

Seminário FESPSP 2017 - Incertezas do trabalho

02 a 05 de outubro de 2017

GT 13: A produção de desigualdades e a negociação de diferenças a partir da articulação de marcadores sociais de gênero, sexualidade, raça, classe e/ou geração.

As faces do discurso político institucional LGBT nas redes sociais

Renan Amaral Oliveira, UFABC¹

Claudio Luis de Camargo Penteado, UFABC²

RESUMO

Com a ampliação do acesso à web no Brasil tornou-se possível a formação de um novo meio de socialização, principalmente com a popularização das redes sociais de internet. Aproveitando essa nova realidade, movimentos como o LGBT se colocam a semear suas ideologias e pautas através de sites como o Facebook. Diferentemente do que ocorre em eventos presenciais, restritos a uma participação local, a internet por sua arquitetura e estrutura comunicacional criou um espaço mais aberto e democrático ampliando os formatos de participação e debate público, no qual diversas vozes de todos os tipos de pessoa, conhecedores, participantes e apoiadores ou não da luta LGBT podem participar. Dentro dessa nova configuração, a presente proposta identificou e classificou como se dão os discursos políticos institucionais e partidários em páginas LGBT com maior engajamento. Os resultados apontam que somente uma das páginas estudadas destacou o tema político institucional e a abordagem dessas publicações não tratou de temas ligados a políticas LGBT, mas mostrou um alinhamento com o universo da esquerda progressista dentro do atual quadro de polarização política no Brasil.

Palavras-chave: LGBT, Facebook, Debate Político, Cartazes e Tirinhas LGBT.

¹ Graduando do curso de Bacharelado em Ciências e Humanidades pela Universidade Federal do ABC.
renan.o@aluno.ufabc.edu.br

² Professor associado da Universidade Federal do ABC, atuando no programa de pós-graduação em Ciências Humanas e Sociais da UFABC. claudio.penteado@ufabc.edu.br

INTRODUÇÃO

O movimento LGBT (lésbicas, gays, bissexuais, travestis, mulheres e homens transexuais e transgêneros) no Brasil é entendido como um fenômeno bastante recente, pois detém de uma história de pouco mais de 30 anos, apesar de hoje se apresentar como um dos mais expressivos e visíveis movimentos no país (MELLO et al, 2012).

É válido ressaltar que o ativismo da comunidade LGBT é e sempre foi pautado pela luta por conquista de direitos e promoção da igualdade, pressionando nesse sentido todas as esferas de poder, desde as institucionais como o legislativo, executivo e judiciário, nos diferentes níveis de governo (federal, estadual e municipal) às culturais e jornalísticas. Entretanto, um novo território se faz presente no período contemporâneo: as mídias sociais. No ano de 2016 foi divulgado pela empresa Facebook dados estatísticos informando que 45% da população brasileira acessa a rede social Facebook mensalmente³.

A popularização das redes sociais de internet transformou esse espaço virtual em um importante local para que os militantes LGBT (assim como de outros grupos) divulguem suas mensagens, promovam mobilizações e campanhas, realizem debates de forma a fortalecer suas causas, lutarem pela criação de políticas públicas para essa população e defenderem suas causas. As redes sociais por sua dinâmica distribuída de produção de conteúdo já mostrou ser um importante espaço para a mobilização política, por exemplo, como no caso dos protestos da Primavera Árabe que foram organizados através de redes sociais (ALMEIDA, 2013). Assim, a busca por visibilidade ganhou um espaço gigantesco:

“A militância online vem alargar a teia comunicacional planetária, usufruindo de uma das singularidades do ciberespaço: a capacidade de disponibilizar, em qualquer espaço-tempo, variadas atividades, formas e expressões de vida. A cibercultura universaliza as visões de mundo mais díspares, os modos de organização social mais contrastantes, as ambições mais difusas, sem favorecer pensamentos únicos ou domínios por coerção. Trata-se de um

³ Disponível em: <https://www.facebook.com/business/news/BR-45-da-populacao-brasileira-acessa-o-Facebook-pelo-menos-uma-vez-ao-mes>. Acesso em 24/06/2016.

âmbito virtual de conhecimentos múltiplos, que congrega forças, ímpetos e interesses contraditórios.” (MORAES, 2000, pg. 01).

O uso crescente e persistente das redes sociais de internet como o Facebook mostra que a web não tem ênfase puramente de uso instrumental e se estende cada vez mais para um realce do sócio-relacional. Isso é exemplificado pelo argumento que essas redes sociais incitam o que se chama de “cultura da participação” (Shirky,2010), que é explicado por Cypriano (2014):

“A participação se dá por meio de um sistema que estimula as relações, os compartilhamentos e as trocas entre os internautas, isto é, um sistema que incita a colaboração de quem quer que esteja disponível para entrar em interação com outros por intermédio da plataforma.” (Cypriano,2014, p. 2)

Assim, Cypriano (2014) argumenta que o Facebook age como um “facilitador na formação de laços sociais” e que a proposta é que o ambiente individual de cada um ali seja formado por amigos ou amigos de amigos e quase nunca por totais desconhecidos. O autor depreende que os algoritmos dessa rede social gravam todas as suas pesquisas e cliques e os usam de modo inteligente para saber os seus gostos, possíveis amigos, e demais coisas que tenham a ver com o interesse individual do usuário. Dessa forma, o Facebook cria um ambiente atrativo para cada um criar laços afetivos restritos a personalidades e páginas que estejam em consonância de suas personalidades individuais, e, portanto, pode-se depreender que acaba fomentando o “individualismo em rede”. (Castells, 2009)

Existe aí, então, uma tendência pela qual “a cultura do individualismo não conduz ao isolamento, [conduz] antes à alteração dos padrões de sociabilidade em relação aos contatos que são cada vez mais seletivos e autodirigidos”. No bojo dessa inclinação se vê “o desenvolvimento de redes de sociabilidade baseadas na escolha e na afinidade, quebrando as barreiras organizacionais e espaciais dos relacionamentos sociais” (Castells et al., 2009, p. 184-185).

Quando se insere o indivíduo LGBT no Facebook é possível ilustrar esse conceito de Castells (2009) e é nisto então que residirá inicialmente a parte teórica apresentada a seguir.

IDENTIDADE LGBT+ NO FACEBOOK

O Brasil é atualmente o 3º país em número de usuários, com 99 milhões de contas ativas. Isso significa que 8 em cada 10 brasileiros que acessam a Internet tem uma conta no Facebook⁴. É válido argumentar então que é principalmente nesse território que está havendo a construção de novas formas de contato social entre grupos e identidades. As formas de lidar com o LGBT+ ficam a mostra pois, as páginas LGBT+ ao manejar esse assunto dão importância a certos assuntos ao invés de outros e a repercussão e aceitação por meio de *likes* pode ser uma forma de verificar qual o tipo de discurso LGBT+ mais declamado em rede no Brasil.

Primeiramente segundo Moreira (2016) grupos de ativistas e coletivos utilizam as ferramentas da internet com a tentativa de construir novas formas de mobilização e de engajamento que serviriam, desse modo, para ações coordenadas, informativas, de luta e de união. Entretanto, pode-se trazer Lipset(1963) que tem um apontamento acerca das identidades que pode atrapalhar essas articulações políticas e ativistas em redes sociais como o Facebook, esse apontamento é o que ele chama de “clivagens verticais” da identidade. Esse autor argumenta que o indivíduo não se identifica apenas a uma identidade e que este dá graus de importância diferente a sua variedade de pertencimentos identitários, como classe social, raça, gênero, religião, posicionamento político etc.

Seguindo esse pensamento, a forma como o Facebook estrutura as trocas sócio-relacionais e seu aspecto de individualismo em rede pode fazer com que LGBT's conservadores ou liberais, comunistas ou capitalistas, a favor ou contra o ativismo LGBT etc. acabem não se encontrando correntemente posto que indivíduos nessas posições antagônicas acabam não conectados devido a não estarem inseridos em redes iguais de amizades ou em redes iguais de interesses. É necessário ponderar, então, que qualquer forma de ativismo ou discurso político LGBT na dinâmica do Facebook dificilmente irá ser visto por todos da sigla LGBT.

“Evidentemente, esse alargamento de possibilidades não deve ser supervalorizado, uma vez que os enunciados, ainda que de domínio público, encontram sua audiência nas redes que são sensíveis a eles, poucas vezes sensibilizando grandes parcelas da teia de redes que constitui o serviço.

⁴ <http://www.allanperon.com.br/facebook-marketing/> (Acesso em 25/08/2017)

“Decerto eles [os participantes das redes sociais] falam em público”, admite Dominique Cardon, mas a seus olhos, “esse público, sem possuir uma fronteira absolutamente estanque, está limitado a uma zona de interconhecimento, um lugar mais ou menos fechado, um território que conservará as palavras em seu próprio perímetro, antes de deixá-las evaporar” (Cardon, 2009, apud Cypriano, 2014, p. 12)

Desta forma percebe-se uma tendência ao embate de ideias opostas se retrair cada vez mais. O filósofo pré-socrático Heráclito, considerado o pai da dialética, no fragmento “o combate é pai de todas as coisas” já diria que o embate desempenha um papel construtivo nas relações sociais. Em consonância a Heráclito, o que se realmente propõe enxergar é que o debate não é o problema, e sim o não-debate.

Em trabalhos como o de Péret (2011) há apontamentos históricos pertinentes perante os grupos LGBT e suas disputas internas, especificamente em uma entrevista a Aguinaldo Silva⁵ fica explícito uma divergência entre os LGBT's que queriam ativismo político e os que não o queriam no Jornal O Lampião da Esquina⁶ entre 1978 e 1981:

“Eu realmente não era um ativista, mas um jornalista, um escritor. (...) Acho que até hoje algumas pessoas do conselho editorial de São Paulo me consideram uma espécie de traidor da “classe”. Mas vejo isso com muita descontração, porque, realmente, acho que o ativismo é sempre muito restritivo. E, além disso, você não pode classificar as pessoas pela preferência sexual. Não existe nada mais diferente de um homossexual do que um homossexual. Cada ser humano é único, e é conversa fiada essa história de que todos são iguais por serem homossexuais.” (PÉRET, 2011, p. 118-119)

O conflito em específico acerca de se ter um posicionamento ativista ou político partidário/institucional do LGBT permeia os dias de hoje também no Facebook. Entretanto, como já se propôs, há uma condução à fuga dessas discussões ao passo que “o desenvolvimento de redes de sociabilidade [são] baseadas na escolha

⁵ Novelista de televisão, jornalista, autor de romances e peças de teatro. <https://twitter.com/aguinaldaosilva> (Disponível em 20/06/2017)

⁶ Uma publicação brasileira voltada aos homossexuais que circulou durante 1978 e 1981.

e na afinidade, quebrando as barreiras organizacionais e espaciais dos relacionamentos sociais” (Castells et al., 2009, p. 185)

Dessa forma, os choques entre os LGBT ativistas e os não-ativistas, por exemplo, acabam deixando de ocorrer salvo em publicações de grande repercussão que gerem distorções nas redes visto que hoje os sujeitos imersos na rede social Facebook têm um controle maior das possibilidades relacionais e vão delimitando o que irão ver ou não a partir das suas páginas. Esses ambientes “seguros” se apuram a partir do argumento de boyd (2010) de que *online* as pessoas escolhem expressar certos aspectos de si mesmos, assim como podem escolher os omitir. As identidades sociais são contraditórias pois os indivíduos possuem diversas delas, e assim duas ou mais identidades podem entrar em contradição devido às diversas relações de poder existentes na sociedade (FOUCAULT, 2000; 2001) e à posição que essa pessoa ocupa em determinadas práticas sociais (TILIO, 2009).

É possível, então, seguindo a teoria do Sujeito Pós Moderno (Hall, 2011) que um LGBT+ apoie um político que não ache certo a luta contra a homotransfobia, por exemplo, ou até seja ele o contrário a essa luta. Moita Lopes (1999) afirma que um mesmo homem pode ser um sindicalista e votar em um partido de direita, frequentar a igreja católica e um terreiro de macumba, ser casado com uma mulher e ter sexo casual com outros homens. Essa noção flexível de confluência de identidades mostra que apesar da quebra do padrão ao se identificar, o LGBT pode usar essa identidade social para seus interesses pessoais e não comunitários ou políticos, ou, simplesmente, tratar essa identidade como uma identidade de última importância. Dessa forma é visível que é um erro analítico negar o aspecto multidimensional das identidades ou falar que o sujeito de identidade LGBT+ será essencialmente algo.

Os propósitos relacionais buscados no Facebook podem ser vitais para essa escolha dos indivíduos, e, para Cypriano (2014) as boas características em rede é o “conversar por conversar” e às características como o bom humor e a leveza. Dessa forma, um dos argumentos possíveis é que o embate, político ou não, de toda forma parece não se enquadrar aos propósitos sócio relacionais implícitos do Facebook.

Outrora, se analisado historicamente, o movimento LGBT no Brasil surgiu com a proposta da politização da situação dos homossexuais que até então tinham como única alternativa o convívio em “guetos” (FACCHINI, 2005). Dessa forma, será

possível depreender que o individualismo em rede dos sujeitos se configura a uma parcela dos LGBT uma volta ao convívio em “gueto”? Será possível dado essa volatilidade das identidades organizar frentes amplas ou páginas influentes para mobilização ativista ou política institucional LGBT no Facebook?

É necessário, portanto, tencionar esse assunto propondo diversas outras questões. Como os LGBT respondem quando páginas grandes LGBT tratam do discurso político? Há um meio de utilizar o território do Facebook para formação de uma unidade LGBT através das pautas coletivas de políticas públicas ou esse não é o objetivo sócio-relacional do Facebook? Tratando o Facebook por território desde o início, é necessário reforçar que o entendimento por território se dá por,

O território, (...) é fundamentalmente um espaço definido e delimitado por e a partir de relações de poder. (...) o verdadeiro Leitmotiv é o seguinte: quem domina ou influencia e como domina ou influencia esse espaço? (SOUZA, 2012, pp. 78-79.)

Isto posto, este trabalho procurou refletir o debate sobre temas políticos institucionais, em um período de extrema polarização política, dentro de páginas com grande engajamento da comunidade LGBT+: Igreja de Santa Cher na Terra, Universo LGBT, LGBTon e Cartazes e Tirinhas LGBT.⁷

OBJETIVO

Estudar o discurso e o posicionamento político da comunidade LGBT brasileira no Facebook, por meio da análise das postagens publicadas em páginas LGBT populares.

METODOLOGIA

Uma primeira filtragem foi identificar as páginas brasileiras LGBT e cortar da lista as que tinham menos de 100 mil curtidas. Depois, o processo de seleção consistiu em retirar as ligadas a monoidentificação, como a página “Orgulho Gay” pois ao âmbito da pesquisa se interessa as ligadas ao movimento LGBT+ como um todo. Assim, restaram as seguintes páginas que se advogam na descrição ou em seu título

⁷ Igreja de Santa Cher na Terra: 118.034 curtidas; Universo LGBT: 264.421 curtidas; LGBTon: 302.569 curtidas; Cartazes & Tirinhas LGBT: 655.874 curtidas; *Dados coletados em 31/03/2017.

explicitamente ao LGBT+: Igreja de Santa Cher na Terra, Cartazes e Tirinhas LGBT, Universo LGBT, LGBTon, LGBT Brasil.

O próximo passo foi selecionar para análise somente as páginas que publicam postagens com regularidade e por conta da página LGBT Brasil ter seus posts por tempos demasiado espaçados ela acabou não se configurando como uma comunidade tão ativa quanto as outras, saindo então da seleção.

As outras três páginas, Igreja de Santa Cher na Terra, Universo LGBT e LGBTon tiveram seus dados coletados juntos da Cartazes e Tirinhas LGBT, no entanto, menos de 1/5 de seus posts eram Políticos Institucionais/Partidários e por isso a amostragem da Cartazes e Tirinhas LGBT com 27 publicações com Discurso Político Institucional das 100 publicações analisadas foi escolhida.

O período de coleta foi de 18 de fevereiro de 2017 até o dia em que a página chegasse ao seu 100º post. Tal período não foi escolhido ao acaso. Dezoito de fevereiro (18/02) se trata do sábado duas semanas anterior ao sábado (04/03) em que o assassinato da travesti Dandara foi repercutido pela primeira vez nas redes e imprensa através dos jornais G1 e O Povo. O caso Dandara, travesti de 42 anos que foi morta nas ruas de Fortaleza (CE-BR), teve repercussão mundial por conta do vídeo que foi postado nas redes sociais mostrando a brutalidade de seu homicídio. O vídeo em que mais de cinco pessoas aparecem e a espancam se tornou viral e motivo de comoção tanto na imprensa nacional quanto internacional⁸.

Dessa maneira, então, como a coleta foi conduzida, será possível a análise inferir o que essa página postava antes do caso e se passaram a postar após ele outros discursos, para perceber, principalmente, dentre tantas outras inferências possíveis, como essa grande página LGBT se articula nesses momentos em suas redes sociais, se é aliada a um discurso Político Institucional ou não para tratar as questões LGBT.

⁸ Esses veículos de comunicação, dentre tantos outros, foram os que fizeram a notícia circular o mundo. [Disponíveis em 14/08/2017]

<http://www.dailymail.co.uk/news/article-4289352/Transsexual-woman-dragged-home-beaten-death.html>

<https://www.nytimes.com/2017/03/08/world/americas/brazil-transgender-killing-video.html>

https://www.washingtonpost.com/news/worldviews/wp/2017/03/23/a-horrific-murder-has-awakened-brazils-transgender-community/?utm_term=.c38ed72dcad6

Cada um dos 400 posts totais foram categorizados em planilhas segundo o tipo (Imagem, Gráfico, Texto, Notícia, Publicidade, Meme ou Vídeo) e segundo seu discurso (Político Institucional/Partidário, Político Identitário, Ativista, Empreendedor, Humorístico, Confronto, Humanista, Corrente/Enquete, Outro). Foram tirados *screenshots* de cada um com dados como o post em si, o número de reações, comentários e compartilhamentos. Estes três últimos dados foram decisivos para verificarmos ao final qual a relação de tipo de post e sua repercussão em redes. As categorias de tipos de postagens e os discursos de postagens estarão descritos adiante:

TIPOS DE POSTAGENS

Imagem: É um Tipo relacionado a qualquer post que tenha uma imagem vinculada, a menos que esta seja um Meme. Um dado interessante é que o recurso “Imagem” acaba muitas vezes sendo *screenshots* de mensagens do Twitter, ou seja, fotos de um texto pequeno e rápido.

Infográfico: É um Tipo relacionado a qualquer post que colocou a apresentação de dados e estimativas através de tabelas, desenho, gráficos, anagramas etc.) para resumir as informações que seriam apresentadas num texto.

Texto: É um Tipo relacionado a qualquer post com mais de 5 linhas escritas no Facebook. Esse recurso foi utilizado para diferenciar os outros Tipos de Post que tinham algum texto junto a eles, entretanto, que não chegavam a ser tão grandes para fazer o sistema do Facebook utilizar o recurso “Leia mais” (o qual aparece para comprimir o que está escrito após a 5ª linha). Assim, essa categoria pode servir para analisar se os discursos empregados nas páginas são extensos ou se são fluidos e rápidos. Estes textos maiores foram os considerados para Texto.

Notícia: É um Tipo relacionado a qualquer post que noticiava sobre algo ou continha link de um veículo de comunicação de notícias ou de suas manchetes.

Publicidade: É um Tipo relacionado a qualquer post que teria vinculação com interesses lucrativos, sendo estes publicações de alguma página ou site comercial.

Meme⁹: É um Tipo relacionado a qualquer post que pode ser resumido por tudo aquilo que é copiado ou imitado e que se espalha com rapidez entre as pessoas. Os memes de internet são geralmente imagens ou acontecimentos que se tornam virais e são “humorísticos” por si só.

Vídeo: É um Tipo relacionado aos posts em que estivesse anexado um vídeo como publicação.

DISCURSOS DE POSTAGENS

Político Institucional/Partidário: O discurso Político Institucional/Partidário é aquele que traz assuntos como direitos; partidos políticos; estruturas econômicas, sociais ou políticas relacionadas; discussão do sistema eleitoral; questionamento do Capitalismo; e outros questionamentos que inferem perante o sistema institucional **formal**.

Identitário: O discurso Identitário é aquele que infere perante as instituições e regras não formais e como elas agem perante os indivíduos e suas identidades, ou seja, é aquele que tenciona o sistema de normas, estigmas e preconceitos que não tem necessariamente fundamentação jurídica mas sim moral. É o afirmar identidade, com importância política mas que não chega a uma política de identidade. Foram classificados assim os posts que atingem a causa LGBT, mas também a causa negra, o feminismo, dentre outras.

Ativista: O discurso Ativista é aquele mobilizador na questão de elaborar ou compartilhar chamados para manifestações nas ruas ou aquele Discurso que se faz presente nesses eventos e repercute na página o que aconteceu por lá através dos recursos proporcionados pelo Facebook como o *Live* etc.

Empreendedor: O discurso Empreendedor é aquele que tem vinculação com atividades lucrativas, sendo estas publicações de alguma página ou site comercial.

⁹ “Adotado pela psicologia social para explicar o fenômeno da reprodução de ideias e da imitação social, e por diferentes correntes de pesquisadores filiados aos mais diferentes campos, o conceito foi também reapropriado por internautas, em fins da década de 1990, para designar especificamente um tipo de conteúdo digitalmente produzido capaz de sofrer sucessivas reapropriações” (CHAGAS, 2015)

Humorístico: O discurso Humorístico é aquele ao qual foi atribuído um caráter de humor. Foi visto que este é geralmente vinculado com assuntos LGBT e dificilmente sem esse caráter identitário em conjunto.

Confronto: O discurso de Confronto é aquele inflamado que está em embate perceptível com uma notícia, uma noção política, social ou econômica ou uma pessoa pública.

Humanista: O discurso Humanista é aquele que valoriza o ser humano e a condição humana acima de tudo. Está relacionado com generosidade, compaixão e preocupação em valorizar os atributos e realizações humanas. Ele é reflexivo e pode vir sem caráter político ou identitário e, portanto, sequer precisa estar vinculado a questão LGBT essencialmente.

Corrente/Enquete: O discurso Corrente/Enquete é aquele que pede para que os leitores da página comentem coisas diversas não relacionadas a um Discurso Ativista ou respondam uma espécie de enquete sobre algo que eles preferem. Outras formas de “pesquisa de opinião” e “mobilização de comentários” não foram identificadas nessa amostragem.

Outros: Os Outros são aqueles discursos que não se encaixaram nessas categorias, mas que, por serem tão singulares não atraíram a atenção para a criação de uma nova categoria. Tem como exemplo posts com conotação sexual, poemas, etc.

Essas categorias acima, no entanto, também não foram pensadas do nada. Após uma análise mais generalista de tais páginas e tais posts que seriam analisados foram propostos muitos etiquetamentos. Isso foi resolvido quando se foi finalizada a classificação dos posts das quatro páginas, e foi percebido que várias etiquetas não foram usadas e então foram retiradas das tabelas, enxugando-as.

Outro problema na coleta e classificação de cada post foi como classificar cada um em uma só etiqueta. No universo linguístico (ainda mais pós moderno) num todo existem discursos que podem ser ao mesmo tempo humorístico, mas também político, ideológico, ufanista e até irônico, ou até tudo isso junto. A comunicação em redes sociais não foge dessa lógica e traz posts que refletem geralmente em seu conteúdo mais de um “tipo” ou mais de um “discurso”. Ao fazer a análise de cada

uma das 400 postagens houveram casos de postagens com seu “Tipo” relacionado a “Texto” mas também a “Imagem”, por exemplo, então sendo recebendo essas duas etiqueta em seu “Tipo”.

O etiquetamento no “Discurso” também acabou funcionando por essa lógica, ou seja, por exemplo, um post além de “Ativista” poderia ter uma carga “Política Partidária” também. Isto levou a alguns posts chegarem a se encaixar em até 3 categorias (o máximo observado) na classificação do “Discurso”. Em decorrência disso, a construção das tabelas e gráficos finais obteve resultados que passam do 100% visto esses posts que foram contabilizados em mais de uma categoria aumentaram a somatória total. Houve, no entanto, uma preocupação e adequação das formulas para que isso não refletisse em uma análise de dados finais errôneos algebricamente, isso foi feito dividindo o valor total pelo valor sem postagens repetidas.

Por fim, uma outra questão importante de ser colocada é que a diferenciação entre Discurso Político/Institucional e Discurso Identitário é vital para o que se tenta compreender observando as comunidades LGBT inseridas na pós-modernidade e nas redes sociais de internet. A ideia foi desvincular o que se chama Discurso Identitário do Político Institucional para ver se essas duas etiquetas andam juntas ou trilham caminhos separados.

A página Cartazes e Tirinhas LGBT visto a sua enorme dimensão com 655.874 pessoas na data da coleta dos dados. (31/03/2017) pode, com certeza, nos fornecer dados perante como os LGBT se relacionam e se identificam melhor com qual tipo de discurso. Assim, se relacionarmos a proporção de posts com esse discurso político para com outros sem ele, e o grau de reações, comentários e compartilhamentos veremos a tendência de aceitação dos discursos.

RESULTADOS

A primeira vista os resultados já começam ressaltando o que foi constatado em fase de metodologia: dentre as quatro maiores páginas brasileiras LGBT apenas uma continha um número relevante de postagens na amostragem relacionadas a política institucional/partidária, como mostra o Gráfico 1 abaixo. Isso já diz muito sobre os enfoques que estão sendo dados por essas páginas mesmo que em época de grande efervescência política brasileira.

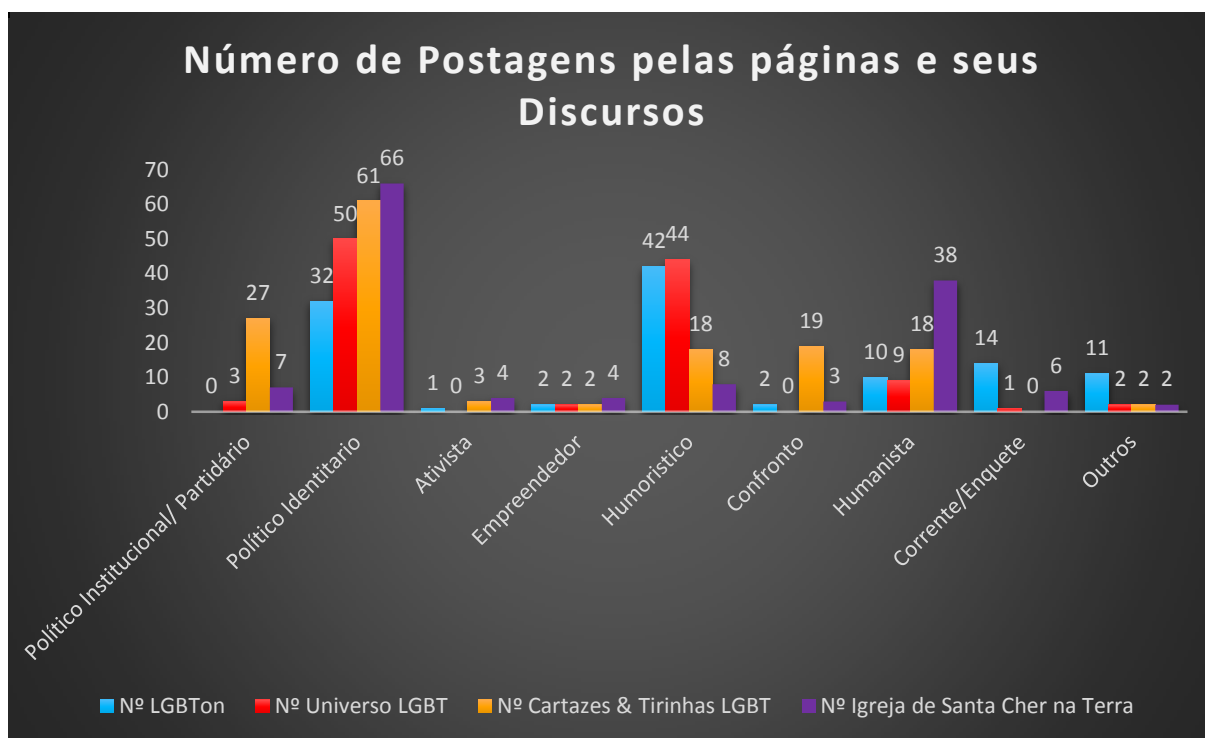


Gráfico 1. Número de Postagens pelas páginas e seus Discursos.

É interessante perceber não menos que a presença ínfima de postagens relacionadas a “Notícias” demonstram que o interesse da página Cartazes e Tirinhas LGBT – e das outras 3 analisadas – não é o de repercutir assuntos noticiados, sejam estes perante a questão LGBT ou não, como demonstra o Gráfico 2. Isso aliado a questão dessas serem as páginas LGBT brasileiras do Facebook com maior dimensão pode ser visto como uma lacuna na comunicação dos assuntos contemporâneos, visto que uma boa rede de informações é necessária para qualquer movimento social que deseje entender e modificar as bases da sociedade.

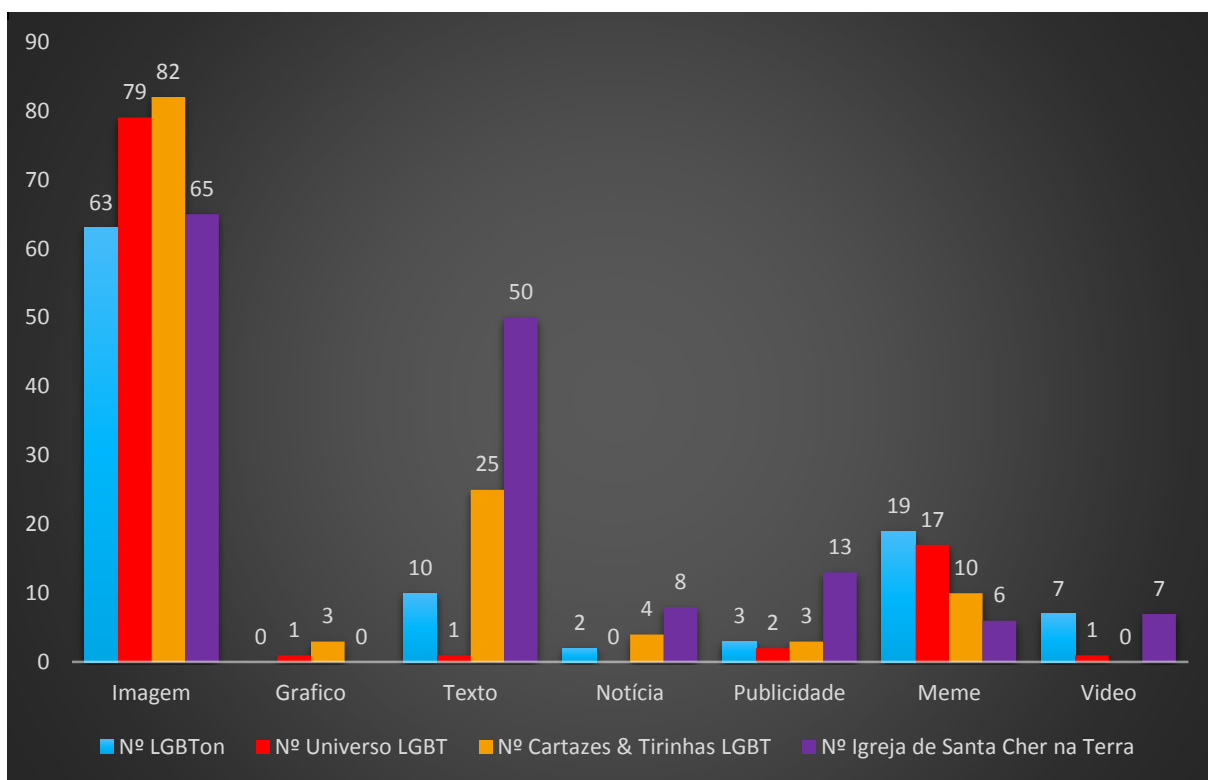


Gráfico 2. Número de postagens pelas páginas e seus tipos.

Ademais a página Cartazes e Tirinhas se relaciona muito com um discurso institucional da macro política brasileira, tratando de assuntos como a proposta de reforma da aposentadoria, postando fotos de manifestações de setores da esquerda brasileira e se colocando contra a permanência de Michel Temer na presidência brasileira. Mesmo nas outras páginas nas quais o máximo de posts dos 100 foram 7 de política institucional é visivelmente claro que as pautas da esquerda que são as tomadas. Além de que o antagonismo político se verifica na página com intensidade muito maior do que com as outras páginas. Esta entra em debates com posts de políticos, como Malafaia e Bolsonaro, polêmicos perante a questão LGBT, e com

páginas como a “Orgulho de ser Hetero”. É possível ainda verificar que é uma página não tão aliada ao humor quanto as outras páginas LGBTon ou Universo LGBT.

Entretanto, na página estudada em questão não houve a presença de um discurso político institucional para repudiar a questão da morte da travesti Dandara dos Santos. O único post que foi mais na direção de um manifesto institucional foi o compartilhamento de um abaixo assinado contra a morte das pessoas T, influenciado pelo assassinato ocorrido. Não houve um post notícia sequer sobre o caso, e não houve visivelmente uma articulação para discutir esse caso que não fosse por meio de um discurso identitarista sem caráter político, desse modo, então, a mobilização por melhores leis específicas ou até por justiça se mostrou ausente.

Apesar disso, a página Cartazes e Tirinhas LGBT é a mais curtida e é a que irrefutavelmente tem o maior engajamento no “Discurso Político Partidário” tomando pautas que sequer são essencialmente LGBT. Mesmo assim, quando analisado em porcentagens e números as postagens de outras categorias conseguem provocar mais reações do que o tema “Político Institucional”, como é possível se analisar os Gráficos anteriores com o Gráfico 3 abaixo.

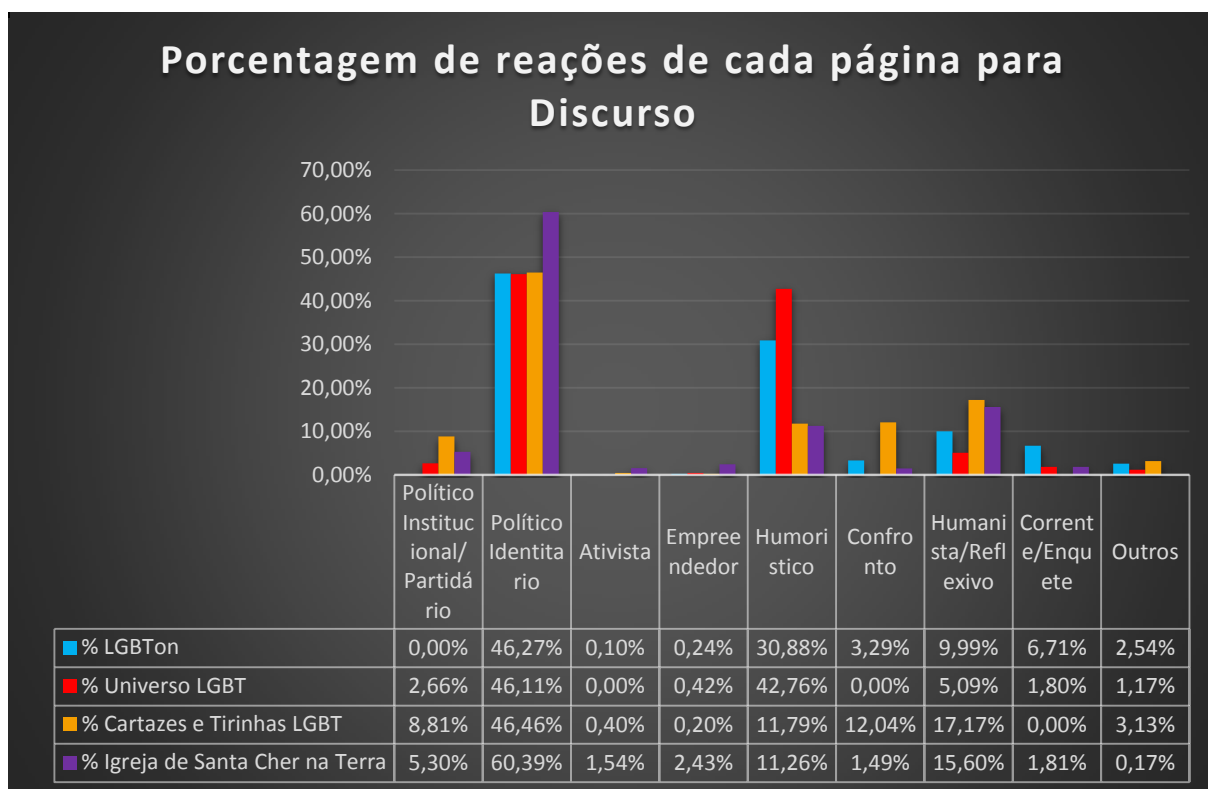


Gráfico 3. Porcentagem de Reações de cada página para Discurso.

CONCLUSÃO

Durante a escrita desse projeto foram elencadas diversas questões, e, algumas requerem outros estudos mais específicos, outras foi tentado chegar a uma resposta que não por definição vieram sem mais questões. Informações perante o discurso Humorístico foram rasamente tratadas porque não era a intenção buscada, mas poderia ser um dos campos interessantes, por exemplo, para estudo visto que representa uma parte expressiva dos discursos em todas as páginas analisadas.

Há uma inferência geral clara de uma coerência entre essas páginas e o tipo de postagens que fazem e a repercussão que elas geram, isso fica evidente nos gráficos e nos estudos ainda que cada página apresente algumas variedades. É possível dizer que há uma diversidade de discursos e vozes na luta pelo foco dos sujeitos LGBTs no Facebook, e, por enquanto, os tipos de post Imagem e tipos de Discurso Identitários são os que chamam mais a atenção do público. Isso nos leva a uma questão ainda, afinal, o sujeito LGBT dentro dessa amostragem acabou preferindo discursos puramente identitaristas sem ligação com o político, mas, será que esse sujeito para atingir de fato a sua integridade social pode se desvincular tão fortemente da política?

Em palestra do O Diálogo e o Cuidado como Investimento Humano¹⁰ a palestrante Helena Vieira discorreu sobre como os movimentos culturais adentraram a uma tendência de subjetivar o discurso político. Isso é visto muitas vezes com bons olhos pelos movimentos identitários visto que acentua o debate no campo social e da

¹⁰ Evento ocorrido no dia 15/06/2017 com a palestrante transfeminista Helena Vieira pelo Circuito [SSEX BBOX] no Itaú Cultural de São Paulo, BR

micropolítica, e, ainda, endossa o respeito as individualidades. Contudo, esse foco acaba ofuscando o caráter objetivo desses movimentos identitários em dimensões macro, como as discussões e questões políticas, econômicas, jurídicas, e até de mobilização num sentido da busca pelas necessidades coletivas. Um dos principais apontamentos da palestrante é que o movimento identitário deve se ater ao mundo real e perceber que tem estruturas que foram feitas para não os adequar totalmente, e que para além das lutas individuais, essas estruturas que precisam ser mudadas devem receber maior atenção.

O discurso puramente identitarista sem vinculação com o político e outras maiores estruturas pode acabar sendo uma armadilha do individualismo para uma não formulação de novas formas de pensar e criar o mundo: o sujeito LGBT que queira ser ativista precisa estar ligado as questões macro e a permear toda a sociedade, não só seus espaços identitários.

Na pós modernidade e na nova realidade em redes é sempre possível fugir da política e viver em redomas que evitem esse discurso. Há níveis de LGBT que são mais atingidos pela falta de políticas públicas e outros que não, mas isso sequer poderia ser um método de contabilizar quem é propenso a ser ativista e quem não. Geralmente os mais atingidos socialmente estão se preocupando com a sobrevivência elementar e não conseguem sequer tempo para a política, como disse Helena Vieira em palestra. Ela pondera ainda que há a questão do querer e gostar da política, pois a militância é escolha e demanda tempo, pedagogia e cuidado de si, coisas que exigem gosto e vontade própria para ser exercida.

Concluindo, fica evidente que temos um estudo de páginas identitárias de LGBT's, não de páginas políticas LGBT. É necessário desvincular esses dois visto que ambos podem sim trilhar caminhos diferentes. Ser LGBT não é ser essencialmente ativista. Na pós modernidade você não só pode como tem respaldo social para ser várias coisas (e não ser várias coisas). Ainda, as redes sociais por conta do individualismo em rede e das inferências da presente pesquisa talvez ainda mostrem grandes desafios a eficácia de promulgar o discurso político pois como mostrado este pode ser ignorado e invisibilizado.

Ainda, as notícias e repercussões acerca de morte de pessoas T podem ser desprezadas no Facebook, tudo em favor de um ambiente dócil, feliz, e, como

mostrado nesse caso, identitário. Isso seria um problema para os movimentos político sociais que vem se adequando as redes sociais para tentar se expandir, como colocado na introdução da pesquisa? Será que pelo caráter geral dessas maiores páginas não estarem vinculadas a uma política institucional ou canal de notícias seria o que causa ou o que procede uma criação de ambientes-bolha em redes?

BIBLIOGRAFIA

ALMEIDA, HELGA. Cyberativismo e primavera árabe: um estudo sobre o uso da internet no Egito para a construção da grande ruptura de 2011. Revista de discentes de ciências políticas da UFSCAR, vol. 1-n. 2- 2013. Disponível em: <<http://www.agendapolitica.ufscar.br/index.php/agendapolitica/article/download/17/14>>.

BOYD, Danah, and Nicole Ellison. "Social network sites: definition, history, and scholarship". IEEE Engineering Management Review 3.38 (2010): 16-31.

CARDON, Dominique. "Vertus démocratiques de l'Internet." La vie des idées 10 (2009).

CASTELLS, M.; FERNANDEZ-ARDEVOL, M.; QIU, J. L. & SEY, A. "Comunicação móvel e sociedade: uma perspectiva global". Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian. (2009).

CYPRIANO Cristina Petersen and DOS SANTOS, Francisco Coelho. "Redes sociais, redes de sociabilidade." Revista Brasileira de Ciências Sociais 29.85 (2014): 63-78.

FACCHINI, Regina. "Sopa de letrinhas? Movimento homossexual e produção de identidades coletivas nos anos 90". Rio de Janeiro: Garamond. (2005).

FOUCAULT, Michel. "Vigiar e punir: história da violência nas prisões." 29. ed. Petrópolis: Vozes, (2000).

FOUCAULT, Michel. "Microfísica do Poder." 16 edição. Rio de Janeiro, Graal. (2001).

LIPSET. "Political Man: The social basis of modern politics." Nova York, Anchor. P. 76 - 79. (1963)

MELLO, L.; BRAZ, C.; FREITAS, F. R. A. de; AVELAR, R. B. de. "Questões LGBT em debate: sobre desafios e conquistas". Goiânia: Sociedade e Cultura, v. 15, n. 1. (2012). Disponível em: <<http://www.revistas.ufg.br/index.php/fchf/article/view/20680/12331>>.

MOITA LOPES, L. P. Stories through which we are woven: constructing masculinity in the language classroom. Trabalho apresentado no XII World Congress of Applied Linguistics, AILA' 99. Tokyo: mimeo, no prelo, 1999.

MORAES, DÊNIS. "Comunicação virtual e cidadania: movimentos sociais e políticos na Internet. (2000). Disponível em: <<http://www.almanaquedacomunicacao.com.br/artigos/1598.html>>.

PÉRET, Flávia. "Imprensa gay no Brasil: entre a militância e o consumo". Publifolha. (2011).

SHIRKY, C. "A cultura da participação". Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor. (2010).

SOUZA, Marcelo J. L. de. "O Território: Sobre Espaço e Poder, Autonomia e Desenvolvimento". In: CASTRO, Iná E. de; GOMES, Paulo C. da C.;e, CORRÊA, Roberto L. "Geografia: Conceitos e Temas". 15ª Ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil. (2012).

TILIO, Rogério Casanovas. "Reflexões acerca do conceito de identidade." Revista Eletrônica do Instituto de Humanidades 1.1. p. 109-119. (2009).