem coligação recebiam a própria nota já atribuída. Isso implica na variação das notas das coligações de um município para outro, haja vista que em cada um poderia haver coligações com formações distintas.

A pontuação final, portanto, resultou da multiplicação da nota do candidato (de zero a 14) pela nota da coligação (de zero a 1), enquanto que a pontuação de candidaturas cujos partidos não formaram coligação resultou da multiplicação da nota do candidato pela do partido.

---

[80] Aqui utilizou-se a classificação estabelecida na Cartilha LGBT Eleições 2016, elaborada pelo grupo LGBT Brasil, que utilizou como critério as declarações públicas e votações dos políticos referentes às reinvindicações do movimento LGBT.

Com isso, essa nota final serviu para o ranqueamento das candidaturas, ou seja, para ordenar a aparição na plataforma, sendo as primeiras as melhores avaliadas e as últimas a as piores: candidaturas com pontuações finais entre sete e dez apareciam nas primeiras posições; em seguida, entre quatro e 6,99; por último, entre 0,01 e 3,99 – todas em ordem aleatória.

Seguindo esses critérios, todas as candidaturas que optaram minimamente pelas mesmas pautas que os eleitores eram mostradas, e caso esses não selecionassem nenhuma, teriam acesso a todas aquelas registradas nos seus municípios. Na perspectiva da iniciativa #MeRepresenta, a adoção dessa metodologia de avaliação cumpriria tanto o objetivo de visibilizar os candidatos que defendiam as pautas de direitos humanos como as coligações formadas por seus partidos, a partir do desempenho delas.

Quadro 10 - Avaliação dos partidos pela plataforma #MeRepresenta (2016)

Partido	**Resultado**	**Partido**	**Resultado**
PCB	100.00	PTC	37.50
PSOL	100.00	PROS	36.90
PSTU	100.00	PTB	35.93
PCdoB	91.48	SD	33.54
PT	90.32	PHS	30.48
REDE	72.92	PTdoB	29.17
PPS	68.18	PRTB	29.17
PSB	56.38	PSDB	28.12
PMB	54.17	PEN	26.39
PTN	54.17	PSDC	25.00
PDT	52.19	PSC	17.64
PV	50.50	PRP	16.67
PCO	50.00	PR	15.21
PPL	50.00	PP	14.74
PSL	50.00	DEM	14.42
NOVO	50.00	PRB	14.02
PMDB	38.81	PSD	13.94
PMN	37.50		

Fonte: #MeRepresenta (2016), adaptado pelo autor (2018).

Os partidos com as melhores avaliações, seguindo os quatro critérios mencionados, foram aqueles considerados de esquerda e centro-esquerda no espectro político, sendo que PCB, PSOL e PSTU receberam nota máxima. Dentre aqueles com piores avaliações, menos favoráveis às pautas apresentadas, estão os partidos considerados de direita e centro-direita, como PSD, PRB, DEM, PP, PR, PRP, PSC, PSDC e PEN. Esses partidos, possuem expressiva

participação na composição da Frente Parlamentar Evangélica[81]– ou bancada evangélica –, que historicamente tem se articulado de modo contrário aos temas relacionados aos movimentos LGBT (como casamento entre pessoas do mesmo sexo, criminalização da violência e discriminação contra pessoas LGBT), de negros (como igualdade racial, cotas raciais), feminista (como igualdade de gênero, direito ao aborto). Destarte, é possível inferir que houve uma maior adesão dos partidos de esquerda e centro-esquerda à defesa das pautas de direitos humanos no Brasil.

Após o pleito, a organização da #MeRepresenta disponibilizou os resultados para os eleitores na plataforma: 889 candidaturas para o cargo de vereador cadastradas[82], em 24 estados, 244 municípios, dos 35 partidos existentes. Em pouco tempo (dez dias) a plataforma obteve mais de 1 milhão de visualizações e cerca de 150 mil eleitores cadastrados e que a utilizaram para escolher seus candidatos. Além disso, 460 mil candidatos receberam o convite por email para participarem e responderem às perguntas relacionadas aos direitos humanos.

Quadro 11 - Número de candidatos cadastrados (2016)

Número de candidatos	Número de partidos	Estados	Municípios
889	35	24	244

Fonte: #MeRepresenta (2017).

Todos os partidos aptos para disputar as eleições em 2016 tiveram alguma candidatura cadastrada na plataforma. Novamente, os partidos alinhados à esquerda e centro-esquerda tiveram mais candidatos aderidos: PSOL, com 211; PT, 167; REDE, 51; PCdoB, 51; PV, 39; PPS, 31; e PSB, com 24. Cruzando esses dados com as avaliações dos partidos, verifica-se que aqueles com mais candidatos na plataforma foram também os que receberam as melhores avaliações. A exceção ficou por conta do PCB e PSTU, que receberam pontuação máxima, porém tiveram apenas 4 candidatos cadastrados, cada. Por outro lado, o PSDB foi o sexto com mais candidatos cadastrados (32), mas obteve uma baixa pontuação na avaliação por partido.

[81] Outros partidos, como PMDB, PSDB e PSB também possuem atualmente grande número de políticos participantes dessa bancada.

[82] Esta informação, especificamente, não foi disponibilizada na plataforma, mas retirada do relatório estatístico produzido pela #MeRepresenta (2016). Tal relatório só foi disponibilizado em janeiro de 2018, em uma outra versão da plataforma. Disponível em: <https://goo.gl/baauFM>. Acesso em: 31 jan. 2018.

Quadro 12 - Relação de candidatos por partidos cadastrados (2016)

Partidos	Número de candidatos	Partidos	Número de candidatos
PSOL	211	PRP	10
PT	167	PP	10
REDE	51	PTC	9
PCdoB	51	PSDC	9
PV	39	PHS	9
PSDB	32	PRB	8
PPS	31	PPL	8
PSB	24	PROS	7
PTB	22	PSC	6
PDT	22	PR	6
NOVO	20	PTdoB	5
PSD	19	PRTB	5
PMDB	18	PMB	5
SD	17	PSTU	4
DEM	15	PCB	4
PSL	13	PCO	1
PEN	13		
PMN	11		
PTN	10		

Fonte: #MeRepresenta (2017).

Quanto à proporção entre o número de candidatos cadastros e que disputaram as eleições, chega-se a uma média por partido. Tomando como referência os cinco partidos com mais cadastros, tem-se: PSOL, um para 22; PT, um para 133; REDE, um para 69; PCdoB, um para 225; PV, um para 413. Desse modo, a melhor média foi do PSOL, em que havia entre 22 candidatos ao menos um pró-direitos humanos. Essa média tem relação com o número de candidatos que disputam a eleição em 2016 pelo partido, 4.643 – enquanto que pelo PT foram 22.259; REDE, 3.541; PCdoB, 11.523; e PV, 16.115[83].

No tocante à distribuição das candidaturas, embora a plataforma fosse aberta para qualquer candidato no Brasil, pode-se verificar que cidades como São Paulo, Rio de Janeiro, Belo Horizonte, Porto Alegre, Recife, Campinas tiveram números expressivos, considerando que havia nelas equipes de voluntários que buscaram as candidaturas e as pressionaram para participarem respondendo às perguntas.

[83] Dados retirados do site do Tribunal Superior Eleitoral (TSE). Disponível em: <http://www.tse.jus.br/eleitor-e-eleicoes/estatisticas/eleicoes/eleicoes-anteriores/estatisticas-eleitorais-2016/candidaturas>. Acesso em: 31 mai. 2017.

Quadro 13 - Candidatos cadastrados por município (2016)

Municípios*	Número de candidatos	Municípios	Número de candidatos
São Paulo	118	Osasco	9
Campinas	62	Guarulhos	9
Rio de janeiro	58	Goiânia	8
Porto Alegre	53	Uberlândia	6
Belo Horizonte	48	Sertãozinho	6
Recife	43	Niterói	6
Curitiba	13	Manaus	6
Salvador	12	Joinville	6
Florianópolis	12		
Araraquara	10		
* Referente aos municípios com mais de cinco candidatos cadastrados.			

Fonte: #MeRepresenta (2017).

Os temas de direitos humanos apresentados pela #MeRepresenta foram expressos em 14 perguntas destinadas aos candidatos: dos 889 cadastrados, 45% respondeu positivamente a todas elas; entre os eleitos, 54% responderam favoráveis a todas, 16% responderam menos de 11 positivamente e 8% menos de nove – de acordo com o relatório estatístico produzido pela plataforma.

O desempenho das candidaturas cadastradas na plataforma foi disponibilizado logo após o pleito: foram eleitos 57 vereadores em 37 municípios diferentes, distribuídos por 12 estados. Ao todo 14 partidos tiveram algum eleito: o PSOL, 19; PT, 16; PSDB, cinco; PSB e PSD, três cada; PMDB e PPS, dois cada; NOVO, PDT, PMB, PTB, PV e REDE, um cada. O PCdoB, terceiro com mais candidatos cadastrados (junto com a REDE), não elegeu nenhum. Os estados com mais eleitos foram São Paulo, com 22; Minas Gerais, com nove; Rio Grande do Sul, sete; e Rio de Janeiro, com seis. Os demais estavam distribuídos pelo Pernambuco, três; Paraná e Santa Catarina, com dois cada; Bahia, Mato Grosso, Paraíba, Rio Grande do Norte e Roraima tiveram um, cada.

Quadro 14 - Relação de candidatos cadastrados por eleitos (2016)

Cargo	Candidatos cadastrados	Candidatos eleitos	Municípios	Estados	Partidos
Vereador	889	57	37	12	14

Fonte: #MeRepresenta (2016), adaptado pelo autor (2018).

Conforme demonstrado até aqui, 2016 representou uma mudança na forma de atuação da iniciativa #VoteLGBT em relação à 2014, quanto às formas de cooptação e apresentação das candidaturas. No último ano, buscou unir forças com outros coletivos e organizações com o intuito de visibilizar as temáticas de direitos humanos junto aos cidadãos e à classe política brasileira, inserindo-as no campo da disputa política institucional. Assim, a luta pelos direitos de pessoas LGBT alinhou-se às lutas pelos direitos de mulheres, de negros e à cidade, resgatando um envolvimento entre diferentes movimentos sociais que não é tão recente no contexto brasileiro, posto que, como se observou, no final da década de 1970 e início da de 1980, grupos LGBTs somaram-se a grupos feministas e negros para protestar contra a repressão e o abuso policial da época. Além disso, grupos de lésbicas contribuíram significativamente para a ampliação da discussão sobre questões como gênero e sexualidade presentes dentro do movimento de mulheres.

A plataforma #MeRepresenta, portanto, materializa diferentes anseios sob uma reivindicação comum, o respeito aos direitos humanos, expressos em 14 perguntas submetidas aos candidatos e eleitores que serviram como balizadoras de aproximação entre as partes. Como sinalizado sobre 2014, não se objetiva apontar relação de causa e consequência entre a atuação e os resultados eleitorais, porém cabe ressaltar que a iniciativa #MeRepresenta atingiu feitos consideravelmente importantes, tomando como referência os próprios dados de acesso e cadastro: candidatos de todos os partidos, de centenas de municípios e de quase todos os estados do Brasil participaram; além do expressivo número de visualizações da página e de eleitores cadastrados. Segundo o TSE, em 2016, 463.375 pessoas disputaram as vagas nas câmaras municipais pelo país; desse total, 889 representam 0,19%. Esse grande número de candidatos se apresenta, de certo modo, como um desafio diante da iniciativa, de buscar formas de se espalhar e chegar com mais velocidade junto àqueles que pleiteiam cargos no legislativo, seja municipal, estadual ou federal, Brasil afora.

A partir dos dados, infere-se, mais uma vez, que partidos localizados à esquerda no espectro político, como PSOL, PCdoB e PT – principalmente – estão mais alinhados às pautas pró-LGBT e, por conseguinte, pró-direitos humanos, tanto a nível de número de candidaturas cadastradas como em relação à atuação deles junto ao Congresso Nacional. Esse último aspecto foi, cuidadosamente, observado pela organização da #MeRepresenta e considerado na composição dos critérios de apresentação dos candidatos. Com isso, desenvolveu-se uma metodologia mais estruturada de avaliação baseada em três camadas, a saber, do candidato (respostas às perguntas-chave), do partido (atuação e, às vezes, declaração pública oficial) e da coligação (média dos partidos).

A metodologia de avaliação desenvolvida para a plataforma revela uma preocupação assaz presente: demonstrar e explicar para o eleitor que as coligações são um elemento crucial no sistema eleitoral proporcional. Portanto, criar um mecanismo para avaliá-las mostrou-se fundamental quando se entende que existe a possibilidade real da eleição de candidatos (associados à partidos) considerados contraproducentes para os objetivos da iniciativa. Como observa-se no quadro da avaliação dos partidos, a maioria não atingiu nem a metade da pontuação – estando quase todos situados à direita e centro-direita.

O tipo de avaliação realizada sobre os candidatos refletiu no próprio mecanismo de visibilização deles junto à plataforma: a ordem com que apareciam dependia das suas respostas às perguntas e dos pontos dos seus partidos e coligações. Para tanto, foi desenvolvida uma programação com um algoritmo responsável pelo ranqueamento das candidaturas, e pela relação entre elas e os eleitores. A plataforma não exigia grande esforço de navegação do eleitor usuário, apesar da necessidade de cadastro e de vinculação de conta com o Facebook, apresentando a relação de candidatos compatíveis logo após ele responder ao questionário, havendo a possibilidade de o refazer; do mesmo modo, não havia grande esforço de navegação por parte dos candidatos.

A navegação necessária para o acesso às candidaturas exigia do eleitor cerca de cinco níveis, no primeiro acesso; depois, bastava acessar com o login realizado no Facebook e – o usuário já era direcionado para a página dos candidatos. A plataforma contava com diferentes recursos além do texto, como conteúdo multimídia (imagens e vídeo); hipertextos, por meio de links para outras páginas; interatividade, especialmente com a possibilidade de compartilhamento da página nos perfis em sites de redes sociais dos eleitores. Interessa salientar, também, que o acesso dos eleitores às candidaturas estava condicionado à necessidade de conta no Facebook, assim, para poderem visualizá-las, precisavam realizar um cadastro que começava com a disponibilização de informações públicas dos seus perfis. Essa vinculação obrigatória serviu tanto como uma forma de otimização do cadastro, através do compartilhamento de informações, quanto para o controle estatístico disso, já que só era possível vincular apenas uma conta a um único cadastro. Doutra parte, isso se revelou limitador para o eleitor, que precisava ter um perfil no site de rede social, senão não conseguia ter acesso às candidaturas disponibilizadas na plataforma.

Quadro 15 - Comparação das ferramentas sociais digitais de 2014 e 2016

Site #VoteLGBT (2014)	Plataforma #MeRepresenta (2016)
Característica *curadora*; Cadastro de candidaturas realizado pela organização; Critério de cadastro das candidaturas: posicionamento público favorável às pautas LGBT; Consulta das candidaturas através de listagem; Sem possibilidade de cadastro dos eleitores; Sem metodologia de avaliação de partidos e coligações; Sem participação de outros coletivos e organizações; Oferecia recursos de convergência de formas de conteúdos (texto, imagem e vídeo), de hipertextualidade e interatividade; Acesso livre às candidaturas pelo eleitor usuário. Layout não adaptado para multitelas.	Característica *responsiva*; Cadastro de candidaturas realizado pelos interessados; Critério de cadastro das candidaturas: aderência às pautas de direitos humanos apresentadas na plataforma; Consulta das candidaturas através de ranqueamento; Com possibilidade de cadastro do eleitor; Com desenvolvimento de metodologia de avaliação de partidos e coligações; Com participação de outros coletivos e organizações; Oferecia recursos de convergência de formas de conteúdos (texto, imagem e vídeo), de hipertextualidade e interatividade. Acesso às candidaturas pelo eleitor usuário condicionado ao cadastro no Facebook; Layout adaptado para multitelas.

Fonte: O autor (2018).

Todos os candidatos às câmaras municipais em 2016 tiveram a possibilidade de demonstrar seus posicionamentos quanto às temáticas de direitos humanos, a partir de pautas engendradas pelos movimentos LGBT, feminista, negro e de direito à cidade. A união desses grupos sociais minorizados resultou em um importante instrumento de pressão social, que evidencia o interesse de diferentes setores da sociedade pela participação e representação política efetivas.

Levando em consideração os dados apresentados acerca da plataforma #MeRepresenta, conclui-se que ela se configura como uma ferramenta social digital cuja função básica foi de *responsividade*, ou seja, de coadunar as respostas dos cidadãos e da classe política, relacionando-as de modo a adequar os posicionamentos de ambos os perfis de usuários, eleitores e candidatos, no tocante a pautas específicas de direitos humanos, organizando-os e apresentando-os em uma interface. Essa adequação era responsável pela visibilização das opções de voto para os eleitores, que podiam decidir qual candidatura disponível ali os representavam – botão “Quero escolher essa candidatura”. Como mencionado, os eleitores podiam refazer o questionário e, conforme mudassem suas respostas, novas candidaturas podiam ser apresentadas. Assim, uns eram responsivos em relação aos outros – eleitores favoráveis às cotas raciais e ações afirmativas para a população negra e contrários à

descriminalização e legalização do aborto poderiam encontrar candidatos com as mesmas posições, e vice-versa.

A avaliação das candidaturas realizada pela plataforma #MeRepresenta aproxima-se de uma compreensão de representação política nos termos da ideia de substância (PITKIN, 1995), em que são consideradas as ações dos representantes frente aos interesses dos representados, de modo sensível (ou responsivo) a eles – nesse caso, a adesão dos candidatos às temáticas múltiplas materializadas nas 14 questões. Como se verifica, quatro movimentos mobilizaram-se na empreitada da plataforma, o que certamente aumentou o alcance quanto aos interessados em participar. Contudo, pode-se questionar também sobre a possibilidade de contendas ou mesmo de conflitos. Afinal, como garantir que eleitores e candidatos compreendam que aquelas pautas servem a um proposito maior – de respeito aos direitos humanos –, que estão em um mesmo nível de relevância e legitimidade e que, portanto, exigem deles certa coerência? A possibilidade oferecida de escolher ou não determinada pauta sugere que deixou-se aos critérios dos usuários definirem e julgarem quais compreendiam como mais oportunas para a decisão do voto ou para orientação de um possível mandato.

Tanto o site da campanha #VoteLGBT, em 2014, como a plataforma #MeRepresenta[84], em 2016, são possibilidades técnicas ao alcance das iniciativas ciberativistas. São ferramentas criadas para fomentar maneiras de se participar e intervir na política institucional brasileira, aproximando os cidadãos do debate – e dos debatedores já estabelecidos –, expondo o posicionamento dos políticos e dos seus partidos sobre temas importantes, como os direitos de pessoas LGBT, de mulheres, de negros e à cidade.

5.3 FACEBOOK: UM OLHAR SOBRE O CONTEÚDO DAS PUBLICAÇÕES

Nesta seção analisa-se as postagens da iniciativa ciberativista #VoteLGBT na sua página no site de rede social Facebook. Conforme explicitado no capítulo metodológico, a análise corresponde às postagens realizadas em dois períodos: de 27 de agosto a 8 de outubro de 2014 (aproximadamente um mês e meio), e de 19 de abril a 5 de outubro de 2016 (aproximadamente cinco meses e meio). As publicações foram organizadas em ordem cronológica em um quadro contendo informações sobre a data de publicação, reações (número de curtidas, compartilhamentos e comentários), imagem de cada uma, o formato do conteúdo (se texto,

[84] O site da #MeRepresenta foi criado a partir da plataforma Bonde, desenvolvida por ativistas para ativistas, interessados na elaboração de sites voltados para a mobilização de pessoas e causas. Disponível em: <https://www.bonde.org/>. Acesso em: 31 mai. 2017.

vídeo, imagem ou hiperlink). Em posse dos dados, realiza-se a análise dos temas presentes e predominantes nessas publicações, com vista a identificar as intenções da comunicação, a partir da análise de conteúdo (BARDIN, 1977). Os resultados foram agrupados de modo a constituírem categorias (tipologias de conteúdo) que tornam os dados inteligíveis, a fim proporcionarem a produção de inferências necessárias para a análise do *corpus*.

Antes de se apresentar, efetivamente, a análise dos conteúdos das publicações, interessa deslindar dois aspectos relativos a elas. O primeiro é que foram consideradas para a constituição do *corpus* as mensagens veiculadas na linha do tempo (*timeline*) da página da campanha #VoteLGBT – nos períodos referidos –, enquadradas como "publicações da página" pelos próprios mecanismos do Facebook, de forma que notificações de atualizações das informações da página ou mesmo publicações de terceiros não foram contempladas. O outro aspecto refere-se aos próprios formatos de conteúdos possíveis em tais publicações, que podem ser utilizados separadamente ou combinados. Assim, formatos diferentes em uma mesma publicação (texto escrito e imagem, por exemplo) podem implicar diferentes enunciados, que podem eventualmente dificultar uma categorização mais precisa. Ainda assim, considera-se que a diversidade e enunciados não resulta, necessariamente, da presença de mais de um formato de conteúdo numa publicação, ou seja, uma imagem – tal como um texto escrito – pode conter mais de um enunciado. Em vista disso, considerou-se a publicação como um todo, em que verifica-se a predominância de intenção da comunicação, resultante da convergência de diferentes enunciados.

Considerando os elementos metodológicos apontados, chegou-se a uma categorização na qual expressa-se os tipos de conteúdos que constituem as publicações realizadas pela iniciativa #VoteLGBT nos anos de 2014 e 2016, respectivamente. Durante o período determinado para a observação da página no Facebook, documentou-se 164 publicações (79 referentes a 2014 e 85 a 2016), que, utilizando a frequência como regra de enumeração (BARDIN, 1977), foram agrupadas em quatro categorias temáticas: "sensibilização do eleitor", "repercussão na imprensa", "chamada à ação" e "informativo". Cada uma dessas foi dividida em subunidades (subcategorias), de modo a proverem uma aproximação mais detalhada dos conteúdos das publicações, portanto das intenções presentes nelas.

Quadro 16 - Categorização do conteúdo das publicações #VoteLGBT (2014 e 2016 juntos)

Tipo macro*	Tipo	Número de publicações	Subtipo	Número de publicações
Conscientização/apoio	Sensibilização do eleitor	69	Explicação do sistema político eleitoral	7
			Apelo à participação de personagens (depoimentos)	27
			Apelo ao resgate histórico	2
			Apelo ao engajamento	27
			Apelo ao contexto imediato	6
	Repercussão na imprensa	23	Notícia em jornal/portal	15
			Participação de organizadores em entrevistas	8
Organização/mobilização	Chamada à ação	44	Participação no conteúdo da campanha	14
			Participação por demonstração de apoio	8
			Participação na organização (voluntariado)	8
			Participação em debates propostos	3
			Participação no acesso ao conteúdo	10
			Instrução de utilização das ferramentas	1
	Informativo	28	Anúncio de ação da campanha	13
			Anúncio de feitos/resultados	10
			Explicação de aspectos operacionais internos	3
			Anúncio de ação de terceiros	2
*Vegh (2003).				

Fonte: O autor (2018).

5.3.1 Sensibilização do eleitor

Essa categoria corresponde às publicações direcionadas para os eleitores na intenção de torná-los sensíveis em relação aos assuntos pertinentes abordados pela campanha #VoteLGBT, para, consequentemente, reagirem positivamente a eles – e aos objetivos da iniciativa. Ao todo, 69 publicações constituíram essa categoria, sendo 25 de 2014 e 44 de 2016: no último ano essa categoria correspondeu à maioria dos conteúdos publicados, enquanto que no primeiro foi a segunda com mais correspondentes.

Figura 11 - Exemplo de publicação (de 2016) categorizada como “sensibilização do eleitor”

Fonte: *print screen* elaborado pelo autor (de facebook.com/votelgbt).

Entende-se que a sensibilização dos eleitores ocorria de diferentes maneiras, expressas em conteúdos diversificados. Assim, estabeleceu-se cinco subcategorias: “explicação do sistema político eleitoral”, “apelo à participação de personagens (depoimentos)”, “apelo ao resgate histórico”, “apelo ao engajamento” e “apelo ao contexto imediato”. Na primeira, “explicação do sistema político eleitoral” (sete publicações), trata-se de esclarecer os eleitores acerca de aspectos relacionados ao sistema político brasileiro, como a função do Poder Legislativo, a importância dos partidos na política institucional, a necessidade de regularização da situação eleitoral para a participação nos pleitos, o recurso da anulação do voto e a não interferência nos resultados, e o direito de segredo sobre o voto; esse último ponto relaciona-se com a situação em que muitas pessoas se consideram apoiadoras, “simpatizantes”, pró-direitos de pessoas LGBT, porém demonstram também certo receio em expressarem-se como tal.

Na subcategoria “apelo à participação de personagens (depoimentos)” (27 publicações) recorre-se à participação de diferentes pessoas que, através de depoimentos em vídeos, falam sobre questões diversas que envolvem a temática LGBT, como a vulnerabilidade social (violência, educação), falta de representatividade política e a importância de se votar em candidaturas pró-LGBT, a diversidade de atores políticos dentro do movimento, o respeito à diferença. Dentre os participantes dos vídeos estão eleitores, militantes, jornalistas e artistas, alguns dos quais com projeção, como a cartunista Laerte – ver figura 11 –, a cantora Tiê, a jornalista Nana Caetano, as cantoras e apresentadoras Candy Mel e Ellen Oléria.

Na subcategoria “apelo ao resgate histórico” (duas publicações) busca-se sensibilizar o eleitor através da retomada de fatos históricos relacionados ao movimento LGBT, especificamente os acontecimentos de junho de 1969, em Nova Iorque, e a militância do vereador homossexual de São Francisco, Harvey Milk – ver capítulo dois; as publicações com esse tipo de conteúdo foram realizadas no contexto do Dia do Orgulho LGBT. Na subcategoria “apelo ao engajamento” (27 publicações) tenciona-se a adesão dos eleitores não só à campanha em si, mas às pautas apresentadas que já são, em certa medida, discutidas dentro do movimento. Encaixa-se aqui uma série de publicações criada, em 2016, com a intenção de apresentar várias motivações para se votar LGBT – #20MotivosParaVotarLGBT –, abordando a importância da representatividade, a visibilização das candidaturas favoráveis, os direitos LGBT como direitos humanos, a violência descrente essa parcela da população, o voto como instrumento de afirmação e de protesto, a educação e a inserção da discussão sobre questões de gênero e sexualidade, a saúde e o tratamento digno e de qualidade.

Por fim, a última subcategoria refere-se ao “apelo ao contexto imediato” (seis publicações), na qual emprega-se acontecimentos recentes – de cada ano – relacionando-os com os temas e as pautas, de modo enquadrá-los na realidade cotidiana à qual os eleitores estão próximos – ou podem se aproximar. Uma publicação de 2016, por exemplo, abordava o Massacre de Orlando, um atentado ocorrido em 12 de junho desse ano contra os frequentadores de uma boate LGBT – a Pulse –, e nela prestou-se solidariedade ao ocorrido chamando atenção para o fato de que “às vezes, o discurso de ódio usa armas de fogo”, não apenas nos Estados Unidos, mas no Brasil e em partes do mundo.

5.3.2 Repercussão na imprensa

Estão presentes nessa categoria as publicações cuja intenção é de registrar a inserção da campanha #VoteLGBT nos assuntos tratados pelos meios de comunicação, seja em veículos tradicionais ou não, de modo a demonstrar, em certa medida, que a iniciativa ganhava relevância e chamava a atenção da mídia. Foram realizadas 23 publicações, sendo seis em 2014 e 17 em 2016.

Figura 12 - Exemplo de publicação (de 2014) categorizada como “repercussão na imprensa”

Fonte: *print screen* elaborado pelo autor (de facebook.com/votelgbt).

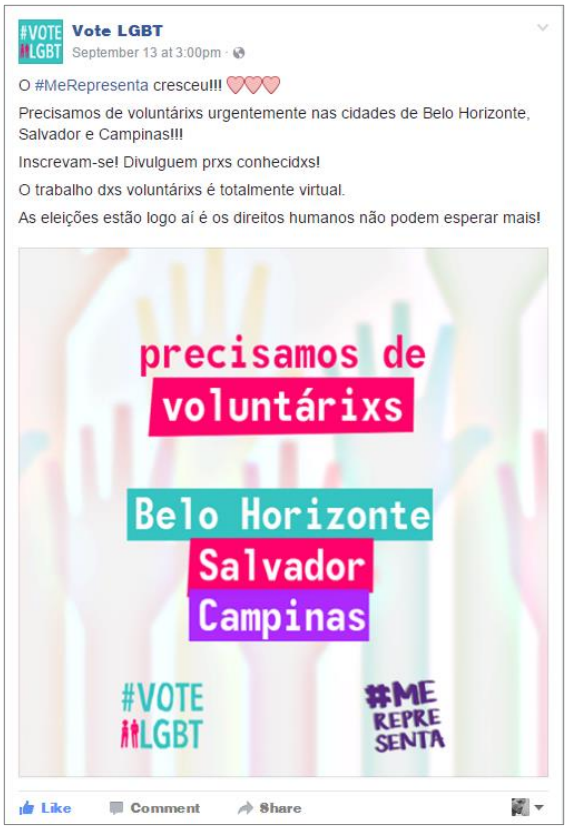
Buscando compreender como ocorria tal inserção, chegou-se a duas subcategorias de tipos de conteúdos: “notícia em jornal/portal” e “participação de organizadores em entrevistas”. Em “notícia em jornal/portal” (15 publicações) repercute-se textos jornalísticos que abordam diretamente a campanha ou aspectos relacionados a ela, como o seu lançamento em 2014, a menção da importância de iniciativas, como a #VoteLGBT, que buscam novas configurações no cenário político, a repercussão dos resultados das pesquisas realizadas na Caminhada de Mulheres Lésbicas e Bissexuais e na Parada do Orgulho LGBT, em 2016, na cidade de São Paulo. Dentre os veículos que publicaram notícias estão o jornal Folha de São Paulo – ver figura 12 –, o El País Brasil, BandNews TV, HuffPost Brasil e BuzzFeed Brasil.

A subcategoria “participação de organizadores em entrevistas” (oito publicações) refere-se à participação direta de integrantes da iniciativa em conteúdos jornalísticos ou informativos através da concessão de entrevistas, seja via textual escrita, vídeo ou áudio. Nessas participações, os integrantes buscavam apresentar a iniciativa e explicar a sua pertinência frente às questões relacionadas às pautas LGBT e de direitos humanos e à política. As entrevistas foram concedidas a canais no YouTube, como o Canal das Bee, Chá das Cinco e Canal da Shana, ao site Internet Lab, à Revista Trip e ao programa de *podcast* Lado Bi (no portal UOL).

5.3.3 Chamada à ação

Essa categoria é constituída por publicações que intencionam propor aos eleitores a adesão a determinados posicionamentos voltados para a ação – e resposta – junto à iniciativa #VoteLGBT. Por essa via, recorre-se a uma perspectiva convocatória da comunicação com vista a incitar os eleitores à participação imediata, ou seja, para que eles expressem determinadas atitudes que são interessantes para os objetivos da iniciativa. O número de publicações dessa categoria é de 44, sendo 31 referentes a 2014 e 13 a 2016.

Figura 13 - Exemplo de publicação (de 2016) categorizada como "chamada à ação"



Fonte: *print screen* elaborado pelo autor (de facebook.com/votelgbt).

Voltada para os eleitores, a chamada à ação, portanto, realiza-se de diferentes maneiras, divididas em seis subcategorias: "participação no conteúdo da campanha", "participação por demonstração de apoio", "participação na organização (voluntariado), "participação em debates propostos" e "instrução de utilização das ferramentas". Na subcategoria "participação no conteúdo da campanha" (14 publicações) convoca-se os eleitores para colaborarem através do envio de conteúdos diversos, como indicações de candidaturas pró-LGBT e o envio de imagens dos eleitores, em 2014, com cartazes contendo a hashtag #VoteLGBT, para composição de um

vídeo institucional. Na subcategoria “participação por demonstração de apoio” (oito publicações) incita-se os eleitores a demonstrarem apoio à iniciativa, seja através do acompanhamento dela em outros sites de redes sociais ou do espalhamento dos conteúdos via compartilhamento das postagens, ou ainda através da contribuição com recursos financeiros – direcionados para arcar com as despesas das pesquisas, principalmente.

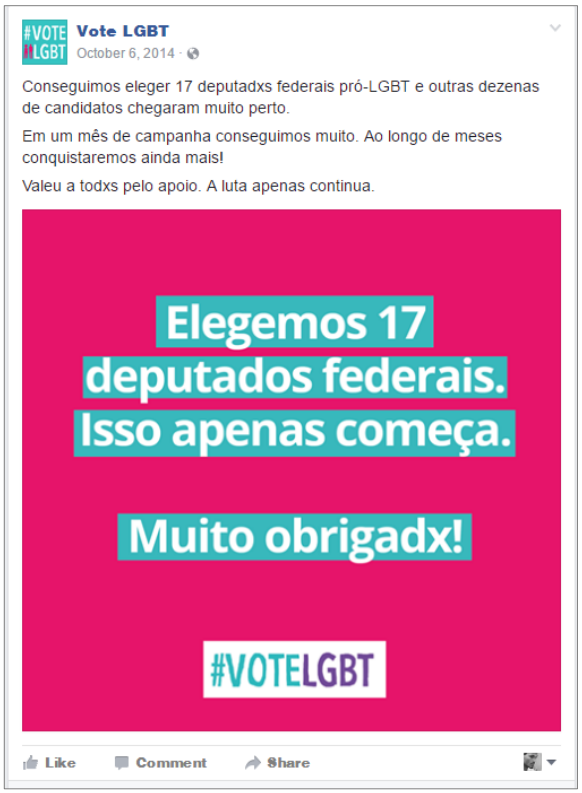
A subcategoria “participação na organização (voluntariado)” (oito publicações) refere-se, basicamente, às publicações voltadas para a chamada de voluntários, principalmente em 2016, ano em que duas pesquisas foram realizadas, e também quando aconteceram as buscas ativas por candidaturas pró-direitos humanos em algumas cidades – ver figura 13. Algumas dessas publicações repercutiam notas com as chamadas publicadas antes na imprensa – como as notas publicadas na coluna da jornalista Mônica Bergamo, na Folha de São Paulo. Outras publicações tensionaram o debate de assuntos propostos aos eleitores, como quais projetos de lei poderiam ser pertinentes para a garantia dos direitos de pessoas LGBT, como a iniciativa deveria se comportar após o pleito de 2014 frente aos resultados e às experiências adquiridas, compondo assim a subcategoria “participação em debates propostos” (três publicações).

Noutras publicações, busca-se a participação imediata dos eleitores por meio da apreciação dos conteúdos produzidos, ou seja, do acesso a ales. Assim, procurou-se sugerir aos eleitores que visitassem as ferramentas desenvolvidas (o site e a plataforma #MeRepresenta), que realizassem o download da música tema da campanha em 2014 e assistissem o vídeo produzido a partir das imagens de outros eleitores expressando apoio à iniciativa. Tais publicações constituem a subcategoria “participação no acesso ao conteúdo” (com dez publicações). A última subcategoria, “instrução de utilização das ferramentas” (apenas uma publicação), diz respeito à formação dos eleitores para o uso das ferramentas desenvolvidas, no caso da plataforma #MeRepresenta, de 2016, que são convocados a conhecerem suas as funcionalidades.

5.3.4 Informativo

As publicações compreendidas nessa categoria buscam anunciar aos eleitores as ações realizadas, ou seja, informá-los, em diferentes aspectos, acerca das atividades inerentes à campanha (internas) e relacionadas. Assim, 28 publicações constituíram essa categoria, sendo 17 referentes ao ano de 2014 e 11 ao ano de 2016.

Figura 14 - Exemplo de publicação (de 2014) categorizada como “informativo”



Fonte: *print screen* elaborado pelo autor (de facebook.com/votelgbt).

Compreende-se, assim, que os eleitores eram informados das atividades de diferentes formas, divididas aqui em quatro subcategorias: “anúncio de ação da campanha”, “anúncio de feitos/resultados”, “explicação de aspectos operacionais internos” e “anúncio de ação de terceiros”. Em “anúncio de ação da campanha” (13 publicações) informa-se os eleitores sobre pontos como o lançamento da campanha, em 214, o trabalho de inclusão das candidaturas no site, a disponibilização das ferramentas sociais digitais (site e plataforma) aos eleitores e a participação de integrantes em atividades externas (eventos). Números relativos ao trabalho da iniciativa, como aumento na quantidade de seguidores nos sites de redes sociais, na quantidade de candidaturas visibilizadas, de eleitores cadastrados ou acessos às ferramentas, conclusão de ações como as pesquisas e o anúncio dos resultados delas, além do anúncio das candidaturas eleitas foram organizados na subcategoria “anúncio de feitos/resultados” (dez publicações) – ver figura 14.

Noutra subcategoria, “explicação de aspectos operacionais internos” (três publicações), o eleitor é esclarecido sobre pontos relacionados ao funcionamento da iniciativa, como os critérios utilizados, em 2014, para a seleção e disponibilização das candidaturas, associados ao objetivo que era aumentar a representação política LGBT no Poder Legislativo. Um outro

conteúdo interessante refere-se a uma publicação que convida o eleitor a entender a opção pela utilização do “x” nos textos desse ano da campanha que, conforme argumenta-se, funciona como um tipo de protesto, através da língua, contra a heteronormatividade, o machismo e patriarcado. Por fim, em “anúncio de ação de terceiros” (duas publicações), informa-se sobre atividades não realizadas pela iniciativa, mas que estão relacionadas dentro do contexto, como eventos com caráter de debate político sobre a temática dos direitos LGBT e a transmissão na mídia – como a realizada pelo portal Terra.

Dito isso, a categorização dos conteúdos quanto à intenção da comunicação apresentada até aqui congrega publicações referentes aos dois primeiros momentos de atuação da iniciativa ciberativista #VoteLGBT, 2014 e 2016. Destarte, esse recurso de análise proporciona uma verificação de caráter abrangente que permite, de igual modo, realizar inferências alusivas a ambos os momentos. Assim, com base nos números referentes a cada uma das quatro categorias, é possível verificar que: a de “sensibilização do eleitor” foi aquele com mais publicações, 69, e tal sensibilização estava centrada no apelo à participação de personagens diversos (eleitores, militantes, artistas, jornalistas), via depoimentos em vídeos, e no apelo ao engajamento de eleitores; a de “chamada à ação” foi a segunda com mais publicações, 44, tendo como principal intenção verificada a participação dos eleitores nos conteúdos da campanha, no acesso a tais conteúdos e na participação na organização, via voluntariado; a nomeada de “informativo” foi a terceira, com 28, recorrendo principalmente ao anúncio de ações da campanha e dos feitos ou resultados alcançados nesses períodos; já “repercussão na imprensa” teve menos publicações, 23, na qual recorria-se principalmente à repercussão de notícias acerca da atuação da campanha e à participação de seus integrantes em entrevistas.

Ao deslocar a análise da perspectiva abrangente para uma comparativa, entre os anos, percebe-se que os dados não são unânimes quanto às intenções de comunicação priorizadas. Ao se realizar uma comparação das categorias principais, tem-se: “sensibilização do eleitor”, com 25 em 2014 e 44 em 2016; “repercussão na imprensa”, seis em 2014 e 17 em 2016; “chamada à ação”, 31 em 2014 e 13 em 2016; e “informativo”, com 17 em 2014 e 11 em 2016 – ver Apêndice B. No ano de 2016 prioriza-se os conteúdos voltados para a sensibilização dos eleitores e para a repercussão da campanha na imprensa, ao passo que em 2014 destaca-se aqueles voltados para a chamada à ação por parte dos eleitores e para informá-los.

Essa configuração se dá em razão de que o primeiro ano de atuação da #VoteLGBT foi em 2014, portanto havia uma necessidade de esclarecer os eleitores sobre seus propósitos e funcionamentos bem como apelava-se para sua colaboração, principalmente no tocante ao conteúdo da campanha, levando em consideração que a busca das candidaturas nesse momento

era realizada pela organização, a partir da conferência das propostas apresentadas. Em 2016, por sua vez, houve um trabalho mais intenso de articulação com a imprensa, de veículos de comunicação a canais no YouTube. Isso contribuiu para que a iniciativa repercutisse na própria mídia, com jornalistas buscando novas pautas e encontrando novas plataformas coletivas empenhadas em discutir e fazer política de forma colaborativa. Contribuiu, também, para que os eleitores tomassem conhecimento sobre a iniciativa e como ela estava sendo proposta. Um exemplo é a relação entre o aumento repentino no número de usuários na plataforma #MeRepresenta, nos primeiros dias, e a publicação de um vídeo no YouTube pela Jout Jout (canal JoutJout Prazer), no qual fala sobre a importância da iniciativa para o pleito e para a política – segundo alguns integrantes, a plataforma chegou a ficar indisponível devido ao volume de acessos.

5.3.5 Os formatos, as hashtags e as interações com os conteúdos

Além da análise dos tipos de conteúdo quanto à intencionalidade, verificou-se a presença e frequência de outros elementos que constituem as publicações, como o formato, a utilização de hashtag e as interações dos usuários com elas. Constatou-se que o formato mais utilizado pela campanha #VoteLGBT, nas 164 publicações documentadas, é o combinado de texto escrito e imagem, utilizado 96 vezes, seguido de texto escrito e hiperlink, 40 vezes, e texto escrito e vídeo, 23. Em 2014 não houve vídeos nativos do Facebook, ou seja, publicados diretamente no site de rede social, uma vez que eram publicados no perfil da iniciativa no YouTube e compartilhados como links. Quase todas as publicações com o formato combinando texto escrito e vídeo tinham como conteúdo a participação de personagens, via depoimentos – 19, ao todo. O formato combinado texto escrito e hiperlink era utilizado, basicamente, para compartilhar a repercussão na imprensa (14 vezes em 2016) e para sensibilizar o eleitor (dez vezes em 2014).

O número de publicações que utilizaram alguma hashtag na composição dos enunciados e, consequentemente, da intenção da comunicação foi de 104 (48 em 2014 e 56 em 2016), enquanto 60 não utilizaram nenhuma (31 em 2014 e 29 em 2016). Embora existam mais publicações com alguma hashtag, verifica-se que não houve uma diversificação de termos associados à campanha ou às temáticas trabalhadas por ela. Conforme apontado antes, o emprego de hashtags mostra-se cada vez mais pertinente para as práticas ciberativistas, na medida em que contribui para a localização e resgate de conteúdos associados a elas, e em que

cria situações de comunicação das quais podem participar diferentes agentes, capazes de agregar cada vez mais valores producentes para o desenvolvimento e afirmação de tais práticas.

Quadro 17 - Características das publicações da #VoteLGBT (2014 e 2016)

Características	2014	2016
Formato	Texto (3) Texto e imagem (55) Texto e hiperlink (21)	Imagem (2) Texto e imagem (41) Texto e hiperlink (19) Texto e vídeo (23)
Uso de hashtag	Não (31) Sim (48)	Não (29) Sim (56)
Hashtag utilizadas	#VoteLGBT (41) #Eleições2014 (25) #VotarLGBT (1) #EuVoteiLGBT (1) #ContaPraGente (1) #VotandoLGBT (1)	#VoteLGBT (47) #MeRepresenta (15) #20MotivosPraVotarLGBT (15) #OrlandoÉAqui (2) #DeFEMde (2) #Eleições2016 (2) #AgoraÉQueSãoElas (2) #BolsoRéu (2) #DiaDoOrgulhoLGBT (1)

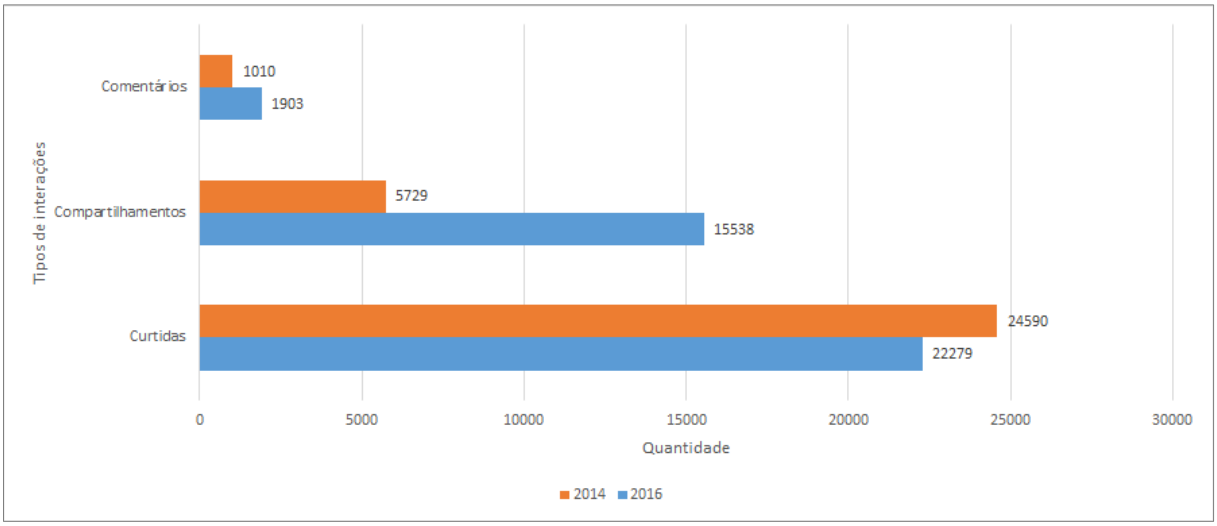
Fonte: O autor (2018).

A hashtag mais utilizada nas publicações foi aquela que também nomeia a campanha, #VoteLGBT, recorrente 88 vezes (41 em 2014 e 47 em 2016). No primeiro ano de atuação empregou-se a #Eleições2014 por 25 vezes; no segundo, entretanto, pouco utilizou-se a que fazia referência ao pleito em questão, #Eleições2016, apenas duas vezes. A associação entre essas e a primeira poderia criar uma vinculação estreita de sentidos, em razão de que se realiza uma chamada à ação por parte dos eleitores (votar LGBT) e apresenta-se um contexto (de eleição) no qual essa ação ganha significado e legitimidade. Pelos próprios mecanismos inerentes a elas, as hashtags podem contribuir com a circulação de ideias e discussões caras às práticas conscientizadoras, organizadoras, mobilizadoras em e nas redes de comunicação digital distribuída. Quanto às outras hashtags mais frequentes, são #MeRepresenta, que nomeia a plataforma desenvolvida e a iniciativa formada em 2016, e #20MotivosPraVotarLGBT, 15 vezes cada – esta última constituía uma série de publicações voltadas para a sensibilização dos eleitores, apelando ao engajamento.

Ao se documentar as publicações para a análise dos conteúdos e identificação das estratégias comunicativas empregadas pela iniciativa ciberativista #VoteLGBT, realizou-se também a coleta das interações dos usuários junto a essas publicações. Assim, foram

quantificadas as curtidas, os compartilhamentos e os comentários de cada uma das 164 e, após a tabulação, gerou-se três gráficos para a demonstração dos resultados, sendo um comparativo, entre o número geral de interações em cada ano, e dois de progressão, com as interações com cada publicação ao longo dos períodos verificados.

Figura 15 - Comparação das interações com as publicações da página #VoteLGBT no Facebook (2014 e 2016)



Fonte: O autor (2018).

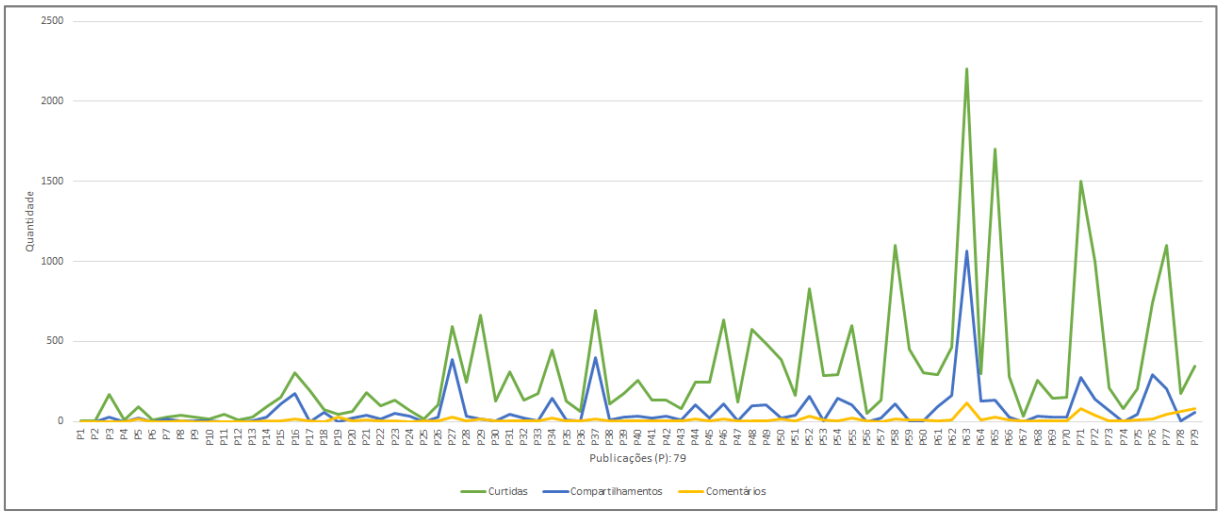
Em uma comparação entre os anos em que a #VoteLGBT atuou, verifica-se que tanto em 2014 como em 2016 o tipo de interação mais utilizado pelo os usuários como resposta às publicações foi o "curtir" (*like*). Embora no primeiro ano tenha havido menos publicações (79), aconteceu mais interações desse tipo do que em 2016, que teve mais conteúdo publicado (85). Por outro lado, no último ano houve mais interações do tipo "compartilhar" e "comentar" do que no primeiro. Esse número expressivo de compartilhamentos pode estar relacionado com uma estratégia adotada pela organização da iniciativa, chamada de "*outreach* concentrado", que consiste, basicamente, em uma atividade assentada na constituição de alianças de difusão de materiais em diferentes sites, entre eles os de redes sociais. Essa estratégia foi utilizada em 2016 para a prospecção de voluntários para as pesquisas realizadas em São Paulo, durante a Caminhada de Mulheres Lésbicas e Bissexuais e a Parada do Orgulho LGBT. Segundo um dos integrantes – em entrevista –, a possibilidade do *outreach* foi apresentada por uma das organizações que integraram a plataforma #MeRepresenta, a Rede Nossas Cidades, revelando que a colaboração entre os diferentes grupos acontece não só em nível de demonstração de

apoio, mas também de partilha de conhecimentos acerca dos funcionamentos técnicos e estratégicos das redes.

Já a interação do tipo “comentar” foi a menos utilizada nos dois anos, embora seja a que oferece recurso para um retorno mais direto por parte dos usuários, ou seja, que permite a expressão textual (principalmente escrita) deles sobre os conteúdos aos quais foram expostos. É possível afirmar, portanto, que as interações com as publicações da página da campanha #VoteLGBT no Facebook estruturam-se de modo a constituir uma pirâmide, cuja base é formada pelas curtidas, que exigem menos esforço dos usuários; sobre ela está a camada dos compartilhamentos, que exigem uma disposição maior, uma vez que ao compartilhar o usuário está atribuído a determinado conteúdo relevância necessária para sua visibilização; e no topo encontra-se a camada dos comentários, que exigem dos usuários não só a ação em si, mas o esforço mental de elaboração de enunciados que expressem suas opiniões.

A partir da observação da progressão das interações dos usuários ao longo dos dois períodos, constata-se que em 2014 o tipo “curtir” prevaleceu em todas as publicações. Nenhum outro foi superior no tocante a quantidade.

Figura 16 - Interações com as publicações da página #VoteLGBT no Facebook (2014)



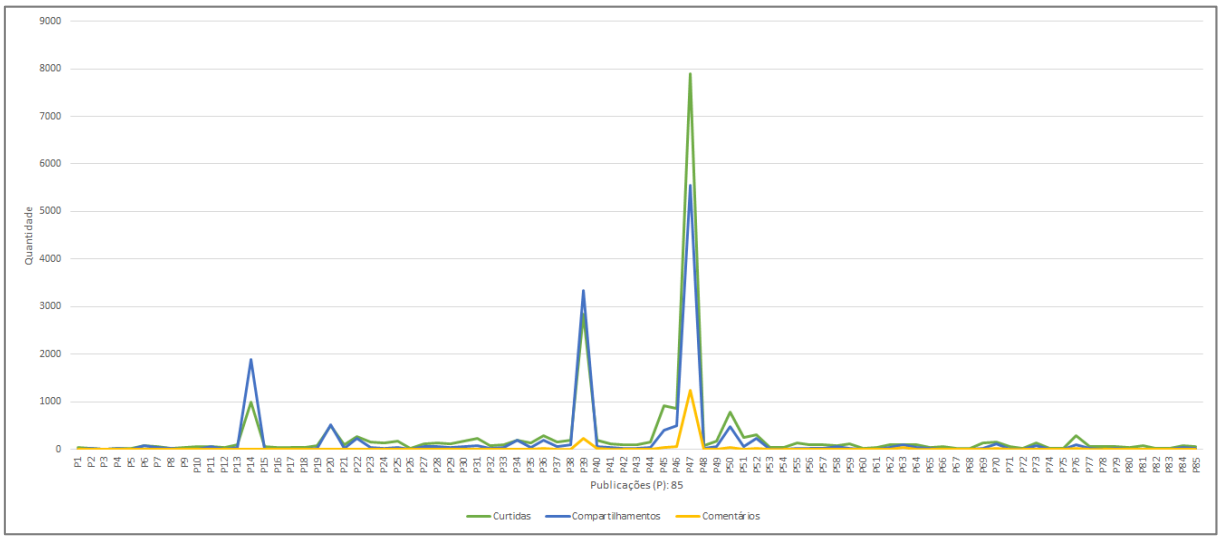
Fonte: O autor (2018).

Nesse ano, a publicação com o maior número médio e absoluto de interações corresponde à categoria “chamada à ação”, subcategoria “participação do eleitor no acesso ao conteúdo”, com 2.220 curtidas, 1.063 compartilhamentos e 118 comentários. A postagem convocava os usuários para assistirem ao vídeo institucional elaborado para a campanha, com

música composta por Karina Buhr e ilustrações de Laerte, além de imagens de várias pessoas que as enviaram de diferentes partes do país.

Em 2016 o tipo de interação “curtir” foi superado em cinco ocasiões, justamente pelo “compartilhar”. Duas das publicações fazem parte das categorias “chamada à ação”, subcategoria “participação do eleitor na organização (voluntariado)”; e três da categoria “sensibilização do eleitor”, subcategorias “apelo à participação de personagens (depoimentos)” e “apelo ao contexto imediato”.

Figura 17 - Interações com as publicações da página #VoteLGBT no Facebook (2016)



Fonte: O autor (2018).

A publicação com maior número de interações, em média e absoluta, corresponde à categoria “sensibilização do eleitor”, subcategoria “apelo à participação de personagens (depoimentos)”, com 7.900 curtidas, 5.545 compartilhamentos e 1.239 comentários. Nessa publicação várias pessoas falaram, em vídeo, durante a Gaymada São Paulo[85], sobre as suas identidades de gênero e sexualidades em tom de descontração, respondendo à pergunta “Se fosse uma escolha, você gostaria de ter nascido hétero?”, feita pelos integrantes da #VoteLGBT. Um dado interessante sobre essa postagem refere-se ao número de visualizações (*views*) do vídeo que, segundo o próprio contador do Facebook, foi de 555 mil – até a data de coleta. Isso significa que as publicações que utilizaram como formato de conteúdo a combinação texto e

[85] O evento consiste em jogos de queimada direcionados para o público LGBT como forma de ocupação do espaço público da cidade de São Paulo.

vídeo podem ter um alcance maior do que aquele refletido nas interações (curtidas, compartilhamentos e comentários).

Tomando como referência a opção de interação “curtir” e aplicando àquelas publicações que alcançaram uma quantidade ≥ 500 (maior ou igual a 500), tem-se que: das 79 postagens do ano de 2014, 14 tiveram 500 ou mais curtidas, enquanto que das 85 de 2016, apenas 6. Assim, isso se expressa nos picos recorrentes no gráfico de 2014 – ver figura 16 –, e os picos isolados no gráfico de 2016 – ver figura 17. Cotejando esses dados com os tipos de conteúdos, verifica-se que: no primeiro ano, metade das publicações (sete) corresponde à categoria “sensibilização do eleitor”, quatro à “chamada à ação” e três à “informativo”; no segundo, todas (seis) correspondem à categoria “sensibilização do eleitor”.

Na parte inicial deste capítulo apresentou-se os aspectos constitutivos e organizativos da iniciativa #VoteLGBT, desde a ideia formadora até a realização. Viu-se quais atores se envolveram na sua concretização e as perspectivas deles quanto ao trabalho que estava sendo desenvolvido. Posteriormente, realizou-se a análise das estruturas e funcionalidades das ferramentas sociais digitais disponibilizadas para os eleitores e candidatos. Percebeu-se que elas apresentam diferenças importantes quanto aos dois aspectos verificados, o que permitiu classificá-las como ferramentas *curadora* e *responsiva* – ver quadro 14.

Na terceira parte, dedicou-se à análise dos conteúdos das publicações na página da iniciativa no site de rede social Facebook. Assim, foram constituídas quatro categorias principais (e 17 subcategorias), havendo a predominância de duas (“sensibilização do eleitor” e “chamada à ação”) que denotam a intenção da comunicação da campanha. Constatou-se que: o formato de conteúdo mais utilizado nas publicações foi o combinado de texto e imagem; a maioria das publicações continha alguma hashtag associada, porém com uma baixa diversidade de termos; o tipo “curtir” formou a base das interações dos usuários com as publicações; enquanto no ano de 2014 houve uma diversificação dos tipos de conteúdos referentes às publicações mais curtidas (≥ 500), em 2016 concentrou-se em apenas um tipo. Sendo assim, os dados apresentados aqui forneceram subsídios oportunos que permitiram extrair conclusões relevantes, apresentadas na seção seguinte.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Nesta dissertação, materializa-se uma pesquisa que se norteou pelo questionamento sobre como a emergência de iniciativas ciberativistas centradas na representação política LGBT contribui para a consolidação das demandas do movimento (fortalecimento das pautas, do debate e para a criação e realização de políticas públicas) e, também, para o aprofundamento da democracia. Assim, buscou-se compreender a atuação da campanha #VoteLGBT, uma iniciativa desenvolvida em e nas redes de comunicação digital distribuída, durante as eleições de 2014 e 2016. A investigação apontou as condições para a constituição da campanha, identificando e analisando suas estratégias comunicativas e ferramentas desenvolvidas, atentando para suas ações (como a constituição da plataforma #MeRepresenta) e como podem refletir na luta pelos direitos LGBT.

Para tanto, levantou-se a hipótese de que os significados produzidos pelo caso evidenciado, como o desejo de mudança da realidade sociopolítica e cultural, oferecem compreensões fundamentais acerca das relações sociais quanto às questões de gênero e sexualidade e sobre aspectos do sistema político brasileiro (processos eleitorais, funcionamento do sistema representativo e das formas democráticas), contribuindo para a ampliação dos debates, tornando-os mais propícios à participação. Considerando isso, chegou-se a algumas conclusões gerais que vão ao encontro dessa formulação, no sentido de reforçá-la e, também, de extrapolá-la.

Partindo dos resultados obtidos e das discussões elaboradas, conclui-se que a iniciativa ciberativista #VoteLGBT colabora para a consolidação do movimento na medida em que deu visibilidade para a existência de candidaturas, em todo o Brasil, comprometidas com a garantia dos direitos humanos de pessoas lésbicas, gays, bissexuais, travestis, transexuais e intersexos. Essas candidaturas são, por vezes, invisibilizadas dentro dos próprios partidos, que acabam se constituindo como os primeiros óbices aos projetos de transformação da realidade social e política.

Visibilizar, portanto, não tem seu significado restrito aos trabalhos de apresentar e inventariar candidaturas – os inclui, claro –, mas, sobretudo, é uma maneira de se afirmar a vontade e a necessidade de participação e representação política. Em vista disso, a iniciativa #VoteLGBT levou as questões pertinentes ao intento de mudança para a seara da política institucional elegendo, para tanto, o caminho do Legislativo, por compreender que tão importante quanto a legitimidade (construída historicamente) das suas questões é a legalidade delas, ou seja, a garantia assegurada por meio de leis, seja em âmbito federal, estadual ou

municipal; por compreender, também, que as próprias demandas são pontos de conflito não somente na esfera civil, mas na política, de modo que determinados temas pouco são – ou nunca são – expressamente discutidos em debates eleitorais entre candidatos, como no caso daqueles que visam vagas no Executivo.

Assim, pode-se concluir que a iniciativa produziu uma tripla visibilização: das candidaturas para os eleitores, ao revelar a existência e pertinência delas; dos eleitores para os candidatos, ao demostrar que há sujeitos dispostos e com interesses específicos em relação à defesa dos direitos LGBT; das demandas e temáticas para os candidatos e eleitores, ao expor reivindicações constituídas sobre as experiências históricas e contemporâneas de pessoas que compõem grupos sociais minorizados, assegurando, assim, a sensibilização da esfera pública a partir da inserção da agenda construída e defendida pelos diferentes atores que constituem o movimento LGBT no debate político – e que foi ampliada a partir da associação com outros, elegendo os direitos humanos como eixo.

A campanha #VoteLGBT oferece, por vias diversas, contribuições ao aprofundamento da democracia, na medida em que expõe desigualdades políticas veladas pela própria noção de que, no regime democrático, os candidatos dispõem das mesmas possibilidades para disputar o espaço da política institucional, ou seja, o espaço das decisões. A possibilidade de candidatura de pessoas pró-direitos LGBT (ou que se identificam como LGBT) já reflete um feito relevante, mas que não deve encerrar-se em si – não é suficiente, em termos práticos. Porque, como observado com perspicácia por um dos integrantes da campanha[86], a candidatura para a disputa política reflete que condições mínimas para tanto foram alcançadas, ou seja, isso é significativo ao se considerar que, antes de poderem ocupar o espaço da disputa política, muitos candidatos precisam enfrentar o espaço da sobrevivência, enfrentar o contexto de vulnerabilidade social e política que os envolvem (a violência física, psicológica, institucional e sexual; a discriminação por conta da orientação sexual e identidade de gênero).

É possível concluir que, do primeiro para o segundo momento, houve certo deslizamento na concepção a respeito da noção de representação política, e isso encontrou ecos no modo de atuar da iniciativa. Se no início havia um debate mais explícito sobre a ideia de representar como uma forma simbólica ou sociológica, por um lado, e substantiva, por outro, passou-se a privilegiar essa última na etapa posterior. Isso não significa, entretanto, a eliminação total de outras formas de representação política, pois elas podem ocorrer de modo correspondente, variando em grau. Com isso, percebe-se que cada forma de representação

[86] Evorah Cardoso (em entrevista ao autor, 31/05/2017) – ver Apêndice E.

oferece contribuições distintas para o aprofundamento da democracia representativa, e está presente na concepção da iniciativa ciberativista.

Ao longo da sua atuação em e nas redes de comunicação digital distribuída, nos anos de 2014 e 2016, a #VoteLGBT adotou como principal estratégia comunicativa o emprego de recursos voltados para a sensibilização e convocação (chamada à ação) dos eleitores, através de conteúdos cujos significados refletiam a dimensão e legitimidade das suas pautas e dos debates que as cingem, ao mesmo tempo que demonstravam a importância do envolvimento – e de como fazê-lo – com os processos institucionais de participação (as eleições) e seu reflexo no aumento substantivo da representação política LGBT.

Outrossim, além de lançar mão das possibilidades ofertadas pelos mecanismos de sites de redes sociais e de compartilhamento de conteúdo, a iniciativa desenvolveu e disponibilizou ferramentas sociais digitais que cumpriram a função de auxílio aos eleitores e candidatos através da aproximação de ambas as dimensões, civil e política, em uma mesma ambiência. Essas ferramentas, portanto, contribuíram para o escopo da campanha, de fomentar a participação e a intervenção na política, com vista a medrar o número de representantes pró-direitos LGBT no cenário político brasileiro.

Houve também um aperfeiçoamento contundente do ponto de vista das possibilidades técnicas dessas ferramentas digitais colocadas à disposição de eleitores e candidatos, considerando que migrou-se de um site mais estático com característica curadora para uma plataforma dinâmica com característica responsiva. Soma-se a isso outro aspecto que compõe o bloco de otimizações na atuação da iniciativa #VoteLGBT, que é a constituição de um projeto mais amplo (de promoção do respeito aos direitos humanos) a partir da cooperação entre diferentes coletivos e organizações com temáticas próprias (diversidade sexual e identidade de gênero, igualdade racial e de gênero, direito à cidade).

É oportuno, ainda, aproveitar este espaço das considerações para alguns apontamentos sobre os dados utilizados na pesquisa. Primeiro que os resultados apresentados resultam de dados colhidos de momentos no tempo histórico, de um recorte de dois períodos observados, o que somado a sua natureza, de ser e estar na forma digital em e na rede, são passíveis de modificações inesperadas. Por essa razão, considera-se que as conclusões apresentadas aqui são aquelas mais pertinentes ao fenômeno investigado – embora não se rejeite o caráter provisório que possam adquirir noutro momento, quando outras surgirem. Outro apontamento sobre os dados relativos às publicações da página #VoteLGBT no Facebook é que não se teve acesso a relatórios estatísticos – fornecidos pelo próprio site de rede social – com outras informações relevantes sobre elas, como o alcance real e as ações de outros usuários através dos

compartilhamentos (curtidas e comentários realizados nos compartilhamentos). Assim, os dados apresentados, tabulados e analisados resultam da observação direta na publicação original, realizada pela iniciativa.

No tocante às implicações da pesquisa, espera-se que sirva ao propósito primeiro de divulgação do conhecimento científico, seja aquele já consolidado ou o originado nesta dissertação, através dos seus capítulos; que sirva à discussão dos acadêmicos, pela via dos confrontos teóricos, metodológicos e de resultados; e às práticas dos sujeitos e de iniciativas ciberativistas que buscam promover transformações na realidade social em prol da vivência comum.

Como pôde-se observar, algumas discussões e questões margearam os assuntos abordados aqui, o que, devido à própria delimitação das intenções da pesquisa, podem ocasionalmente exigir outras leituras pertinentes, de modo a complementar e apresentar outras perspectivas sobre o que está sendo debatido. Dessas discussões e questões não tratadas com todo afinco podem surgir outros problemas de pesquisa passíveis de aprofundamentos e de investigação sistemática. Dito isso, sugere-se que pesquisas futuras possam investigar a atuação de outras iniciativas ciberativistas centradas na representação política, seja referente à temática LGBT ou a outros grupos sociais minorizados; que possam atentar para como esses fenômenos acontecem no Brasil e em outros países, as aproximações e os distanciamentos, a partir de uma abordagem comparativa.

REFERÊNCIAS

ALBUQUERQUE, Afonso; DIAS, Marcia Ribeiro. Propaganda política e a construção da imagem partidária no Brasil. **Civitas**, Porto Alegre, v. 2, n. 2, p. 309-326, 2002. Disponível em: <https://goo.gl/NRuKnj>. Acesso em: 27 set. 2016.

ALKMIM, Antonio Carlos. O paradoxo do conceito de representação política. **Teoria & Pesquisa: revista de Ciência Política**, São Paulo, v. 22, n. 1, p. 56-71, 2003. Disponível em: <https://goo.gl/VT5MdJ>. Acesso em: 27 set. 2016. DOI: 10.4322/tp.2013.010

AMARAL, Adriana da Rosa; MONTARDO, Sandra Portella. **Mapeamento Temático da História da Cibercultura no Brasil**. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 35, 2012, Fortaleza. Anais. Disponível em: <https://goo.gl/okYlJB>. Acesso em: 19 dez. 2016.

_____. Pesquisa em Cibercultura: análise da produção brasileira da Intercom. **Logos**, Rio de Janeiro, v. 1, n. 34, p. 102-116, 2011. Disponível em: <https://goo.gl/1jTtae>. Acesso em: 19 dez. 2016.

_____. Pesquisa em cibercultura e internet: estudo exploratório-comparativo da produção científica da área no Brasil e nos Estados Unidos. **Conexão – Comunicação e Cultura**, Caxias do Sul, v. 9, n. 18, p. 57-73, 2010. Disponível em: <https://goo.gl/oYi4pF>. Acesso em: 19 dez. 2016.

ARAÚJO, Willian Fernandes. **We open governments**: análise de discurso do ciberativismo praticado pela organização WikiLeaks. 2013. 207 f. Dissertação (Mestrado em Processos e Manifestações Culturais) – Universidade Feevale, Novo Hamburgo, 2003. Disponível em: <https://goo.gl/rPAVio>. Acesso em: 15 abr. 2016.

BAQUERO, Marcello. **A vulnerabilidade dos partidos políticos e a crise da democracia na América Latina**. Porto Alegre: UFRGS, 2000.

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. Lisboa, Portugal: Edições 70, 1977.

BONIN, Jiani Adriana. Explorações sobre práticas metodológicas na pesquisa em comunicação. **Revista FAMECOS**, Porto Alegre, n. 37, p. 121-127, dez. 2008. Disponível em: <https://goo.gl/7HHxty>. Acesso em 28 out. 2016.

_____. Revisitando os bastidores da pesquisa: práticas metodológicas na construção de um projeto de investigação. In: MALDONADO, Alberto Efendy. et al. **Metodologias de pesquisa em comunicação**: olhares, trilhas e processos. 2ª ed. Porto Alegre: Sulina, 2011. p. 19-42.

BOULIANNE, Shelley. Does internet use affect engagement? A meta-analysis of research. **Political Communication**, Washington, v. 26, n. 2, p. 193-211, 2009. Disponível em: <https://goo.gl/lZGddM>. Acesso em: 19 dez. 2016. DOI: 10.1080/10584600902854363

CONSELHO Nacional de Combate à Discriminação. **Brasil sem Homofobia**: programa de combate à violência e à discriminação contra GLTB e promoção da cidadania homossexual. Brasília: Ministério da Saúde, 2004.

CORRÊA, Sonia Onufer. MUNTARBHORN, Vitit. (Orgs.). **Princípios de Yogyakarta**: princípios sobre a aplicação da legislação internacional de direitos humanos em relação à orientação sexual e identidade de gênero. 2006. Disponível em: <https://goo.gl/e7ut8U>. Acesso em: 20 jul. 2017.

CARVALHO, Maria. CARRARA, Sérgio. Em direito a um futuro trans? Contribuição para a história do movimento de travestis e transexuais no Brasil. **Sexualidad, Salud y Sociedad**, Rio de Janeiro, n. 14, p. 319-351, ago/2013. Disponível em: <https://goo.gl/GH9Xtc>. Acesso em: 20 jul. 2017. DOI: 10.1590/S1984-64872013000200015

CARVALHO, Mario Felipe de Lima. **"Muito prazer, eu existo!" Visibilidade e reconhecimento no ativismo de pessoas trans no Brasil**. 2015. 261 f. Tese (Doutorado em Saúde Coletiva) – Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2015. Disponível em: <https://goo.gl/WlMkdu>. Acesso em: 28 out. 2016.

CASTELLS, Manuel. **Redes de indignación y esperanza**. Madrid: Alianza Editorial, 2012.

CONDORELLI, Antonino. **Da mobilização ciberativista a uma biopolítica das redes**. In: NET- ACTIVISM INTERNATIONAL CONGRESS, 2, 2015, São Paulo. Anais. Disponível em: <https://goo.gl/X4Q08I>. Acesso em: 01 ago. 2016.

COSTA, Homero de Oliveira. **Democracia e representação política no Brasil**: uma análise das eleições presidenciais (1989-2002). Porto Alegre: Sulina, 2007.

COTTA, Diego de Souza. **A rede sai do armário**: o ciberativismo do arco-íris. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO NA REGIÃO SUDESTE, 19, 2014, Vila Velha. Anais. Disponível em: <https://goo.gl/jYkCPH>. Acesso em: 28 out. 2016.

COTTA, Maurizio. Representação Política. In: BOBBIO, Norberto; MATTEUCCI, Nicola; PASQUINO, Gianfranco. (Orgs.). **Dicionário de Política**. 11ª ed. Brasília: UnB, 1998. p. 1101-1107.

CRUZ, Carole Ferreira da. **Ativismo anti-homofobia**: embates político-midiáticos da Rede LGBT na internet. 2014. 180 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Universidade

Federal de Sergipe, São Cristóvão, 2014. Disponível em: <https://goo.gl/Ht1zGz>. Acesso em: 28 out. 2016.

CRUZ, Carole Ferreira da; AGUIAR, Sonia. **Ciberativismo anti-homofobia**: invisibilidade, fragilidade do campo e nova agenda de pesquisa. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 35, 2012, Fortaleza. Anais. Disponível em: <https://goo.gl/sGnaDH>. Acesso em: 28 out. 2016.

DENNING, Dorothy. E. Activism, hacktivism, and cyberterrorism: the internet as a tool for influencing foreign policy. In: ARQUILLA, John; RONFELDT, David. (Ed.). **Networks and netwars**: the future of terror, crime, and militancy. Santa Monica: RAND Corporation, 2001, p. 239-288.

DI CORINTO; Arturo; TOZZI, Tommaso. **Hacktivism**: la libertà nelle maglie della rete. Roma: Manifestolibri, 2002.

DI FELICE, Massimo. Ser redes: o formismo digital dos movimentos net-ativistas. **Matrizes**, São Paulo, v. 7, n. 2, p. 49-71, 2013. Disponível em: <https://goo.gl/dorglC>. Acesso em: 03 jan. 2016. DOI: 10.11606/issn.1982-8160.v7i2p49-71

DOSE, Ralf; SELWYN, Pamela Eve. The World League for Sexual Reform: some possible approaches. **Journal of the History of Sexuality**, Austin. v. 12, n. 1, p. 1-15, jan. 2003. Disponível em: <https://goo.gl/QfZDVq>. Acesso em: 17 jul. 2017. DOI: 10.1353/sex.2003.0057

DUARTE, Jorge. Entrevista em profundidade. In: DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio. (Org.) **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. 2ª ed. São Paulo: Atlas, 2011, p. 62-83.

DUVERGER, Maurice. **Os grandes sistemas políticos**: instituições políticas e direito constitucional - I. Coimbra: Almedina, 1985.

EARL, Jennifer; KIMPORT, Katrina; PRIETO, Greg; RUSH, Carly; REYNOSO, Kimberly. Changing the world one webpage at a time: conceptualizing and explaining internet activism. **Mobilization: an international journal**, v. 15, n. 4, p. 425-446, dez. 2010. Disponível em: <https://goo.gl/5n7U4s>. Acesso em 19 dez. 2016. DOI: 10.17813/maiq.15.4.w03123213lh37042

ENCARNACIÓN, Omar Guillermo. **Out in the periphery**: Latin America's gay rights revolution. New York: Oxford University Press, 2016.

FACCHINI, Regina. **Sopa de letrinhas?** Movimento homossexual e produção de identidades coletivas nos anos 90: um estudo a partir da cidade de São Paulo. 2002. 241 f. Dissertação (Mestrado em Antropologia Social) – Universidade Estadual de Campinas, Campinas, 2002.

FERREIRA, Nelson Toledo. A comunicação pública na construção simbólica da representação partidária. **Revista Eptic Online**, Aracaju, v. 15, n. 2, p. 44-57, 2013. Disponível em: <https://goo.gl/bhn1w4>. Acesso em: 27 set. 2017.

FERNANDES, Estevão Rafael. Ativismo homossexual indígena: uma análise comparativa entre Brasil e América do Norte. **DADOS – Revista de Ciências Sociai**s, Rio de Janeiro, v. 58, n. 1, p. 257-294, 2015. Disponível em: <https://goo.gl/w6TR1d>. Acesso em: 10 jul. 2017. DOI: 10.1590/00115258201544

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

FRY, Peter; MACRAE, Edward. **O que é homossexualidade**. São Paulo: Abril Cultural, Brasiliense, 1985.

GARRET, R. Kelly. Protest in an information society: a review of literature on social movements and new ICTs. **Information, Communication and Society**, Londres, v. 9, n. 2, p. 202-224. Disponível em: <https://goo.gl/DhwT9G>. Acesso em 19 dez. 2016. DOI: 10.1080/13691180600630773

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4ª ed. São Paulo: Atlas, 2002.

GOHN, Maria da Glória. **História dos movimentos e lutas sociais**: a construção da cidadania dos brasileiros. São Paulo: Edições Loyola, 1995.

_____. Movimentos sociais na contemporaneidade. **Revista Brasileira de Educação**, Rio de Janeiro, v. 16, n.47, p. 333-361, ago. 2011. Disponível em <https://goo.gl/q3rPyG>. Acesso em: 12 set. 2016. DOI: 10.1590/S1413-24782011000200005

GREEN, James Naylor. A luta pela igualdade: desejos, homossexualidade e a esquerda na América Latina. **Cadernos AEL**, Campinas, v. 10, n. 18/19, p. 13-43, 2003. Disponível em: <https://goo.gl/8TK1om>. Acesso em: 15 fev. 2017.

_____. **Além do carnaval**: a homossexualidade masculina no Brasil do Século XX. São Paulo: Editora da UNESP, 2000a.

_____. "Mais amor e mais tesão": a construção de um movimento brasileiro de gays, lésbicas e travestis. **Cadernos Pagu**, Campinas, n.15, p. 271-295, 2000b.

HAN, Byung-Chul. **En el enjambre**. Barcelona: Heder, 2014a.

_____. **Psicopolítica**: Neoliberalismo y nuevas técnicas de poder. Barcelona: Herder, 2014b.

HARP, Dustin; BACHMANN, Ingrid; GUO, Lei. The whole online world is watching: profiling social networking sites and activists in China, Latin America, and the United States. **International Journal of Communication**, Los Angeles, v. 6, n. 1, p. 298-321, 2012. Disponível em: <https://goo.gl/G5yyjZ>. Acesso em: 19 dez. 2016.

HASCEMBERG, Ayrton; ENDO, Patricia Takako; CAMELO, Marjony Barros. **Redes sociais como ferramentas de apoio a movimentos civis**: uma análise qualitativa no movimento LGBT caruaruense. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO NA REGIÃO NORDESTE, 18, 2016, Caruaru. Anais. Disponível em: <https://goo.gl/L9mQNH>. Acesso em: 28 out. 2016.

HINE, Christine. **Virtual ethnography**. London: Sage, 2000.

HOBBES, Thomas. **Leviatã ou matéria, forma e poder de uma república eclesiástica e civil**. São Paulo: Martins Fontes, 2003.

HOLLENBECK, Candice R.; ZINKHAN, George M. Consumer Activism on the Internet: the Role of Anti-Brand Communities. **NA - Advances in Consumer Research**, Duluth, v. 33, p. 479-485, 2006. Disponível em: <https://goo.gl/g61yZO>. Acesso em: 03 jan. 2016.

KIRCHHEIMER, Otto. A transformação dos sistemas partidários da Europa Ocidental. **Revista Brasileira de Ciência Política**, Brasília, n. 7, p. 349-385, jan./abr. 2012. Disponível em: <https://goo.gl/PJa2zx>. Acesso em: 15 out. 2017. DOI: 10.1590/S0103-33522012000100014

LANGMAN, Lauren; MORRIS, Douglas. **Internet mediation**: a theory of alternative globalization movements. In: INTERNATIONAL WORKSHOP ON COMMUNITY INFORMATICS, 1, 2002, Montreal. Proceedings. Disponível em: <https://goo.gl/kB5RMi>. Acesso em: 01 ago. 2016.

LAZARIN, Lucas Roecker; RODRIGUES, André Iribure. **Um panorama da produção de teses e dissertações em Comunicação no Brasil que abordam a temática LGBT**. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 37, 2014, Foz do Iguaçu. Anais. Disponível em: <https://goo.gl/XnSQqf>. Acesso em: 28 out. 2016.

LEMOS, André. Ciberativismo. **Correio Brasiliense**, Brasília, 15 nov. 2003. Caderno Pensar. Disponível em: <https://goo.gl/OAl3sJ>. Acesso em: 01 ago. 2016.

LOPES, John Willian; VELOSO, Maria do Socorro Furtado. **Movimentos sociais em rede**: um estudo sobre a campanha #VoteLGBT. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 39, 2016, São Paulo. Anais. Disponível em: <https://goo.gl/lo1L98>. Acesso em: 28 out. 2016.

LOPES, Maria Immacolata Vassallo de. **Pesquisa em comunicação**. 6ª ed. São Paulo: Edições Loyola, 2001.

LÜDKE, Hermengarda Alves; ANDRÉ, Marli Eliza Dalmazo Afonso. **Pesquisa em educação**: abordagens qualitativas. São Paulo: EPU, 1986.

MACRAE, Edward. **A construção da igualdade**: identidade sexual e política no Brasil da abertura. Campinas: Editora da Unicamp, 1990.

_____. Movimentos sociais e os direitos de cidadania dos homossexuais. In: ARAÚJO, Ângela M. C. (Org.). **Trabalho, cultura e cidadania**: um balanço da história social brasileira. São Paulo: Scritta, 1997, p. 237-245.

_____. Os respeitáveis militantes e as bichas loucas. In: EULÁLIO, Alexandre, et. al. (Orgs.). **Caminhos cruzados**: linguagem, antropologia e ciências naturais. São Paulo: Brasiliense, 1982, p. 99-111.

MALINI, Fábio; ANTOUN, Henrique. **A internet e a rua**: ciberativismo e mobilização nas redes sociais. Porto Alegre: Sulina, 2013.

MANIN, Bernard. **Los princípios del gobierno representativo**. Madrid: Alianza Editorial, 2006.

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Fundamentos de metodologia científica**. 5ª ed. São Paulo: Atlas, 2003.

MARQUES, Francisco Paulo Jamil Almeida. Níveis de participação dos cidadãos na internet: um exame dos websites de senadores brasileiros e norte-americanos. **Fronteiras - estudos midiáticos**, São Leopoldo, v. 9, n. 3, p. 155-166, set./dez. 2007. Disponível em: <https://goo.gl/z5aD1X>. Acesso em: 17 out. 2017.

MARTINS, Jessé; MALINI, Fábio. **Os desejos e anseios da blogosfera LGBT brasileira em posts**. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO NA REGIÃO SUDESTE, 15, 2010, Vitória. Anais. Disponível em: <https://goo.gl/dBRkQG>. Acesso em: 28 out. 2016.

MCADAM, Doug; TORROW, Sidney; TILLY, Charles. **Dinámica de la contenda política**. Barcelona: Hacer Editorial, 2005.

MIGUEL, Luis Felipe. Representação política em 3-D: elementos para uma teoria ampliada da representação política. **Revista Brasileira de Ciências Sociais**, São Paulo, v. 18, n. 51, p. 123-140, 2003. Disponível em: <https://goo.gl/B3VsC8>. Acesso em: 27 set. 2016. DOI: 10.1590/S0102-69092003000100009

MILLALEO, Salvador; VELASCO, Patricio. **Activismo digital em Chile**: repertorios de contención e iniciativas ciudadanas. Santiago de Chile: Fundación Democracia y Desarrollo, 2013.

MONEDERO, Juan Carlos. Representación política. In: REYES, Román. (Dir.). **Diccionario crítico de Ciencias Sociales**: terminología científico-social. Madrid-México: Plaza y Valdés, 2009.

MORAES, Denis de. Ativismo digital. **BOCC - Biblioteca Online de Ciências da Comunicação**. p. 1-14, 2001. Disponível em: <https://goo.gl/m720VU>. Acesso em: 01 ago. 2016.

MOTT, Luiz. Gay and lesbian movements. In: BALDERSTON, Daniel, GONZALEZ, Mike, LOPEZ, Ana M. (Eds.). **Encyclopedia of contemporary Latin American and Caribbean cultures**. Vol. 1: A-D. Londres e Nova York: Routledge, 2000, p. 634-637.

NAZARÉ, Marcela Peregrino Bastos de. **Ação "pela" e "na" internet**: impactos dos usos das Novas Tecnologias de Comunicação e Informação nas ações políticas do movimento LGBT brasileiro. 2013. 102 f. Dissertação (Mestrado em Ciências Sociais) – Universidade Estadual de Maringá, Maringá, 2013. Disponível em: <https://goo.gl/mIKYL5>. Acesso em: 28 out. 2016.

NOVARO, Marcos. Crisis de representación, neopopulismo y Consolidación democrática. In: IML. **El político como un líder democrático**: desafíos y oportunidades de nuevos liderazgos democráticos. Buenos Aires: Instituto Lebensohn, 2006, p. 22-35. Disponível em: <https://goo.gl/GypZ1o>. Acesso em: 15 out. 2017.

OFFE, Claus. **Problemas estruturais do estado capitalista**. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1984.

OKITA, Hiro. **Homossexualidade**: da opressão à libertação. 2 ed. São Paulo: Sundermann, 2015.

OLIVEIRA, Dennis de. Movimentos sociais e uma nova cultura política em tempos de ação direta do capital. **ARACÊ – Direitos Humanos em Revista**, São Paulo, v. 1, n. 1, p. 89-109, jun. 2014. Disponível em: <https://goo.gl/kBYbA5>. Acesso em: 12 set. 2016.

OLLER, Dollors. El declive de la política: la crisis del espacio y del sujeto políticos. **Frontera**, Valência, n. 25, p. 15-38, jan./mar. 2003. Disponível em: <https://goo.gl/DFVmpJ>. Acesso em: 15 out. 2017.

PARISER, Eli. **O filtro invisível**: o que a internet está escondendo de você. Rio de Janeiro: Zahar, 2012.

PARK, Hun Myoung; PERRY, James L. Do campaign web sites really matter in electoral civic engagement? Empirical evidence from the 2004 Post-Election Internet Tracking Survey. **Social Science Computer Review**, Thousand Oaks, v. 26, n. 2, p. 190-212, 2008. Disponível em: <https://goo.gl/Z3YGWd>. Acesso em: 19 dez. 2016. DOI: 10.1177/0894439307309026

PEREIRA, Marcos Abílio. **Internet e mobilização política**: os movimentos sociais na era digital. In: ENCONTRO DA COMPOLÍTICA, 4, 2011, Rio de Janeiro. Anais. Disponível em: <https://goo.gl/Shxa1P>. Acesso em: 28 out. 2016.

PITKIN, Hanna Fenichel. **El concepto de representación**. Madrid: Centro de Estudios Constitucionales, 1985.

_____. Representação: palavras, instituições e idéias. **Lua Nova**, São Paulo, n.67, p. 15-47, 2006. Disponível em: <https://goo.gl/7ezv5t>. Acesso em: 27 set. 2016. DOI: 10.1590/S0102-64452006000200003

PRODANOV, Cleber Cristiano; FREITAS, Ernani Cesar. **Metodologia do trabalho científico**: métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico. 2ª ed. Novo Hamburgo: Feevale, 2013.

RAMOS, Jair de Souza. **A sexualidade como campo de batalha na internet**: grupos religiosos e movimentos feminista e LGBT na luta em torno dos direitos sexuais. In: ENCONTRO ANUAL DA ANPOCS, 37, 2013, Águas de Lindóia. Anais. Disponível em: <https://goo.gl/qdLrr5>. Acesso em: 28 out. 2016.

RECUERO, Raquel. Contribuições da Análise de Redes Sociais para o estudo das redes sociais na Internet: o caso da hashtag #Tamojuntodilma e #CalaabocaDilma. **Fronteiras - estudos midiáticos**, São Leopoldo, v. 16, n. 2, p. 60-77, mai./ago. 2014. Disponível em: <https://goo.gl/kWFAox>. Acesso em: 17 out. 2017. DOI: 10.4013/fem.2014.162.01

REY BELTRÁN, Germán. Los movimientos de la sociedad: deslocación, reajustes y cambios desde las tecnologías. In: VALENCIA RINCÓN, Juan Carlos; CORREDOR, Claudia Pilar García. (Ed.). **Movimientos sociales e internet**. Bogotá: Editorial Pontificia Universidad Javeriana, 2014, p. 7-17.

RHEINGOLD, Howard. **Multitudes inteligentes**: la próxima revolución social. Barcelona: Editorial Gedisa, 2004.

RIGITANO, Maria Eugenia Cavalcanti. Ciberativismo: definições, origens e possíveis classificações. In: LEMOS, André. (Org.). **Cibercidade II**: Ciberurbe. A cidade na sociedade da informação. Rio de Janeiro: E-papers, 2005, p. 249-276.

_____. Redes e ciberativismo: notas para uma análise do centro de mídia independente. **BOCC - Biblioteca Online de Ciências da Comunicação**. p. 1-11, 2003. Disponível em: <https://goo.gl/1d2Rdo>. Acesso em: 01 ago. 2016.

RUPP, Leila J. The persistence of transnational organizing: the case of the homophile movement. **American Historical Review**, v. 116, n. 4, p. 1014-1039, out. 2011. Disponível em: <https://goo.gl/K6TaJd>. Acesso em: 19 jul. 2017. DOI: 10.1086/ahr.116.4.1014

SANTAELLA, Lucia. **Comunicação e Pesquisa**: projetos para mestrado e doutorado. 2ª ed. São José do Rio Preto: Bluecom Comunicação, 2010.

SANTOS, Boaventura de Sousa. Para uma sociologia das ausências e uma sociologia das emergências. **Revista Crítica de Ciências Sociais**, Coimbra, n. 63, p. 237-280, out. 2002. Disponível em: <https://rccs.revues.org/1285>. Acesso em: 12 set. 2016. DOI: 10.4000/rccs.1285

SANTOS, Gustavo Gomes da Costa. Diversidade sexual e política eleitoral: Analisando as candidaturas de travestis e transexuais no Brasil contemporâneo. **Sexualidad, Salud y Sociedad - Revista Latinoamericana**, Rio de Janeiro, n. 23, p. 58-96, ago. 2016a. Disponível em: <https://goo.gl/aGaHyV>. Acesso em 4 out. 2016. DOI: 10.1590/1984-6487.sess.2016.23.03.a

_____. Movimento LGBT e partidos políticos no Brasil. **Contemporânea**, São Carlos, v. 6, n. 1, p. 179-212, jan./jun. 2016b. Disponível em: <https://goo.gl/D9apzZ>. Acesso em 4 out. 2016. DOI: 10.4322/2316-1329.005

SARDINHA, Antonio Carlos; KERBAUY, Maria Teresa Miceli. **Comunicação e as novas tecnologias no contexto de atuação política dos movimentos sociais contemporâneos**: um estudo do portal ILGA.ORG. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 33, 2010, Caxias do Sul. Anais. Disponível em: <https://goo.gl/NCbstg>. Acesso em: 28 out. 2016.

SARTORI, Giovanni. **Elementos de teoría política**. Madrid: Alianza Editorial, 1992.

SCHERER, Fernanda. **Consumo midiático em comunidade online**: um estudo sobre o Mundo T-Girl. 2016. 202 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Universidade Federal de Santa Maria, Santa Maria, 202. Disponível em: <https://goo.gl/ZjVKGi>. Acesso em: 28 out. 2016.

SCHERER-WARREN, Ilse. Redes de movimentos sociais na américa latina: caminhos para uma política emancipatória? **Caderno CRH**, Salvador, v. 21, n. 54, p. 505-517, dez. 2008. Disponível em: <https://goo.gl/e546uV>. Acesso em: 12 set. 2016. DOI: 10.1590/S0103-49792008000300007

SCOLARI, Carlos. **Hipermediaciones**: elementos para una Teoría de la Comunicación Digital Interactiva. Barcelona: Editorial Gedisa, 2008.

SILVA, Juremir Machado da. Os suportes da comunicação: entre meio e poder. **MATRIZes**, São Paulo, v. 7, n. 1, p. 47-57, jan./jun. 2013. Disponível em: <https://goo.gl/BreiUZ>. Acesso em: 16 dez. 2016. DOI: 10.11606/issn.1982-8160.v7i1p47-57

SILVEIRA, Sérgio Amadeu da. Ciberativismo, Cultura Hacker e o Individualismo Colaborativo. **Revista USP**, São Paulo, n. 86, p. 28-39, 2010. Disponível em: <https://goo.gl/i5BajN>. Acesso em 01 ago. 2016. DOI: 10.11606/issn.2316-9036.v0i86p28-39

SIMÕES, Júlio Assis; FACCHINI, Regina. **Na trilha do arco-íris**: do movimento homossexual ao LGBT. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2009.

SODRÉ, Muniz. **Antropológica do espelho**: uma teoria da comunicação linear e em rede. 4ª ed. Petrópolis: Vozes, 2009.

_____. **Por um conceito de minoria**. In: PAIVA, Raquel; BARBALHO, Alexandre. (Orgs.). Comunicação e cultura das minorias. São Paulo: Paulus, 2005. p. 11-14.

TILLY, Charles; WOOD, Lesley J. **Los movimientos sociales, 1768-2008**: desde sus orígenes a Facebook. Crítica: Barcelona, 2010.

UGARTE, David de. **El poder de las redes**: manual ilustrado para personas, colectivos y empresas abocados al ciberactivismo. Madrid: Edição do autor, 2007. Disponível em: <https://goo.gl/pQ79io>. Acesso em: 27 set. 2016.

VALENCIA RINCÓN, Juan Carlos. Propuesta de tipologia de los movimentos sociales em internet. In: VALENCIA RINCÓN, Juan Carlos; CORREDOR, Claudia Pilar García. (Ed.). **Movimientos sociales e internet**. Bogotá: Editorial Pontificia Universidad Javeriana, 2014, p. 21-46.

VALENZUELA, Sebastián. Unpacking the use of social media for protest behavior: the roles of information, opinion expression, and activism. **American Behavioral Scientist**, Sedona, v. 57, n. 7, p. 920-942, mar. 2013. Disponível em: <https://goo.gl/UlnxQa>. Acesso em: 19 dez. 2016. DOI: 10.1177/0002764213479375

VAN LAER, Jeroen; VAN AELST, Peter. Cyber-protest and civil society: the Internet and action repertoires in social movements. In: JEWKES, Yvonne; YAR, Majid. **Handbook of Internet Crime**. Nova York: Willan Publishing, 2009, p. 230-254.

VEGH, Sandor. Classifying forms of online activism: the case of cyberprotests against th world bank. In: McCAUGHEY, Martha; AYERS, Michael D. (Ed.). **Cyberactivism**: Online Activism in Theory and Practice. New York: Routledge, 2003, p. 71-96.

_____. The media's portrayal of hacking, hackers, and hacktivismo before and after September 11. **First Monday**, Chicago, v. 10, n. 2, online, 2005. Disponível em: <https://goo.gl/Bk6xCg>. Acesso em: 19 dez. 2016. DOI: 10.5210/fm.v10i2.1206

VIANA, Nildo. Os objetivos dos movimentos sociais. **Revista Movimentos Sociais**, Goiânia, v. 1, n. 1, p. 41-87, jul-dez. 2016. Disponível em: <https://goo.gl/8qMlqc>. Acesso em: 16 mai. 2017.

WOLLINGER, Leonardo Bertoldo Werner; OLVEIRA FILHA, Elza Aparecida de. **O ciberativismo LGBT**: uma análise do Canal das Bee na articulação e promoção do diálogo entre jovens. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO NA REGIÃO SUL, 17, 2016, Curitiba. Anais. Disponível em: <https://goo.gl/GGqrLR>. Acesso em: 28 out. 2016.

WRAY, Stefan. Electronic civil disobedience and the world wide web of hacktivism: a mapping of extraparliamentarian direct action net politics. **Switch New Media Journal**, San Jose, v. 4, n. 2, online, 1998. Disponível em: <https://goo.gl/JxKHS0>. Acesso em: 19 dez. 2016.

YIN, Robert K. **Estudo de caso**: planejamento e métodos. 2ª ed. Porto Alegre: Bookman, 2001.

ZDRAVOMYSLOVA, Olga. How was born the "soviet patriarchy": Grigory Batkis about the sexual revolution in Russia. **Demographic Review**, Moscow. v. 4, n. 1, p. 124-143, 2017. Disponível em: <https://goo.gl/UZvRrL>. Acesso em: 19 jul. 2017.

APÊNDICE

APÊNDICE A - Registro das publicações da página #VoteLGBT no Facebook (2014 e 2016)

Legenda: Publicação (Publi.); Curtidas (Curt.); Compartilhamentos (Comp.); Comentários (Coment.); Categorização (Categ.).

Ano de referência: 2014 – 79 publicações					
Publi.	**Curt.**	**Comp.**	**Coment.**	**Categ.**	**Link/Data de acesso**
27/08/2014 19h39	7	0	1	Informativo	https://www.facebook.com/votelgbt%2Fposts%2F273657366156276&width=500 (21 de agosto de 2016)
28/08/2014 11h14	5	0	1	Chamada à ação	https://www.facebook.com/votelgbt/posts/274039209451425 (21 de agosto de 2016)
02/09/2014 18h07	170	31	0	Sensibilização do eleitor	https://www.facebook.com/votelgbt/posts/277077819147564:0 (21 de agosto de 2016)
03/09/2014 11h25	13	0	0	Informativo	https://www.facebook.com/votelgbt/posts/277235502465129 (21 de agosto de 2016)
03/09/2014 13h17	91	22	17	Chamada à ação	https://www.facebook.com/votelgbt/posts/277255905796422:0 (21 de agosto de 2016)
03/09/2014 19h43	13	0	0	Chamada à ação	https://www.facebook.com/votelgbt/posts/277303329125013:0 (21 de agosto de 2016)
03/09/2014 23h55	31	14	1	Informativo	https://www.facebook.com/votelgbt/posts/277335069121839:0 (21 de agosto de 2016)
04/09/2014 23h36	41	2	2	Chamada à ação	https://www.facebook.com/votelgbt/posts/279031638952182:0 (21 de agosto de 2016)
05/09/2014 15h35	26	2	0	Informativo	https://www.facebook.com/votelgbt/posts/279945668860779:0 (21 de agosto de 2016)
05/09/2014 20h27	15	3	0	Informativo	https://www.facebook.com/votelgbt/posts/279995945522418:0 (21 de agosto de 2016)
06/09/2014 12h28	47	1	0	Informativo	https://www.facebook.com/votelgbt/posts/280149098840436:0 (21 de agosto de 2016)
06/09/2014 15h39	8	0	1	Chamada à ação	https://www.facebook.com/votelgbt/posts/280183192170360 (21 de agosto de 2016)
06/09/2014 19h36	27	3	0	Informativo	https://www.facebook.com/votelgbt/posts/280216148833731:0 (21 de agosto de 2016)
07/09/2014 11h58	91	31	4	Informativo	https://www.facebook.com/votelgbt/posts/280396048815741:0 (21 de agosto de 2016)
07/09/2014 14h18	154	109	7	Sensibilização do eleitor	https://www.facebook.com/votelgbt/posts/280433912145288:0 (21 de agosto de 2016)
08/09/2014 11h	303	174	15	Chamada à ação	https://www.facebook.com/votelgbt/posts/280631185458894:0 (21 de agosto de 2016)
08/09/2014 14h22	193	1	7	Repercussão na imprensa	https://www.facebook.com/votelgbt/posts/280684808786865 (21 de agosto de 2016)
08/09/2014 17h15	76	57	1	Repercussão na imprensa	https://www.facebook.com/votelgbt/posts/280714295450583:0 (21 de agosto de 2016)
08/09/2014 19h06	47	1	27	Informativo	https://www.facebook.com/votelgbt/posts/280727292115950:0 (21 de agosto de 2016)
09/09/2014 11h38	62	21	7	Sensibilização do eleitor	https://www.facebook.com/votelgbt/posts/280898465432166:0 (21 de agosto de 2016)
09/09/2014 14h44	179	39	9	Chamada à ação	https://www.facebook.com/votelgbt/posts/280931395428873:0 (21 de agosto de 2016)
09/09/2014 19h00	97	14	6	Sensibilização do eleitor	https://www.facebook.com/votelgbt/posts/280965768758769:0 (21 de agosto de 2016)
10/09/2014 10h30	133	49	2	Chamada à ação	https://www.facebook.com/votelgbt/posts/281091375412875:0 (21 de agosto de 2016)

10/09/2014 18h00	69	32	1	Chamada à ação	https://www.facebook.com/votelgbt/posts/281172385404774:0 (21 de agosto de 2016)
10/09/2014	18	0	2	Chamada à ação	https://www.facebook.com/events/620522764725638/ (21 de agosto de 2016)
11/09/2014 11h05	102	28	6	Repercussão na imprensa	https://www.facebook.com/votelgbt/posts/281117845410228 (21 de agosto de 2016)
11/09/2014 18h50	592	388	29	Sensibilização do eleitor	https://www.facebook.com/votelgbt/posts/281395665382446:0 (21 de agosto de 2016)
12/09/2014 10h00	246	35	6	Repercussão na imprensa	https://www.facebook.com/votelgbt/posts/281434835378529 (21 de agosto de 2016)
12/09/2014 11h47	665	16	15	Sensibilização do eleitor	https://www.facebook.com/votelgbt/posts/281534035368609 (21 de agosto de 2016)
12/09/2014 13h00	126	2	6	Chamada à ação	https://www.facebook.com/votelgbt/posts/281557388699607:0 (21 de agosto de 2016)
12/09/2014 19h00	314	44	6	Chamada à ação	https://www.facebook.com/votelgbt/posts/281602535361759:0 (21 de agosto de 2016)
13/09/2014 14h07	134	25	6	Chamada à ação	https://www.facebook.com/votelgbt/posts/281775275344485:0 (21 de agosto de 2016)
13/09/2014 17h28	173	6	5	Chamada à ação	https://www.facebook.com/votelgbt/posts/281806258674720 (21 de agosto de 2016)
14/09/2014 18h45	444	148	20	Sensibilização do eleitor	https://www.facebook.com/votelgbt/posts/282051888650157 (21 de agosto de 2016)
15/09/2014 10h00	131	13	3	Repercussão na imprensa	https://www.facebook.com/votelgbt/posts/282084821980197 (21 de agosto de 2016)
15/09/2014 16h00	66	4	5	Chamada à ação	https://www.facebook.com/votelgbt/posts/282430178612328:0 (21 de agosto de 2016)
15/09/2014 14h50	692	397	19	Sensibilização do eleitor	https://www.facebook.com/votelgbt/posts/282468751941804 (21 de agosto de 2016)
16/09/2014 13h11	108	11	4	Informativo	https://www.facebook.com/votelgbt/posts/282831328572213 (21 de agosto de 2016)
16/09/2014 16h00	178	31	7	Informativo	https://www.facebook.com/votelgbt/posts/282906775231335:0 (21 de agosto de 2016)
17/09/2014 14h16	256	34	5	Sensibilização do eleitor	https://www.facebook.com/votelgbt/posts/283257528529593:0 (21 de agosto de 2016)
17/09/2014 19h26	137	25	2	Chamada à ação	https://www.facebook.com/votelgbt/posts/283325558522790 (21 de agosto de 2016)
17/09/2014 20h41	136	36	5	Sensibilização do eleitor	https://www.facebook.com/votelgbt/posts/283343055187707 (21 de agosto de 2016)
18/09/2014 15h18	80	13	3	Repercussão na imprensa	https://www.facebook.com/votelgbt/posts/283636055158407 (21 de agosto de 2016)
18/09/2014 18h00	244	105	16	Chamada à ação	https://www.facebook.com/votelgbt/posts/283631405158872 (21 de agosto de 2016)
19/09/2014 11h51	244	23	5	Informativo	https://www.facebook.com/votelgbt/posts/284020435119969:0 (21 de agosto de 2016)
19/09/2014 16h00	634	109	18	Sensibilização do eleitor	https://www.facebook.com/votelgbt/posts/284148568440489:0 (21 de agosto de 2016)
20/09/2014 12h00	122	6	7	Informativo	https://www.facebook.com/votelgbt/posts/284503958404950 (21 de agosto de 2016)
21/09/2014 16h00	578	101	7	Sensibilização do eleitor	https://www.facebook.com/votelgbt/posts/285078975014115:0 (21 de agosto de 2016)
21/09/2014 23h58	486	102	6	Chamada à ação	https://www.facebook.com/votelgbt/posts/285216358333710:0 (21 de agosto de 2016)
22/09/2014 10h05	388	24	14	Chamada à ação	https://www.facebook.com/votelgbt/posts/285435244978488:0 (21 de agosto de 2016)
22/09/2014 19h05	164	42	7	Sensibilização do eleitor	https://www.facebook.com/votelgbt/posts/285616081627071 (21 de agosto de 2016)
24/09/2014 11h08	832	158	33	Informativo	https://www.facebook.com/votelgbt/posts/286514071537272:0 (21 de agosto de 2016)

25/09/2014 10h18	285	3	10	Sensibilização do eleitor	https://www.facebook.com/votelgbt/posts/287034114818601 21 de agosto de 2016
25/09/2014 21h59	293	147	6	Chamada à ação	https://www.facebook.com/votelgbt/posts/287284948126851:0 (21 de agosto de 2016)
26/09/2014 14h39	598	102	20	Informativo	https://www.facebook.com/votelgbt/posts/287632198092126:0 (21 de agosto de 2016)
27/09/2014 12h00	51	1	2	Chamada à ação	https://www.facebook.com/votelgbt/posts/288080974713915:0 (21 de agosto de 2016)
27/09/2014 18h00	137	22	0	Sensibilização do eleitor	https://www.facebook.com/votelgbt/posts/288271998028146:0 (21 de agosto de 2016)
2/09/2014 16h10	1.100	109	16	Chamada à ação	https://www.facebook.com/votelgbt/posts/288799677975378:0 (21 de agosto de 2016)
28/09/2014 22h30	453	5	9	Sensibilização do eleitor	https://www.facebook.com/votelgbt/posts/288808344641178 (21 de agosto de 2016)
29/09/2014 10h00	304	6	12	Sensibilização do eleitor	https://www.facebook.com/votelgbt/posts/288977331290946 (21 de agosto de 2016)
29/09/2014 13h17	293	92	6	Sensibilização do eleitor	https://www.facebook.com/votelgbt/posts/289293201259359:0 (21 de agosto de 2016)
29/09/2014 20h27	463	164	8	Sensibilização do eleitor	https://www.facebook.com/votelgbt/posts/289410021247677:0 (21 de agosto de 2016)
02/10/2014 13h14	2.200	1.063	118	Chamada à ação	https://www.facebook.com/votelgbt/posts/289700231218656 (21 de agosto de 2016)
01/10/2014 12h08	297	129	13	Chamada à ação	https://www.facebook.com/votelgbt/posts/290086121180067:0 (21 de agosto de 2016)
01/10/2014 18h40	1.700	136	27	Chamada à ação	https://www.facebook.com/votelgbt/posts/290195564502456:0 (21 de agosto de 2016)
02/10/2014 11h00	280	31	12	Sensibilização do eleitor	https://www.facebook.com/votelgbt/posts/290481281140551:0 (21 de agosto de 2016)
02/10/2014 13h30	35	0	5	Chamada à ação	https://www.facebook.com/votelgbt/posts/290508754471137 (21 de agosto de 2016)
02/10/2014 15h00	259	36	7	Sensibilização do eleitor	https://www.facebook.com/votelgbt/posts/290221867833159 (21 de agosto de 2016)
02/10/2014 19h20	144	29	5	Sensibilização do eleitor	https://www.facebook.com/votelgbt/posts/290616431127036 (21 de agosto de 2016)
03/10/2014 10h00	150	30	3	Chamada à ação	https://www.facebook.com/votelgbt/posts/290832487772097:0 (21 de agosto de 2016)
03/10/2014 14h03	1.500	274	79	Sensibilização do eleitor	https://www.facebook.com/votelgbt/posts/290930877762258 (21 de agosto de 2016)
04/10/2014 12h03	1.000	138	41	Chamada à ação	https://www.facebook.com/votelgbt/posts/291309991057680:0 (21 de agosto de 2016)
04/10/2014 16h00	210	72	2	Chamada à ação	https://www.facebook.com/votelgbt/posts/291385364383476:0 (22 de agosto de 2016)
04/10/2014 18h13	80	1	3	Sensibilização do eleitor	https://www.facebook.com/votelgbt/posts/291403437715002 (22 de agosto de 2016)
04/10/2014 22h00	205	45	13	Chamada à ação	https://www.facebook.com/votelgbt/posts/291480514373961:0 (22 de agosto de 2016)
05/10/2014 11h09	742	295	19	Sensibilização do eleitor	https://www.facebook.com/votelgbt/posts/291713487683997:0 (22 de agosto de 2016)
06/10/2014 23h48	1.100	206	48	Informativo	https://www.facebook.com/votelgbt/posts/292359617619384:0 (22 de agosto de 2016)
07/10/2014 13h52	177	3	66	Chamada à ação	https://www.facebook.com/votelgbt/posts/292611140927565:0 (22 de agosto de 2016)
08/10/2014 20h58	346	58	84	Informativo	https://www.facebook.com/votelgbt/posts/293122214209791:0 (22 de agosto de 2016)
Ano de referência: 2016 – 85 publicações					
Publi.	**Curt.**	**Comp.**	**Coment.**	**Categ.**	**Link/Data de acesso**

19/04/2016 21h29	38	3	4	Chamada à ação	https://www.facebook.com/votelgbt/posts/491596267695717:0 (22 de agosto de 2016)
29/04/2016 10h00	30	16	1	Sensibilização do eleitor	https://www.facebook.com/votelgbt/posts/494610097394334:0 (22 de agosto de 2016)
03/05/2016 14h09	11	0	1	Sensibilização do eleitor	https://www.facebook.com/votelgbt/posts/496105687244775 (22 de agosto de 2016)
05/05/2016 19h13	22	15	0	Sensibilização do eleitor	https://www.facebook.com/votelgbt/posts/496899367165407:0 (22 de agosto de 2016)
05/05/2016 22h01	27	0	0	Sensibilização do eleitor	https://www.facebook.com/votelgbt/posts/496933477161996 (22 de agosto de 2016)
24/05/2016 12h00	74	78	7	Chamada à ação	https://www.facebook.com/votelgbt/posts/503030899885587:0 (22 de agosto de 2016)
26/05/2016 11h16	51	33	8	Chamada à ação	https://www.facebook.com/votelgbt/posts/503814036473940:0 (22 de agosto de 2016)
27/05/2016 16h01	28	12	0	Chamada à ação	https://www.facebook.com/votelgbt/posts/504195143102496:0 (22 de agosto de 2016)
28/05/2016 10h20	32	1	0	Chamada à ação	https://www.facebook.com/votelgbt/posts/504472066408137:0 (22 de agosto de 2016)
09/06/2016 18h55	57	5	0	Informativo	https://www.facebook.com/votelgbt/posts/508737552648255 (22 de agosto de 2016)
10/06/2016 08h47	63	61	0	Repercussão na imprensa	https://www.facebook.com/votelgbt/posts/508910995964244:0 (22 de agosto de 2016)
10/06/2016 12h28	46	6	1	Repercussão na imprensa	https://www.facebook.com/votelgbt/posts/508971315958212 (22 de agosto de 2016)
10/06/2016 21h00	92	34	7	Informativo	https://www.facebook.com/votelgbt/posts/509049912617019:0 (22 de agosto de 2016)
12/06/2016 15h38	998	1.899	5	Sensibilização do eleitor	https://www.facebook.com/votelgbt/posts/509632712558739:0 (22 de agosto de 2016)
13/06/2016 11h00	54	11	1	Informativo	https://www.facebook.com/votelgbt/posts/509633082558702:0 (22 de agosto de 2016)
13/06/2016 15h00	49	3	0	Informativo	https://www.facebook.com/votelgbt/posts/509635545891789:0 (22 de agosto de 2016)
15/06/2016 19h00	39	4	0	Repercussão na imprensa	https://www.facebook.com/votelgbt/posts/510769672445043 (22 de agosto de 2016)
20/06/2016 14h00	32	2	0	Repercussão na imprensa	https://www.facebook.com/votelgbt/posts/512307178957959 (22 de agosto de 2016)
22/06/2016 14h02	83	14	3	Sensibilização do eleitor	https://www.facebook.com/votelgbt/posts/512982548890422:0 (22 de agosto de 2016)
23/06/2016 16h08	489	515	11	Sensibilização do eleitor	https://www.facebook.com/votelgbt/videos/513299345525409/ (22 de agosto de 2016)
25/06/2016 15h30	88	26	0	Repercussão na imprensa	https://www.facebook.com/votelgbt/posts/513942732127737 (22 de agosto de 2016)
27/06/2016 16h00	274	232	11	Sensibilização do eleitor	https://www.facebook.com/votelgbt/videos/514617012060309/ (22 de agosto de 2016)
28/06/2016 16h11	159	39	0	Sensibilização do eleitor	https://www.facebook.com/votelgbt/posts/514924105362933:0 (22 de agosto de 2016)
28/06/2016 20h00	134	28	0	Sensibilização do eleitor	https://www.facebook.com/votelgbt/posts/514925138696163:0 (22 de agosto de 2016)
29/06/2016 10h00	171	48	2	Sensibilização do eleitor	https://www.facebook.com/votelgbt/videos/515171582004852/ (22 de agosto de 2016)
20/06/2016 20h00	20	2	1	Repercussão na imprensa	https://www.facebook.com/votelgbt/posts/515622071959803 (22 de agosto de 2016)
05/07/2016 21h00	120	51	1	Sensibilização do eleitor	https://www.facebook.com/votelgbt/posts/517339765121367 (22 de agosto de 2016)
06/07/2016 13h00	142	62	5	Sensibilização do eleitor	https://www.facebook.com/votelgbt/posts/517517805103563 (22 de agosto de 2016)
06/07/2016 18h00	115	33	0	Sensibilização do eleitor	https://www.facebook.com/votelgbt/posts/517522338436443 (22 de agosto de 2016)

07/07/20 16 18h00	181	60	3	Sensibilização do eleitor	https://www.facebook.com/votelgbt/posts/517861258402551 (22 de agosto de 2016)
08/07/20 16 12h00	236	69	4	Sensibilização do eleitor	https://www.facebook.com/votelgbt/videos/517946055060738/ (22 de agosto de 2016)
08/07/20 16 18h00	79	21	2	Sensibilização do eleitor	https://www.facebook.com/votelgbt/posts/518226738366003 (22 de agosto de 2016)
09/07/20 16 20h00	98	36	3	Sensibilização do eleitor	https://www.facebook.com/votelgbt/posts/518628431659167 (22 de agosto de 2016)
11/07/20 16 18h00	198	193	7	Sensibilização do eleitor	https://www.facebook.com/votelgbt/posts/519356948252982 (23 de agosto de 2016)
12/07/20 16 20h00	128	40	5	Sensibilização do eleitor	https://www.facebook.com/votelgbt/videos/519358014919542/ (23 de agosto de 2016)
14/07/20 16 20h17	293	193	14	Sensibilização do eleitor	https://www.facebook.com/votelgbt/videos/520406441481366/ (23 de agosto de 2016)
16/07/20 16 18h00	159	52	2	Sensibilização do eleitor	https://www.facebook.com/votelgbt/posts/521035574751786 (23 de agosto de 2016)
18/07/20 16 20h00	193	104	4	Sensibilização do eleitor	https://www.facebook.com/votelgbt/posts/521756628013014:0 (23 de agosto de 2016)
20/07/20 16 14h18	2.844	3.337	238	Sensibilização do eleitor	https://www.facebook.com/votelgbt/videos/522327207955956/ (23 de agosto de 2016)
21/07/20 16 18h03	192	65	12	Sensibilização do eleitor	https://www.facebook.com/votelgbt/posts/522758431246167:0 (23 de agosto de 2016)
25/07/20 16 18h00	112	31	0	Sensibilização do eleitor	https://www.facebook.com/votelgbt/videos/524068507781826/ (23 de agosto de 2016)
26/07/20 16 18h00	95	16	1	Sensibilização do eleitor	https://www.facebook.com/votelgbt/posts/524066267782050:0 (23 de agosto de 2016)
27/07/20 16 18h00	92	12	1	Sensibilização do eleitor	https://www.facebook.com/votelgbt/posts/524067311115279:0 (23 de agosto de 2016)
03/08/20 16 20h01	151	45	2	Repercussão na imprensa	https://www.facebook.com/votelgbt/posts/527412957447381 (23 de agosto de 2016)
04/08/20 16 14h00	916	395	31	Sensibilização do eleitor	https://www.facebook.com/votelgbt/videos/527683267420350/ (23 de agosto de 2016)
08/08/20 16 14h00	853	489	56	Sensibilização do eleitor	https://www.facebook.com/votelgbt/videos/529223703932973/ (23 de agosto de 2016)
10/08/20 16 14h00	7.900	5.545	1.239	Sensibilização do eleitor	https://www.facebook.com/votelgbt/videos/529966780525332/ (23 de agosto de 2016)
15/08/20 16 14h00	81	26	6	Chamada à ação	https://www.facebook.com/votelgbt/posts/531930576995619 (23 de agosto de 2016)
22/08/20 16 15h00	177	68	2	Sensibilização do eleitor	https://www.facebook.com/votelgbt/videos/534731420048868/ (15 de setembro de 2016)
23/08/20 16 15h31	789	472	40	Sensibilização do eleitor	https://www.facebook.com/votelgbt/videos/536018836586793/ (15 de setembro de 2016)
26/08/20 16 14h15	257	62	1	Repercussão na imprensa	https://www.facebook.com/votelgbt/posts/536400436548633 (15 de setembro de 2016)
01/09/20 16 11h00	304	226	12	Chamada à ação	https://www.facebook.com/votelgbt/videos/538676606321016/ (15 de setembro de 2016)
03/09/20 16 13h00	34	3	3	Chamada à ação	https://www.facebook.com/votelgbt/posts/539520776236599:0 (15 de setembro de 2016)
03/09/20 16 13h17	32	5	5	Chamada à ação	https://www.facebook.com/votelgbt/posts/539541719567838:0 (15 de setembro de 2016)
04/09/20 16 15h26	128	16	8	Informativo	https://www.facebook.com/votelgbt/videos/540000182855325/ (15 de setembro de 2016)
04/09/20 16 18h00	88	14	2	Repercussão na imprensa	https://www.facebook.com/votelgbt/posts/539567882898555 (15 de setembro de 2016)
05/09/20 16 15h00	106	28	2	Sensibilização do eleitor	https://www.facebook.com/votelgbt/posts/540371139484896:0 (15 de setembro de 2016)
09/09/20 16 10h30	84	58	5	Informativo	https://www.facebook.com/votelgbt/posts/542026032652740:0 (15 de setembro de 2016)

09/09/2016 15h00	115	13	3	Sensibilização do eleitor	https://www.facebook.com/votelgbt/posts/541888645999812:0 (15 de setembro de 2016)
10/09/2016 13h24	17	0	4	Repercussão na imprensa	https://www.facebook.com/votelgbt/posts/542494372605906 (15 de setembro de 2016)
11/09/2016 18h00	34	0	2	Repercussão na imprensa	https://www.facebook.com/votelgbt/posts/543038992551444 (15 de setembro de 2016)
12/09/2016 16h36	101	32	1	Sensibilização do eleitor	https://www.facebook.com/votelgbt/posts/543411219180888:0 (15 de setembro de 2016)
13/09/2016 15h00	92	100	39	Chamada à ação	https://www.facebook.com/votelgbt/posts/543754225813254:0 (15 de setembro de 2016)
14/09/2016 11h34	106	34	4	Repercussão na imprensa	https://www.facebook.com/votelgbt/posts/544046482450695 (14 de outubro de 2016)
14/09/2016 17h25	45	17	0	Sensibilização do eleitor	https://www.facebook.com/votelgbt/posts/544138672441476:0 (14 de outubro de 2016)
15/09/2016 15h22	58	5	4	Repercussão na imprensa	https://www.facebook.com/votelgbt/posts/544455005743176 (14 de outubro de 2016)
17/09/2016 09h33	17	0	0	Informativo	https://www.facebook.com/votelgbt/posts/545112599010750 (14 de outubro de 2016)
17/09/2016 17h31	17	0	0	Informativo	https://www.facebook.com/DeFEMde/videos/1129659523787688/ (14 de outubro de 2016)
18/09/2016 11h39	138	14	2	Repercussão na imprensa	https://www.facebook.com/votelgbt/posts/545576945630982 (14 de outubro de 2016)
20/09/2016 11h01	156	116	12	Informativo	https://www.facebook.com/votelgbt/posts/546418085546868 (14 de outubro de 2016)
21/09/2016 13h14	51	4	0	Repercussão na imprensa	https://www.facebook.com/votelgbt/posts/546841862171157 (14 de outubro de 2016)
22/09/2016 21h02	18	0	0	Chamada à ação	https://www.facebook.com/votelgbt/posts/547338528788157 (14 de outubro de 2016)
23/09/2016 13h09	137	80	9	Chamada à ação	https://www.facebook.com/votelgbt/videos/1095282807234505/ (14 de outubro de 2016)
25/09/2016 14h22	28	0	2	Informativo	https://www.facebook.com/votelgbt/posts/548505568671453 (14 de outubro de 2016)
26/09/2016 10h00	26	2	0	Repercussão na imprensa	https://www.facebook.com/votelgbt/posts/548866698635340:0 (14 de outubro de 2016)
26/09/2016 14h59	296	103	26	Sensibilização do eleitor	https://www.facebook.com/votelgbt/videos/548966245292052/ (14 de outubro de 2016)
27/09/2016 22h25	67	25	1	Sensibilização do eleitor	https://www.facebook.com/votelgbt/videos/1098116393617813/ (14 de outubro de 2016)
27/09/2016 19h02	59	5	1	Sensibilização do eleitor	https://www.facebook.com/votelgbt/videos/1098846896878096/ (14 de outubro de 2016)
2809/2016 18h46	55	12	1	Sensibilização do eleitor	https://www.facebook.com/votelgbt/videos/549826168539393/ (14 de outubro de 2016)
29/09/2016 9h57	48	1	0	Informativo	https://www.facebook.com/votelgbt/posts/550071758514834 (14 de outubro de 2016)
30/09/2016 10h10	81	4	0	Sensibilização do eleitor	https://www.facebook.com/votelgbt/posts/550436311811712 (14 de outubro de 2016)
30/09/2016 13h00	23	11	2	Sensibilização do eleitor	https://www.facebook.com/votelgbt/videos/1101390406623745/ (14 de outubro de 2016)
30/09/2016 16h41	12	1	0	Repercussão na imprensa	https://www.facebook.com/votelgbt/posts/550582088463801:0 (14 de outubro de 2016)
30/09/2016 18h15	83	32	8	Sensibilização do eleitor	https://www.facebook.com/votelgbt/videos/550615665127110/ (14 de outubro de 2016)
02/10/2016 10h00	61	13	3	Chamada à ação.	https://www.facebook.com/votelgbt/posts/551418945046782 (14 de outubro de 2016)

APÊNDICE B - Categorização do conteúdo das publicações da página #VoteLGBT no Facebook (2014 e 2016)

Ano de referência: 2014 – 79 publicações				
Tipo macro*	**Tipo**	**Número de publicações**	**Subtipo**	**Número de publicações**
Conscientização/apoio	Sensibilização do eleitor	25	Explicação do sistema político eleitoral	5
			Apelo à participação de personagens (depoimentos)	8
			Apelo ao resgate histórico	0
			Apelo ao engajamento	10
			Apelo ao contexto imediato	2
	Repercussão na imprensa	6	Notícia em jornal/portal	5
			Participação de organizadores em entrevistas	1
Organização/mobilização	Chamada à ação	31	Participação no conteúdo da campanha	14
			Participação por demonstração de apoio	6
			Participação na organização (voluntariado)	0
			Participação em debates propostos	2
			Participação no acesso ao conteúdo	9
			Instrução de utilização das ferramentas	0
	Informativo	17	Anúncio de ação da campanha	7
			Anúncio de feitos/resultados	5
			Explicação de aspectos operacionais internos	3
			Anúncio de ação de terceiros	2
Ano de referência: 2016 – 85 publicações				
Tipo macro*	**Tipo**	**Número de publicações**	**Subtipo**	**Número de publicações**
Conscientização/apoio	Sensibilização do eleitor	44	Explicação do sistema político eleitoral	2
			Apelo à participação de personagens (depoimentos)	19
			Apelo ao resgate histórico	2
			Apelo ao engajamento	17
			Apelo ao contexto imediato	4
	Repercussão na imprensa	17	Notícia em jornal/portal	10
			Participação de organizadores em entrevistas	7
Organização/mobilização	Chamada à ação	13	Participação no conteúdo da campanha	0
			Participação por demonstração de apoio	2
			Participação na organização (voluntariado)	9
			Participação em debates propostos	1
			Participação no acesso ao conteúdo	1
			Instrução de utilização das ferramentas	1
	Informativo	11	Anúncio de ação da campanha	6
			Anúncio de feitos/resultados	5
			Explicação de aspectos operacionais internos	0
			Anúncio de ação de terceiros	0
*Vegh (2003).				

APÊNDICE C - Comparação das interações com as publicações da página #VoteLGBT no Facebook (2014 e 2016)

Publicações	Curtidas		Compartilhamentos		Comentários	
	2014	2016	2014	2016	2014	2016
P1	7	38	0	3	1	4
P2	5	30	0	16	1	1
P3	170	11	31	0	0	1
P4	13	22	0	15	0	0
P5	91	27	22	0	17	0
P6	13	74	0	78	0	7
P7	31	51	14	33	1	8
P8	41	28	2	12	2	0
P9	26	32	2	1	0	0
P10	15	57	3	5	0	0
P11	47	63	1	61	0	0
P12	8	46	0	6	1	1
P13	27	92	3	34	0	7
P14	91	998	31	1.899	4	5
P15	154	54	109	11	7	1
P16	303	49	174	3	15	0
P17	193	39	1	4	7	0
P18	76	32	57	2	1	0
P19	47	83	1	14	27	3
P20	62	489	21	515	7	11
P21	179	88	39	26	9	0
P22	97	274	14	232	6	11
P23	133	159	49	39	2	0
P24	69	134	32	28	1	0
P25	18	171	0	48	2	2
P26	102	20	28	2	6	1
P27	592	120	388	51	29	1
P28	246	142	35	62	6	5
P29	665	115	16	33	15	0
P30	126	181	2	60	6	3
P31	314	236	44	69	6	4
P32	134	79	25	21	6	2
P33	173	98	6	36	5	3
P34	444	198	148	193	20	7
P35	131	128	13	40	3	5
P36	66	293	4	193	5	14
P37	692	159	397	52	19	2
P38	108	193	11	104	4	4

P39	178	2.844	31	3.337	7	238
P40	256	192	34	65	5	12
P41	137	112	25	31	2	0
P42	136	95	36	16	5	1
P43	80	92	13	12	3	1
P44	244	151	105	45	16	2
P45	244	916	23	395	5	31
P46	634	853	109	489	18	56
P47	122	7.900	6	5.545	7	1.239
P48	578	81	101	26	7	6
P49	486	177	102	68	6	2
P50	388	789	24	472	14	40
P51	164	257	42	62	7	1
P52	832	304	158	226	33	12
P53	285	34	3	3	10	3
P54	293	32	147	5	6	5
P55	598	128	102	16	20	8
P56	51	88	1	14	2	2
P57	137	106	22	28	0	2
P58	1.100	84	109	58	16	5
P59	453	115	5	13	9	3
P60	304	17	6	0	12	4
P61	293	34	92	0	6	2
P62	463	101	164	32	8	1
P63	2.200	92	1.063	100	118	39
P64	297	106	129	34	13	4
P65	1.700	45	136	17	27	0
P66	280	58	31	5	12	4
P67	35	17	0	0	5	0
P68	259	17	36	0	7	0
P69	144	138	29	14	5	2
P70	150	156	30	116	3	12
P71	1.500	51	274	4	79	0
P72	1.000	18	138	0	41	0
P73	210	137	72	80	2	9
P74	80	28	1	0	3	2
P75	205	26	45	2	13	0
P76	742	296	295	103	19	26
P77	1.100	67	206	25	48	1
P78	177	59	3	5	66	1
P79	346	55	58	12	84	1
P80		48		1		0
P81		81		4		0

	P82		23		11		2
	P83		12		1		0
	P84		83		32		8
	P85		61		13		3
Total:	**164 Publicações**	**24590**	**22279**	**5729**	**15538**	**1010**	**1903**

APÊNDICE D - Roteiro semiestruturado de entrevista

1	Trace um breve perfil.
2	Como foi o processo de formação da campanha (ideia, nome etc.)?
3	Quantas pessoas compuseram a campanha em 2014/2016, e qual o perfil delas?
4	Como ocorreu a adesão dessas pessoas, em 2014/2016?
5	Sobre as atividades, havia alguma divisão de atribuições entre os integrantes? Caso sim, como acontecia?
6	Como ocorria a produção/veiculação dos materiais? Havia alguma discussão sobre os temas dos conteúdos?
7	Durante a atuação em 2014/2016, quais foram os custos da campanha e como foram arcados?
7.1	Houve duas ações de arrecadação na internet (uma vaquinha online e uma pela plataforma #MeRepresenta, 2016). Se alcançou e arrecadou as respectivas metas?
8	Em 2014/2016, havia algum trabalho de assessoria, com produção e envio de releases, ou parceria com a imprensa?
9	Em 2014 a campanha #VoteLGBT lançou mão de diferentes páginas na internet. Quais as razões para escolha dessas páginas específicas? / Em 2016, porém, continuou com o site institucional (outra versão) e a página no Facebook. Quais as razões para a escolha?
9.1	A opção por apenas uma página em rede social não poderia ser contraproducente para a iniciativa, limitando o alcance e possibilidade de novas adesões, na sua visão?
10	Diferentemente de 2014, em 2016 a #VoteLGBT conjuntamente com outros coletivos/organizações, formando o #MeRepresenta. Por que e como isso ocorreu (o diálogo com esses outros grupos)?
11	O ano de 2015 foi um período entre pleitos. A campanha desenvolveu alguma atividade, seja interna (reuniões, encontros etc.) ou externa?
12	O foco da campanha #VoteLGBT foi (é) o aumento da representação política. Por que se adotou isso como estratégia como norteadora da iniciativa?
13	É recorrente a discussão sobre a crise de representação política. Como você acredita que a campanha e o movimento LGBT podem contribuir com esse debate?
14	Como você avalia a atuação da #VoteLGBT nos dois momentos, em 2014 e 2016?
15	Quais as perspectivas para campanha nas próximas eleições, e nos períodos entre pleitos?
16	Na sua avaliação, de que forma a #VoteLGBT contribui para o movimento LGBT brasileiro?
17	Qual a sua avaliação do movimento LGBT brasileiro contemporâneo, referente às articulações dos grupos e identidades que o compõem e ao diálogo com a população?
18	Gostaria de fazer alguma consideração final?

APÊNDICE E - Entrevista com membro da campanha #VoteLGBT

Entrevistado(a): Evorah Cardoso.
Data de realização: 31 de maio de 2017.
Local: à distância, via aplicativo Telegram.
Siglas: ESP (Específica); AMP (Ampla)
1) Trace um breve perfil. [ESP]
Evorah Cardoso: Meu nome é Evorah Cardoso, eu sou de São Paulo. Eu comecei no #VoteLGBT ano passado, numa pesquisa que foi feita na Caminha das Lésbicas e Bissexuais e na Parada do Orgulho LGBT daqui de São Paulo. Foi o Felipe Oliva quem me convidou para começar essa pesquisa. Na verdade, o Felipe Oliva tinha interesse em fazer uma pesquisa sobre o perfil político das pessoas que participavam da parada. E, aí, é que ele falou "olha, acho que a gente poderia fazer essa pesquisa junto com o #VoteLGBT", que eu não conhecia o #VoteLGBT nessa época. E, aí, foi assim que aconteceu a minha aproximação. Eu supergostei da ideia. Eu venho do ambiente acadêmico, né? Então ei fiz graduação, mestrado e doutorado em Direito., na Faculdade de Direito da Universidade de São Paulo. Os temas que eu sempre estudei foram relacionados à defesa dos direitos humanos, atuação de organizações não-governamentais no sistema de justiça, no Judiciário, mais especificamente a atuação delas no litígio estratégico, que é o uso do Poder Judiciário não para obter uma resposta concreta ao caso que é apresentado, mas sim como um pretexto – o caso é usado como pretexto – para obter transformação social, mudança de política pública ou de legislação ou da forma como determinado tema é abordado na esfera pública... eu sempre me dediquei a esse tipo de estudo, né? E aí, enfim, no meu mestrado eu estudei ONGs que faziam litígio estratégico no Sistema Interamericano de Direito humanos. E, no doutorado, eu estudei a relação entre cortes supremas, como por exemplo o Supremo Tribunal Federal, e sociedade civil na América Latina. E, aí, eu fiz um estudo comparado entre Brasil, Argentina e Colômbia. Por conta dessas pesquisas, eu acabei viajando para esses lugares, sempre fiz bastante entrevista... Eu faço parte do Cebrap [Centro Brasileiro de Análise e Planejamento], no Núcleo Direito e Democracia [NDD], desde 2004, quando eu ainda estava na graduação, desenvolvi várias pesquisas por lá também. Eu sempre fui da área da pesquisa, seja na minha trajetória pessoal, de pós-graduação ou mesmo na graduação, quanto nos outros espaços dos quais eu fiz parte. Também atuei na Escola de Formação [EF] da Sociedade Brasileira de Direito Público [SBDP], dei aulas lá. Eu coordenava a Escola de Formação que juntava alunos de graduação de diferentes anos do Direito para estudar decisões do Supremo Tribunal Federal. E, aí, o que aconteceu é que eu acho que tive um esgotamento no âmbito acadêmico porque eu queria que as pesquisas tivessem um diálogo com a sociedade civil e elas tivessem um maior impacto, os resultados delas, né? Porque, normalmente, no âmbito acadêmico os resultados acabam circulando entre os acadêmicos, sem promover uma maior transformação social. Então, eu comecei a trabalhar em ONGs, fazendo pesquisas para ONGs, como a Conecta Direitos Humanos, como o Instituto Pro Bono, o Instituto Equit também, em temas ligados ao sistema de justiça, empresas e direitos humanos, violência policial em protestos. Gostei muito de ter feito essas pesquisas, mas era como se ainda eu não tivesse traduzido, de alguma forma... eram pesquisas importantes para essas organizações, mas eu não participava, não tinha uma participação posterior, era meramente como consultora de pesquisa. Então, eu não me engajava no pós-pesquisa, entendeu? Então, curiosamente, em termos de minha trajetória pessoal, quando o Felipe Oliva me chama para fazer parte desse grupo, para fazer essa pesquisa, o que acaba acontecendo é que essas pontas se aproximam. Eu fazia parte não só do processo de fazer pesquisa, mas também de trabalhar os possíveis impactos dos resultados dessas pesquisas. Então, foi assim que a gente fez a pesquisa do Vote ano passado. As principais descobertas que gente teve eram relacionadas... a gente descobriu que as pessoas que a gente entrevistou eram todas favoráveis a demandas por reconhecimento de novos direitos. No entanto, elas tinham absoluta rejeição às instituições políticas, quaisquer fossem, e também os políticos. Então, a gente identificou aí um *gap*, um grande abismo entre esse querer direitos, mas rejeitar o espaço institucional e político, que seria o espaço em que esses direitos poderiam ser reconhecidos e assegurados. Então, daí que depois isso se desdobra em uma outra mobilização da qual a gente também fez parte, que é o #MeRepresenta, durante as eleições do ano passado. E, agora, esse ano, é como se a gente retomasse ao ponto de partida, porque agora, em junho, a gente vai ter uma nova caminhada, parada, e a gente vai acabar descobrindo algumas dúvidas que a gente

gostaria de tirar e que já são frutos do #MeRepresenta também, e da experiência que a gente teve no Vote no passado. Vamos aprofundar um pouco mais sobre o que é representatividade, por que as pessoas não se sentem representadas. No ano passado a gente descobriu que as pessoas não se sentem representadas, agora a gente queria aprofundar um pouco mais nas razões, nos porquês. Então, acho que, nesse sentido, em relação á minha trajetória pessoal, agora estou mais realizada e satisfeita de participar desse processo pós-pesquisa, não ficar restrita ao momento da pesquisa. E eu tenho tentado fazer isso, também, nas minhas outras pesquisas que trabalho junto ao Cebrap. Então, estou trabalhando em um projeto do Fundo Municipal da Criança e do Adolescente [FUMCAD] sobre tráfico de drogas como uma das piores formas do trabalho infantil, que é uma orientação, interpretação, entendimento da Organização Internacional do Trabalho [OIT] considerar que é trabalho infantil e não sob perspectiva de criminalização é algo novo aqui no Brasil. Então, tem uma equipe de antropólogos que está fazendo uma pesquisa aqui em São Paulo e eu fui chamada para pensar a parte de *advocacy* desse projeto, como pensar uma campanha de divulgação desses dados, como traduzir esses dados encontrados pela pesquisa, como procurar impacto. Hoje, acabei de entregar um outro projeto que é para o Condeca [Conselho Estadual dos Direitos da Criança e do Adolescente do Estado de São Paulo], também com infância e juventude, de adolescente em conflito com a lei, mais especificamente sobre o sistema de justiça, os gargalos, obstáculos do sistema de justiça que fazem com que esses adolescentes sejam internados, não recebam tantas medidas socioeducativas em meio aberto, como a prestação de serviço à comunidade, liberdade assistida; por que que essas medidas em meio aberto estão sendo cada vez menos aplicadas e cada vez mais esses adolescentes estão sendo internados. E, também, esse projeto vai prever uma parte de que seja de *advocacy*, de fazer barulho a partir dos dados. Além disso, sou professora de algumas matérias do Direito no curso de Relações Internacionais da Fecap [Fundação Escola de Comércio Álvares Penteado], aqui de São Paulo. Sou professora principalmente da matéria de Teoria Geral do Direito.

2) Quantas pessoas compuseram a campanha em 2016, e qual o perfil delas? [ESP]

EC: Eu entrei no Vote já para pensar a pesquisa. Eu nem conhecia muito a trajetória do Vote, fui conhecendo durante e depois, as pessoas que fizeram parte dessa história e tal. Então, por exemplo, em 2016 para a pesquisa era, principalmente, eu e Felipe. A gente conversava bastante com o Marcos Visnadi, que estava bastante ativo no Vote naquele momento e, pelo que sei, estava desde a fundação do Vote, já vinha desde a época da revista Geni. A gente que estava mais próximo... mas, era principalmente, eu e Felipe pensando a pesquisa. Então, a gente falou primeiro com a Esther Solano, que é professora da Unifesp [Universidade Federal de São Paulo], porque ela estava junto com o Pablo Ortellado e o Márcio Ribeiro fazendo pesquisa sobre o perfil político das pessoas que participavam das manifestações. Então, como a gente estava com a ideia de fazer um *survey*, que era o que eles estavam fazendo – a gente nunca tinha feito um *survey* –, a gente conversou com eles, para ver se nos ajudariam e, justamente, era o momento em que estavam retornando de campo, de algumas manifestações. Eu não sei desde quando que eles começaram, mas – talvez não juntos, mas separadamente – eles acompanharam bastante as manifestações desde junho de 2013 e consolidaram isso como uma linha de pesquisa com *surveys* reiterados que eles faziam junto às manifestações, aí nos ajudaram: revisaram no questionário, nos emprestaram prancheta, nos explicaram como era que fazia *survey*; nós participamos de uma reunião com a equipe deles de alunos que aplicou o *survey* para eles numa manifestação – agora não lembro mais qual manifestação que era, se contra a Dilma ou da Marcha da Maconha, já não lembro mais. Foi bem interessante, porque eles mostraram um mapa dos perfis que eles conseguiam agrupar, como é que os grupos se relacionavam entre eles – os grupos das manifestações. Mas, isso era com base numa outra pesquisa que eles estavam fazendo paralelamente que era das páginas de Facebook que as pessoas curtiam. Então, o desenho era de uma nuvem de curtidas, de como as páginas se relacionavam entre si, quem curtia uma página também curtia outra. Então, para a gente foi bastante rico esse processo de aprendizado. A gente fez uma chamada de voluntários nessa época na internet, tentamos divulgar... o Gui divulgou junto à Mônica Bergamo, para ver se ela divulgava essa chamada. A gente circulou bastante nas nossas páginas de Facebook para chamar as pessoas. Os números exatos de voluntários eu não lembro de cabeça, mas acho que era entre 60 e 80 voluntários que a gente conseguiu para a Caminhada e para a Parada. Eu lembro de ter insistido para que fosse a pesquisa também na Caminhada, não só na Parada, porque eu sabia que o público da Caminhada era bem diferente, o perfil, em relação ao da Parada. Foi, no final das contas, bem a legal a gente ter feito essas duas pesquisas, porque mostra uma diferença mesmo entre os dois perfis. Aí a gente aplicou o questionário com todo mundo e passou as respostas para o Google Formulário. O André Chalom que era estatístico das pesquisas da Esther do Pablo e Márcio... eles recomendaram o Chalom como estatístico para ajudar a gente nessa nossa

pesquisa. A gente fez uma vaquinha na internet para ver a gente conseguia levantamento de recursos para pagar o Chalom, para cobrir um pouco os custos de impressão dos formulários de pesquisa, comprar caneta, esse tipo de coisa. Então, a equipe acabou sendo eu, Felipe, Marcos, Gui e Chalom – mais como um consultor, alguém estava trabalhando... nesse momento, era mais como alguém de fora. Hoje o Chalom já está... já participou do #MeRepresenta também, agora tá participando da nova pesquisa do Vote, já foi incorporado ao time. Logo depois do projeto, de a gente ter feito essa pesquisa, não lembro mais se foi o Felipe ou eu, mas os dois ficaram com a pulga atrás da orelha de falar... "tá, agora vai ter eleições, né, como é que a gente faz, vamos tentar acompanhar de alguma forma as eleições, vamos tentar criar um índice direitos humanos para os candidatos e tal". O Vote sempre teve um foco, um olhar sobre o Legislativo, né... E, na real, na verdade, eu achei que a minha participação ia ser bem pontual, imaginei que eu só ia ficar pra pesquisa da Parada e da Caminhada. Mas, depois, o Gui e o Marcos convidaram a gente para continuar no Vote, ajudando a pensar o Vote. Era ano de eleições, eu não sabia nada do Vote, de como é que tinha sido antes, para mim se encerrava ali a participação. No final das contas não, depois que eles convidaram eu e o Felipe a gente ficou pensando, "tá, mas como é que a gente poderia participar?". Daí que veio a ideia desse índice de direitos humanos, aí conversa com um e com outro e depois isso vira o #MeRepresenta – mais aí acho que não é tanto o seu foco, talvez, mas se você quiser eu te conto desse processo do #MeRepresenta também. No #MeRepresenta, aqui em São Paulo, pelo menos, o que acabou aglutinando bem foi a Rede Feminista de Juristas [DeFEMde] com o #VoteLGBT. Porque eu já estava no Vote e na Rede Feminista de Juristas e, como elas estavam querendo fazer também algum tipo de acompanhamento de pautas de mulheres, de direitos das mulheres nas eleições, a gente juntou esforços e conversando com outras pessoas a gente chega até outros parceiros, em outras cidades: #AgoraÉQueSãoElas, do Rio de Janeiro, a Rede Nossas Cidades (Meu Rio, Minha Sampa, Minha Porto Alegre, Minha Recife), o Grupo LGBT Brasil, que já fazia o acompanhamento de votos, de pontuação dos partidos em função da adesão deles à pautas LGBT. Então a gente foi se juntando, aí já é num outro momento. Eram poucas pessoas. O perfil dessas pessoas? O Marcos Visnadi – você provavelmente vai falar com ele – é doutorando, eu acho, de Literatura, estuda Hilda Hilst. O Gui Mohallem é fotógrafo; o Felipe Oliva é formado em Direito e trabalha como acesso de um juiz, eu acho... Então são duas pessoas do Direito, duas pessoas das Artes e Literatura. Isso com relação à Parada e Caminhada, depois se você quiser te conto do #MeRepresenta, que aí muda um pouco a configuração.

3) Sobre as atividades, havia alguma divisão de atribuições entre os integrantes? Caso sim, como acontecia? [ESP]

EC: Então, a divisão do trabalho... eu ficava com a pesquisa e o Felipe também. Toda a parte de produção de conteúdo para o site já era muito mais o Gui, ele é que sempre cuidou da parte de comunicação. No #MeRepresenta, é o que te falei, acabou se aproximando o #MeRepresenta com a Rede Feminina de Juristas, a gente construiu justos o #MeRepresenta, mas também com o pessoal do #AgoraÉQueSãoElas e da Rede Nossas Cidades, lá do Rio de Janeiro. Para a construção do site, era o Gui quem ficava em contato com o programador do site, para a construção dos questionários, capacitação de voluntários – porque a gente fez busca ativa de vereadores em algumas cidades – era eu, a Mariana Mazzini e o Felipe; a Mazzini e eu pela Rede Feminina de Juristas e eu e o Felipe pelo Vote – eu ficava meio que no meio das duas entidades, ali. Acho que nesse momento de capacitação era a gente, tinha também a Mariana Lima, que é da Rede Feminina de Juristas. Mas, especificamente com relação ao Vote, toda a parte vídeos que foram produzidos, o design da campanha, tudo isso foi pelo Gui – ele que pode te contar melhor. O que a gente fez foi pensar em nomes de pessoas que poderiam... Na página do #MeRepresenta teve entrevistas com algumas pessoas, isso aí foi fruto de um levantamento de nomes coletivos: a gente indicou alguns, outras pessoas indicaram outras e o Gui ia lá, fazia as entrevistas e gravava. Agora, no Vote, aqueles vídeos de engajamento que eram o vídeo na gaymada e o na porta da balada, esses dois eu acho que teve bastante a participação do Iran Giusti, da Casa 1, com o Gui também – mas acho que o roteiro, a ideia foi do Iran Giusti. A parte dos gifs animados acho que foi o Bruno Oliveira que fez. Enfim, quem acabou cuidando mais dessa parte toda de comunicação, de conteúdo era o Gui, junto com outros parceiros, ou com o Bruno Oliva ou Iran Giusti. Hoje eles estão cuidando da Casa 1, o Bruno do centro cultural e o Iran da casa como um todo, que é uma casa de acolhimento LGBT. Mais informações sobre como é que era o conteúdo eu não sei. Às vezes, vinha o conteúdo para a gente dar um pitaco, assim, do tipo "ah, o que você acha desse vídeo", você dava um pitaco e eles alteravam alguma coisa – "ah, o que você acha desse gif, o que você acha do texto desse post" –, mas não de produção de conteúdo, né, eu não sei contar tão bem sobre essa parte.

4) Durante a atuação em 2016, quais foram os custos da campanha e como foram arcados? Houve ações de arrecadação na internet (uma vaquinha online e uma pela plataforma #MeRepresenta, 2016). Se alcançou e arrecadou as respectivas metas? [ESP]
EC: Então, os valores exatos eu não lembro mais, mas acho que se você digitar "Vakinha" e #VoteLGBT você vai ver quanto a gente pediu e quanto a gente arrecadou, acho que isso continua na internet. Mas, a gente mandou... para pesquisa a gente queria dinheiro para imprimir os questionários, para pagar o estatístico para fazer a análise e só. Então, todos os outros custos foram os próprios voluntários, a gente que arcou – deslocamento, alimentação. Teria um custo também, enfim... Todos esses voluntários, normalmente, numa pesquisa são pagos, recebem uma diária de campo ou mesmo a gente pela coordenação da pesquisa, pela análise e produção de relatório... tudo isso tem um custo que, na verdade, foi a gente que doou e os voluntários também que participaram. Do #MeRepresenta, nossos custos foram o estatístico, a elaboração do site porque isso requeria um programador, alguns algoritmos e a forma de apresentação dos candidatos. Isso tudo a agente conseguiu cobri com uma festinha, que a DeFEMde fez. O Gui pode contar melhor essa parte porque ele cuidou, mas ele conseguiu a doação de alguns artistas, que cobriram o custo. Eu não lembro dos valores exatos, mas eu acho que do #MeRepresenta foi R$ 5.000. Mas, teve todos os voluntários, em todas as cidades, que ficaram procurando informações complementares dos candidatos, para convidá-los a participar. Teve nosso custo também de capacitar esses voluntários, coordenar todos o trabalho de campo, pensar o projeto, os conteúdos, que não foi coberto, a gente que foi atrás. Esse primeiro semestre, de 2017, a gente tentou mandar para alguns editais de pedido de financiamento. De alguns a gente ainda está aguardando resposta, de outros já recebeu dizendo que nossos projetos não foram contemplados. Então, assim a gente tem tentado outras formas. A gente não é constituído como organização, acho que isso restringi alguns tipos de financiamento, não temos CNPJ, é só um coletivo. Por exemplo, essa pesquisa agora, dessa vez, vai ser feita... tem uns professores da FGV do Rio de Janeiro que estão colaborando com o questionário, com o experimento que eles vão fazer, mas a gente precisa alugar tablets para conseguir fazer essa pesquisa. A gente ainda não tem recursos, ainda, previstos para isso e talvez seja um tipo de custo que a gente não consiga cobrir do nosso bolso. Então, a gente está vendo como é que a gente faz. Então, enfim, muito trabalho voluntário e isso é extremante desgastante, por exemplo, esse semestre foi um semestre que eu tive uma baixa muito grande as aulas que eu estava dando, não estou com nenhum outro projeto maior de pesquisa, estou com uma participação bem pontual e uma remuneração bastante reduzida. Então, é bastante estressante isso porque você acaba dedicando muito, no meu caso especificamente, do tempo de forma voluntária, mas precisando ao mesmo tempo de algum tipo de trabalho, de remuneração. Isso é bastante desgastante. Eu, particularmente, fiz um esforço de mandar vários projetos para, justamente, ver se de alguma forma, mais adiante, isso poderia reverter, transformar esse tipo de trabalho que hoje é voluntário em algo um pouco mais... não digo nem como uma fonte de trabalho, mas simplesmente com algum tipo de ajuda de custo, com alguma remuneração mínima. Acho que é um bando de gente cheio de ideia, muita vontade de fazer e pouco preocupado com dinheiro. Não que não devesse se preocupar, mas simplesmente são atropelados pelas ideias, né. É isso.
5) A campanha repercutiu em diferentes sites e portais de notícias. Em 2016, havia algum trabalho de assessoria, com produção e envio de releases, ou parceria com a imprensa? [ESP]
EC: Bom, quando a gente estava divulgando a chamada de voluntários do #VoteLGBT do ano passado [2016], um assessor da Mônica Bergamo veio nos procurar para entender melhor o que era a pesquisa, disse que talvez eles tivessem interesse em publicar algo. A gente pediu para eles divulgarem a chamada de voluntários na notinha deles, eles divulgaram. Aí, depois quando a gente teve os resultados eles publicaram em primeira mão alguns dos resultados. Isso foi uma coisa. Outra coisa, acho que de tanto as pessoas compartilharem também... é que acho que chegou neles, não foi exatamente a gente que foi atrás deles. No caso do #MeRepresenta, acho que também, quando a gente começa a divulgar, pede para vários coletivos divulgarem, quando a gente vai no Canal das Bee contar o que é a campanha do #MeRepresenta, o que é o #VoteLGBT, o que é a DeFEMde, o que estamos fazendo... isso também amplia a divulgação, mas o Canal das Bee já foi no momento do #MeRepresenta. Mas, o que mais contribuiu para a divulgação, pelo menos para o aumento do número de usuários da plataforma do #MeRepresenta foi um vídeo da Jout Jout. Ela fez um vídeo e em um dia de vídeo dela correspondeu aos dez dias que a plataforma já estava no ar, em número de acessos de usuários e a plataforma até caiu do ar. Algumas vezes, naquele dia, por

conta da quantidade de acessos, todos de pessoas que tinham visto o vídeo sobre o #MeRepresenta no canal dela. Eu acho que todas essas tentativas de divulgar a plataforma, entre os nossos coletivos, começaram a fazer com que chegasse até veículos de imprensa. Então, não foi muito um trabalho de assessoria de imprensa que fez com que a gente buscasse os jornalistas, mas sim ao contrário, eles que vieram nos procurar. Época de eleições, eles sempre estão cobrindo esses temas e acho que uma novidade dessas eleições foi essa questão de plataformas de coletivos, ou plataformas que diziam "vote numa feminista, vote LGBT"... Então, tinha algumas matérias que eram nesse sentido, de dar visibilidade a várias dessas iniciativas por parte da sociedade civil, de acompanhamento das eleições. Quando a gente já estava bem no final do #MeRepresenta, a gente teve ajuda da Maria Eduarda – ela era a esposa do irmão do meu namorado –, que ajudou a gente a responder demandas de jornalistas ou fazer um press release, mandar para alguns jornalistas isso, mas eu não sei dizer muito bem quais matérias ou quais notícias foram resultantes desse trabalho dela como voluntária, mais para essa parte de assessoria de imprensa. Teve também a Ana Guerrini, que na reta final do #MeRepresenta ajudou a entrar em contato com as pessoas que poderiam gravar esses vídeos, explicar porque que cada pergunta do #MeRepresenta era importante. Porque a gente estava sem braços e sem pernas para fazer qualquer coisa, de tantas coisas que a gente já estava fazendo. Essas ajudas foram fundamentais até para as coisas mais básicas, por exemplo, a "Madu" ficou cuidando da página no Facebook, responder a perguntas... as pessoas tinham muitas dúvidas na hora de usar a plataforma, a plataforma não estava funcionando o campo da cidade ou, sei lá, esse tipo de coisa. Ela foi fundamental para isso, né. Uma página do Facebook tem essa coisa também de você ter que administrar, comentar, estar engajado na sua própria página. Ela não é um espaço de você divulgar uma notícia ou um vídeo, ela é um espaço que você tem que estar atento, interativo também. Mas, não, não tivemos um supertrabalho de assessoria de imprensa. Na verdade, a gente foi acumulando várias tarefas. O Gui foi sempre uma pessoa que é um eixo no projeto, ele faz tudo: revisa questionário, pensa vídeo, edita, fala com os entrevistados, durante o #MeRepresenta fez toda a ponte com programador explicando como a plataforma tinha que ficar, fazia também esse rolê de falar com os jornalistas. No coletivo, acabaram me destacando para ser essa pessoa para interagir, falar, responder aos jornalistas sobre o trabalho. Então, foi mais ou menos isso a divisão do trabalho na comunicação.

6) Em 2014 a campanha #VoteLGBT lançou mão de diferentes páginas na internet. Em 2016, porém, continuou com o site institucional (outra versão) e a página no Facebook. Quais as razões para a escolha? A opção por apenas uma página em rede social não poderia ser contraproducente para a iniciativa, limitando o alcance e possibilidade de novas adesões, na sua visão? [ESP/AMP]

EC: Eu não estava no #VoteLGBT em 2014, não sei exatamente quem criou essas páginas e quem estava administrando. Quando entrei no Vote já estava tudo funcionando no Facebook... porque tem o site que é meio parado. Acho que o Facebook atribui essa visão mais dinâmica, e sempre que você quer mexer no site precisa de alguém que faça a programação de mudar o site, a menos que você esteja naqueles sites que tem esse tipo de ferramenta por trás que você mesmo mexe, tipo o Wordpress. Eu sei que o site que tinha antes não era um desse estilo, então dependia de outra pessoa para fazer qualquer tipo de alteração, o Facebook já é mais dinâmico, te permite isso. De qualquer forma, quando vim o site era algo estático com os resultados da campanha de 2014, com a listagem dos políticos, e o Facebook era algo que queriam explorar mais por meio de vídeos. Porque, realmente, tinha parado, entre 2014 e 2016 tem uma parada nas atividades do Vote. O Gui sempre conta que eles ficaram tão decepcionados com a eleição, que foi o congresso mais conservador da história, que eles deram uma desmobilizada, acharam que todo o trabalho que fizeram pudesse gerar algum tipo de impacto ainda naquelas eleições e eles não viram isso acontecer, ser traduzido em candidatos eleitos. Eles até esqueceram de renovar o domínio do site, por um tempo perderam o nome do site, depois foi que conseguiram recuperar. Então, quando eu cheguei já eram o site "paradão", espelho do que foi 2014, e Facebook era uma coisa de aprender como usar: o que é melhor, fazer o vídeo no YouTube e colocar no Facebook? Não, porque quando vídeo é feito upload direito Facebook dá maior alcance; tem que ter horário de postagem, saber qual é o perfil das pessoas que participavam da sua página e ver o horário de postagem; qual é a faixa etária das pessoas da página? Uma faixa mais jovem. Então, que vídeo vai ser feito em função disso? Um que tenha uma linguagem mais jovem, e que tenha jovens. Então, pessoas que foram importantes para isso foram o Iran Giust, que já trabalhava antes no BuzzFeed e tinha essa noção do que faz bombar nas redes, na internet; lembro que a gente chegou a ter reunião com uma menina – que eu esqueci o nome –, cujo trabalho dela é justamente o de fazer acompanhamento de redes sociais – trabalhava com uma banda, tinha alguns clientes e fazia esse trabalho de acompanhar em redes sociais. Lembro que nesse

momento ela falou “olha, seria superlegal que vocês estivessem em outras redes”. A gente não sabia como é que funcionava o Instagram e ela mostrou, eu não tinha conta, nem o Gui – ela ainda não tem conta. O Twitter era uma coisa que a gente não estava usando também. Eu passei a começar a usar um pouco mais recentemente, acho que o Gui não tem Twitter. Acho que é uma coisa de saber: somos poucas pessoas, somos entre três e quatro nesse coletivo, já é difícil o suficiente administrar uma página no Facebook, quanto mais ficar produzindo conteúdo e administrando outras mídias. Bem ou mal, a gente está começando a descobrir como é que podemos explorar melhor o Facebook, por exemplo, esse negócio de *outreach* concentrado. Isso foi uma coisa que a gente descobriu no #MeRepresenta, com o pessoal da Rede Nossas Cidades. Eles que falaram: “olha, agora que a gente vai lançar a plataforma, precisa fazer um *outreach* concentrado”. Elas explicaram que consiste em... já que você não vai ter recursos para patrocinar o seu post no Facebook, você pede para várias pessoas e vários coletivos, ao mesmo tempo, num espaço de trinta minutos, publicarem o mesmo post, ficarem repercutindo nas redes determinado site, link, fazendo com que o algoritmo do Google jogue a seu favor. Agora, para a chamada de voluntários, a gente fez essa história de *outreach* concentrado, que era algo que não sabia ano passado e, de fato, a gente já conseguiu angariar mais voluntários em um dia do que o que tinha conseguido em vários dias no ano passado. A gente vai aprendendo essas coisas. Realmente, a questão é que falta equipe... e as coisas funcionam assim: tem alguém, agora, que sabe fazer isso – podemos até aprender –, se não bola para a frente. É muito tempo que essas mídias tomam, conhecer o perfil de cada mídia, de como atuar em cada uma delas já é trampo, também. A gente já que não fazemos só isso, e não temos uma pessoa destacada só para isso. Acho que esse tipo de trabalho acaba muito mais sobrecarregando o Gui, que é uma pessoa que já pensa em várias outras coisas, seria ótimo ter alguém que só ficasse fazendo isso. Já tentamos falar com algumas pessoas para ajudarem o Gui na comunicação, para administrar a página, inclusive a gente ainda não conseguiu voluntários que tivessem disponibilidade ou continuidade, no tempo deles, para fazer isso.

7) É recorrente a discussão sobre a crise de representação política. Como você acredita que a campanha e o movimento LGBT podem contribuir com esse debate? [AMP]

EC: Difícil e responder. Acho que comparativamente a outros movimentos, o movimento LGBT ainda não está tão profissionalizado, constituído. Às vezes, isso tem a ver com o próprio perfil o movimento, por ser muito marginalizado, perseguido acho que isso dificulta também a sua forma de mobilização e articulação pública. Então, acho que em outros países tem muito mais ONGs LGBTs, um trabalho mais consolidado, e aqui ainda é uma dinâmica de coletivos e movimentos, mas algo que ainda não está totalmente constituído. Tem potência. O #VoteLGBT em 2014 a ideia era “vamos compilar os candidatos políticos” que defendam pautas ou que sejam LGBTs”. Porque, realmente, parte desse pressuposto que existe uma crise de representatividade, candidatos LGBTs ou que defendam pautas não estão no Congresso, não estão no Legislativo, não estão nas casas legislativas nas diversas instâncias federativas. Então, como fazer com que chegam lá? A estratégia em 2014 foi compilar, mostrar e engajar as pessoas nesse movimento. Está no próprio nome #VoteLGBT. Em 2016, a estratégia passou a ser ampliada, dentro de um guarda-chuva de direitos humanos tem vários grupos que são marginalizados: LGBTs, mulheres, negros. Então, como fazemos para juntar esforços? Acho que a cada eleição a gente vai aprendendo e aprofundando, faz parte de um construto. O fato de ter rolado uma plataforma do #MeRepresenta, que possibilitava que chamássemos todos os candidatos para responder as mesmas perguntas e depois abríamos a plataforma para os eleitores para poderem escolher quais dessas pautas eram importantes para eles, primeiro você dá visibilidade para os próprios candidatos, porque essas candidaturas são marginalizadas dento dos próprios partidos políticos, não recebem tempo de TV, recursos necessários, as lideranças partidárias geralmente são homens brancos, héteros que acabam tendo um papel de influência muito grande sobre quais que seriam os candidatos efetivamente eleitos e que, por consequência, serão pessoas muito parecidas com eles – outros homens brancos, héteros. Têm cota prevista de 30% de participação de mulheres durante o período de eleições há anos e essa cota não era cumprida, foi ser cumprida à risca esse ano, porque o TSE ameaçou que os partidos poderiam ser punidos se eles não cumprissem essa cota. Não tem setorial LGBT em todos os partidos, alguns que têm. Há mais partidos que têm setorial de mulheres. A crise de representatividade política é uma crise dos partidos enquanto instituições que não estão sendo representativas. Existe uma lógica de como funcionam as eleições que é excludente desde o momento dos partidos. Então, quando a gente abre uma plataforma como essa, possibilita que essas candidaturas minorizadas dentro dos próprios partidos tenham visibilidade, encontrem um espaço, uma plataforma. Da mesma forma, acho que para os eleitores a plataforma deu um papel de protagonismo. Então, não

é que a gente falou “olha, vote nessa lista, nesta ordem”; a gente falou “o que é importante para você?”. Fazer o eleitor se colocar nessa posição de ter que escolher entre as várias pautas de direitos humanos, quais são as prioritárias para ele. Acho que isso é interessante, no mínimo, para ele refletir “nossa, por que essa pauta não é importante para mim?” ou pelo menos para ser expostas outras pautas, porque a gente, às vezes, é monotemático, só está trabalhando com esse aspecto, com essa abordagem. E quando você entre numa plataforma de direito humanos, que tem várias pautas, talvez com ais quais você não se preocupasse, isso é um momento de o eleitor se reconhecer para além dos seus limites. Mas, isso dá um protagonismo para o eleitor: “ah! Não é que eles estão me vendendo um produto deles, não. Eu tenho um papel aqui, estou selecionando, escolhendo, participando, já. Não é nem momento da eleição e eu já estou participando, escolhendo”. Isso possibilitava que o eleitor fosse lá, checasse qual que é o perfil de cada candidato, visse se ele respondeu um não para alguma outra pergunta, que era importante para ele. A ideia também da plataforma era ensinar sobre as coligações partidárias, que ninguém sabe o que é coligação partidária. A gente tem uma cultura muito personalista nas eleições aqui no Brasil, vota muito em um candidato ou em uma legenda, em um partido – quando é no caso das eleições para o Legislativo. Mas, a gente não sabe que esse nosso voto que estamos dando para o candidato confiamos, o partido que gostamos pode ir também para partidos e candidatos horríveis, que poderiam ser beneficiados em função disso. Então, a gente ter criado muito metodologia que desse nota para as coligações fez também com que as pessoas vissem essa nota e falassem “nossa, o que é essa nota de coligação? Por que está tão baixa essa nota? Mas, então quer dizer que se eu votar nesse cara aqui, que parece ser tão legal, com essa adesão a pautas tão importantes para mim, eu posso estar incidindo negativamente na política de uma forma geral? Eu não sabia que o meu voto ia para além dessa pessoa, que ajudava a computar votos para toda a coligação, para toda aquela sopa de letrinhas”. Então, acho que foi uma ferramenta interativa e didática, das pessoas aprenderem sobre eleições, mais sobre seus partidos, seus candidatos. E, de fato, a plataforma teve 150 mil usuários únicos, mas teve mais de 1 milhão de visualizações, ou seja, esses 150 mil usuários foram responsáveis por vários testes de “ e esse candidato, deixa eu ver esse outro aqui”. Tudo isso era uma nova visualização na plataforma. As candidaturas do Legislativo, em comparação com o Executivo, não têm tempo de TV, não têm recursos, as pessoas não ficam sabem quem são os candidatos e quais as suas propostas, acabam votando mais naqueles nomes que já ouviram falar ou então, realmente, nas legendas. E tudo isso sem saber qual que é o benefício para as coligações. A gente chegou a um modelo bastante interessante, seja pela diversidade pautas, de candidatos ou pela forma interativa. Para você ter uma ideia, entre os candidatos, a gente tem 35 partidos políticos no Brasil e tivemos representantes de todos os partidos participando da plataforma. A gente teve uma capilaridade regional, uma distribuição geográfica bem interessante, eram candidatos de quase 240 cidades diferentes do país. Isso é muito bom. E todas essas cidades com pelo menos um ou dois candidatos, as maiores eram que tinham mais candidatos, a gente chegou a mil candidatos cadastrados quase, no total do ano passado. A nossa perspectiva é de o uso da plataforma só tende a ampliar para as próximas eleições. Esse ano que passou foi tudo feito ao mesmo tempo: a gente estava construindo a plataforma, indo atrás de candidato, capacitando voluntários, tudo ao mesmo tempo. Então, foi pouco tempo que a plataforma esteve no ar para os eleitores – acho que foram uns 10 dias, no total. Agora a gente já tem uma estrutura montada, só precisa fazer umas adaptações. Acho que temos um potencial bastante grande para as próximas eleições. Teve uma grande aceitação. Essa coisa, também, de que você não estava fazendo campanha para um candidato ou um partido, as pessoas se identificam mais com essa possibilidade de escolha, de conhecer. É uma plataforma de acesso à informação e isso é extremamente importante. Suspeito que – a gente vai saber isso melhor a partir desse ano, quando a gente fizer o trabalho de campo – as pessoas não se engajam mais na política não é só por uma decepção com partidos políticos e instituições. Acho que a crise é uma crise do voto: “de que adianta eu ir um dia e votar? São quatro anos depois de mandato e que eu não vou saber nada sobre esse mandando, a pessoa que estou votando agora, estou descobrindo agora”. Qualquer ferramenta que tente aproximar as pessoas desse momento da eleição ou mesmo do exercício dos mandatos é muito bem-vinda. Acho que as pessoas gostaram, as respostas que recebemos é que gostaram de usar a plataforma e descobrir mais sobre os candidatos, acabaram votando em candidatos que nunca tinham ouvido falar, superjovens, mas porque curtiram as pautas da pessoa, a forma como ela se descreveu. Tivemos o feedback, por exemplo, de uma candidata trans, de uma cidade superpequena, que estava agradecendo pela plataforma, e ela agradeceu via página do #VoteLGBT, ou seja, ela descobriu... Tem representatividades, então, o fato do Vote fazer campanha, paralelamente, levando pessoas para o #MeRepresenta é diferente da Rede Feminista de Juristas fazendo campanha e levando outras pessoas para a mesma página. Tem uma questão que é setorializada, das mobilizações, que acabaram desaguando todas numa mesma plataforma. Essa

candidata trans entra na página do #VoteLGBT e agradece pela plataforma e os 13 votos que recebeu na cidadezinha pequena dela. Participar da plataforma fez com que ela sentisse que tinha cumprido o papel dela enquanto candidata, porque ela estava ali igual a todos os candidatos da cidade dela, não importa qual partido, quanto recurso, não importa se ela não era cis, o que importa é que estava lá. Foi muito emocionante esse relato, assim como outros que a gente recebeu. Acho que essa crise de representatividade, uma parcela, uma margem dela é de pessoas que querem sim se engajar mais na política, mas não sabem como, e pelas ferramentas que existem hoje elas não se sentem representadas ou participando de forma suficiente. Acho que o #MeRepresenta vem para suprir isso, atender essa demanda. E se o uso já foi espetacular, muito além das nossas expectativas nessas eleições que passaram, a gente imagina que nas próximas, já estando a ideia mais consolidada, seja um impacto ainda maior.

8) Na sua avaliação, de que forma a #VoteLGBT contribui para o movimento LGBT brasileiro? [AMP]

EC: Eu acho que o #VoteLGBT contribui para o movimento LGBT brasileiro na medida em que traz a discussão da política para o movimento. Dá para pegar alguns trabalhos que falam sobre o histórico do movimento LGBT, mas eles ficam muito centrados ou na questão da identidade ou da defesa desses grupos. Não tem tantos grupos que estejam voltados para a questão política e quem acaba se preocupando são algumas LGBTs que estão na política ou que querem fazer política, que são candidatas. A preocupação com a representatividade política não estava presente no movimento LGBT, então, acho que essa é a principal contribuição. Se você olha para os resultados da Caminhada e da Parada aqui em São Paulo no ano passado, que é com o público LGBT – quem participa é que participa desses eventos? Principalmente o público o LGBT –, para a maioria das pessoas não importa se o candidato era LGBT ou se defendia pautas LGBTs porque as pessoas não consideram isso como sendo importante. Então, o que está por trás disso? Por que votar LGBT, no candidato que seja LGBT ou que defenda pautas LGBTs não é algo importante? Por que isso não estava no senso comum, não era algo importante? Acho que tem uma coisa que dá até para a gente explorar nesse ano, nos próximos. Talvez as pessoas não vejam as pessoas LGBTs como aptas a estarem na política, como aptas a serem seus representantes. É como se a linguagem da política demandasse um outro perfil de pessoa, talvez esse perfil seja hétero, talvez masculino e talvez seja – no momento atual, temos discutido isso aqui em São Paulo – um perfil de gestor, essa coisa de empresário, gestor, isso tem um apelo. Tem aí uma concepção do que é ser político, de ser um bom político. Talvez ser um bom político e fazer boa política não passe pautas LGBTs ou em ser LGBT. Isso tem que quebrar, tem que mudar e é nisso que o #VoteLGBT pode contribuir, por meio das suas campanhas de sensibilização, das suas pesquisas levantando maiores informações, por meio da sua articulação, no momento das eleições, para dar visibilidade às candidaturas que respeitem os direitos humanos e as pessoas LGBTs, as pautas LGBTs. Acho que é dessa forma que o #VoteLGBT pode acabar contribuindo.

9) Qual a sua avaliação do movimento LGBT brasileiro contemporâneo, referente às articulações dos grupos e identidades que o compõem e ao diálogo com a população? [AMP]

EC: Eu não tenho conhecimento aprofundado sobre o movimento LGBT contemporâneo, então eu não consigo fazer essa análise que você me pede. Mas, como falei anteriormente, suspeito que esse movimento não tenha, ainda, alcançando ainda a sua forma plenamente profissionalizada, mobilizada. O movimento é antigo, mas a forma, o método de atuação é bastante incipiente. Como disse antes, acho que isso tem a ver com o grau de marginalização dessa população LGBT brasileira. É muita discriminação, muita violência. Acho que isso também tira as pessoas desse espaço de disputa política, porque deixa as pessoas num espaço de disputa por sobrevivência e tira desse espaço de disputa política. Você precisa ter mínimas condições de sobrevivência para conseguir disputar a política.

10) Quais as perspectivas para campanha nas próximas eleições, e nos períodos entre pleitos? [AMP]

EC: A gente vai continuar com foto no Legislativo. Então é: Assembleias Legislativas estaduais e Congresso Nacional (Câmara dos Deputados e Senado). Como falei, a perspectiva era de que a campanha nas próximas eleições alcance um tamanho maior, vamos ter mais tempo para divulgar a plataforma, também porque daqui, desse momento, até o momento das eleições a gente quer construir as pautas junto com articulações e movimentos, fazer várias reuniões com coletivos para discutir, de uma forma mais ampliada, questões da plataforma com os

movimentos. Então, a gente imagina que teremos um alcance, uma visibilidade maior da plataforma nas próximas eleições. A gente queria fazer modificações pontuais na plataforma para, por exemplo, perguntar para o candidato, candidata para que eles falem, de forma declarada, qual a sua cor, raça, sexualidade, se se considera LGBT ou não, se é mulher. Colocar, também, essas categorias como formas de escolha por parte do eleitor: "eu quero votar em uma mulher, negra, lésbica, bissexual ou trans". A gente ainda não definiu muito bem como isso vai ser, mas é interessante expor o eleitor à essa possibilidade de pesquisa do seu candidato. Acho que tem duas dimensões de representatividade com a qual a gente trabalha: que os candidatos defendam pautas de direitos humanos, de mulheres, negros e LGBTs; mas tem uma outra dimensão de representatividade que é que os candidatos sejam negros, LGBTs, mulheres. Acho que, também, aprofundar mais a metodologia de avaliação, de como foi o último mandato, o desempenho dos últimos quatro anos das Assembleias Legislativas, do Congresso Nacional em pautas de direitos humanos, para a gente conseguir fazer essa avaliação dos partidos e, por conseguinte, também das coligações políticas, não só no nível federativo do Congresso Nacional, como a gente fez ano passado, mas também nos demais níveis federativos. Acho que isso é um aperfeiçoamento, também, que a gente tem que fazer para o próximo ano, ou seja, a longo prazo queremos conseguir dar uma nota para os partidos, que não seja baseada só no desempenho de direitos humanos, dos partidos no Congresso Nacional, mas também nas diversas instâncias federativas. A gente espera que já consiga fazer alguma coisa nesse sentido pelas próximas eleições.

APÊNDICE F - Entrevista com membro da campanha #VoteLGBT

Entrevistado(a): Guilherme Mohallem
Data de realização: 31 de maio de 2017.
Local: à distância, via aplicativo Telegram.
Siglas: ESP (Específica); AMP (Ampla)
1) Trace um breve perfil. [ESP]
Guilherme Mohallem: Meu nome é Gui Mohallem, sou cineasta de formação, fiz Cinema na ECA [Escola de Comunicação e Artes da Universidade de São Paulo], mas vinha trabalhando com fotografia e artes plásticas nos últimos 10 anos, mais ou menos. Tenho alguns trabalhos envolvidos dentro da questão queer, dentro da fotografia e das artes plásticas, com o trabalho *Welcome Home*. E, nesse processo de fazer esse trabalho, conheci o Marcos Visnadi, que é o fundador da Revista Geni. Ele me chamou para fazer parte da revista, na fundação, a gente começou a desenvolver juntos, isso durou três anos. E nesse processo da revista Geni, nesses fechamentos, foi que surgiu o #VoteLGBT, mas acho que desde a Geni... A Geni entrou na minha vida, e depois o Vote também, como um lugar, um espaço para que eu pudesse falar de questões que eram importantes para mim, em termos sociais, de mundo. Mas, que eu não tivesse que fazer isso necessariamente ou diretamente no meu trabalho, para poder falar de outras coisas no meu trabalho pessoal, como artista, como fotógrafo, que não só essa questão LGBT, queer, da liberdade de ser e pertencer. Acho que é isso, aí que entrou o Vote. Tenho 38 anos, recém completados. Acho que a Geni comeu em 2012, se não me engano. O Vote, eu comecei a participar na sua fundação, também, em 2014, quando a gente começou a fazer. Hoje, o que eu faço no Vote? Uma pergunta muito boa. O que eu mais faço é a parte de tanto de comunicação externa – que é articular a divulgação de coisas, preparar e fazer os vídeos, entrevistar as pessoas, gravar, filmar, fotografar –, quanto a parte de articulação interna, entre os voluntários, para fazer isso acontecer. Eu não dizer o nome disso... a minha maior é articulação, eu acho, mais interna do que externa até. Mai uma coisa de ajeitar um pouco a relação entre as diversas pessoas que estão o mesmo trabalho, garantir que essas estão se comunicando, garantir que todo mundo saiba da limitação ou necessidade do outro. Sabe? Fazer um meio de campo entre o pessoal da pesquisa e parte da execução, ou da parte da comunicação ou do site. Este tipo de coisa. Uma coisa importante sobre a revista Geni, é que era um coletivo bem grande, de muita gente, de homens e mulheres e, às vezes, a gente conseguia ter pessoas trans também. Então, não era só eu e o Marcos, porque talvez tenha parecido isso no meu áudio. Não, eu era parte de um coletivo enorme, gigante, multirracial, multigênero, multitudo, e isso foi uma das maiores escolas da minha vida: entender que o mundo era muito mais complexo do que eu percebia e entender que a visão de um homem branco, cis, de classe média era, realmente, muito limitada e muito distante do que o mundo era, também.
2) Quantas pessoas compuseram a campanha em 2016, qual o perfil delas e como ocorreu a adesão delas? [ESP]
GM: Querido, não vou conseguir você 2016 sem falar de 2014, porque acho que uma coisa encadeia na outra. Então, vou te dar um resumo e depois a gente retoma quando for falar 2014 com o Marcos, a Giovana. Em 2014, começou com o Marcos, a Giovana, tinha o Tiago Kaphan e, se não me engano, o Bruno Oliveira também – O Tiago Kaphan e o Bruno Oliveira continuam sendo os designers e programadores do Vote esse ano. E, aí, a gente fez aquele site, levantando 270 candidaturas que a gente ia buscando. Isso foi um trabalho hercúleo, a gente fez isso em um mês só, envolveu Larte, Karina Buhr, envolveu muitas pessoas. Eu usei todo o capital social que tinha, porque achava que às pessoas faltavam só informação, e que assim que tivessem informação ia conseguir fazer uma escolha melhor. Então, eu usava tudo que eu tinha de possibilidade para conseguir espaço na mídia, e que isso talvez resolve o problema – a loca, né? – de representatividade, era bem inocente, de certa maneira, o meu *approach* para esse rolê. Quando a gente elegeu o pior Congresso da história – o mais conservador Congresso da história –, ficamos muito deprimidos, sobretudo eu e o Marcos, ficamos mal: eu saí das redes sociais, fiquei uns oito ou nove meses longe, só voltei quando eu tinha que fazer uma outra exposição e eu tinha que voltar para as redes, porque achamos que tudo tornou-se em vão – isso foi em 2015 que eu voltei para as redes. Em 2016, com o processo de impeachment da nossa presidente e a ascensão de poder do Cunha, novos grupos LGBT começaram

a se formar. As pessoas ficaram com medo de perder os poucos direitos que tinham acabado de conquistar, como o casamento igualitário, ficaram com medo e começaram a fazer reuniões se auto-organizar. E, nessas reuniões, eles chamaram o Marcos e eu para conversar sobre o #VoteLGBT. Eu e o Marcos, em 2016, já estávamos falando, perguntando um para o outro se a gente voltava com o Vote ou não, mas a gente já tinha pedido o domínio ".org", porque a gente não tinha pago, porque só de falar nisso já tínha calafrio. Então, a gente falava de voltar com o #VoteLGBT e tinha tido uma grande conversar que se a gente voltasse tinha que fazer um trabalho junto com as mulheres, porque a luta era a mesma, o opressor era o mesmo. Então, isso estava muito claro com a gente. Nesse 2016, quando novos grupos LGBT começaram a se formar e a falar para a gente que o #VoteLGBT sim, foi importante em 2014, sim, olharam o site, nossa lista para poder votar, e que tinha custado desenvolvido esse trabalho, que era um trabalho que ia levar um tempo para ter fruto, mas que ele era importante, educacional e tinha relevância, a gente começou a se animar um pouco mais de fazer, e começou a se articular para fazer. Eu fiquei fora umas duas semanas... Eu não sei, quem vai te contar melhor esse pedaço da história é a Evorah, porque, se não me engano, o Felipe Oliva ou a Evorah – eu não sei, um dos dois –, abordou o Marcos falando de fazer uma pesquisa na Parada LGBT de 2016, e o Marcos topou, falou "vamo, bora, vamo fazer então". E, aí, os três se organizaram, eu estava viajando – estava ano Norte, na Amazônia –, quando eu cheguei as coisas estavam superandando, o questionário estava superadiantado, articulado com o grupo do GPOPAI [Grupo de Pesquisa em Políticas Públicas para o Acesso à Informação], que o grupo da Esther Solano, Pablo Ortellado e o Márcio Ribeiro – se não me engano. E, enfim, a gente foi fazer a pesquisa na Parada e na Marcha das Mulheres Lésbicas, ainda perdi um pedacinho, um capítulo da novela de 2016, porque eu não estava presente. Então, eu conheci a Evorah e o Felipe no dia 25 de maio, assim que voltei de viagem – fez um ano que eu conheço esses dois maravilhosos. Na reunião – que a gente chamou todos os voluntários para apresentar os resultados da pesquisa –, eu e o Marcos chamamos a Evorah e o Felipe para poder participar. Eu lembro que a gente tinha muita insegurança ainda, porque a Evorah falava "porque vocês precisam fazer, porque vocês precisam fazer". E a gente estava morrendo de vontade de ter ela com a gente, porque estava, tipo, desesperados, apaixonados e completamente caidinho por esses dois maravilhosos. E, nesse processo, a gente chamou a Evorah e o Felipe, e os dois toparam, foi maravilhoso. E durante esse processo, quando isso foi encaminhando para o #MeRepresenta – que eu acho que é uma outra pergunta, que eu conto para você melhor –, o Marcos foi saindo do grupo, se distanciando um pouco e, agora, em 2017, ele está de volta. Então Marcos, que é fundador da Geni e um dos fundadores do Vote, ficou um pouco afastado durante o período e 2016, que estava mais difícil para ele... A gente falou, "beleza, pode ir, vai mas volta, está tudo aberto" e, aí, naturalmente voltou esse ano, e ele que fez todos os textos dos [posts]. Em relação aos voluntários de 2016, eu não dizer muito bem, assim – eu não se essa pergunta já do #MeRepresenta. Porque o Vote em 2016, além da pesquisa da Parada – eu acho que é legal você separar um pouco isso nas suas perguntas... o #VoteLGBT foi basicamente a pesquisa da Parada, a relação com o #MeRepresenta, que foi a formação, a fundação junto com outros coletivos – mas que foi meio que encabeçado pelo Vote, em algumas maneiras –, e a produção dos vídeos do Facebook, que aí também é um outro capítulo. Eu acho que a gente tem três capítulos do Vote em 2016, e eu preferia se você me perguntasse de cada um, separadamente, que consigo te contar isso com mais calma, se fosse ver que te interessa.

3) Sobre as atividades, havia alguma divisão de atribuições entre os integrantes? Caso sim, como acontecia? [ESP]

GM: Então, a divisão de tarefas do Vote ou do #MeRepresenta, acho que vem muito da disponibilidade de cada um. A Evorah e o Felipe, por exemplo, são os caras da pesquisa, que sentam e escrevem com uma facilidade absurda, e quem tem uma vontade de fazer, e de pesquisar... são CDFs, pessoas que têm tesão nesse conhecimento de saber tudo e destrinchar a coisa. Eu tenho tesão de fazer foto, de comunicar, de articular as coisas na comunicação, então acho que vem um pouco do tesão. E o Marcos, também, por cima disso, é um poeta, o cara escreve muito bem e muito "fodamente". Quando rolou o massacre em Orlando, ano passado, ele postou um negócio muito lindo no Vote, ele falou que demorou muito para fazer, mas era só um JPEG, "às vezes o ódio usa armas de fogo", alguma coisa assim, que foi supercompartilhado na época, que foi muito "foda" e que pegou muita gente. Outra parte que eu fazia em 2016 era a articulação dos vídeos e, para isso, a gente teve a ajuda do Iran Giusti – eu não sei se você sabe quem é esse cara, ele é bem importante em São Paulo, é um ativista, criou a Casa 1, um centro de acolhimento para jovens LGBT expulsos de casa, é realmente muito lindo esse projeto. Então, o Iran fez vários roteiros e filmou comigo, às vezes, eu articulei voluntários para filmar com ele, mas eu editava com ele. É

o cara que que dirigiu a maior parte dos vídeos do Vote, é um cara super da comunicação, não sei se ele fez Jornalismo ou Publicidade – mas é um cara que comunicação muito bem. Ele fazia social media na época do Orkut, então, é um cara, sabe... ele é dez anos mais novo do que eu, tem um repertório e um traquejo, e eu aprendi muito com ele. Ela ajudou demais nos vídeos do Vote, foram vídeos que impulsionaram bastante a página. Ele tinha uma meta, queria que a gente fizesse um ritmo de postagem que o preciosismo da nossa militância não deixou acontecer. Ele cresceu muito o Vote, tinha um projeto de ficar bem maior, a gente que não conseguiu acompanhar esse projeto dele, porque tinha um preciosismo da nossa militância: de ter certeza de chamar a parada de Marcha do Orgulho LGBT e não de Parada Gay, sabe, e chamar com o nome certo não é o mesmo que chamar com o nome conhecido, então dificulta muito a comunicação. A gente teve bastante, e ainda tem um pouco, na comunicação esse dilema: o que a gente faz? Se a gente falar exatamente como tem que ser abrimos mão da comunicação, e se focar na comunicação, a gente vai ser menos preciso, corre o risco de invisibilizar grupos que já são invisibilizados. Então, qualquer uma das opções dói, às vezes, a gente toma uma, às vezes, outra. A gente sabe que qualquer uma delas dói e pensa nelas o tempo todo. A gente tinha a ideia uma plataforma, de candidatos. A Rede Feminista de Juristas, que é um grupo de mulheres do qual a Evorah também faz parte, se interessou em colocar juntos, em fazer uma plataforma espelhada. A gente descobriu que o #AgoraÉQueSãoElas, que é outro grupo de mulheres, junto com o Nossas Cidades Meu Rio, já tinham feito uma plataforma parecida no Rio de Janeiro em 2014 – parecido assim, que tinha um funcionamento que podia ser aproveitado –, talvez se interessassem em colar. Então, foi a junção dessas três coisas. Acho que falei que o Vote foi meio o gestador, mas não é muito verdade, acho que foi uma confluência de três vontades. Mas, o fato é que eu, a Evorah e o Felipe estávamos tanto no Vote, e a Evorah também está na DeFEMde... nós três somos metade do #MeRepresenta hoje, ainda. O Vote é grande parte do #MeRepresenta, nesse sentido. Não posso deixar de falar do Bruno Oliveira, que é o cara do design, que fez os gifs do Vote, o logo, os bonequinhos [trecho complementar escrito].

4) Como ocorria a produção/veiculação dos materiais? Havia alguma discussão sobre os temas dos conteúdos? [ESP]

GM: Especificamente essa série dos 20 motivos, foi feita pelo Marcos junto com o Bruno, os dois desenvolveram os primeiros e o Bruno fez alguns gifs dessa série. A ideia era fazer e postar num ritmo tal e levar um tempo tal, e você tem uma ideia do planejamento do que vai postar e o que você, realmente, consegue no fim das contas, quando tem conta para pagar, quando tem a vida para viver. E aconteceu que nem o Marcos e nem o Bruno não conseguiram terminar, os dois deram *tilt* nessa época, não conseguiram ... E, aí, o Iran falava "Gui, corre! A gente precisa postar. A gente tem esse material e precisa postar". Ele até chamou umas reuniões de voluntários de design, mandaram o material, mas eu não gostei do material do design que tinham feito esses voluntários, no mutirão na cada do Iran, todo mundo de graça. Tinha uma questão assim... Especificamente os 20 motivos quem fez foi o Marcos. A gente decidiu postar porque o Marcos pensa muito, é muito antenado no que ele faz. Quando ele tem um texto, eu acredito muito nesse texto, é um cara muito observador e muito antenado com tudo que está acontecendo, no sentido de que ele tem muito cuidado na hora de escrever. Então, os 20 motivos foram nesse sentido, só que a gente não terminou e tem uma hora que os motivos, pelo menos no design, mudam. Para não ficar sem fazer nada, às vezes, eu mesmo fazia o design do negócio e mandava para o Bruno pelo "coisa" e pedia aprovação, ou algum tipo de instrução. Ele ia – como é que chama isso? – me guiando e eu ia fazendo um trabalho que era dele, assim, na verdade, entendeu? Em relação aos vídeos, eu meio que decidia na corrida, e quando tinha alguma dúvida voltava para a Evorah e o Felipe, nesse sentido. A produção desse material de vídeo... quando eu fazia um vídeo e quando, terminava uma edição, estava com alguma dúvida levava para eles e, se eles choravam, beleza, estava ótimo. Tinha uma questão de dividir, eles sabiam, estavam envolvidos, mas não exatamente com a produção porque não é muito a "pira" deles. Mas, se tinha qualquer tipo de problema ou dúvida ética a gente voltava ao grupo maior para poder discutir, mas a princípio era discutido nos... porque discutir tudo, o tempo todo, não dá, a gente tem que separar um pouco em núcleos. Então, por exemplo, o questionário, que é uma coisa que eu não sabia nada, hoje eu sei um pouquinho porque participei muito do ano passado... O meu maior pitaco no questionário, por exemplo, desse ano, é em relação à comunicação, de como é que a gente faz uma pergunta que as pessoas entendem, de "vamos tentar outra palavra que é mais acessível para as pessoas". Então, minha questão é comunicação das questões envolvendo o questionário e fazer as perguntas, mesmo questionar um pouco as opções do questionário. Mas, em metodologia científica eu não entendo nada, então não tem porque eu dar pitaco, tem horas que eu não entro na discussão porque eu não domino. A ideia é: vai no campo da nossa expertise e na

hora que precisa a gente é acionado, o outro aciona a gente. Se tudo for com todo mundo não dá, a gente tem outros trabalhos na vida, né. Tem a vida além do Vote.

5) Durante a atuação em 2016, quais foram os custos da campanha e como foram arcados? Houve duas ações de arrecadação na internet (uma vaquinha online e uma pela plataforma #MeRepresenta, 2016). Se alcançou e arrecadou as respectivas metas? [ESP]

GM: A Evorah tem uma memória mais precisa do que a minha, tá? A vaquinha a gente fez só para pagar o xerox das folhas que usa para fazer a pesquisa na Parada do ano passado, em 2016, para isso que foi a vaquinha, a gente conseguiu levantar grana e beleza. O problema é que financiamento coletivo é um "puta job", um trabalho por si só, e a gente não tinha energia, libido, tempo – chama como você quiser. Não dá para fazer o que a gente está fazendo e, ainda, levantar essa grana. A gente é muito pouca gente para conseguir fazer isso, entendeu? Então, assim, os custos do Vote não existem muito, o pagamento do site... sei lá, o Tiago quem paga, é tudo meio zoneado, quanto que paga do site é pouco, cada um coloca ali o que tem e faz. A gente fez uma festa organizada pelas mulheres da DeFEMde e levantou uns R$ 2.000 e poucos também para pagar o #MeRepresenta, a [Marina] Ganzarolli, algumas mulheres maravilhosas. Eu era totalmente contra essa festa, porque não tinha energia para organizar, e elas organizaram, levantou uma grana e foi uma das coisas mais legais do processo todo porque renovou as energias. E a gente, também, recebeu uma doação significativa de um grupo de artistas – que precisa ficar anônimo, mas que ajudou a gente... pessoas que eu conhecia, que conseguiram levantar dinheiro numa ação – se conseguiu pagar, pelo menos, a programação do site do #MeRepresenta. Então, meio que a festa pagou o design, essa grana da doação a programação do #MeRepresenta. A vaquinha que ficou no site do #MeRepresenta foi uma coisa que a gente nunca disparou. É isso, a gente não tem essa energia para poder "vender esse Tupperware"... Porque fazer financiamento coletivo, eu já fiz para um trabalho pessoal, é meio "vender Tupperware", é um horror. Tem que falar também que parte dos custos do #MeRepresenta, uma parte que a gente nunca acertou, que é para a ONG Nossas, que foi meio a incubadora desse processo. E Alessandra Orofino – uma mulher maravilhosa, uma potência – que conseguiu, finalmente, traduzir o que a gente queria para o programador. A gente tinha conversas, ela conseguia falar com o programador o que ele precisava saber, naquele momento, para ele conseguir fazer naquela etapa; ela conseguiu dosar os momentos de falar o que para o programador para que conseguisse fazer o trabalho. A gente estava com a ideia da plataforma já há algum tempo e tinha uma programadora, aí do Rio Grande do Norte, inclusive, chamada Claudia Farias – uma mulher maravilhosa –, mas que ficava muito frustrada com a gente. Porque a gente sempre falava o que queria como produto numa linguagem totalmente emocional e ela não conseguia nem entender por onde começava, por a gente não consegui dizer para ela de uma [...]. No ano que foi fazer o #MeRepresenta e pagar um programador, a gente chegou a oferecer para ela o valor que ia pagar para esse programador para ela fazer, ou participar desse processo recebendo, porque ia ser muita sacanagem a gente ter uma mulher voluntária e na hora de pagar, pagar um homem. E, no fim, ela falou "olha, eu não estou com tempo para dedicar ao que precisa, vocês precisam de uma pessoa dedicada, realmente, *full time* por algumas semanas e eu não posso fazer isso agora. Então, para o que vocês querem, eu vou ficar de fora, mas contem comigo quando vocês precisarem". Então, a gente ficou até com medo de ela ter ficado chateada com a gente, mas eu acabei indo para o Rio Grande do Norte, dar um curso, e encontrei com ela pessoal, está tudo certo. Teve esse processo, também, que foi a Ale Orofino e a própria ONG do Nossas, que foi quem conseguiu comprar o domínio ".org.br" do #MeRepresenta para a gente. Ela acabou ficando com parte dos custos do servidor, e eu não acho nem que são poucos. A gente só nunca mais falou nisso e como não temos dinheiro, a gente meio que está deixando esquecer, sabe? Mas, existia um custo que, teoricamente, a gente tinha que devolver com esse financiamento. A gente não fez esse financiamento e não pagou. Basicamente, o #MeRepresenta é inadimplente.

6) A campanha repercutiu em diferentes sites e portais de notícias. Em 2016, havia algum trabalho de assessoria, com produção e envio de releases, ou parceria com a imprensa? [ESP]

GM: Nossa, que bom que você perguntou isso. Super tinha assessoria de imprensa. Teve o BP que cuidou da assessora do Vote, de mandar os releases, de fazer contatos também com outros grupos que pudessem visibilizar a gente, pensando em ações. Como é um cara que é, também, muito ligado na questão musical – ele compõe várias bandas –, ele tentou articular um show que acabou não rolando. O Vote, e eu mesmo, pessoalmente, por conta das minhas questões das artes, eu já trabalhei na Folha e conheço umas pessoas lá, consegui algumas entradas na

Mônica Bergamo. Eu tinha alguns canais, mas a gente sim, produziu release, sim, mandou isso para a imprensa, e a gente meio que dividiu, eu e o Bruno, nesse começo do Vote. E depois de um tempo, entrou uma mulher chamada Madu [Maria Eduarda], que era concunhada da Evorah e que ajudou a gente a fazer a assessoria de imprensa. Parte dessa atenção midiática foi espontânea sim. Tem uma outra que aconteceu, que foi que a gente fez um jantar, também encabeçado pelas mulheres do DeFEMde, sobretudo pela Marina Ganzarolli – que é uma mulher maravilhosa –, que chamou os YouTubers e formadores de opinião poder conversar e apresentar o nosso projeto. Foram dois jantares. Quem fez o jantar, também, com o maior carinho, foi o Dan [Rolim], que é namorado da Evorah – que é um chefe, cozinhou e tal. A gente fez um jantar, na casa de um ativista, para poder chamar as pessoas e, inclusive, a gente conheceu a Jout Jout, do canal Jout Jout Prazer, que, enfim... O lançamento do #MeRepresenta, um vídeo que ela escolheu fazer... o lançamento do vídeo dela, no canal dela, coincidiu com uma "bombação" absurda da nossa plataforma, caiu o site algumas vezes durante o dia. Eu lembro que quando a gente lançou o site, o programador estava superfeliz porque tinha viralizado, porque disse que tinha 300 pessoas online no site naquele momento, a cada instante tinha uma média de 300 pessoas. Quando a Jout Jout lançou o vídeo dela, uma semana depois, o site ficou 2.100 ao mesmo tempo, então era um nível que a gente nem estava preparado para receber. Isso aumentou e muito, nesse dia a gente dobrou a quantidade de tanto de pessoas como usuários quanto de candidatos cadastrados. Isso aumentou muito a visibilidade do site, o fato dessa outra imprensa ajudar.

7) Em 2014 a campanha #VoteLGBT lançou mão de diferentes páginas na internet. Em 2016, porém, continuou com o site institucional (outra versão) e a página no Facebook. Quais as razões para a escolha? A opção por apenas uma página em rede social não poderia ser contraproducente para a iniciativa, limitando o alcance e possibilidade de novas adesões, na sua visão? [ESP/AMP]

GM: Querido, olha, a gente recebeu esse tipo de crítica, de *input* durante o processo. A pergunta é: quem vai fazer outra coisa além do Facebook? Pessoalmente, eu não sei mexer no Instagram – nunca tive –, e eu não tenho Twitter – nunca tive. Então, eu não sei fazer, e a gente não dava conta de fazer nem do que estava fazendo. Então, para ter uma pessoa cuidando de outra rede social, você precisava ter alguém disposto a fazer isso. Aí, qual o problema que a gente tem: apesar de a gente ter tido, inclusive, pessoas se oferecendo para cuidar disso, a gente tem que ter certeza que essa pessoa não vai ser misógina, não vai ser transfóbica, não vai ser racista. E a gente vive em numa sociedade misógina, transfóbica e racista. Só que, ao mesmo tempo, qualquer atitude em nome do Vote, oficial, que derrapasse para esse lado, mesmo sem querer, podia botar tudo a perder, porque a gente arcar com isso... misógino, transfóbica ou racista. Não pode, não pode. Então, qualquer pessoa para colar, para falar em nome do Vote, tem que está bem alinhado com o núcleo duro do Vote, que é falar contra qualquer tipo de preconceito. Então, o Vote, realmente, é uma campanha de comunicação e ela, realmente, fica capenga ou manca, quando escolhe uma mídia social e não todas – concordo com você. Só que a gente não tem verba para uma pessoa se dedicar totalmente a isso, ou para falar para alguém do Vote "olha, escuta, para de trabalhar e faz só isso para a gente", e não tem condição de garantir que alguém que não está muito ligado no núcleo, e com as discussões todas, possa falar alguma coisa que não seja preconceituosa em relação à algum grupo minorizado – esse é o problema, é um problemão mesmo. Teve uma vez que o próprio Iran, que é um cara supercuidadoso, para fazer um post chamando voluntários para um vídeo que eu tinha pensado, que pessoas bissexuais sentiram que ele tinha sido bifófico, porque ele chamava casais gays ou de lésbicas, mas não pedia homens com homens ou mulheres com mulheres. Portanto, na enunciação que ele pedia no perfil pessoal, dele, as pessoas bissexuais sentiram que eles estava invisibilizando as pessoas bi. Isso é um "puta treta", porque ele pediu desculpa, ele falou "vamos sentar para conversar, eu não quis falar isso". As pessoas que já são supersurradas no dia a dia, estavam muito machucadas e estourou para cima dela, assim. Eu lembro que na época ele até falou para mim de sair, de parar de trabalhar junto porque ele tinha atrapalhado... "isso foi lá no seu perfil, relaxa, tamo junto, é isso aí, vambora". Porque eu entendi, li a "treta" toda... Por mais que ele pudesse ter escrito [...] erradamente, pediu desculpas pelo mal-entendido e pediu para conversar, e as pessoas, ainda assim, não estavam dispostas a fazer tal coisa. Acharam que ele estava sendo cínico e não estava, mas, enfim, eu conheço ele e sei que não estava, e é isso. Os perigos são muito grandes nessa comunicação. É uma comunicação que dá trabalho. Demais,

8) É recorrente a discussão sobre a crise de representação política. Como você acredita que a campanha e o movimento LGBT podem contribuir com esse debate? [AMP]

GM: Acho que a princípio eu não consigo falar para você em termos de movimento LGBT no geral, porque é muito amplo e eu não tenho conhecimento para te responder nesse ponto. Então, eu vou te falar só em relação ao #VoteLGBT e ao #MeRepresenta. Em relação ao Vote, acho que o que a gente está tentando fazer é entender o nosso público. É entender que pesquisa também é pressão, que informação é pressão, e não é à toa que os assassinatos de pessoas trans não são contabilizados, porque se fossem contabilizados profissionalmente a gente teria uma pressão popular para que isso fosse combatido. Então, a própria invisibilização dos componentes da nossa sigla acaba diminuindo as chances de a gente... Tem uma frase da Ellen Oléria que fala assim "eu não sou vista, como se eu não existisse". Então, essa visibilização do quem somos, quantos somos, enfim, isso é muito importante para se pensar as políticas públicas. A nossa ação na [avenida] Paulista, na Parada e na Marcha das Lésbicas, ela tem dois objetivos, eu acho. Se por um lado a gente quer conhecer a população LGBT e as motivações que essa população tem na hora de votar, isso, de um lado, vai fazer a gente visibilizar essas ações, essas demandas, essas pessoas – que são sujeitos e eleitores; de outro lado, isso também vai ajudar a gente a pautar como é que vai fazer nosso trabalho, como é que vai comunicar. A partir do conhecimento que a gente tem dessas pessoas... Essa crise de representatividade a gente descobriu na última parada. Porque a gente descobriu que em todo mundo a demanda por uma ampliação de direitos estava muito clara, era consensual. O que também era consensual era que as pessoas não acreditavam nas instituições, então temos um problema. Como é que vamos resolver esse problema? Como é que vamos fazer a plataforma, que nome vamos dar? A ideia da plataforma se chamar #MeRepresenta tem a ver também com isso, que a gente vai falar agora de LGBT e de mulheres, e a gente também incluiu pautas negras, porque apesar de a gente não ter nenhum negro na equipe, falou "meu, a gente não pode não falar disso, porque ia ser horroroso". Mesmo sabendo que a gente precisava se articular e já se articulou com pessoas, com representantes que têm lugar de fala poder falar desse assunto, mas naquele tempo não daria tempo, e não deu, mas a gente fez mesmo assim e assumiu o risco. Voltando, a gente sabia que tinha, podia falar de algumas questões, mas que a gente queria ter um lugar, um nome, que pudesse ser guarda-chuva para outras pautas também de direitos humanas, de uma agenda mais pró-todo mundo. Por isso que o nome foi #MeRepresenta e não #VoteLGBT, #VoteNelas, ou algum nome que fosse exclusivo, direcionado a um segmento tão específico quanto era LGBT e as mulheres, mas sim que pudesse abarcar outras pessoas. A outra parte que eu acho que a gente pode, está tentando fazer é... O que acontece, hoje em dia, a gente tentando fazer duas coisas: uma é levar atenção par ao Legislativo, porque a gente tem uma questão que só discuti o Executivo, e quem é que decide nossa vida? O que está acontecendo, agora? É o funcionamento do Congresso e ninguém sabe como essas pessoas foram parar lá porque a gente não entende o sistema político. Então, a gente teve que entender o sistema político e está tentando comunicar como funciona esse sistema político nas nossas plataformas. É isso que a gente está fazendo: dar visibilidade para o Legislativo. Porque é muito mais fácil de conseguir eleger algum deputado ou uma deputada pró-LGBT, pró-mulheres, pró-direitos humanos do que eleger um candidato, uma candidata do Executivo, porque ninguém do Executivo fala que é pró-aborto. Agora, de vereadores ou em deputados em deputadas a gente tem muita gente. Mesmo num espectro muito amplo de partidos, tem gente que pode falar "sim, sou a favor da legalização do aborto". É isso, o que a gente está pensando com o #MeRepresenta: é, de um lado, visibilizar o Legislativo e, de outro, visibilizar as demandas dos direitos humanos. Que a questão dos direitos humanos não seja uma coisa usada para atacar um candidato, e sim que ele possa entender que os direitos humanos podem dar voto para ele. É isso que a gente vai fazer: juntar num lugar pessoas que acham que a defesa dos direitos humanos é uma coisa que vai dar voto para si e, nesse mesmo lugar, eleitores e eleitoras que estão dispostos a pensar nos direitos humanos na hora de vender o voto.

9) Como você avalia a atuação da #VoteLGBT nos dois momentos, em 2014 e 2016? [AMP]

GM: Eu acho 2016 uma evolução de 2014, não é uma reedição, e assim que é para ser mesmo. Eu acho 2017 está sendo uma evolução de 2016, assim como 2018 vai ser resultado do que a gente está fazendo. Acho que em 2014 a gente descobriu o problema e tentou, apressadamente, agir sobre o problema. E, naquele tempo, a gente tentava visibilizar apenas os candidatos e candidatas com pautas relativas às nossas questões e não tinha nem dado conta das questões das coligações, que é um negócio gigantesco, problemático e foi um dos grandes focos da campanha em 2016, principalmente na parte da construção do #MeRepresenta. A questão das coligações foi fundamental e gerou mil questões, debates, ações e decisões [...]. A outra evolução que chega em 2016 é entender que essa luta tem uma parte de comunicação que é direcionada e específica para o nosso público, para esse público que é a gente, mas ela também tem uma parte que é para o todo mundo. Eu acho que uma plataforma só vai dar certo, no

sentido de só vai ser eficaz e conseguir apontar para alguma mudança, na hora que a gente consegui se juntar, juntar os grupos minorizados, e entender que a gente não é... É um frase da Laerte, "nós não somos minorias, somos todo mundo". Então, se você pisa numa parte dos direitos de uma parte da população, você pisa em todo mundo. E que na hora que a gente conseguir, realmente, juntar e trabalhar juntos, conseguimos fazer alguma coisa. Acho que outra coisa em relação à isso, é que em 2014 a gente começou. A gente era um grupo saído Revista Geni, que era uma revista que tinha uma certa penetração nos movimentos, mas a gente nunca pensou –s ou não tinha se pensado naquele momento, tanto –em se articular com os movimentos, com outros grupos LGBT. O que aconteceu a partir do Vote, dos vídeos que a gente fez acabou fazendo em 2014, e das coisas que rolaram logo depois, foi que em 2016 a gente tinha uma articulação numa rede muito maior, não só com os outros grupos de mulheres, mas também com os grupos LGBT. É um pouco o resultado do que está acontecendo agora em 2017, também. A gente lançou agora nossa busca por voluntários e conseguiu, em 24h, mais voluntários do que conseguiu ano passado na campanha toda – do que a gente fez, ano passado, para voluntários. A gente está com uma penetração e articulação muito maior e isso só acontece com o tempo de estrada, só acontece com você, realmente, sentar, botar a cara para bater, ir lá conversar... isso acontece a partir das trocas, é isso que está acontecendo com o tempo. A maior coisa que eu aprendi nesse processo, depois da depressão com o resultado de 2014, é que isso é um trabalho que não vai acabar agora, a gente não vai conseguir nada agora. A gente vai conseguir, se conseguir, com o tempo, mas a gente vai tentar e fazendo mesmo assim. Mas, a gente entende que isso é um trabalho que vai levar tempo para acontecer. Em 2014 a gente tentava inventar a roda [...] E agora, a gente está entendendo que nas nossas estratégias de comunicação vai ter que chamar os aliados que já pensam em estratégia de comunicação há mais tempo, que já trabalham com isso. Outros e outros LGBTs que já trabalham esse assunto, assim como as pessoas da estatística estão chegando perto da gente na pesquisa, a FGV, o pessoal do GPOPAI. A gente está juntando as potências. Então, em vez de ficar perdendo tempo tentando inventar uma roda, vamos falar com o pessoal que já estuda essa roda, que trabalha toda a dinâmica, para colar e ajudar a gente a fazer isso, porque a causa é de todo mundo. Acho que isso está acontecendo e é gigante. É de uma maturidade de movimento, tanto das pessoas do movimento quanto da própria campanha em si, que é pensar que é uma rede e que precisa ser mais pessoas.

10) Qual a sua avaliação do movimento LGBT brasileiro contemporâneo, referente às articulações dos grupos e identidades que o compõem e ao diálogo com a população? [AMP]

GM: De novo, eu não vou falar do movimento LGBT brasileiro, porque eu acho isso um absurdo. Não dá para eu falar disso sem ter estudado, a partir da minha percepção, da minha *timeline*. Não vou falar disso, tá? Não dá para avaliar movimento LGBT contemporâneo brasileiro, isso não tem... Tem uma questão que está aumentando muito, e que está viva na minha memória mais visível, que são as articulações dos movimentos LGBT na periferia. Acabou de ser a Parada de Madureira, a Parada da Zona Leste de São Paulo, tem mil coisas acontecendo que a gente nem fica sabendo porque não chega, e é maravilhoso, importante. Não tem o que a gente ficar falando disso. Para gente falar do movimento brasileiro tem que criar uma pesquisa para isso, ir lá, falar com essas pessoas. E não a gente daqui, do Sudeste, branco, homem, cis, classe média ficar falando dessas coisas – acho que não.

APÊNDICE G - Entrevista com membro da campanha #VoteLGBT

Entrevistado(a): Giovana Bonamim
Data de realização: 15 de junho de 2017.
Local: à distância, via aplicativo WhatsApp.
Siglas: ESP (Específica); AMP (Ampla)
1) Trace um breve perfil. [ESP]
Giovana Bonamim: Eu sou Giovana, tenho 30 anos. Sou socióloga, tenho formação, na verdade, em Ciências Sociais com ênfase em Sociologia pela Universidade Federal do Paraná, onde eu comecei a trabalhar com questões de violência simbólica dentro de ambientes escolares. Esse foi o tema da minha monografia de conclusão de curso. Então, o tema da violência sempre me chamou a atenção, sobretudo porque eu venho de uma família afrodescendente. Eu sou branca, mas a minha mãe não é considerada branca – eu sou –, ainda que eu tenha traços negros as pessoas me veem como branca – e a minha mãe não. Então, eu sempre vivi na pele situações de discriminação contra a minha mãe e não contra mim, e a violência simbólica sempre foi uma coisa que me intrigou desde muito criança. Não é por acaso, logo que eu escolho um curso como Ciências Sociais e quando estou já no curso, durante a graduação, começo a militar, sobretudo em coletivos mais próximos ao PSOL [Partido Socialismo e Liberdade]. O PSOL estava se formando na época, havia uma grande migração das pessoas do PT [Partido dos Trabalhadores] para o PSOL. E eu, finalmente, não continuo no PSOL. Participei do segundo e do terceiro ano do PSOL depois da fundação, e eu me sentia profundamente incômoda a respeito de como tratar questões de gênero e de identidade LGBT dentro dos partidos. Era uma coisa que me incomodava, eu sentia que deveria espaço para falar sobre isso, e sentia que falar sobre questões de identidade era um tabu. Então, eu me afastei e, a partir daí, não militei mais em mais nenhum partido. Hoje eu sei que o PSOL tem uma abordagem muito diferente e fico muito feliz por isso. Sendo de Curitiba, outra coisa importante: eu nasci num bairro de periferia, em que a gente se acostumava com tiro e barulho de metralhadora, às vezes de madrugada, às vezes entrava tiro pela janela e essas coisas. Então, ainda que eu tenha tido uma formação, digamos, de elite, pelas escolas em que eu transitei e pela universidade pública, eu fazia, digamos, essa ponte de pegar o ônibus e voltar para o bairro na periferia. Então, eu vivi isso também. Sou bissexual, eu descobri minha bissexualidade muito criança, descobri que tinha desejo por homens e mulheres mais ou menos entre os 10 e os 13 anos. Sentia preconceito a respeito da família, assim, eu não podia mencionar o tema, ou depois que eu mencionei, sai do armário, senti repressão, senti várias coisas e, finalmente, nunca mais falou no tema. Então, eu percebi que o meu entorno social era muito pouco aberto para diversidade sexual, e também foi outra coisa que foi me incomodando ao longo do tempo. Depois da faculdade eu entro no curso de Ciência Política e continuo trabalhando com o tema simbólico, sobre a construção da identidade brasileira nacional pensada desde os espaços institucionais, ou seja, quem eram os intelectuais que diziam o que é e o que não é ser brasileiro – supersimbólico. E, aí, eu comecei desde esse ponto de vista, de pensar o poder da palavra das pessoas, ver a importância política disso. Então, eu acabei fazendo a minha dissertação sobre esse tema e como era um tema estranho, digamos, para o campo da Ciência Política naquela época – isso em 2010, mais ou menos –, ou meu orientador disse "olha, acho que se você for para a Argentina, vai encontrar gente que pensa assim, pensa sobre a questão simbólica, cultural e política muito atrelado, muito vinculado". Aí, o meu orientador me recomendou alguns investigadores, foi o que me trouxe para a Argentina. Faz seis anos que eu moro aqui, eu comecei a fazer um curso de doutorado, na verdade eu comecei dois e não me adaptei à academia argentina, porque é muito diferente. Como eu gostava muito da cidade, uma cidade grande, pulsante, LGBT-friendly, muito cultural, muito aberta à diversidade onde eu sempre me senti segura para falar sobre a minha bissexualidade, eu decidi ficar. E, aí, encontrei o meu companheiro, que se chama Matias, em aulas de teatro e a gente está junto faz uns cinco, seis anos. Então, para viver aqui eu tive que começar a trabalhar. No meio acadêmico eu não conseguir, no meio do trabalho social tão pouco consegui, então, mandei meu currículo para trabalhar com marketing e tive oportunidade de emprego, na verdade eu tive várias oportunidades de emprego e continuo trabalhando na área de marketing e publicidade. O que eu faço na área de marketing e publicidade: definição de estratégias de comunicação, definir o que falar, para quem falar e com que tipo de recursos. É uma coisa que eu acabei aplicando bastante no Vote – eu já te conto um pouco como chegou à situação do Vote porque isso é outro capítulo. O Marcos

era companheiro meu de internet, amigo de internet, a gente conversava muito sobre literatura, sobre várias coisas... o Marcos morou um ano e meio em Buenos Aires e a gente se aproximou muito, ficou superamigos. O Marcos voltou para o Brasil e eu fiquei. A gente começou a ver, digamos, toda a situação política do Brasil, cada vez mais complicada, a gente começou a discutir muito sobre o tema da representatividade LGBT dentro das Câmaras Legislativas. Era uma coisa que incomodava, a gente sabia que o Legislativo estava ficando cada vez mais conservador e a tendência era que isso aumentasse. A gente teve várias conversas sobre essa questão de as pessoas sentirem que existe ou não, digamos, oportunidade de votar em candidatos que pensam como a gente. Eu levei o tema da representatividade direta para a mesa, porque naquele momento a gente estava trabalhando na revista Geni – o Marcos deve ter comentado sobre a revista Geni para você, ele vai comentar muito melhor do que eu, porque eu fui superintermitente na revista, fiz alguns artigos mais orientados à política e desde um artigo como esse que surgiu a ideia do Vote. Então, no começo éramos poucos, muito poucos, o pessoal da revista Geni deu uma força importante para o projeto e eu fiquei trabalhando com a parte da estratégia de comunicação, definindo qual seria o foco, os pilares de conteúdo que a gente ia fazer para as redes sociais, e também fazendo os cálculos de anúncios no Facebook. Porque uma parte importante do crescimento, digamos, do Vote bem no começo foi devido à estratégia de segmentação de anúncios, a gente sabia para que deveria entregar a mensagem e começou a funcionar. A gente fazia experimentos também – isso é outro capítulo, outra coisa interessante para contar –, a gente segmentava, por exemplo, anúncios para pessoas LGBT que tinham se mudado de casa e moravam longe da família. Esse tipo de segmentação o Facebook permite fazer, então a gente começou a criar esses perfis de pessoas que poderiam estar sensíveis e se interessar na nossa mensagem.

2) Como/quando foi o processo de formação da campanha (ideia, nome, estratégia de utilizar uma # como elemento característico etc.)? [ESP]

GB: O processo de formação quanto à organização e estrutura foi baseado em relações de afinidade e também de confiança por projetos anteriores. Eu e o Marcos sabíamos que precisávamos ter gente que entendesse a importância disso. O que acontece: quando eu fiz essa pesquisa sobre como as plataformas de mulheres e LGBT apareciam ou não na comunicação de partidos, descobri que tinha muita gente, homens falando sobre os conselhos internos de mulheres ou mulheres que não tinham discursos femininos ou feministas sobre a própria posição etc. Eu fiquei pensando "nossa, que estranho, parece que os partidos não estão oferecendo oportunidade para as pessoas representarem seus próprios interesses, mais do que isso, parece que as pessoas de grupos específicos não estão tendo representantes que sejam como elas mesmas". Com o tema das cotas para mulheres isso é muito mais claro, já existe leis que definem a necessidade de apresentação de candidatas também entre os candidatos totais dos partidos... Quando eu entrei na faculdade a gente teve o primeiro ano de cotas raciais e sociais, a princípio o grande discurso hegemônico em Curitiba era que a cidade não tinha negros, não era necessário ter cotas raciais. Eu confesso que por um tempo fiquei seduzida por esse tipo de argumento. Depois, na realidade, quando eu comecei a cursar, comecei a observar que "epa! Os temas de investigação e de debate que traziam os cotistas eram muito mais interessantes e muito mais relevantes em questão de política pública que os temas das elites e dos setores mais estabelecidos na sociedade. Então eu comecei a ver que era superimportante a presença direta de diferentes grupos de interesse, classes, etnias, pontos de vista políticos e profissões. Eu comecei a ver que a diversidade era uma coisa superimportante, mas não a diversidade como palavra fazia que engloba tudo, não, a diversidade representada pelas próprias pessoas. Em algum momento eu e o Marcos, num momento de angústia existencial, a gente começou a pensar sobre isso "ok, fora o Jean Wyllys quem pode ser uma opção de voto LGBT?" E, aí, uma das grandes batalhas – mais eu lembro que foi uma das grandes, enormes batalhas – que eu acho que travei, inclusive dentro do #VoteLGBT, era dizer que não, a gente tinha que defender a representatividade de pessoas LGBT, a gente precisava de representantes LGBT, políticos LGBT, e não pessoas que defendem os direitos... que, às vezes, essas pessoas defendem os direitos de tantas populações, que realmente não defendem nenhum. Então a gente começou a pensar os critérios de avaliação, por exemplo, dos candidatos possíveis para a gente ajudar na divulgação. Então a gente estabeleceu como critério pessoas que defendiam, finalmente, direitos LGBT. Eu, particularmente, a minha posição sempre foi de ajudar a alavancar as candidaturas de LGBTs, mas essa é uma que eu nunca consegui aprovar, digamos, internamente, nunca consegui convencer as pessoas. Eu acho que a gente está mais perto disso, mas agora eu também não estou tão envolvida com o Vote como eu gostaria. Então, o tema da representatividade era importante, que as pessoas se representassem e se sentissem representadas dentro do processo de eleição, dentro do regime democrático. E o que a gente percebeu: que existia essa desconexão entre

os possíveis candidatos e as pessoas, que a gente podia fazer um esforço de encontrar esses candidatos e começar a fazer uma divulgação, uma lista de alternativas nas quais as pessoas, a população LGBT e seus familiares pudessem acreditar. Como era uma campanha cem por cento digital e era impossível pensar desde o ponto de vista analógico, ou offline, fora das redes, era muito óbvio para a gente que deveria ser uma hashtag. De fato, nos ajudou bastante na divulgação via Twitter quando a gente começou. #VoteLGBT é uma expressão, digamos, pensada para ser uma hashtag, para ser fácil de lembrar como uma marca. Ela está nesse formato de *call to action*, de chamada à ação, no sentido de agora você pode votar LGBT. Aí, fica livre a interpretação do que significa votar LGBT, mas também essa é a parte do nosso trabalho, do nosso processo, levar esse debate: o que significa votar LGBT? Significa ter candidatos LGBT, ter candidatos que defendem ideias LGBTs, significa o quê? Eu acho que uma das grandes conquistas que a gente teve ao longo do processo foi gerar esse debate, justamente, da autorrepresentação política.

3) Quantas pessoas compuseram o #VoteLGBT em 2014, e qual o perfil delas e como aderiram à campanha naquela época? [ESP]

GB: Nossa, foram várias pessoas. E foram várias pessoas no começo e com o tempo foi diminuindo a presença delas porque o processo era superintenso, era tipo: se a pessoa trabalhava, ela não tinha vida para comer e, não sei, sair – era impossível porque foi superintenso. Bom, a gente teve, digamos, o núcleo central para começar: eu, o Marcos, o Guilherme e o Tiago – é importante você entrevistar o Tiago se puder, porque ele foi responsável pela construção do site e tudo mais, e sempre foi uma pessoa superdisponível, que sempre esteve ao lado para ajudar a gente nas mais diversas questões. Teve o Bruno, que foi o designer responsável por plasmar em cores, tipografia e tudo. Ele criou a identidade visual do #VoteLGBT – seria bem legal falar com ele, é o Bruno de Oliveira, não sei se você tem o contato, qualquer coisa eu te passo –, os templates, a base para a gente fazer todos os posts respeitando, digamos, a paleta de cores e tudo que ele criou. Teve a Carola de Assis, que participante da revista Geni, ela – ou será que não, agora não lembro – também participou dando sugestões sobre a criação do nome e tal, porque em algum momento a gente começou a pensar se deveria se chamar observatório ou não, depois do processo. O Mário, ele faz charges e é ilustrador, trabalhou bastante com a gente para fazer algumas ilustrações também. Sobre o processo, foram aparecendo pessoas, porque, a princípio, a gente aproveitou também a estrutura da revista Geni que funcionava superbem. Depois, a gente fez uma convocatória para saber quem estaria interessado entre as pessoas que conseguimos atingir por meio dos anúncios e publicações do Vote – a gente conseguiu recrutar gente. Aí, chamo a atenção para duas pessoas – quem sabe eu lembre de mais, para mim faz tempo já que aconteceu –, que foram fundamentais no processo: uma delas é a Celine Ramos, publicitária, de Recife, ela ajudou muito a gente na gestão das redes sociais, é uma pessoa superaberta, superquerida, foi incrível trabalhar com ela; e também a gente teve a presença do Vagno Fernandes, arquiteto, uma pessoa superaberta para conversar e com opiniões superfortes, ele era ótimo para polemizar quando era necessário, hoje olho para trás e penso que, às vezes, a gente até se estressou e chegou a discutir sobre vários pontos, mas eu acho que a presença dele foi fundamental para manter a, digamos, a frescura do Vote já no começo. Olha, eu vou ser bem sincera para você: para mim é difícil falar de nomes, porque foram várias pessoas. É interessante falar sobre isso: um sistema de organização estilo coletivo num momento em que é preciso decidir muito rápido a respeito de incluir ou não algum candidato, de subir no site, de fazer uma publicação rápida para a campanha, o desafio de tudo isso é decidir entre muitas pessoas. Então, a gente acabou tendo de optar, nos momentos mais críticos, por esse pequeno comitê, digamos, que acabou sendo o Marcos, eu, o Gui e o Tiago, a Celine e o Vagno também se envolveram mais. Mas, eram situações em que a gente, realmente, se via obrigado a responder muito rápido, tipo: entrevista com imprensa, entrevistas etc., eram coisas que surgiam muito rapidamente. E uma das questões, digamos, que a gente trabalhou muito nesse começo era como selecionar as pessoas e os perfis voluntários. Ainda que a gente tivesse a base da Geni, sabia que tinha gente e muitos talentos para somar de fora. Mas, a gente percebia, por outro lado, que no momento de dar a cara pelo projeto, de dar entrevistas, de ter uma posição pública a respeito de como a gente funcionava como coletivo, como grupo e qual era a nossa visão, que era muito complicado no mundo de redes sociais ter uma posição partidária muito clara e escolher lados. Isso gerou muito debate interno, discussões e separações, também, dentro. A gente achava nesse momento, acho que a gente continua achando isso – agora eu não sei, exatamente, como cada um pensa, acho que está mais estruturado –, mas naquele momento em que as coisas eram muito por ser definidas, era difícil pensar em como equalizar a posição pessoal e a posição

suprapartidária do projeto, da campanha. Porque a gente, realmente, precisava, para ganhar legitimidade pública, mencionar que estava armando uma plataforma transpartidária. E esse foi um grande desafio.

4) Sobre as atividades, havia alguma divisão de atribuições entre os integrantes? Caso sim, como acontecia? [ESP]

GB: Eu lembro que quando a gente começou a recrutar voluntários, por exemplo, uma das perguntas que fazia era "o que a pessoa gosta de fazer?". Às vezes, as pessoas sabem fazer algumas coisas, mas elas não gostam de fazer. Então, para a gente o gosto era um critério importante – o que eu gosto de faze – e logo a experiência, geralmente, se somava e ajuda por uma questão de eficiência – eu não gosto muito dessa palavra, mas é isso –, como especialistas. A gente foi buscando especialistas, então tinha: os designers e ilustradores para fazer as artes; o Guilherme é fotógrafo e trabalha com filmagem, então ele também ficou responsável pelos vídeos, pela edição e realização; a Celine, como publicitária excelente em toda questão de redação de texto e respostas às pessoas; o Marcos é formado em letras, tem uma superformação em redação, mas tem a especificidade em ser um ótimo produtor de memes, excelente, então ele ficou responsável pelos memes, e ele também fez todo o trabalho de seleção dos candidatos junto ao Bernardo – que acho que cheguei a não mencionar, da revista Geni, ajudou muito no processo de seleção dos candidatos. Eu, à distância, não podia fazer muita coisa, conseguia, digamos, ler notícias muito rapidamente e pensar estratégias, porque parte do meu trabalho é pensar estratégias rapidamente. Então, para mim era muito fácil saber, mais ou menos, as respostas, os caminhos, o que dizer em determinadas situações. O Marcos e o Gui, que estiveram ao longo do processo mais envolvidos com questões estratégicas também, saíram para dar a cara para dar as entrevistas. A gente tinha também ativistas, digamos, ativistas de reproduzir conteúdo e pensar também o conteúdo, como o Vagno, que ajudou bastante. Então, eu acho que, em geral, a atribuição das atividades tinha a ver com o gosto, o desejo de cada um e, enfim, o conhecimento, a experiência para saber como somar, exatamente. Isso estou falando o processo de fundação, ainda. Depois eu me afasto do Vote, porque foi uma experiência superenriquecedora, mas ao mesmo tempo desgastante. Eu sabia que estando em Buenos Aires era muito complicado seguir toda a conjuntura política brasileira, ainda mais depois da situação da Dilma e o começo do governo Temer, seguir corretamente como corresponde para pensar uma estratégia política eficiente, sobretudo agora. Eu comecei a ver que o contexto político ia ficando cada vez mais complicado, fui, levantei a mão e disse "gente, eu não vou conseguir ajudar". E, aí, entraram duas pessoas a mais, o Felipe e a Evorah, com quem eu tive contato muito recentemente, e eu vi que o foco do [#Vote]LGBT também passou muito mais à questão da construção de conhecimento. O que eu acho fundamental, porque a gente se moveu de forma bastante tática a respeito da campanha, depois a campanha das eleições municipais aconteceu também, que imagino que deve ter sido superexaustivo, mas já estava armada, digamos, a estrutura do #MeRepresenta que foi fundamental.

5) Havia alguma discussão sobre os temas dos conteúdos produzidos e veiculados? [ESP]

GB: Tinha discussão sim, sobre os conteúdos. A gente primeiro pensava, numa lista de emails, sobre quais seriam os possíveis eixos, digamos, de comunicação, sobre que coisas falar. Então, por exemplo, a gente detectou que tinha uma oportunidade para falar para as famílias de LGBTs, tentando convencer essas famílias de que o voto em candidatos que defendiam, defendem até hoje, causas LGBTs era importante para o futuro das pessoas dessas famílias. Então, a gente fez textos, imagens e vídeos – especialmente os vídeos que ficaram superlindos –, segmentou por meio do Facebook para chegar nas pessoas que seriam mais interessadas. Alguns conteúdos tinham mais discussões do que outros... Justamente, a questão do trabalho voluntário é muito específica, muito limitante, às vezes, porque se a gente tem um calendário de coisas, precisa publicar e ninguém deu uma opinião ou não tem a aprovação de todos, finalmente, precisa ter um grupo que decida, que filtre o que vai e o que não vai. Então, eu e o Marcos ficávamos superatentos em relação a isso porque, às vezes, as pessoas não davam conta, era muito intenso mesmo. Em condições ideais e também com a experiência que a gente foi fazendo, hoje acho que eu pensaria diferente e colocaria todos, com todos os pontos de vista, formações e especialidades para pensar o conteúdo, que não seja exclusivamente a tarefa de uma pessoa. Porque, hoje em dia, como a comunicação também é muito segmentada é muito importante ter vários pontos de vista. A questão é gestão dos tempos, e os tempos de uma campanha, às vezes, se impõem de uma forma muito forte no processo de trabalho. A questão central, para mim, é como equalizar isso. O tema das identidades é superimportante. A gente foi aprendendo também no

processo, que foi atropelado, nesse sentido, a importância de recrutar pessoas que não sejam cis, pessoas trans, mulheres, pessoas negras, pessoas com outros tipos de vivências diferentes dos nossos. Porque, querendo ou não, a gente se formou a partir de um grupo que tem uma formação acadêmica forte, a Geni era uma revista muito acadêmica, inclusive, para o meu ponto de vista – eu adoro a Geni, adoro o que foi, mas acho que ela foi muito acadêmica. A gente nasce daí, com essa linguagem acadêmica. Finalmente, outra questão é como ser mais periférica, também, a campanha do Vote. Então, tudo isso nos leva para a consciência, durante o processo, de que é preciso fazer um recrutamento muito diverso, muito mais interessado e com mais compromisso na diversidade dos perfis.
Entrevistador: Sobre o periférico, recordo da conversa com o Gui. Dependendo do discurso, daqueles elementos que você elege para anunciar e da forma como o faz, é algo que não é interessante, justamente, para atender um movimento que é tão diverso e espalhado; que embora tenha diversos aspectos que coadunam, tem suas diferenças.
GB: Esse tema está super na nossa agenda – acho que vai aparecer em todas as pessoas que você entrevistar. Justamente, a grande questão para mim, pensando agora como cientista política, da diversidade é a tomada de decisão, com esse "tram" de tomar a decisão de forma rápida. Eu comecei a entender, à duras penas, por que algumas decisões são tomadas de forma vertical e eu detesto isso, gostaria que nada fosse feito dessa forma. Acho que parte da agenda dos movimentos sociais, e dos movimentos sociais pela diversidade, é pensar como tomar decisões baseadas em múltiplos pontos de vista de forma eficiente, se a gente aceita ou não a imposição de que tudo seja tomado rápido ou não, ou se a gente promove uma vida mais lenta, processos de decisão mais lentos e mais sólidos. É muito fácil a gente no mundo digital se atropelar, no mundo das hashtags, esse é um problema. Daí eu fico pensando – filosofando, aproveitando a entrevista para isso – se os sistemas de tomada de decisão, justamente, não são pensados em função da verticalidade ou para a verticalidade, em que sentido a rapidez dos processos também são pensados para favorecer a verticalidade. Nossa, é um supertema cognitivo, psicológico, político, econômico para pensar.
6) Durante a atuação em 2014, quais foram os custos da campanha e como foram arcados? [ESP]
GB: Na época, todos nós estávamos trabalhando e a gente tirava do nosso dinheiro mesmo, para pagar os custos. Os custos, na verdade, estavam associados à produção de alguns materiais – acho que se chegou a fazer alguma impressão, se não se fez eu posso estar equivocada, mas acho que sim –, e, também, aos anúncios no Facebook, porque a gente fazia as publicações e já impulsava por meio de "dinheirinhos". A gente colocava, às vezes, R$ 20,00 num poste, se tinha potencial um vídeo, por exemplo, chegava a pôr R$ 200,00 e ia se reversando. Eu não tenho ideia de quanto a gente gastou, na real, imagino que tenha sido, pelo menos, R$ 2.000. E, agora, pensando nos valores atuais, eu não tenho ideia se isso é muito ou pouco, pensando no tema das campanhas. Eu não tenho ideia porque não trabalho com campanha, mas sei que a gente pagou do próprio bolso mesmo.
Entrevistador: Realmente, é um trabalho que tem algum custo e, às vezes, é até difícil ter algum interesse em mensurar isso, especialmente quando não se tem prestação de contas para fazer porque o dinheiro é seu.
A gente começou a gastar das "poupancinhas", "dinheirinho" que ia sobrando. Sobrava, não sei, R$ 20,00 na conta, dá-lhe colocar no Vote – e a gente foi fazendo isso. Mas, esse é um dos lados do custo. O outro custo, que é um mais físico-emocional, foi o desgaste, até o dia da eleição a gente estava trabalhando, não sei. Mais o trabalho formal e mais o Vote, não sei, a gente dormia seis horas por dia. Foi uma loucura, mas foi muito lindo, ao mesmo tempo, porque a gente recebeu mensagens lindas, por exemplo, de pais dizendo que iam votar LGBT pelos seus filhos e pais que se comunicaram de formas lindas com seus filhos, nesse momento, a partir das peças de comunicação que a gente fez. Então, apesar dos custos emocionais, financeiro e físicos, valeu a pena. Eu faria vinte mil vezes mais.

Entrevistador: Isso é um feedback que vocês têm direto, concretizado daquilo pelo qual a campanha foi criada, que é a transformação não só situacional, mas, também, social das pessoas, da forma de pensar. Uma transformação não acrítica, mas que exige uma reflexão de si em relação a si e ao outro.
Eu sinto que, no geral, o Brasil, nos últimos anos, atravessou uma etapa de descobrimento e construção de identidades. Eu penso do lado desde as Ciências Políticas, o que ela traz para a gente pensar qual que é o próximo passo depois que a gente descobre quem a gente é e quais são os nossos semelhantes. Qual que é o próximo passo? É descobrir o que a gente quer, em projeto comum. Acho que esse é o passo que muitos movimentos sociais estão dando agora e os que não estão dando precisam dar. E o Vote apareceu nesse sentido, também, de dizer "o que a gente quer? Que políticas a gente vai pedir?". Lembro que uma das etapas do trabalho foi fazer uma lista e na página a gente pensou em publicações, também, para conhecer a opinião das pessoas, dos nossos fãs, seguidores para saber o que as pessoas pensavam como política e, aí, a gente tinha um vazio, poucas ideias a respeito do que poderiam ser políticas públicas a favor da população LGBT. Então, passa por aí também, eu acho. Agora, qual é o próximo passo a respeito das identidades que já estão formuladas ou em processo?
7) Havia, em 2014, algum trabalho de assessoria, com produção e envio de releases, ou parceria com a imprensa? [ESP]
GB: Agora que você falou nisso, eu tinha esquecido completamente. O João de Oliveira, de São Paulo, ele era estudante de Relações Internacionais, foi fundamental nessa parte, um cada com uma capacidade incrível de pensar politicamente. Ele ajudou na produção dos press release, na difusão desses materiais de imprensa para o inglês, espanhol e para o francês, porque a gente também mandou para o exterior do Brasil, o que não foi menor. A gente começou a ter as primeiras publicações de imprensa primeiro no exterior e depois no Brasil, porque é sempre assim: tem alguma coisa da imprensa brasileira de só olhar para o que está acontecendo dentro quando os países de fora começam a anunciar. Então, a gente era consciente dessa oportunidade e usou – seria superlegal você falar com ele. Ele se afastou, também, do Vote por uma questão de conflito, digamos, com o trabalho dele, que ele começou a trabalhar na Prefeitura de São Paulo ou no Governo do Estado de São Paulo – não tenho certeza, exatamente, e onde ele está no momento. Mas, ele poderia te contar coisas bem interessantes do ponto de vista dele, que é um cara que sabe fazer lobby superbem.
8) Em 2014 a campanha #VoteLGBT lançou mão de diferentes páginas na internet (Tumblr, Twitter, Facebook, o site e uma conta no Intagram – que foi criada mas não usada). Quais as razões para escolha dessas páginas específicas? [ESP]
GB: Que legal que você da conta do Instagram porque ela é um grande mistério, a gente não sabe quem criou, não foi a gente. Alguém registrou, usou o logo e fez publicações por si mesma – a gente não tem ideia de quem é. A gente, depois, quis criar, mas já estava criada e pensou "bom, deixa como fica" – mas, não é oficial. O Facebook, a gente pensou que era um canal fundamental porque ele permitia a conversa e o diálogo com as pessoas e também era uma forma muito eficiente de chegar, porque a segmentação dos anúncios é o que tem de melhor... Naquele momento era o melhor meio para a gente chegar, exatamente, na população LGBT sensível à criação de políticas e ao tema da representatividade. Então, foi superimportante. A gente não somente atingiu as pessoas, mas também criou conversas, diálogos, fazia perguntas, era como nosso minigrupo focal. Hoje a gente está fazendo grupos focais de verdade e pesquisas de verdade na rua, mas naquele momento era tudo muito rudimentar e improvisado, então, a gente fazia ali mesmo. A gente teve conta no Twitter, também, para transmitir, mostrar os press release e fazer mais contato com as pessoas, mas o foco mesmo era o Facebook. E o site do #VoteLGBT era, digamos, um repositório não somente da nossa visão, do projeto etc., mas também, onde a gente mostrava os candidatos. Então, parte do nosso objetivo, uma vez que a lista de candidatos estava pronta, ela levar tráfego de visitas para lá. Voltando ao tema do Intagram, a gente, em algum momento, viu a possibilidade de usá-lo. Mas como uma plataforma muito mais de estilo de vida, a gente achou que no momento, para o tipo de mensagem que estava propondo, não ia rola. Se bem que, no meio da campanha, a gente pediu para as pessoas tirarem fotos usando uma hashtag e um cartaz dizendo "#VoteLGBT", e aí poderia ter sido um canal onde a gente poderia ter feito isso – agora eu penso. Mas, não, a gente não teve o controle dessa conta, não.

9) Em 2016, a campanha optou por página em uma rede social (Facebook). Na sua opinião, isso não poderia ser contraproducente para a iniciativa, limitando o alcance e possibilidade de novas adesões, na sua visão? [AMP]

GB: Pois é, eu não participei da campanha de 2016. É até engraçado, a gente fala campanha de 2014, campanha de 2016 e campanha Vote. Eu não sei o que é o Vote, se é uma campanha, uma ONG, se é um coletivo, acho que precisa um esforço de definição, a gente está nesse projeto, justamente. Em 2016 eu não participei. Eu sabia que o ano de 2016 tinha o desafio de ser supergranular e, aí, foi fundamental a aliança com o #MeRepresenta e outros movimentos sociais, porque senão teria sido impossível. Então, eu não sei te contar muito bem sobre como foi pensada a estratégia de comunicação desse momento. Eu, sim, sinto que houve um hiato, uma pausa, porque depois que a gente teve o resultado das eleições, não sabia o que dizer. Porque, apesar dos nossos esforços e de a gente ter ajudado na eleição de alguns deputados que tinha listados, a gente sabia que era a composição da Câmara [dos Deputados] e do Senado mais conservadora da história. Então, a gente não sabia muito bem qual era a estratégia política – não de comunicação –, que ia *cascadear* [transmitir informação, designar tarefas ou responsabilidades] para a comunicação. Então, a gente ficou meio paralisado.

Entrevistador: Para contextualizar essa questão, por causa do que se tem discutido sobre as chamadas bolhas digitais, penso se as iniciativas não estariam falando para uma bolha que pensa como elas, e se isso, realmente, faz progredir – claro, é uma discussão bastante ampla e profunda.

Bem colocado o tema da bolha, realmente. Naquele momento, em 2014, acho que recém se estava começando a falar na bolha e, agora, é muito mais conhecido o tema de como os algoritmos estão limitando a nossa escolha. É muito interessante. Esses dias eu estava lendo sobre o tema do paradoxo da escolha, porque a internet se consolidou como um meio em que as pessoas pensavam que iam ter acesso à tudo e, na verdade, os algoritmos estão fazendo ao contrário. Então, eles te passam a sensação de que você tem acesso à tudo, mas você está tendo um filtro. Sem falar do efeito das redes sociais, no sentido de redes mesmo, de contatos e como isso te limita. Eu concordo inteiramente com você, acho que a manutenção do #VoteLGBT no contexto de crescentes bolhas, se fosse para manter a página, seria continuar pautando e pautando para públicos completamente diferentes. É um experimento que a gente fez no começo, que era, por exemplo... a gente segmentava para parentes religiosos de pessoas que seguiam a página. A gente pensava, por exemplo, toda a questão da diversidade dentro da família, como é que a gente ia chegar para as famílias, e criou perfis mais religiosos e menos religiosos para ver a adesão ou não ao conteúdo. E essa é a vantagem, eu acho, do Facebook: que você pode ir testando a adesão ou não a determinados conteúdos segundo a segmentação, a quantidade de dinheiro que você vai pôr, vendo a partir das conversões. Então, a gente sabia, por exemplo, que dentro desse bloco de parentes, religiosos muitas pessoas viam, mas não interagiam com a publicação. Por outro lado, quando a gente tirava a questão da religião como um dos filtros, as interações aumentavam. Acho que depende também muito da questão da estratégia de segmentação e de conteúdo, de como isso está vinculado. Por outro lado, a tua questão me faz pensar na necessidade de posicionamento de SEO [Search Engine Optimization, em português Otimização para Mecanismos de Busca], de buscas no Google. Eu acho que seria fundamental pensar em alguma questão nesse sentido, é muito bom você ter levantado o ponto.

10) O ano de 2015 foi um período entre pleitos. A campanha desenvolveu alguma atividade, seja interna (reuniões, encontros etc.) ou externa? [ESP]

GB: Então, eu não sei, agora eu até gostaria de revisar em que data eu falei que estava me afastando. Porque eu comecei a ver que o cenário político estava ficando muito mais complexo e a minha posição como analista, estrategista estava superdificultada. Porque eu comecei a trabalhar muito, fiz uma mudança de trabalho – comecei a trabalhar numa multinacional – e isso me matou, não consegui seguir, realmente, e me frustrava por isso. Eu imagino que tenham existido novas reuniões, de fato, entraram novos integrantes, se começou a pensar muito mais o tema das pesquisas. Houve uma reformulação também, acho que, em grande parte, o que se pode dizer é que houve um amadurecimento da posição do Vote e da construção de redes, nesse sentido. Justamente por isso, por ser um trabalho muito presencial, de ir caminhar, conhecer as pessoas e conversar com elas, eu não podia fazer parte, pela distância. Eu tenho planos de ir para São Paulo e conhecer pessoalmente o Guilherme. Para você ter uma ideia, eu não conheço o Guilherme, não conheço a Celina, não conheço muita gente, pessoalmente. Das

pessoas do Vote que eu conheço pessoalmente, que eu vivi esses momentos tão intentos, só o Marcos – para você ter uma ideia. Eu achei que era muito honesto da minha parte me afastar, nesse momento. E, justamente, coincide com esse momento de amadurecimento das relações entre o Vote e outros movimentos sociais.

11) O foco da campanha #VoteLGBT foi (é) o aumento da representação política. Por que se adotou isso como estratégia como norteadora da iniciativa? [AMP]

GB: Pois é, era um supertema. Quando eu estava fazendo o mestrado em Ciência Política... primeiro que o grupo de pesquisa em que estava inserida se chamava Elites Políticas. O que a gente fazia era estudar o perfil social das pessoas que foram eleitas, dos deputados, senadores, prefeitos, enfim, das pessoas que tomam as decisões. Já nesse grupo de pesquisa aparecia a questão de um perfil social muito determinado, limitado dos legisladores, dos políticos em geral. Que são, em geral, homens que têm entre 40 e 60 anos, de classe média, profissionais ou professores, enfim, cada cidade ou cada espaço político tem, digamos, um padrão. E o que aconteceu? No começo dos anos 2000 as pessoas começaram a estudar mais o tema da representação das mulheres, até pela questão das costas de mulheres nas listas de partidos. O que chamou minha atenção é que, a princípio, havia muitos homens que faziam essa pesquisa e havia poucas pesquisadoras, inclusive no momento em que eu estava fazendo o curso de Ciência Política era notório que existiam muito mais posições de analistas políticos homens, havia muito mais homens como analistas e cientistas políticos do que mulheres. Então, eu comecei a ver, desde o ponto de vista da teoria, que era um grande tema teórico a questão da representação e como a representação ou a falta dela impedia ou impulsava determinadas políticas públicas. A gente começa a ver, digamos, sobretudo em governos mais democráticos, que os governos chamam as pessoas, os representantes legítimos de cada população para dar sua opinião e colaborar na formação de políticas públicas. O que estava acontecendo, pontualmente, com a comunidade LGBT, que ainda que tenha sido convocada como movimentos sociais para falar de direitos humanos, por exemplo, a inserção dessas pessoas dentro dos espaços de decisão era muito pequena. Era isso, basicamente, que tinha que mudar. Na verdade, o #VoteLGBT surge como uma estratégia política de inserção da população LGBT na cena política, no mundo político, no mundo dos políticos.

12) Assim como existe o tema da representação política, há o debate da crise de representação, que sempre emerge. Como você acredita que a campanha e o movimento LGBT podem contribuir com esse debate? [AMP]

GB: Em primeiro lugar, eu acho que demonstrar as bases da crise de representação política. Como eu te dizia antes, a gente tem uma crise de representação política porque, efetivamente, não tem a mesma diversidade... Sabe quando a gente pensa as primeiras aulas de estatística que tem sobre a definição de uma amostra, sobre a complexidade, digamos, de uma amostra a partir de várias variáveis? Como quando a gente vai fazer uma pesquisa, por exemplo, que tem que ser massiva tem que respeitar alguns critérios a respeito de nível socioeconômico, idade, sexo, gênero, sexualidade, enfim. São tantas as variáveis possíveis de segmentar os seres humanos e encontrar uma amostra que permita representar, digamos, esse leque de humanidade. A gente sabe que a política não está funcionando assim. É muito comum que as pessoas digam, sobretudo agora, "todos os políticos são isso, porque ser político significa isso". Na verdade, não, não é assim. A gente tem um perfil, em algumas câmaras, super-homogêneo e o comportamento dessas pessoas, desse perfil homogêneo pode ser caracterizado de tal forma. Mas, e se a gente pensar a política a partir de novos perfis, dessas novas identidades e visões de mundo? Será que numa composição de uma Câmara de Deputados, por exemplo, se a gente tiver a maior diversidade possível vai ter uma crise de representação política, será? É uma pergunta para se fazer. Isso toca diretamente em todos os temas que a gente está atravessando atualmente que têm a ver com financiamento de campanha, com corrução, até que ponto as empresas que financiam as campanhas por meio dos caixas dois, três, quatro, cinco exigem depois determinadas medidas e decisões por parte das pessoas que estão no poder. Então, o que acontece quando a gente muda isso? O que acontece se a gente consegue mudar isso e colocar pessoas que, realmente, estão preocupadas com política pública e não com beneficiar, digamos, interesses privados e particulares.

13) Qual a sua avaliação do movimento LGBT brasileiro contemporâneo, referente às articulações dos grupos e identidades que o compõem e ao diálogo com a população?

GB: É muito mais diverso, muito mais amplo, muito mais complexo, com uma multiplicidade de identidades. Lembro quando eu era adolescente, ainda se falava no público GLS (gays, lésbicas e simpatizantes), hoje a gente tem LGBTIQ, ou seja, cada vez mais siglas se somando e mais pessoas para pensar e repensar as diferentes formas de sexualidade. Mais ou menos como te disse, acho que a gente está num momento de descoberta identitária, descoberta dos desejos, e, nesse sentido, num sentido bem psicanalítico, mesmo, se saber quem somos e o que queremos. E, a partir daí, começar a pensar as formas de associativismo. Acho que tem muito por fazer ainda, infelizmente a gente está enfrentando muitas situações de violência. Tanta situação de violência que nos impede de pensar mais adiante, um projeto de futuro, de sociedade. A gente ainda está muito focado na questão dos crimes de homofobia, de transfobia, de machismo etc., e isso mostra um pouco o contexto em que a gente está inserido e essa luta é necessária. Eu acho que, para responder em uma frase, o avanço do movimento claramente se vê limitado pelo contexto violento das grandes cidades e do interior também. Isso é muito influenciado por política pública e pelo sistema judicial e legislativo. Então, quando a gente conseguir criminalizar a homofobia, quando conseguir ter punição e fazer com que andar de mãos dadas com o parceiro ou parceira na rua deixe de ser um risco, a gente vai poder começar a pensar em outras questões muito mais felizes e muito mais projetivas. Espero que a gente possa ir por esse caminho.

14) Na sua avaliação, de que forma a #VoteLGBT contribui para o movimento LGBT brasileiro? [AMP]

GB: Eu acho que o #VoteLGBT dá uma perspectiva de militância política, e política nos espaços de decisão política. Não somente a política das ruas, a que acontece dentro das casas – a micropolítica do poder, no sentido do Foucault –, não somente a política da publicidade e da comunicação, mas a política que atualmente é feita por homens, brancos, heterossexuais, urbanos, cis que estão limitando os avanços e as políticas públicas a favor de outras populações. Quando a gente começou a campanha, via que muitas pessoas LGBT diziam "eu não vou voltar em uma pessoa LGBT, eu posso votar numa pessoa não-LGBT que defenda LGBTs", e a gente perguntava "mas, por que não?". A gente começou a detectar, por exemplo, que mesmo as pessoas LGBTs não viam a possibilidade de votar em LGBTs. Então, qual é o problema? A gente está começando a destravar esse problema agora, resolver esse nó entendendo qual a percepção que os próprios LGBTs têm da política, qual é o cálculo que eles fazem no momento de votar, de escolher o candidato, avaliar propostas e plataformas de governo. O que a gente quer, na verdade, é dar mais ferramentas e opções: ferramentas para analisar a realidade, as propostas etc. – dar *match* –, e por outro lado oferecer as opções, ajudar a encontrar as pessoas, porque... Bem como você disse, a gente está no mundo de várias bolhas digitais e, muitas vezes, a gente está numa bolha que não tem o tema político aí dentro. Então, o que a gente quer fazer é plantar essa semente.

15) Como você avalia a atuação da #VoteLGBT nos dois momentos, em 2014 e 2016? [AMP]

GB: Eu acho que em 2014 aconteceu a conceitualização: a gente transformou essas inquietudes, essas ansiedades sobre o movimento LGBT e sua baixa inserção na política como algo para ser pensado e debatido socialmente. Acho que a gente começou a fazer isso, lançar o assunto e, a partir daí, começar uma equipe de pessoas e uma rede de contatos disposta a debater o tema, que até então não era tão difundindo. A gente sabe que existiam grupos que trabalhavam com a questão, mas acha que não havia, realmente, um esforço – até onde a gente saiba – consolidado, no sentido de aproximar mais a população LGBT das eleições, da política, digamos, desses processos democráticos. O ano de 2016, para mim, é um ano de teste das coisas que a gente tinha pensado em 2014 sobre os formatos e os processos. A gente começou a ver que são outras escalas quando fala de município e de estados, são outras dificuldades, é tudo muito mais micro e, por isso, os esforços precisam ser multiplicados, precisa de muito mais pessoas. O que, por outro lado, é muito bom. O que significou isso? O crescimento das redes e da integração do #VoteLGBT com outras redes de movimentos sociais e coletivos que estão dispostos a melhorar a qualidade da democracia. Não é por acaso, a gente passou do macro ao micro, de certa forma. Agora a gente está colhendo os frutos do aumento, da qualidade e da amplitude dessa nova rede de contatos. Agora outras questões estão surgindo, novos desafios estão surgindo e a gente está começando a debater quais são os próximos desafios, o que a gente faz depois dessas duas etapas de campanha eleições, de uma terceira etapa de construção de conhecimento sobre o comportamento político da população LGBT. Para, finalmente, conseguir fazer com que a gente supere as

barreiras que estão existindo para essa representatividade... antevendo, digamos, esperando poder tocar o tema da crise da representação política que, enfim, hoje em dia é o supertema.
16) Gostaria de fazer alguma consideração final? [AMP]
GB: Então, sinto que eu agora dei tudo que eu tinha. Quem sabe nos próximos dias pela ativação da memória, bem como você disse, eu lembre de algum aspecto a mais. Pensando bem, acho que tem uma questão que é que o #VoteLGBT [...] e a gente age conforme a conjuntura, se houve momentos que deu uma parada é porque estava pensando qual seria os próximos passos. A dificuldade, às vezes, de pensar politicamente com responsabilidade coletiva é essa. Às vezes, a gente precisa parar para pensar e esses hiatos que teve correspondem exatamente a isso. O aprendizado que teve é "ok, a gente pode não comentar nada, não comunicar nada, mas pelo menos o tempo precisa destinar para aprender e construir conhecimento". Enfim, a gente foi respondendo a cada etapa da melhor forma que pode, os desafios estão ficando mais complexos, nossa rede de contatos é mais complexa, a nossa exigência aumentou porque a nossa responsabilidade aumentou e também a visibilidade do projeto. Então, agora, de certa forma, a gente está ficando cada vez mais afiado. Acho que a grande questão é que estamos cada vez mais próximos do objetivo, pelo menos do primeiro deles, que é fazer da política um tema comentado entre a população LGBT – isso é ótimo, já é muito bom. À medida que a gente vai cumprindo esses objetivos, precisa ter a antena ligada para saber quais são os próximos – e um pouco é isso que a gente está fazendo agora. Então, superobrigada pela oportunidade. Queria te dizer que as perguntas estavam ótimas, me ajudaram a revisitar e, inclusive, repensar toda a experiência do #VoteLGBT. As entrevistas anteriores que eu dei foram muito mais curtas e limitadas, acho que ao modo de revisão me serviu um monte. Seguramente eu vou ter em consideração essas perguntas e os pontos que você levantou para o futuro, porque são superválidos.

APÊNDICE H - Entrevista com membro da campanha #VoteLGBT

Entrevistado(a): Marcos Visnadi.
Data de realização: 15 de junho de 2017.
Local: à distância, via aplicativo WhatsApp.
Siglas: ESP (Específica); AMP (Ampla)
1) Trace um breve perfil. [ESP]
Marcos Visnadi: Meu nome é Marcos de Campos Visnadi, sou de Jundiaí, que uma cidade aqui perto de São Paulo. Moro em São Paulo há, mais ou menos, 15 anos. Vim para cá para fazer faculdade, sou formado em Letras pela USP [Universidade de São Paulo], atualmente estou terminando um mestrado em Literatura Brasileira pela USP também e sou redator de uma associação cultural chamada Videobrasil, escrevo coisas para o site, imprensa – coisas assim. Trabalhei muito tempo como revisor de texto. Morei um tempo em Buenos Aires, entre 2010 e 2012 – não foi um tempo contínuo, mas foi mais ou menos um ano que eu fiquei lá, entre idas e vindas. Foi lá, inclusive, que eu conheci a Giovana pessoalmente, a gente se conhecia pela internet antes. Eu escrevia para um site, ela comentava e agente começou a conversar. O Gui eu conheço desde 2009 – acho –, quando a gente participou de um projeto de uma amiga minha que é escritora, ele é fotógrafo e eu escrevi uns contos, ela uniu isso numa mesma exposição. Então, eu conheci o Gui mais ou menos nesse contexto, depois a gente foi conversando e estreitando a amizade aos poucos. Eu comecei na militância, mais ou menos, quando eu estava na faculdade – eu sempre me interessei por política e pela militância LGBT, pelo movimento –, talvez 2004 ou 2005. Eu sofri um ataque homofóbicos no campus da USP e isso fez eu me aproximar de um grupo que tinha lá que chamava Grupo Prisma, ligado ao DCE [Diretório Central de Estudantes], de discussão, estudo, ação e organização sobre diversidade sexual. A minha ideia, quando eu me aproximei do grupo foi um pouco por gosto – o interesse por esses assuntos, em geral. Mas, minha ideia principal era me munir contra possíveis novos ataques, saber o que fazer. Não sei se deu certo, mas de qualquer forma eu fui ficando no movimento, primeiro por esses grupos universitários. Então, participei também do Enuds – talvez você conheça –, agora acho até que mudou de nome, era o Encontro Nacional Universitário de Diversidade Sexual. Eu participei das edições de Vitória e de Goiânia, eu não lembro os anos, mas você pode pesquisar isso. Depois que eu saí da faculdade, tentei continuar no movimento e entrei num grupo aqui de São Paulo, que chama Corsa [Cidadania, Orgulho, Respeito, Solidariedade, Amor]. Eu nem sei se existe mais, mas era na época um dos mais antigos do movimento LGBT de São Paulo. Eu fui secretário, sei lá, essas coisas. Na real, eu fiquei um ano, talvez dois anos, no Corsa e acabei não gostando muito do movimento LGBT de ONG, como ele estava estruturado. Aí, em 2010, eu fui para a Argentina... O que aconteceu na Argentina com relação à militância é que eu tive contato, não tanto com a militância instituída, mas com o clima político argentino, que era bem diferente do Brasil, com relação à sexualidade de gênero, diversidade sexual – sei lá como você prefere chamar. Lá já existia a lei do casamento igualitário, por exemplo, já tinha a lei de identidade de gênero, era um clima bem diferente do daqui. Essas coisas não tinham sido... o casamento não tinha nem sido debatido no STF [Superior Tribunal Federal]. Mas, o que mais me atraiu lá foram algumas publicações sobre diversidade sexual, que aqui eu não via em lugar nenhum e eu acho que não existiu. Então, tinha uma revista travesti, era assim que eles se chamavam "primer periódico Travesti de America Latina", uma revista feita por Travestis, que chamava El Teje. E, principalmente, um suplemento de um jornal meio de esquerda de lá – mas um periódico de um diário – que é o Página 12, e o suplemento chama Soy – ´um suplemento bem legal até hoje, leio de vez em quando. Eu achei que já... Eu conversava muito com a Giovana na época, que estava estudando doutorado – eu acho – sobre as ditaduras militares na Argentina e no Brasil, e a gente estava bem preocupado com o clima político no Brasil, que gente já estava sentido que estava indo para o buraco. E quando eu voltei para o cá, resolvi colocar em prática uma ideia que eu tinha – não sei desde quando, talvez desde o colégio – que era de fazer um zine que chamasse Geni, em referência à música do Chico Buarque... Aí, a essa altura do campeonato eu já conhecia muita gente muito legal, de muitos lugares diferentes, por causa da minha militância no Enuds e no Prisma, do contato com o pessoal que morava na Argentina, de amigos legais que eu tinha de vários lugares e interesses diferentes. E resolvi escrever um email para geral falando "estou a fim de montar uma revista, que vai ser um periódico mensal, virtual sobre diversidade sexual", meu primeiro convite foi mais ou menos esse. Um monte de gente topou, inclusive gente com quem eu não era muito próximo e depois acabou virando muito minha

amiga – Giovana, inclusive. Aí a gente fez a Geni. De janeiro de 2013 a junho a gente ficou bolando, preparando o primeiro número, pautas e tal, e lançou a Geni em junho de 2013, coincidentemente – ou não. A gente lançou no 1 de junho antes das manifestações, mas de qualquer forma aproveitou também as manifestações, foi um momento muito de coincidências e confluências. A Geni a gente ficou fazendo, razoavelmente, com compromisso periódico, virou mesmo um periódico mensal durante uns três anos, mais ou menos, até a gente resolver terminar com ela – acho que foram três anos, mas tem o site lá, talvez você já tenha visto, revistageni.org. Conto da Geni porque para mim ela é muito importante, foi uma experiência de organização horizontal – sem chefe e sem uma estrutura muito fixa de diretoria ou coisas assim, apesar de a gente ter uma estrutura, mas era uma estrutura de edição e ela era mais maleável –, e também porque foi uma concepção a partir do quase zero. E o #VoteLGBT foi mais ou menos isso também, no começo de 2014 a gente achou que era legal para a Geni... Só para complementar, porque a Geni, quando a gente lançou, a ideia era fazer uma coisa que não existia no Brasil que era um periódico sobre diversidade sexual, assuntos relacionados a gênero e sexualidade de um ponto de vista da militância e meio acadêmico, mas que transitasse entre esses dois meios e, principalmente, falasse com algum público geral que a gente não sabia quem era. No final das contas, acabaram aparecendo milhares de outras coisas do gênero, o site das blogueiras feministas foi uma inspiração para a gente, apesar de ser outro tipo de coisa, mas acho que era um embrião de um tipo de militância virtual que eu acho que já estava começando a existir. Isso é uma história que eu acho que seria interessante investigar, se você topar com alguma coisa assim e me contar eu vou achar legal. Porque fico bem curioso de saber por que em 2013 começou a aparecer tanta militância virtual bem estruturada sobre gênero e sexualidade. No começo de 2014 a gente começou a fazer uma avaliação do governo da Dilma, o fato de ela ser uma primeira mulher presidenta, o que isso tinha significado para os movimentos de mulheres e LGBT. E, aí Giovana começou a fazer uma pesquisa que ela propôs para a revista e que acabou publicando dois artigos, não conseguiu ir para frente na publicação, mas ela começou a fazer um levantamento sobre a presença de mulheres e LGBTs nos partidos políticos. Isso está nos números 10 e 11 da Geni – talvez –, são os primeiros números de 2014, está lá no site. E naquele "bololô" daquele ano, que ia ter eleição, a gente vendo que tinha uma carência de espaço para candidaturas LGBTs, principalmente, porque as candidaturas de mulheres, *malemá*, é muito ruim a história, mas tem legislação que garante costas de gênero, essas coisas. E, aí as LGBTs por ver essa carência nos partidos que boicotam ou boicotavam essas candidaturas, mas também porque a gente estava num momento... sei lá, o [Marco] Feliciano foi durante 2013 inteiro – talvez 2014, não lembro – presidente da Comissão de Direitos Humanos [e Minorias da Câmara do Deputados], era um momento bem preocupante, a Dilma – falar agora em retrospectiva é difícil – não estava atendendo nenhuma expectativa positiva. Aí a gente achou que o #VoteLGBT... o #VoteLGBT foi uma ideia, basicamente, da Giovana, acho que isso é legal ser creditado, apesar de que depois eu e o Gui começamos a trabalhar, mas a concepção inicial, o convite, tudo partiu da Giovana. Era uma ideia que pareceu para a gente muito boa de comunicação oferecer o que a gente fazia na Geni, que era comunicação, para candidaturas pró-LGBT. E assim começa o #VoteLGBT.

2) Como foi o processo de formação da campanha (ideia, nome, estratégia de utilizar uma # como elemento característico etc.)? [ESP]

MV: Sem dúvida, a gente pensou... Eu acho que o #VoteLGBT nasceu já com a hashtag. Se eu não me engano, a Giovana quando bolou a primeira ideia era #EuVotoLGBT, ia ser tipo um boton. Eu acho que cheguei a mudar minha imagem de perfil do Facebook por uma imagem que ela tinha feito, que era um boton escrito #EuVotoLGBT – essa imagem deve estar pública, se você quiser dar uma "fuçada" nas fotos de perfil do Facebook, é capaz que você ache, lá para 2014. Eu não lembro, exatamente, qual foi a conversa e como foi o processo de decisão disso, eu teria que fuçar email – mas, é uma coisa que agora não vou fazer, não –, histórico de conversas, essas coisas – agora eu não tenho tempo para isso, desculpa, talvez fosse muito preciosismo também. O que eu posso dizer, em geral, é que a hashtag, com certeza, era uma questão desde o começo e que "VoteLGBT" foi uma conversa que a gente teve, eu a Giovana e o Gui, principalmente, sobre... é uma conversa que acho que agora não acontece mais, mas durante a campanha em 2014 e até a gente retomar a campanha e refazer o grupo ano passado, foi um problema, assim, esse nome, no sentido de que ele é muito direto, é aberto a intepretações dúbias. Então, ao mesmo tempo, ele é muito indireto, porque a gente não fala para em LGBTs, o conceito por de trás da nossa concepção de política impede isso, que é uma coisa que, sei lá, você vai encontrar no... Não sei nem se o Luiz Mott, lá da Bahia, defende isso, essa política identitária que eu acho mais careta e mais boba... não me cita chamando o Luiz Mott de bobo não, eu não quero briga [risos], mas você entende, né? É uma coisa que eu acho mais inconsequente e menos

refinada em termos políticos, mesmo. A nossa campanha em 2014, por exemplo, foi: vote em candidatos pró-LGBT e isso pode, inclusive, significar não LGBT, que uma pessoa LGBT, um candidato LGBT possa não ser pró-LGBT. Então, é toda uma dificuldade de linguagem, de como transformar essas nuances numa linguagem acessível – não sei se é uma palavra boa –, direta e eficaz. É esse o *gap*, uma concepção política cheia de nuances e ponderações e uma necessidade pelo tipo de linguagem da internet, das redes sociais e da própria militância política e propaganda política de mensagem direta e eficaz. A gente discutiu muito essa questão se o nome era adequado, chegou a pensar muito em mudar de nome, mas nunca encontrou um nome tão bom, eu nem lembro quais eram as outras opções, era uma pior do que a outra. E o #VoteLGBT tem um impacto que ajuda, e acho que a Giovana tinha uma boa argumentação disso na época, que era de que não tinha como a gente tirar o LGBT.. acho que a Giovana pode falar melhor, não sei se ela ainda pensa assim, mas talvez ela lembre a argumentação dela, que era um lance da importância da visibilidade do termo LGBT e de trabalhar esse termo por mais difícil que seja, por mais que no final das contas não é nem esse o foco. Quer dizer, é esse o foco, mas é mais uma campanha de direitos humanos do que LGBT, especificamente, de nicho LGBT. Para mim é até difícil falar sobre isso porque envolve muitas questões que eu acho que não estavam muito nítidas em 2014, que a gente foi descobrindo fazendo e que acho que não sei agora elas estão mais estabelecidas. Aliás, uma coisa que esqueci de comentar: agora estou meio fora do #VoteLGBT, eu assumi as redes sociais – o Facebook, a gente está sem outras redes – para dar um respiro para o Gui, uma ajuda e porque eu não "sossego o facho". Mas, desde o ano passado quando teve o impeachment a gente retomou, mas quando ele se consolidou eu dei uma desanimada geral, resolvi "tirar o meu cavalinho da chuva" e estou numa fase de hibernação da militância, pensando coisas e observando mais do que fazendo. Então, eu não sei agora, exatamente, qual a concepção do #VoteLGBT nesse momento, acho isso era uma coisa para conversar mais com o Gui, o Felipe e a Evorah. Mas, o que eu lembro de 2014 era isso de ser um problema, mas um problema que a gente enfrentou. Inclusive, a gente escreveu para a Geni – eu, a Giovana e o Gui – de outubro de 2014 um balanço, histórico do #VoteLGBT. Eu não sei se você já leu isso, mas se não acho que é bem importante porque a gente estava mais no calor da hora, animado e cansado ao mesmo tempo, a gente, inclusive, abriu uns debates internos que podem ser legais. A Geni, no geral, tem bastante material que eu acho, principalmente até outubro de 2014, que leva para o #VoteLGBT de um jeito ou de outro, conceitualmente... eu não vejo as duas coisas muito separadas, a Geni e o #VoteLGBT. Hoje sim, são coisas completamente diferentes, mas o #VoteLGBT saiu da Geni. Então, por exemplo, a gente fez uma entrevista, acho que a Giovana que triou foto, com a Marlene Wayar, que é uma travesti lá da Argentina, muito legal, e que era editora do Teje, está no número um ou dois da Geni. Isso é uma outra coisa que eu acho que seria muito legal se você conseguisse enfiar no seu calendário de pesquisa. O Bruno, meu amigo, é o responsável pela identidade visual da Geni e do #VoteLGBT. Tem também o Tiago Kaphan, talvez fosse legal você conversar com ele, que é um fofo, maravilhoso e hétero – por incrível que pareça –, que fez o site, e é programador web da Geni e do #VoteLGBT. Se você vai pesquisar mídias sociais e militância virtual, eu acho que é bem importante. Não sei o quanto eles teriam para contribuir com concepção, conceitualização... não sei mesmo, não entendo como é a cabeça de uma pessoa que não é "cabeçuda" só de palavra, que nem eu. Porque os dois têm uma inteligência visual muito "fudida". Esse "botonzinho" foi a Giovana quem fez – ela faz umas brincadeiras com coisas visuais –, mas o Bruno é um gênio do design, sei lá. Então, seria bem legal você conversar, porque eu acho que o #VoteLGBT passa muito por essa identidade visual. Acho que ele meio que se faz... assim como a Geni foi meio isso. O Bruno acabou dando o tom das duas coisas com a identidade visual. E o Ti [Tiago] tem uma coisa mais de fazer o site, ele gosta muito, se diverte com programação de site, mas ele, talvez, também possa te dar uns toques do ponto de vista dele. Acho que ia ser bem legal se você conversasse com ele, se não tem o contato ainda, me fala.

3) Quantas pessoas compuseram a campanha em 2014, qual o perfil delas e como ocorreu a adesão? [ESP]

MV: A Giovana teve a ideia, veio falar comigo. Eu ou ela deve ter mandado um email na lista da Geni. Das pessoas da Geni, a única que se interessou – não lembro se falei com ele em particular ou se foi ele quem veio falar com a gente – foi o Gui [Mohallem], a gente meio que formou um núcleo duro do #VoteLGBT. O Bruno criou o #VoteLGBT como identidade visual e como linguagem de internet. O Ti [Tiago Kaphan] embarcou completamente, montou uma plataforma do zero, foi gritar na minha casa de madrugada quando o site saiu do ar, então eles também estavam desde o começo. Tem o João Felipe, esqueci o sobrenome dele – o João Felipe é um fofo, também –, acho que o Gui te botou em contato com ele, acho que vale a pena falar e é legal porque ele não era da Geni... nem lembro como ele chegou na gente, mas, provavelmente, por redes sociais. Porque foi isso, a

gente começou a fazer e começou a colocar gente, o que foi um problema também. Porque começou a colar gente que não conhecia, não tinha ideia de quem era. Então, se você quiser as tretas... tretas não teve, que eu me lembre, mas teve uns descompassos. O João não, ele entrou, embarcou e ficou com a gente até o final da campanha em 2014, depois não voltou... Mas, é engraçado – agora pensando – porque as pessoas que entraram depois não puseram tanto a mão na massa, mesmo o João. O João conversou muito com a gente, fez coisas, mas quem ficou mais no olho do furacão foi mesmo eu, o Gui, a Giovana e o Bruno e Tiago – de outro jeito. E diferente do que aconteceu com a Evorah e com o Felipe, que vieram depois e entraram de cabeça fazendo coisas muito legais, mas isso já foi em 2016. Em 2014 tinha, também, a Celine Ramos – que é outra fofa. Ela é muito legal, é publicitária – eu acho –, jornalista, trabalha com redes sociais, tem um site que se chama Sou Betina (site lésbico). Ela está morando em São Paulo, se não me engano, mas é da Bahia – posso te colocar em contato com ela, se você quiser conversar; ela e o João participavam de reuniões com a gente por Skype – a gente conversava muito. Tinha, também, o Vagno – que é uma figura que eu não tenho muito apreço –, eu nem sei se tenho contato mais com ele... ele entrou meio querendo muito ajudar e querendo fazer coisas, mas teve um problema de meio de caminho que a gente, para se blindar contra acusações de partidarização – 2014 já estava bem partidarizado –, escolheu não se manifestar pessoalmente com relação à nenhum partido e nenhum político. E o Vagno Fernandes começou a meio "zoar o barraco", a querer ser muito personalista num trabalho que era coletivo, querer fazer as coisas muito do jeito dele, sem conversar e, aí, ele acabou saindo. Na reta final ele saiu porque ele queria botar o banner da Luciana Genro no perfil dele, mas é uma pessoa que também esteve envolvida, eu não lembro em que medida – mas ele esteve envolvido. E teve uma outra mina, que essa foi um caso meio engraçado, meio difícil, meio assustador – talvez a Giovana te conte melhor essa história – que eu nem lembro o nome dela – Paola, Paloma, não sei. Mas, era uma mina do Pará que não tinha nenhum contato com ninguém que a gente conhecesse, que tinha uma página de Facebook muito esquisita, não tinha histórico, não tinha foto, as fotos eram meio iguais, era um negócio muito esquisito, muito incomum. E, uma hora, a Giovana começou a pirar, porque, isso é outra coisa também, a internet é uma loucura. A gente recebeu email de embaixada dos Estados Unidos para ir a Brasília conversar com eles – não sei nem se tinha WikiLeaks na época, tinha né, mas, foi muito bizarro. O alcance que as coais têm na internet e o tipo de via de contato que isso ativa é muito esquisito, e com essa menina do Pará foi meio isso: ela era uma pessoa muito incomum entre as pessoas que a gente estava conversando, nunca conversava com a gente, sempre que marcava uma videoconferência, alguma coisa assim, nunca ouviu a voz dela, viu a cara dela, sempre dava algum problema na internet dela. A Giovana começou a achar que ela era uma espiã, um robô, alguma coisa assim, que o Aécio estava usando bastante... que teve a acusação de que ele estava usando os robôs no Twitter. Tem essas coisas, que a gente usa até hoje.. os robôs na Índia, que ficam tuitando. A gente achou mesmo, uma época, que ela podia ser tipo uma espiã do PSDB, assim. Foi um negócio bem esquisito, no final das contas eu não lembro como a gente viu que não era esse caso, mas assim, foram algumas semanas de tensão e de... Sei lá, a gente tinha um grupo de email e acho que um grupo de Facebook, foi um tempinho que "meio que sem querer excluir ela, a gente meio que começou a conversar por fora. Isso foi uma treta operacional, assim. E essa mina eu nem sei quem que é, não lembro o nome, não sei se ela existe de verdade ou não, acho que sim, mas não vou botar minha mão no fogo. Tirando isso, não lembro de mais ninguém, talvez tenha. Porque, no final das contas a gente... O Gui fez toda uma outra rede de contatos porque ele fazia os vídeos, então... Teve a Carol Almeida e o Daniel Ribeiro, que são dois cineastas que fizeram a campanha para a gente, o clipe da música da Karina Buhr. Não sei como você vai organizar essas informações, mas muita gente participou de jeitos muito diferentes O que talvez seja uma característica, também, de redes, porque quando você tem um grupo físico muita gente pode participar de jeitos diferentes, mas fisicamente, e lá não. Eu costumo considerar mesmo gente que compartilha conteúdo com frequência como uma pessoa que está participando do grupo, de algum jeito – mas, aí, eu já não sei nem se está, se seria, talvez, fazer um trabalho de garimpo das postagens.

4) Como ocorria a produção/veiculação dos materiais? Havia alguma discussão sobre os temas dos conteúdos? [ESP]

MV: Eu não lembro de a gente produzir muito conteúdo em 2014, quer dizer a gente produziu pra "caralho", mas... bom, tinha os vídeos, lógico, é que a gente fazia post. Os *posts* a gente conversava, eu acho que a Giovana ficou mais encarregada de fazer as postagens de Facebook. Tinha umas duas ilustradoras da Geni que também faziam bastante coisa para o #VoteLGBT, a Emilia Santos e a Cecilia Silveira. Elas também fizeram muito material para a gente postar tanto no site quanto em rede social e a Giovana, eu acho, organizou essas postagens, talvez, com a

Celine. O Gui ficou trabalhando nos vídeos, foi uma frente que a gente investiu muito, mas era o Gui, principalmente, que corria atrás, pensava pauta e tudo mais. Eu fiquei responsável por alimentar a plataforma das candidaturas, foram 270 candidaturas e a maioria acho que fui eu que coloquei no site. Aí tinha o trabalho de tanto correr atrás das candidaturas, mandar e receber os emails, pesquisar cada uma dessas 270 para ver se valia a pena mesmo, se a pessoa era comprometida e para cada uma a gente mandou uma minientrevista, eu revisava – não tirava nem colocava coisa. Foi um trabalho "filho da puta", acho que foi isso que mais me cansou de tudo, tinha noites que eu acordava falando "deputado, deputado, deputado" – imagina, pessoal louca. Tinha um menino que me ajudava com isso, que era um assistente do Gui, mas eu nem lembro o nome – Bruno Horowicz, o Gui talvez lembre –, ele me ajudou muito o operacional, assim, eu mandava ele fazer uma coisa, ele fazia; era quase um estagiário do Vote, mas ele era muito ponta firme, bem legal, só que queria ajudar desse jeito, pontual. Mas, tudo que a gente fazia era discutido, isso sim, era bem horizontal, nesse sentido também por isso eu falei bastante da Geni. Porque esse tipo de organização em que tudo é discutido, conversado e concordado coletivamente foi uma coisa que a gente trouxe da Geni para o #VoteLGBT e deu supercerto, apesar das rebarbas de tentar incluir gente que não conhecia nisso, num momento em que não dava tempo de conhecer ninguém. Isso eu acho que foi uma falha nossa, apesar de ter resultado em "miguxagens" e pessoas legais que a gente conheceu, tipo a Celine e o João Felipe. Tinha também uma parte importante do trabalho em 2014 que era conversar com a imprensa, dar entrevista. Nosso trabalho de imprensa foi muito bom, eu acho, principalmente por causa do Gui, que é bem cara de pau e botou a gente na Folha de São Paulo toda semana. Isso eu fazia também, fiz bastante – de dar entrevista –, o Gui fez também bastante, a Giovana acho que fez menos, até por morar em Buenos Aires era mais difícil para botar ela em contato com os jornalistas. Mas, isso também era meio... tanto eu quanto o Gui erámos porta-vozes do Vote, mas falando sempre a partir das coisas que... a gente nunca individualizava e nunca personalizava. Até teve um caso que foi meio chato, quando terminou a campanha alguma jornalista me ligou para eu comentar sobre como tinha sido a campanha, o que eu tinha achado da eleição, a gente tinha combinado de não elaborar muito, de não sair falando antes de fazer uma avaliação nossa que fosse ponderada, responsável. De qualquer forma, falei o que podia falar, porque, ao mesmo tempo, não podia deixar a pauta esfriar, e eu tinha entendido que a gente ia continuar com o trabalho do Vote. E eu falei isso para a jornalista, ela publicou, lógica – não lembro qual matéria que era –, e o pessoal não gostou muito, porque eu tinha entendido que isso era uma coisa que estava já conversada, combinada, mas não estava. Mas, foi o único momento em que teve, que eu me lembre, alguma falha de comunicação interna. No geral, a gente se deu muito bem e esse texto da Geni sobre o #VoteLGBT isso meio aparece ali. Inclusive, a gente escreveu aquele texto à três pessoas.

5) Havia, em 2014, algum trabalho de assessoria, com produção e envio de releases, ou parceria com a imprensa? [ESP]

MV: A gente sempre trabalhou a imprensa como uma ferramenta importante de divulgação do trabalho... É engraçado isso, eu não tinha pensado que a gente trabalhar basicamente como rede social, mas o nosso primeiro esforço foi de usar a imprensa para tentar viralizar o #VoteLGBT, e deu supercerto. Quando a gente lançou a campanha fez um [...], faltam não sei quantos dias, o Vote saiu na Folha de São Paulo, acho que no O Globo, saiu em vários lugares assim, de imprensa corporativa. Isso deu muito certo como estratégia, eu acho, não vi números, não analisei com a cabeça fria de alguém que analisa de fora, mas a impressão que eu tenho é que deu muito certo. Isso a gente faz até hoje, quer dizer, hoje eu não sei se o pessoal está fazendo, mas ano passado eu participei da vaquinha para fazer a pesquisa para a Parada e a Caminhada de Mulheres Lésbicas e Bissexuais aqui de São Paulo, e a gente também usou a coluna da Mônica Bergamo. Isso é uma coisa que o Gui faz muito bem.

6) Durante a atuação em 2014, quais foram os custos da campanha e como foram arcados? [ESP]

MV: Com relação ao custo, ano passado teve vaquinha, esse ano não teve – esse ano eu não posso falar nada, eu não sei como é que está sendo –, mas em 2014 eu não lembro de vaquinha nenhuma. Talvez a gente possa ter feito alguma vaquinha assim: entre as "amiga", o pessoal "pingando" dinheiro, acho que isso talvez tenha rolado, pedindo na Geni... mas, eu não lembro. Eu sei que a gente tirou tudo do nosso bolso, isso eu lembro, foi muito dinheiro, não muito porque o bom de trabalhar com internet é isso também, os custos são muito baixos, o custo humano, de energia que é alto, mas de grana é quase nenhum. Então, a gente pagou a hospedagem do site, uma

coisa ou outra, impulsionar postagem de Facebook. Um pouco antes da eleição a gente fez um cartãozinho que distribuiu, tipo um folder, com estatística de assassinato de LGBTfobia. A gente distribuiu em algum ato que teve aqui em São Paulo de alguma bicha, travesti que tinha morrido, essas coisas que acontecem o tempo inteiro. E isso foi em parceira com uma gráfica de uma amiga nossa que também era ilustradora na Geni, que fez para a gente. Basicamente, o que não saiu do nosso bolso saiu de gente amiga, que ajudou ou com grana diretamente ou com trabalho, enfim.

7) Em 2014 a campanha #VoteLGBT lançou mão de diferentes páginas na internet. Quais as razões para escolha dessas páginas específicas? Em 2016, a campanha optou por página em uma rede social (Facebook). Na sua opinião, isso não poderia ser contraproducente para a iniciativa, limitando o alcance e possibilidade de novas adesões, na sua visão? [ESP/AMP]

MV: Em 2014 a gente usou Facebook, Tumblr, Twitter e chegou a ter Instagram. Instagram foi um problema, porque alguém que eu não sei quem é registrou o #VoteLGBT e furou nossa largada no Instagram, aí eu nem lembro o que a gente resolveu fazer com isso. Mas, de qualquer forma, 2014 foi uma campanha, o #VoteLGBT acho que é isso: uma campanha que acabou virando um coletivo. Então, em 2014 a gente atirou para todos os lados que achava que podia acertar alguma coisa, o Facebook principalmente, o Twitter era bem importante e o Tumblr também, tinha uma entrada. Acho que era melhor em 2014 do que agora, as pessoas usavam mais e como a gente tinha muito material gráfico, achou que era legal também. Mas o nosso Tumblr não era muito bem cuidado, o Facebook e Twitter eram mais, porque acho que eram as redes que estavam mais "bombando" naquele ano. Eu acho ruim, assim, não ter hoje um Twitter e Instagram mesmo, o Snapchat agora não sei se está compensando. Mas, agora tem o lance de que esse ano, especificamente, não é ano de campanha. Então o Vote, pelo que entendi, se tornou um coletivo, esse ano acho que a gente assumiu isso, eu agora bem mais marginal – mas ainda integrando de algum jeito –, o Gui, a Evorah, o Felipe, o Chalom e a Tarsila – que eu não conheço – parece que eles assinam mais pelo Vote. É só o Facebook porque é só o que a gente dá conta, na real. Eu assumi agora as redes do Vote – sendo as redes o Facebook só – e, mesmo assim, eu tenho pouquíssimo tempo, estou fazendo um trabalho bem mais "porco" do que eu gostaria. Mas também, estou contando que a gente não está em período de eleição, o volume de trabalho é bem menor, dá para se dar ao luxo de não ter uma atuação em rede social muito presente, porque tem um trabalho de bastidores sendo feito. Em época de eleição não tem como, nessa época é a campanha que precisa estar visível e as redes sociais são fundamentais. Mas, agora, por exemplo, nesse fim de semana o Gui, a Evorah, o Felipe, a Tarsila e o Chalom estão trabalhando na pesquisa que vai ter na Parada e na Caminhada de Mulheres Lésbicas e Bissexuais. Isso não precisa estar muito nas redes, seria legal se eu tivesse tendo tempo para trabalhar nisso, mas é um trabalho de militância. Então, a gente faz com comprometimento, mas também o quanto alcança a nossa disposição, energia e o nosso tempo, que precisam ser divididos com trabalhos que pagam as contas e que pagam a militância também.

8) O ano de 2015 foi um período entre pleitos. A campanha desenvolveu alguma atividade, seja interna (reuniões, encontros etc.) ou externa? [ESP]

MV: Depois de 2014, da campanha, na verdade, sei lá, acho que rolou um esgotamento nosso meio geral. A gente foi bem entusiasmado na campanha... Quando eu paro para ver o que a gente fez no tempo que fez, foi uma coisa pirada em velocidade cinco, foi uma loucura. Foi assim: três meses a gente concebeu, fez, aconteceu e acabou. O que foi uma coisa esquisita também, era uma coisa de urgência, teve uma sensação e uma metodologia de urgência. Então, quando acabou a campanha, eu já vinha num processo de "canseira" e de esgotamento físico e mental por causa da Geni, eu trabalhava muito nela, além do meu trabalho como revisor de texto numa editora, na época, então eu fazia bastante coisa. Quando terminou o #VoteLGBT eu não conseguia olhar para a página, inclusive a gente perdeu o domínio, o votelgbt.org – acho que esse ano o Gui conseguiu retomar –, porque ficou sem pagar... Quando o Gui me pediu ano passado, eu acho, umas informações que precisei buscar no email, me dava palpitação quando digitei #VoteLGBT no campo de busca no email eu vi que tinha sido uma coisa um pouco traumática, por reação física. E foi um pouco frustrante porque, enfim, a gente sempre que a revolução e ela não aconteceu, e acho que a gente não calculou direito o trabalho. Eu não me arrependo de nada, foi ótimo, aprendi para "caralho", foi um trabalho muito bom e bem feito, eu acho, mas ele foi mal pensado em termos de distribuição no tempo, que eu acho que o Gui, a Evorah e Felipe estão fazendo muito bem. Então, 2015... quando terminou a campanha a gente

só foi retomar o #VoteLGBT em 2016 e por causa do impeachment, do golpe. Lógico que a gente já tinha começado a conversar, tipo "vamos fazer de novo a campanha", começado a mandar uns emails, a pensar, mas quando abriu o processo de impeachment e teve a votação na Câmara foi, assim, um momento de muitas coisas – foi bem louco. Naquela época, eu participei de várias reuniões – umas três – de gente que nunca tinha se envolvido com política, tudo LGBT, que nunca tinha participado de movimento social, não tinha experiência nenhuma e marcou reunião dos amigos para conversar, tipo "gente, domingo, lá em casa", e ia vinte pessoas em cada reunião. Isso me animou, o Gui foi comigo, também, em uma reunião e a gente começou a conversar muito e pensou "nossa, se tiver alguma janela de oportunidade política nesse país, é agora". Aí, o impeachment se concretizou, eu acabei desanimei e o Gui acabou animando muito, a gente foi meio para lados opostos do ânimo. A gente retomou o Vote em 2016 por causa da eleição, em princípio, começou a conversar, mas o que convenceu mesmo a retomar foi o impeachment. E, a partir daí, foi que entraram a Evorah e o Felipe e, também, que se articulou o #MeRepresenta, eles começaram a articular com outros movimentos, que eu acho que é um negócio "do caralho", mas eu já não estava participando tanto. Para completar, em 2016 a gente entrou também já com esse *know-hall* de 2014, começou pensando "não, a campanha não pode ser só uma campanha para as eleições, porque senão a gente vai se matar e não vai conseguir muita coisa". Foi um jeito de entrar pensando "não, a gente precisa fazer uma coisa de médio, longo prazo", aí veio essa ideia maravilhosa da Evorah e do Felipe. Eu estava um pouco relutante... eu sou arroz de festa, me chama eu vou, então eu acabei entrando de cabeça também, mas foi ideia deles fazer a pesquisa. Isso acho que deu tanto um gás novo para o Vote quanto botou uma perspectiva diferente, colocou em outro âmbito a discussão, acho que está dando mais escopo, mais corpo para o Vote, está sendo tipo um processo de amadurecimento político importante. Esse ano, por exemplo, não tem eleição, mas vai ter a pesquisa. Isso, também, é ressaca de 2014... vem as coisas com mais calma, já é um resultado da pressa que a gente teve em 2014, de uma avaliação depois de que os resultados não foram compatíveis com o nosso entusiasmo. Amadurecimentos.

9) O foco da campanha #VoteLGBT foi (é) o aumento da representação política. Por que se adotou isso como estratégia como norteadora da iniciativa?

MV: Essa é justamente a crise que estou agora com a militância, então não sei se a minha resposta vai ser... não sei se para essa eu consigo ter um distanciamento, um discurso mais bem elaborado sobre o que foi em 2014. O meu problema, agora, com essa questão é basicamente proveniente do impeachment, vejo que teve uma interrupção institucional que se deu justo no foco de atuação do Vote, que é a eleição, o voto... Eu fico pensando "nossa, será que vai ter eleição em 2018?", não sabia nem se ia ter ano passado, no final das contas, porque estava e ainda está tudo tão maluco. Eu fico pensando "bom, se tiver eleição qual que é a eficácia de tentar mudar as coisas por essa via institucional que pode ser suspensa a qualquer momento?", porque, enfim, é uma máfia de homem branco, hétero, burguês. Essa é minha crise no momento, é a partir dela que eu vejo as coisas. Mas, em 2014, tinha uma – aí eu vou falar tudo primeira pessoa, não sei se posso falar pelo Vote e por a gente – uma expectativa de que a gente fosse ter uma continuidade institucional, que era uma bosta, eu já não gostava, não sou nenhum defensor da democracia burguesa, não acho que ela funcione, mas acho que se a gente está na chuva é para se molhar. A gente tem, também, que atuar com as armas que a gente tem, no campo que percebe como mais estratégico. Para mim, acho que a atuação do Jean Wyllys, acho ele um "puta" político e figura pública... e perceber que só a presença dele lá já fazia muita diferença para o debate público... acho que para mim interessa, no final das contas, mais o debate público do que, exatamente, o Congresso Nacional. Mas, uma pessoa que está no Congresso Nacional com esse cargo de representante tem uma inserção no imaginário, nas discussões, na mídia e em várias instâncias que é bem específica, essa acho que é bem estratégica, além do fato de o mais óbvio, que é ela poder mudar a legislação. Isso era uma coisa que talvez eu tinha uma espécie de esperança a partir do que conhecia da política argentina. A gente entrevistou também – eu não lembro quando agora, foi no primeiro ano da Geni, talvez o número cinco, sobre religião, eu acho – o Bruno Bimbi, um militante argentino que mora no Brasil faz tempo e é assessor do Jean Wyllys. Ele contou pra gente da Geni, ele tem um livro publicado sobre casamento igualitário, foi um dos articuladores da campanha que deu certo na Argentina. Ouvir a história dele foi muito inspirador, de pensar "nossa, se a gente trabalhar e pensar estrategicamente é possível ter uma mudança legislativa que vai refletir em coisas da sociedade". Então, não é a lei em si, mas o que ela... o que por meio daquilo pode ter um efeito direto na sociedade diminuindo o número de morte, de assédio, de violência, tornar o ambiente mais segura para a gente poder viver nossa vida e pensar em coisa melhor, do que só em sobreviver. Então, acho que a aposta na representatividade política e na política institucional para mim, pelo menos, foi muito por aí. É lógico que a partir do momento em

que o resultado da eleição pode ser desmantelado por uma conjuntura de bastidores desfavorável... Sei lá, acho que tem um milhão de motivos que seriam bons para o impeachment da Dilma, mas ele ter sido destituída por aquela palhaçada das pedalas ficais, que não tinha nenhum lastro jurídico, para mim isso está sendo um momento de pensar "puta, se tal a política institucional não é o melhor meio para a gente conseguir a mudança social". Acho que é meio isso, mas estou pensando enquanto estou falando, e estou falando só por mim – talvez nem isso, porque é tudo *work in progress* mental. Você já deve ter visto, tem textos no site do Vote explicando, talvez entrevistas minhas da época... tem uma entrevista que dei no YouTube que está enorme, tem tipo uma hora de vídeo – não sei se estou exagerando –, dá a impressão que é uma hora, porque o som é ruim, é um menino "bonitinho"... Canal Sem Gênero, que nem tem mais, era um estudante de jornalismo que chamou a gente, eu fui lá dar uma entrevista para ele, completamente sem recursos, mas foi bem legal, ele fez umas perguntas muito boas. Se você não encontrar nada mais institucional do Vote nos textos do site de 2014, "se pá" essa entrevista, eu posso te passar o link depois, ela esteja mais afinada com uma posição oficial do Vote da época.

10) É recorrente a discussão sobre a crise de representação política. Como você acredita que a campanha e o movimento LGBT podem contribuir com esse debate? [AMP]

MV: Eu acho que a gente tem uma questão: entre as minorias políticas, acho que LGBT é uma que está numa posição muito particular de ser também, necessariamente, uma minoria populacional, sabe? Tem um vídeo no nosso site, que a gente fez em 2014, com a Laerte [Coutinho] falando que a gente não é minoria, é maioria. Eu acho isso também muito bom, bonito, correto, defensável, mas sob outro ponto de vista a gente é sim minoria. Diferente das mulheres, que são maioria populacional e são minoria política, a população negra. Eu acho que LGBTs, como a gente está entendendo as identidades LGBTs hoje, ela é, necessariamente, uma minoria. E isso coloca desafios para política representativa, porque são desafios intrínsecos aos direitos humanos – estou falando como militante, não entendo dessas coisas academicamente, não sei quais os debates que estão se travando mais conceitualmente. A gente tem a questão, por exemplo, aquilo que a Marina Silva tinha falado em 2014, eu acho, de que se tivesse uma discussão sobre casamento igualitário isso teria que ser decidido em plebiscito. Não, isso é equivocado, para dizer o mínimo, porque quando você coloca a maioria da população para legislar em cima da minoria tem exemplos na história de que isso não dá muito certo – pode dar certo, mas pode dar muito errado. Então, a gente, LGBT, está sempre em uma posição muito frágil socialmente, de poder virar a qualquer momento uma moeda de troca, um bode expiatório. É uma posição difícil, eu acho. Se você quiser olhar isso pelo lado positivo: é na dificuldade que a gente encontra soluções e opções melhores de vida, muitas vezes. Pensar como que a gente insere a população LGBT numa política representativa de modo a proteger e garantir direitos... Por isso, inclusive, que a nossa premissa não de que #VoteLGBT deve votar em LGBT ou de que as pessoas devem votar só em pessoas LGBT. Tem uma discussão a respeito disso, eu acho que essas questões não são descartáveis por si só, acho que elas são importantes de debater, pensar, por que que ter o Jean Wyllys lá, no Congresso Nacional, é tão importante quando a Eryka Kokay, a Marta Suplicy ou outros políticos também podem exercer a mesma função administrativa. Eles são importantes, mas também tem a importância do lugar de fala, do símbolo que é um deputado gay falando. A questão do #VoteLGBT é mais de incentivar a pauta LGBT como uma pauta comum à vários partidos, aos políticos de diferentes partidos e às pessoas de diferentes correntes ideológicas e propostas de construção governamental. Não só incentivar a inclusão dessas pautas, mas também dar visibilidade e articulação para políticos pró-LGBT e incentivar o pró-LGBT, mais do que o LGBT. Eu acho que isso é uma coisa que dá para dizer do #VoteLGBT, embora se você for citar isso como uma coisa do Vote, é melhor confirmar no site, exatamente, a formulação que a gente usou só para não ter perigo de dubiedade, mas, que eu me lembre é, basicamente, isso que está lá. Em 2014 teve uma coisa que, inclusive, está naquele texto sobre o Vote na Geni, a questão LGBT virou – foi uma percepção nossa na época, assim como o aborto foi uma questão central nas eleições de 2010, que a Dilma teve que fazer aquela carta horrorosa para a família brasileira, o Serra também se valeu disso e a esposa dele foi chamar a Dilma de assassina de criança – a pauta, mas de um jeito mais positivo, eu achei. Teve aquela coisa da Marina tirar as propostas pró-LGBT do governo dela e isso ser malvisto um pouco, também, por preconceito contra ela ser evangélica e mulher, acho que várias coisas atravessam. Mas, de qualquer forma, em termo gerais a população LGBT foi buscada mais positivamente do que negativamente em 2014, pela Luciana Genro, pelo Aécio, pela Dilma, acho que dá para dizer isso no geral. Para resumir, acho que tem um nó entre a questão da política representativa e a possibilidade de LGBTs estarem incluídos nessa política, nesse modo de governo que é interessante tanto para a gente do movimento (é interessante cutucar isso e operar com isso para

tentar reverter ao nosso favor) quanto é para o próprio pensamento político (tanto o pensamento sobre a política dos cientistas, quanto o pensamento dos políticos que precisam lidar com essa diversidade complicada em termos estatais).

11) Qual a sua avaliação do movimento LGBT brasileiro contemporâneo, referente às articulações dos grupos e identidades que o compõem e ao diálogo com a população? [AMP]

MV: Primeiro uma avaliação do movimento... Uma pergunta bem difícil, não sei se tenho [uma avaliação], eu posso falar umas bobagens e você o que serve... Também porque eu acho que o movimento está em um momento muito bom – não sei você, o que acha. Para mim, tenho a impressão de que o movimento está num momento muito bom de diversificação, de fragmentação, mas uma fragmentação positiva que tem a ver com a internet, as novas formas de agrupamento que tão aparecendo. Eu te fale que participei do Corsa – em 2007 e 2008, talvez –, e, naquela época, tinha um movimento que não era, exatamente, o movimento LGBT, tinha a coisa do movimento universitário de diversidade sexual. Mas o movimento LGBT mesmo era umas ONGs, importantes no contexto delas, mas eu acho que a gente saiu dessa espécie de monopólio de ONGs que tinha, que era uma coisa – do que eu conheço de história do movimento – vinda dos anos 1990 que eu achava muito chata, difícil de entrar, muito panelinha. Acho que a explosão da internet e as pessoas poderem se movimentar virtualmente entre os grupos é mais legal, em alguns aspectos – não é que ela é ideal. Então, estou achando muito bom esse momento que a gente está vivendo, por mais paradoxal que seja. Acho que esse movimento, talvez, mais orgânico que não se limita a grupos, mas que também tem grupos, quer dizer, o lobby ainda é uma coisa muito importante, têm grupos centralizando ações muito importantes, desde organizar Parada LGBT até pressionar Ministério Público, enfim. O próprio #VoteLGBT é um grupo, ainda não é uma ONG, mas é um coletivo que tem um trabalho específico. E é o segundo ano que a gente está fazendo a pesquisa, que é uma pesquisa que não tem nenhum outro grupo, universidade fazendo. Esse ano a gente vai ter parceria com a FGV, acho que aqui de São Paulo ou do Rio – não me lembro –, mas, enfim, acho que estou me adiantando a outra resposta. A primeira é essa, acho que a gente está num momento muito diverso do movimento LGBT, que eu acho que está mais forte do que ele estava uns anos atrás, mas pela própria conjuntura. A gente não depender mais de uma ABGLT para... existir a ABGLT ainda, ela ser representativa, está congregando e articulando militantes em torno de algumas causas, mas existir também internet, os grupos de internet, inclusive os grupos de fervo, os memes. Eu vejo tudo isso como uma grande movimentação, vira uma bagunça que é muito legal e fértil, eu acho. O risco que a gente tem, que é o risco de sempre, é o de se perder no meio do caminho, de não ter foco, de apostar em estratégias erradas, mas esses são os riscos de sempre, a gente nunca vai estar a salvo disso, eu acho. Voltando para o que eu estava falando anteriormente, o momento pessoal que estou agora é justo o de avaliar estratégia e tentar entender qual é o melhor caminho nesse movimento diverso que a gente está e nesse momento tão maluco e imprevisível.

12) E, na sua avaliação, de que forma a #VoteLGBT contribui para o movimento LGBT brasileiro? [AMP]

MV: A contribuição que o Vote dá para o movimento agora... A internet não só cria coisas como também mostra que existem coisas desde sempre. A gente tem que ficar, necessariamente, humilde com ela. Mas, até onde eu sei, não tem nenhum grupo no Brasil que esteja fazendo um trabalho como o do Vote. Tem um pessoal da Cartilha LGBT, tem um cara de Guaxupé (MG) que se chama Everton de Lima Oliveira. A gente conversou com ele, o Vote fez parcerias com esse pessoal que produz avaliação dos partidos políticos segundo critérios pró-LGBT, mas acho que o trabalho de campanha e de articulação entre grupos, e agora o de pesquisa, não tem ninguém que esteja fazendo, tanto no movimento não institucionalizado quanto nas universidades. Então, para mim o Vote agora, talvez, tenha uma dupla contribuição que seja particular, dele para o movimento como um todo. Uma são as pesquisas, acho que só a pesquisa do ano passado já é *mind blowing* – explode a cabeça, sobe para a cabeça –, apresenta um monte de dados quase inéditos. Acho que a última pesquisa grande de perfil político LGBT foi há dez anos atrás, uma pesquisa da Unicamp. E o fato da gente ter feito isso sem universidade, sem nenhuma instituição apoiando me dá muito orgulho mesmo – já que estamos no mês do orgulho. Acho que foi um "puta" trabalho, bem feito, foi muito elogiado por gente que trabalha em instituto de pesquisa. Teve gente que comparou o nosso trabalho com instituto de pesquisa falando que o nosso era melhor. Eu fico muito contente, foi muito responsável e certeiro, e apresentou resultado. O Vote vai repetir esse ano e, possivelmente, no ano que vem. Se isso ganhar uma frequência – a gente não sabe – a gente vai ter um banco de dados muito bom, e se não tiver, se a

pesquisa não for para a frente nos próximos anos, pelo menos os resultados que têm até agora são bem... eles têm uma relevância, acho que não pode ser menosprezada, e podem servir de ferramenta, que é isso o mais importante, para o movimento. A outra particularidade do Vote é de ter essa atuação específica para a política institucional, mas desligada de partidos. Porque tem muita gente... Em partidos políticos têm militantes LGBTs, no PSOL, PPS, PT, PSDB têm militantes importantes e em vários partidos de direita, esquerda e pseudo-esquerda. Agora, um trabalho transversal como o do Vote eu não conheço ninguém que esteja fazendo. Eu acho que isso é um ponto de vista que pode ser aproveitado tanto pelo pessoal que está militando dentro de partidos quanto pelo pessoal que milita fora. Então, acho que essas são as duas contribuições do Vote para o movimento, as duas principais pelo menos.