

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO
ARIZE SOUSA FERNANDES DE OLIVEIRA

**LUGARES DO ARCO-ÍRIS: UM OLHAR PARA COMUNIDADE LGBT+
A PARTIR DA ANTROPOLOGIA DIGITAL**

RIO DE JANEIRO

2020

ARIZE SOUSA FERNANDES DE OLIVEIRA

**LUGARES DO ARCO-ÍRIS: UM OLHAR PARA COMUNIDADE LGBT+
A PARTIR DA ANTROPOLOGIA DIGITAL**

Dissertação de Mestrado apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Psicossociologia de Comunidades e Ecologia Social, no Instituto de Psicologia, Universidade Federal do Rio de Janeiro, como requisito parcial à obtenção do título de Mestre.

Orientadora: Profa. Dra. Mônica Machado

RIO DE JANEIRO

2020

CIP - Catalogação na Publicação

0481 Oliveira, Arize Sousa Fernandes de
 Lugares do arco-iris: um olhar para comunidade
 LGBTQ+ a partir da Antropologia Digital / Arize
 Sousa Fernandes de Oliveira. -- Rio de Janeiro,
 2020.
 133 f.

 Orientadora: Mônica Machado.
 Dissertação (mestrado) - Universidade Federal do
 Rio de Janeiro, Instituto de Psicologia, Programa
 de Pós-Graduação em Psicossociologia de Comunidades e
 Ecologia Social, 2020.

 1. Comunidades. 2. Mídias sociais. 3.
 Antropologia Digital. 4. Comunidade LGBTQ+. 5.
 Diversidade sexual. I. Machado, Mônica, orient. II.
 Título.

ARIZE SOUSA FERNANDES DE OLIVEIRA

**LUGARES DO ARCO-ÍRIS: UM OLHAR PARA COMUNIDADE LGBT+
A PARTIR DA ANTROPOLOGIA DIGITAL**

Dissertação de Mestrado apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Psicossociologia de Comunidades e Ecologia Social, no Instituto de Psicologia, Universidade Federal do Rio de Janeiro, como requisito parcial à obtenção do título de Mestre.

Banca Examinadora:

Prof.^a Dr.^a Mônica Machado (Orientadora)

Prof.^a Dr.^a Carla Barros

Prof.^a Dr.^a Cristiane Costa

RIO DE JANEIRO

2020

AGRADECIMENTOS

Mais do que o valor acadêmico de produção de conhecimento, esta pesquisa tem valor pessoalmente importante. Graças a ela, eu conheci pessoas incríveis, construí novas ideias, tive contato com novos pontos de vista e aprendi mais histórias e teorias sobre a comunidade que hoje, mais do que nunca, chamo de minha. Em tempos sombrios, nos quais a falta de lucidez guia tantas decisões, o conhecimento é sempre uma forma de resistência. Por isso, meu primeiro grande ‘obrigada’ é para a Universidade Federal do Rio de Janeiro e para todos que ainda tornam possível o ensino superior gratuito e de qualidade neste país. Nesse contexto, um obrigado especial à ECO, por ter sido o começo de tantas ideias novas, e ao EICOS por ceder espaço a reflexões tão importantes sobre nossa relação com o mundo.

“Obrigada” é uma palavra muito curtinha pra caber o tamanho da minha gratidão pela minha orientadora, a Mônica Machado. Por indicar caminhos, por ser referência, por compreender minhas ausências, por compartilhar as angústias, por entender minhas ideias e por me inspirar: obrigada por tanto! Às queridas professoras Cristiane Costa e Carla Barros, meu muito obrigada por tanta generosidade e parceria na minha qualificação, e por todos os insights que contribuíram imensamente com o resultado desta pesquisa. Aos meus queridos, Rondon, Nathalia, Carol, Isabela, Helena, e todos do grupo de pesquisa, obrigada por terem sido bons companheiros nessa jornada. Um obrigado especial à Camilla, por todos os áudios e pelas mil conversas no WhatsApp, e por dividir as expectativas (e também os sofrimentos) nessa aventura do mestrado. Aos meus interlocutores da pesquisa, voluntários da Casinha, agradeço por serem tão fascinantes e acolhedores.

A toda vibração positiva, aos meus pais, minha irmã, família, amigos e colegas de trabalho, obrigada por terem me dado todo o suporte necessário para trilhar este caminho. Um obrigado especial aos amigos que são minha casa e que compreenderam minha ausência.

E ao meu amor, Lohanne, meu muito obrigada por ter contribuído com muito mais do que a entrega desta dissertação (e olha que sua ajuda não foi pouca: não me deixou desistir, leu, releu, sugeriu, incentivou). Mas mais do que isso: obrigada por ser minha maior inspiração acadêmica, por me apoiar em tudo e por trazer todos os dias as cores do arco-íris pro meu mundo.

RESUMO

OLIVEIRA, Arize Sousa Fernandes. Lugares do arco-íris: um olhar para comunidade LGBTQ+ a partir da Antropologia Digital. Rio de Janeiro, 2020. Dissertação (Mestrado em Psicossociologia de Comunidades e Ecologia social) — Instituto de Psicologia, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2018.

Partindo do referencial teórico da Antropologia Digital (MILLER *et al.*, 2016; HINE, 2015; MACHADO, 2017; MILLER e HORST, 2012; MILLER e SINANAN, 2017), esta pesquisa se dedicou a investigar os usos das mídias sociais pela comunidade LGBTQ+ nos dias de hoje, avaliando oportunidades e restrições (COSTA, 2016), para este momento historicamente situado (MARKHAM e BAYM, 2009). O trabalho de campo foi realizado com um grupo de pessoas participantes de uma ONG LGBTQ+ no Rio de Janeiro e analisou tanto aspectos midiáticos organizacionais, no âmbito institucional da ONG, quanto aspectos individuais, no âmbito particular dos voluntários. O conceito de lugar, enquanto espaço de construção de experiências e sentidos (TUAN, 2013), foi utilizado para articular as reflexões sobre a ONG, a vivência comunitária, a esfera particular e a interferência mercadológica. Os principais resultados apontaram seis principais marcas de retenção (MILLER E SINANAN, 2014) das publicações LGBTQ+ nas mídias sociais: o humor; o sentimento de pertencimento a uma comunidade; a narrativa contra o conservadorismo e atuação micropolítica; questões de representatividade e identificação; a preocupação com a exposição e a privacidade e implicações publicitárias. Considerando o digital como revelador de vínculos socioculturais, apontamos para novas configurações interacionais no contexto LGBTQ+, possibilitadas pelas plataformas digitais.

Palavras-chave: Comunidades, Antropologia Digital, comunidade LGBTQ+, mídias sociais, diversidade sexual

ABSTRACT

OLIVEIRA, Arize Sousa Fernandes. Lugares do arco-íris: um olhar para comunidade LGBT+ a partir da Antropologia Digital. Rio de Janeiro, 2020. Dissertação (Mestrado em Psicossociologia de Comunidades e Ecologia social) — Instituto de Psicologia, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2020.

Starting from the theoretical framework of Digital Anthropology (MILLER et al., 2016; HINE, 2015; MACHADO, 2017; MILLER and HORST, 2012; MILLER and SINANAN, 2017), this research was dedicated to investigate the uses of social media by the LGBT community nowadays, evaluating opportunities and restrictions (COSTA, 2016), for this historically situated moment (MARKHAM and BAYM, 2009). The fieldwork was carried out with a group of people participating in an LGBT NGO in Rio de Janeiro and analyzed both organizational media aspects, in the institutional scope of the NGO, and individual aspects, in the private scope of the volunteers. The concept of place, as a space for the construction of experiences and meanings (TUAN, 2013), was used to articulate the reflections on the NGO, the community experience, the private sphere and the market interference. The main results showed six main points based on theory of attainment (MILLER AND SINANAN, 2014) about LGBT publications on social media: humor; the feeling of belonging to a community; the narrative against conservatism and micropolitical action; representativeness and identification issues; the concern with exposure and privacy and advertising implications. Considering the digital as revealing socio-cultural ties, we point to new interactive configurations in the LGBT context, made possible by digital platforms.

Keyword: Communities, Digital Anthropology, LGBT community, social media, sexual diversity

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Quadro 1: Fases do movimento homossexual no Brasil	28
Quadro 2: Dados gerais dos entrevistados	41
Quadro 3: Dados gerais dos eventos observados	41
Quadro 4: Resumo da operacionalização da pesquisa	50
Quadro 5: Aspectos relacionados a cada mídia	88
Figura 1: Abordagem inicial e retorno	55
Figura 2: Troca de mensagens no agendamento das entrevistas	56
Figura 3: Parte do post da Casinha em 5 de junho de 2019 - Explicação sobre a ONG	58
Figura 4: Espaço de realização de parte dos eventos da ONG Casinha	59
Figura 5: Parte do post da Casinha em 22 de maio de 2019 - Chamada para voluntário	61
Figura 6: Post da Casinha 2 de agosto de 2019 - Humor no dia da visibilidade lésbica	64
Figura 7: Post da Casinha 4 dezembro 2019 - Humor na chamada pra aula de defesa	64
Figura 8: Post da Casinha em 14 de junho de 2019 - Exemplo ‘Você é nosso orgulho’	66
Figura 9: Post da Casinha em 18 de junho de 2019 - Exemplo ‘LGBTs no mundo’	67
Figura 10: Post da Casinha em 12 de abril de 2019 - Exemplo de publicações datadas	68
Figura 11: Foto do orgulho no perfil no Facebook em 28 de junho de 2018	70
Figura 12: Publicação em 30 de junho de 2019 sobre orgulho	71
Figura 13: Publicação em 17 de julho de 2019 sobre orgulho	71
Figura 14: Montagem de imagens com arco-íris	72
Figura 15: Publicação em 23 de maio de 2019 sobre a ONG	73
Figura 16: Publicação em 6 de julho de 2019 sobre a ONG	73
Figura 17: Publicação em 29 de julho de 2019 sobre a ONG	74
Figura 18: Publicação em 9 de julho de 2019 sobre a ONG	74
Figura 19: Publicação em 14 de dezembro de 2019 sobre identificação	77
Figura 20: Publicação em 8 de setembro de 2019 contra o conservadorismo	79
Figura 21: Publicação em 9 de julho de 2019 contra o conservadorismo	79
Figura 22: Publicação em 8 de outubro de 2018 relacionada à política	81
Figura 23: Publicação em 12 de abril de 2018 sobre representatividade	82
Figura 24: Publicação em 18 de outubro de 2018 sobre representatividade	84
Figura 25: Nuvem de palavras com o volume de menções das mídias sociais	87
Figura 26: Gráfico com o volume de menções de aplicativos de relacionamento	88
Figura 27: Reprodução das reações e seleção de comentários do jornal O Globo	92
Figura 28: Publicação com destaque para a recomendação	92
Figura 29: Publicação em 1 de agosto de 2019 - Prestação de contas	102
Figura 30: Publicação em 29 de junho de 2019 sobre a Campanha com Ambev	103

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	9
1. MOMENTO HISTORICAMENTE SITUADO	13
1.1 O DIGITAL COMO UMA FORMA DE ESTAR NO MUNDO	13
1.1.1 ANTROPOLOGIA DIGITAL	13
1.1.2 MÍDIAS SOCIAIS	16
1.1.2.1 O social da mídia	16
1.1.2.2 A mídia do social	17
1.2 SENTIDOS LOCAIS DE PRECONCEITO E MOBILIZAÇÃO	19
1.2.1 COMUNIDADE LGBT+	19
1.2.1.1 A favor da comunidade: vínculos	19
1.2.1.2 Contra a comunidade: notas sobre preconceito	23
1.2.2 DO PECADO NEFANDO AO CIBERATIVISMO	26
1.2.2.1 Histórico e evolução	26
1.2.2.2 LGBT ou LGBTQI+? Notas sobre o nome	29
1.2.2.3 Notas sobre circunstâncias atuais	32
1.2.3 CONSTRUÇÕES DE SENTIDO LGBT+ ONLINE	33
1.2.3.1 Um debate teórico	33
1.2.3.2 Iniciativas diversas	37
2. PERCURSO METODOLÓGICO	41
2.1 PESQUISA QUALITATIVA E MÉTODO ETNOGRÁFICO	42
2.1.1 BASE METODOLÓGICA	42
2.1.2 PERSPECTIVA ETNOGRÁFICA	44
2.2 PROCEDIMENTOS ANALÍTICOS	46
2.2.1 TÉCNICAS ESCOLHIDAS	46
2.2.2 PERCURSO ANALÍTICO INTERPRETATIVO	50
2.2.3 EIXOS DE ANÁLISE	51
3. OPORTUNIDADES E RESTRIÇÕES	54
3.1 O LUGAR DE PARTIDA: SOBRE A CASINHA	57
3.2 O LUGAR É NOSSO: COMUNIDADE E MOBILIZAÇÃO	68
3.2.1 SENTIMENTO DE PERTENCIMENTO	69
3.2.2 NARRATIVA CONTRA CONSERVADORISMO E MICROPOLÍTICA	78
3.2.3 QUESTÕES DE REPRESENTATIVIDADE E IDENTIFICAÇÃO	82
3.2.4 POLYMEDIA	86
3.3 O LUGAR É MEU: PRIVACIDADE E EXPOSIÇÃO	90
3.3.1 O MUNDO DA BOLHA	90
3.3.2 SOB OLHARES	94
3.3.3 A DESCOBERTA DO ESCONDERIJO	99
3.4 O LUGAR TAMBÉM É DELES: PRESENÇA DAS MARCAS	101
CONSIDERAÇÕES FINAIS	107
REFERÊNCIAS	111
ANEXOS E APÊNDICES	120

INTRODUÇÃO

A política, a economia, o entretenimento e outros tantos aspectos do cotidiano já são intrinsecamente afetados pelas mídias digitais. O sucesso de campanhas eleitorais nos dias de hoje, por exemplo, conta com estratégias que envolvem Facebook e WhatsApp (BRUNO; ROQUE, 2019). Outro dado relevante nesse sentido é o quanto o digital vem tomando o espaço que antes era dominado pela televisão: a internet é a principal fonte de informação das pessoas e, atualmente, elas já passam mais tempo navegando do que assistindo TV¹.

Neste contexto, no qual o digital é parte relevante do cotidiano, questionamos se a internet pode contribuir com a promoção do bem-estar e mais tolerância à comunidade LGBT+². Essa foi uma das perguntas norteadoras da presente pesquisa. Analisamos as oportunidades e articulações disponíveis e também refletimos sobre as limitações e restrições que se impõe a essa comunidade.

Vale ressaltar que o aspecto digital, neste trabalho, não é tratado como um espaço apartado da arena offline. Desta forma, para dar conta dos aspectos socioculturais inerentes aos usos e escolhas nas plataformas digitais, este estudo está ancorado nos preceitos da Antropologia Digital (MILLER *et al.*, 2016; HINE, 2015; MACHADO, 2017b; MILLER e HORST, 2012; MILLER e SINANAN, 2017). Isso equivale a dizer que tomamos as análises realizadas no ambiente digital como integradas ao cotidiano das pessoas e conjugadas às circunstâncias que se desenrolam offline.

Partimos da ideia de que as pessoas moldam os usos e as funcionalidades das plataformas online. Castells (2011) enfatiza que a sociedade em rede não é um produto do desenvolvimento tecnológico, mas o contrário disso: é a sociedade que dá forma à tecnologia, de acordo com as necessidades, valores e interesses das pessoas que as utilizam. Da mesma forma como elucida Hine (2004): o agente da mudança não é a tecnologia em si, e sim os usos e as construções de sentido ao redor dela. Assim, o questionamento inicial “A internet fortalece a comunidade LGBT?” se torna mais bem formulado considerando o movimento como agente: “A comunidade LGBT+ se fortalece com a internet?”. Isso porque os recursos online se configuram a partir de desejos e realidades das pessoas.

¹ Conforme aponta Cruz (2019, p.27) com base nas pesquisas realizadas pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), a Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílio, e pela Secretaria de Comunicação da Presidência da República (a Pesquisa Brasileira de Mídia).

² Optamos por usar a sigla LGBT+ (lésbicas, gays, bissexuais, transexuais e demais designações) por ela ser comumente utilizada, nos dias de hoje, para se referir a orientações sexuais diferentes da heterossexual e/ou de orientações de gênero diferentes da cisgênera. Mais detalhes na seção 1.2.2.2.

Além desse questionamento, também partimos de outras perguntas: como as iniciativas online podem impactar vidas de lésbicas, gays, bissexuais e transexuais? Como as pessoas incorporam redes de apoio em seus cotidianos? O que é fácil ou conflituoso na transição das relações online para o offline? Como as noções de privacidade e exposição assumem diferentes configurações na internet e pessoalmente?

O trabalho de campo da pesquisa foi realizado com um grupo de pessoas participantes de uma ONG LGBTQ+ no Rio de Janeiro, a Casinha³, através de entrevistas, análises nas redes sociais e observação participante. O objetivo geral do estudo foi investigar as oportunidades dos usos das mídias sociais pela comunidade LGBTQ+ no Brasil. Especificamente, buscamos compreender as experiências de interação online e offline da ONG estudada, identificando a motivação de uso das principais plataformas digitais utilizadas e analisando as construções de sentido em torno das mídias sociais avaliadas. O estudo mesclou análises em diferentes níveis: investigamos aspectos ligados à esfera institucional da ONG e também analisamos fatores pessoais, relacionados à experiência particular de cada voluntário em suas mídias sociais.

Sabemos que a pauta LGBTQ+ no meio acadêmico é recorrente. Existem diversas pesquisas que refletem sobre a vivência não normativa dessas pessoas nas Ciências Sociais, Biomédicas, na Educação, nas Artes e na Comunicação, por exemplo. Para a Psicologia, a temática também se apresenta como relevante. Na base de publicações da *American Psychological Association* (APA) foram identificados mais de 250 trabalhos, entre 2005 e 2019, com temáticas relacionadas à homossexualidade⁴.

No Brasil, Facchini e França (2009) apontam que houve uma rápida incorporação de temáticas relacionadas à homossexualidade nas pautas dos centros de pesquisas e nas universidades brasileiras. Elas mencionam, em 2009, a existência de 3.520 trabalhos resultantes de uma busca na Plataforma Lattes usando as palavras “homoerotismo”, “homossexualidade”, “gay”, “lésbica” e “*queer*”. Em uma busca similar, realizada em 2019, foram identificados 11.444 pesquisadores na mesma plataforma⁵, o que evidencia a expansão da produção de trabalhos acadêmicos da temática.

³ A Casinha é uma ONG no Rio de Janeiro que atua em prol da comunidade LGBTQ+. Por ter suas atividades fortemente impactadas pelas mídias sociais, ela foi escolhida como nosso *locus* de estudo.

⁴ Resultado da pesquisa realizada no site <<https://www.apa.org>>, na seção APA Publications, em 12 fev 2019. A APA é considerada a maior associação de psicologia do mundo, com mais de 150 mil membros.

⁵ Pesquisa realizada em 24 fev. 2019 na Plataforma Lattes, o banco de currículos de pesquisadores mantido pelo CNPq, disponível em <<http://buscatextual.cnpq.br/buscatextual/busca.do>>. A busca avançada por assunto foi feita na consulta com “qualquer uma dessas palavras”, inserindo os termos “homoerotismo”, “homossexualidade”, “gay”, “lésbica” e “*queer*”.

Por que ainda é tão importante falar sobre diversidade sexual? Rubin (2003) defende que, assim como o gênero, a sexualidade é política e, portanto, organizada em sistemas de poder. Esses sistemas recompensam e encorajam alguns indivíduos e atividades, ao passo que punem e suprimem outros. De acordo com a autora, o debate sobre as sexualidades pode ser julgado como diversionista, mas é um tema importante, devido ao seu simbolismo e função social. Nos tempos em que existem instabilidades sociais, é importante refletir sobre a dinâmica dos sistemas de gênero e sexualidade, pois ela permeia interesses políticos, interferem nas dinâmicas sociais e impactam em pautas de desenvolvimento do país. Isso se torna ainda mais claro quando observamos o teor das notícias falsas compartilhadas durante o primeiro turno eleitoral em 2018. As imagens veiculadas não faziam menção direta aos candidatos à Presidência, e sim a um conjunto de ideias e valores que davam suporte à campanha do presidente posteriormente eleito, dentre eles, “os temores e tabus relacionados à defesa de direitos no âmbito da diversidade sexual e do feminismo” (BRUNO; ROQUE, p.20, 2019).

Além da relevância social, essa pesquisa também contribui com estudos acadêmicos, pois se propõe a investigar os comportamentos online dos grupos de LGBTs, temática ainda pouco explorada em estudos brasileiros. Assim, o ineditismo deste trabalho se refere especialmente à abordagem da comunidade LGBT+ no Brasil a partir da Antropologia Digital. Neste sentido, o presente trabalho considera o que aponta MacKee (2016) a respeito dos estudos que investigam os desdobramentos do uso da internet. Como as tendências da sociabilidade online estão em constante transformação, os estudos desse tipo criam espaços para registrar historicamente o comportamento de um determinado grupo.

Sendo assim, coloca-se em pauta os usos sociais do ambiente digital. Noções de redes, mídias e comunidade são trabalhadas a partir de concepções de diversos autores. Na construção teórico-metodológica e nas análises feitas, alguns conceitos procedentes de contextos e escolas diferentes tornaram-se operacionais para guiarem a investigação.

Este trabalho tem inspiração em estudos de pesquisadoras brasileiras a respeito da sociabilidade digital (MACHADO, 2017b; BRAGA, 2008). Tais estudos foram essenciais para pensar tanto as referências bibliográficas desta dissertação, como a estrutura e modelo de análise. Também foram importantes, neste sentido, os trabalhos de outras autoras que investigaram recentemente as oportunidades online para comunidades e grupos específicos (BARBOSA, 2019; MOURA, 2019; VARELLA, 2018).

Com relação a estrutura da dissertação, duas considerações de autores que se dedicam aos estudos em ambientes online foram fundamentais. A primeira delas reconhece que as

práticas de pesquisa que envolvem contextos digitais devem ser situadas e ter contextualização institucional, econômica e social (MARKHAM e BAYM, 2009). Por isso, o primeiro capítulo deste estudo se intitula ‘MOMENTO HISTORICAMENTE SITUADO’ e contém nossa fundamentação teórica (especificamente, no ‘1.1 O DIGITAL COMO UMA FORMA DE ESTAR NO MUNDO’), além de um amplo panorama sobre o movimento LGBTQ+ nos dias de hoje (especificamente no ‘1.2 SENTIDOS LOCAIS DE PRECONCEITO E MOBILIZAÇÃO’). Nesse primeiro capítulo, apresentamos nossas principais referências teóricas, propomos uma discussão a respeito dos sentidos de associação e mediação das mídias sociais, tratamos das configurações da comunidade LGBTQ+, traçamos um possível histórico do movimento pertinente ao nosso estudo e sinalizamos iniciativas online correlacionadas.

Na sequência, o capítulo sobre o ‘PERCURSO METODOLÓGICO’, expõe a pertinência dos conceitos utilizados para análise e operacionalização da pesquisa. Apontamos pragmaticamente os critérios de qualidade que seguimos, as técnicas selecionadas e os eixos de análise (estipulados a partir das recorrências nos temas), para nossa avaliação dos dados coletados. Além disso, explicamos nossa aplicação de técnicas de inspiração etnográfica, investindo em observação participante, registro em diário de campo e seleção de informantes para a aplicação de entrevistas abertas. Isso nos possibilitou construir um relato acerca dos vínculos comunitários no âmbito microscópico. Também pontuamos nesse capítulo, a análise interpretativa do material que compõe o conjunto de dados desta pesquisa.

A segunda consideração de autores que se dedicam aos estudos em ambientes online é o entendimento de que o espaço online oferece oportunidades e restrições (COSTA, 2016). Desta forma, o terceiro capítulo ‘OPORTUNIDADES E RESTRIÇÕES’ dispõe os dados coletados, que possui as experiências e declarações analisadas sob esse ponto de vista. Esse capítulo está dividido de acordo com os quatro eixos de análise: ‘o lugar de partida’, que trata dos aspectos relacionados à ONG; ‘o lugar é nosso’, que aborda as marcas de retenção da comunidade analisada nos meios online e o debate sobre o uso das plataformas; ‘o lugar é meu’, que aprofunda a análise sobre as questões de privacidade, traço tão caro ao público estudado, e ‘o lugar também é deles’, que aponta os sentidos ligados à correlação com o mercado e a publicidade. Fizemos a avaliação de oportunidades e restrições pautada em ‘lugares’, partindo da ideia de que ‘lugar’ é um conceito construído a partir da experiência e dos sentidos, independente da condição online ou offline.

1. MOMENTO HISTORICAMENTE SITUADO

A proposta desta pesquisa atravessa algumas temáticas: usos dos ambientes digitais, impacto das mídias, vínculos de comunidade e vivência de sexualidades e gêneros não normativos. Para embasar o estudo, adotam-se teorias e dados pertinentes a cada um desses campos. Nesta seção, a fim de situar a pesquisa, estão organizados na primeira parte, o debate sobre o digital e as mídias sociais e na segunda parte, a discussão teórica sobre comunidades e a evolução do movimento LGBT+.

1.1 O DIGITAL COMO UMA FORMA DE ESTAR NO MUNDO

Estamos imersos no ambiente digital e, no contexto urbano ocidental, já é praticamente impensável um mundo que não tenha seu desdobramento online e midiaticado. Neste debate sobre o digital e as mídias sociais, apresentamos o aporte teórico escolhido para a realização desta pesquisa, ressaltando sua pertinência para o atual contexto em nosso país.

1.1.1 ANTROPOLOGIA DIGITAL

O Brasil se destaca em números associados à internet: é campeão de usuários de mídias sociais na América Latina e o 2º país que passa mais tempo nelas, com média de 3h39 de uso por dia⁶. As interações online fazem parte do nosso dia a dia e pesquisadores têm buscado entender os lugares e papéis da internet nesse novo mundo, reconhecendo que as pessoas vivem em seus cotidianos atribuindo sentido às novas capacidades online (MARKHAM e BAYM, 2009).

É nesse cenário que é desenvolvido o presente trabalho, que observa as opiniões, atividades e arranjos interacionais de um grupo específico de pessoas LGBT+, formado a partir das mídias sociais. As interlocuções digitais foram fundamentais para o estabelecimento das ações da Casinha, ONG que atua desde 2017 através das redes sociais. As postagens nos perfis oficiais formaram uma rede entre os que podem ajudar e os LGBTs que precisam de ajuda. Além do próprio serviço de mensagens das mídias sociais, formulários e e-mail foram divulgados nos perfis da ONG para receber solicitações e buscar voluntários. As mídias sociais também foram importantes para mobilizar atividades para arrecadação de verba, como

⁶ Resultados da pesquisa Digital in 2018, disponível em: < <https://wearesocial.com/blog/2018/01/global-digital-report-2018>>

a realização de eventos e a publicação de parcerias. A Casinha ilustra como plataformas digitais podem ser utilizadas como forma de obter apoio e oferecer solidariedade.

Afinal, a internet “alterou substancialmente a forma de interação do público com um meio de comunicação, possibilitando novos modos de lutar por velhas causas” (BRAGA, 2008, p.258). Sites, aplicativos, redes sociais e diversos meios online fazem parte do cotidiano. Diversos autores sublinham as mudanças na sociedade em razão das transformações tecnológicas e da vivência online. Lévy (1999) sinalizou a evolução contemporânea das comunicações e a emergência do ciberespaço; Castells (2011) delineou, com a expansão da telefonia e a hegemonia das Tecnologias da Informação e Comunicação (TICs), a entrada definitiva na sociedade em rede; Van Dijck (2013) alertou a passagem da comunicação em rede para uma socialidade moldada por plataformas, em uma cultura de conectividade. Essas referências ilustram que o tema da internet e seus impactos na sociedade são recorrentes e têm se tornado objeto de estudo em diversas áreas do conhecimento.

A sociabilidade online tem sido tema de investigação, sendo tomada como um novo domínio da existência humana, com métodos e teorias criados a partir de cenários que mudam com bastante frequência (HINE, 2015). Com relação aos métodos de pesquisa dos fenômenos online, Schneidermann (2018) sintetiza, com base no *Sage Handbook for Qualitative Research* (MARKHAM, 2017), que podem ser verificados três tipos de abordagem da internet nos estudos: (1) a internet como ferramenta para comunicação; (2) como um mundo ou um lugar distinto do real; (3) como uma maneira de estar no mundo. Esta última perspectiva argumenta que devemos tratar a internet como um meio continuado e embutido em outros espaços sociais (MILLER & SLATER, 2000).

Ou seja, pesquisadores se concentram nos vínculos mediados pelas plataformas digitais e, nesse sentido, não tomam a arena online como um espaço desconectado da “vida real”, afinal, a vida online é “profundamente embebida e influenciada pelas realidades diárias da vida corporificada” (BAYM, 2010, p. 152). Em outras palavras, o que se pensa como efeito das tecnologias, na verdade, está correlacionado a conjuntos particulares de dinâmicas sociais (HINE, 2009). Esse trabalho compartilha deste ponto de vista.

No livro *Digital Anthropology*, Horst e Miller (2012) exploram a importância de uma abordagem antropológica da cultura digital. As principais afirmações dos autores podem ser sintetizadas em três pontos: (1) a tecnologia digital não transformou fundamentalmente o que significa ser humano; (2) a cultura digital não é mais mediada do que antes; (3) a humanidade dentro do contexto digital não é menos autêntica que a vida pré-digital.

Explicando de forma mais genérica, o surgimento da Antropologia Digital como um subcampo, está em oposição resoluta a todas as abordagens que sugerem que se tornar digital nos tornou menos humanos, menos autênticos ou mais mediados. Não somente permanecemos tão humanos quanto antes dentro do mundo digital, como o digital também oferece muitas novas oportunidades para a antropologia nos ajudar a entender o que significa ser humano (HORST e MILLER, 2012, p.4, tradução livre).

Assim, esta pesquisa foca naquilo que é central para a antropologia: o comportamento humano. E tomamos a perspectiva do digital como uma experiência sociocultural, reveladora de vínculos entre vivências locais e os usos das mídias digitais. Ou seja, a observação do comportamento online é perpassada por outras questões políticas, culturais e sociais. As telas dos milhares de computadores e smartphones são capazes de refletir aquilo que faz parte do cotidiano compartilhado pelas pessoas.

Nesse contexto, duas concepções são fundamentais para o presente estudo: *polymedia* e *theory of attainment*. A primeira articula ideias importantes, pois um dos objetivos específicos da pesquisa é identificar a motivação dos usos das plataformas digitais. Há uma profusão de aplicativos de comunicação disponíveis e para refletir sobre opções e escolhas nesse universo, tomamos como base trabalhos que abordam a *polymedia* e as questões afetivas e simbólicas nos usos dessas plataformas (MADIANOU, MILLER, 2013, MACHADO, 2017b). No âmbito da *polymedia*, os espaços de interação online são interpretados como um conjunto interdependente e as pessoas exploram as oportunidades dos recursos disponíveis de acordo com os seus interesses emocionais (MADIANOU, MILLER, 2013). Isso será visto com mais detalhes na análise das entrevistadas e do material coletado.

A segunda concepção também contribui com os objetivos específicos desta pesquisa, tanto para compreender as experiências de interação, quanto para analisar as construções de sentido em torno das mídias sociais. A *theory of attainment*, proposta por Miller e Sinanan (2014) pode ser entendida como “marcas de retenção” que evidenciam na expressão digital dos usuários, traços culturais precedentes, sem deixar de considerar a formação de novos sentidos. É possível identificar evidências de experiências culturais reinseridas no ambiente digital, e assim, as mídias sociais expressam sentidos culturais locais. Portanto, observar o que existe nas redes online brasileiras, só faz sentido diante da dinâmica social existente no nosso país. Desta forma, na segunda parte deste capítulo, analisamos o panorama LGBTQ+ no Brasil. Antes, na subseção seguinte, trataremos das mídias sociais.

1.1.2 MÍDIAS SOCIAIS

Mais do que apresentar uma definição, nesta seção, tratamos da conceituação teórica que adotamos neste estudo e discutimos sobre pontos pertinentes a esta pesquisa: o que há de sociável e o que há de midiático nas tão faladas mídias sociais.

Redes sociais ou mídias sociais? Miller *et al.* (2016) salientam que originalmente as plataformas, como Orkut e MySpace, eram lugares onde as pessoas podiam formar redes, com amigos de amigos ou reencontrando velhos amigos. Depois de um tempo esses sites foram transformados, em grande parte por seus usuários, em locais de interação mais constante. Então o sentido de redes expansivas foi substituído pelo de mídias sociais, meios online pelos quais as pessoas socializam (MILLER *et al.*, 2016), definição utilizada nesta pesquisa⁷. As principais plataformas de mídias sociais indicadas pelos autores são: Facebook, WhatsApp, QQ, WeChat, Instagram, Twitter e SnapChat.

1.1.2.1 O social da mídia

Mais do que uma tecnologia, as mídias sociais viabilizam a interação entre seres sociais. Indivíduos, com laços de associação incessantemente feitos e desfeitos, que vivem e agem, influenciando uns aos outros a partir de impulsos e interesses diversos, conscientes ou não, efêmeros ou permanentes (SIMMEL, 2006).

Inclusive, Braga (2008), defende que a sociabilidade - forma de interação social pautadas pelo descompromisso com a seriedade dos conteúdos- observada no contexto online, pode revelar a natureza mais profunda da realidade em que se vive. Isto porque esses momentos de sociabilidade tornam-se mais propensos ao fluxo de conteúdos espontâneos, íntimos ou inconscientes, do que em outras situações mais sérias.

Miller *et al.* (2016) também defendem um aspecto relevante a respeito das relações sociais online. Os autores afirmam que antropólogos são interessados em como as pessoas se associam dentro de uma sociedade. Dessa forma, uma das características que definem as

⁷ Ainda que mídias sociais seja o conceito escolhido para esta dissertação, também usamos o termo redes sociais, especialmente porque já possui um sentido popularmente usado para definir plataformas digitais como Facebook, Twitter, Instagram e outros sistemas que, conforme definem Boyd e Ellison (2007), permitem (1) construir um perfil público ou semi-público dentro de um sistema limitado, (2) articular uma lista de outros usuários com os quais compartilham uma conexão e (3) visualizar e percorrer sua lista de conexões e aquelas feitas por outras pessoas dentro do sistema. Assim, usamos tanto redes, quanto mídias sociais. O primeiro foi mais utilizado no diálogo com os interlocutores e como sinônimo das plataformas. O segundo, em contextos de sentido mais amplo de socição.

mídias sociais é o que os autores chamam de sociabilidade escalonável. Significa dizer que as mídias sociais têm criado novos espaços para grupos entre o público e o privado. Antes das mídias sociais, a maior parte da comunicação era ou privada e de um-para-um (por exemplo, cartas ou telefone), ou transmissões públicas (por exemplo, rádio, TV, jornais). Diferente disto, as mídias sociais permitem dimensionar diferentes tamanhos de públicos e distintos graus de privacidade. Por exemplo, usuários do Facebook podem adotar diferentes estratégias para limitar e conter a exibição de sua vida pessoal e privada segmentando sua publicação para diferentes grupos.

Neste contexto, Costa (2016) ressalta que tendemos a ver as mídias sociais como uma ameaça à privacidade, mas, às vezes, elas podem aumentar a privacidade. A autora afirma que a mídia social privada levou a novas formas de socialização baseadas no indivíduo e facilitou o amor e o romance proibidos, livres das restrições da família e da sociedade que governam o mundo offline. Os smartphones de jovens podem armazenar fotos e conversas privadas, memes e memórias, fora do controle familiar. Desta maneira, as mídias sociais podem ser vistas como ferramentas libertadoras que facilitam a expressão de desejos reprimidos e a criação de relações sociais mais baseadas no indivíduo (COSTA, 2016). Essa concepção é especialmente importante para a dinâmica social de LGBTs, que podem encontrar nas mídias sociais um refúgio para fruição de seus desejos. Ainda que este refúgio não seja plenamente protegido. Aqui, iremos recorrer instrumentalmente a alguns conceitos a fim de melhor situar o debate da privacidade. As ciências sociais têm investido de diferentes maneiras sobre a sexualidade das pessoas (HEILBORN; BRANDÃO, 1999) e no universo LGBT+, a epistemologia do armário (SEDGWICK, 2007), isto é, o dispositivo de regulação da vida de gays e lésbicas, é um ponto relevante para as questões de privacidade também online. O armário ainda é uma característica fundamental da vida social de pessoas LGBT+, que fazem cálculos constantes, a cada nova experiência de sociação, a respeito da recepção das pessoas (SEDGWICK, 2007). Trataremos mais a fundo desse ponto na seção que trata sobre as relações entre privacidade e exposição.

1.1.2.2 A mídia do social

As mídias ocupam uma posição substantiva e inescapável na experiência e contextos contemporâneos. E, aqui, tomamos a mídia como “sistema cultural complexo que possui uma dimensão simbólica, que compreende a (re)construção, o armazenamento, reprodução e

circulação de produtos repletos de sentidos, tanto para quem os produz como para os que consomem” (MEDRADO, 2000, p.244).

Esses sentidos são circulados em diversos formatos e contribuem para formação e interpretação sociocultural, que impactam na identidade dos indivíduos (GIDDENS, 1993; THOMPSON, 2002). Somos influenciados por representações simbólicas e questões como “quem sou eu?” e “como posso me relacionar?” encontram respostas, muitas vezes, oferecidas pela mídia (RIBEIRO E SIQUEIRA, 2007). Os jornais, as revistas, a televisão e a internet apresentam infinitas possibilidades de ser e estar no mundo, que inspiram comportamentos diversos. E isso também se vale para o contexto LGBT+: a mídia, como observa Gray (2009), é o local central de produção do conhecimento social da identidade LGBT+. Ainda que o contato presencial e direto com pessoas homossexuais e trans não exista, ele pode ser mediatizado. A mídia é onde a maioria das pessoas, incluindo aquelas que virão a se identificar como LGBT+, primeiro verão ou conhecerão pessoas LGBT+ (GRAY, 2009).

E com a internet, as possibilidades de circulação de discursos de toda ordem aumentaram (RIBEIRO; ROHDEN, 2009). As pessoas ganharam espaço de disponibilizar conteúdo em larga escala. Sobre essa dispersão do monopólio da produção e veiculação midiática dos conteúdos, Braga (2008, p.258) afirma:

A Internet parece oferecer meios de democratização dos processos de produção e veiculação de conteúdos discursivos para seus/suas usuários/as, trazendo à cena uma inumerável diversidade de novos/as enunciadore/as e representações sociais das mais diversas ordens - do fascismo ao anarquismo- que se beneficiam da relativa ausência de regulamentação e custo de conteúdos a que estão sujeitos os meios de comunicação de massa (MCM).

Novos enunciadores estão em cena e isso pode ser tão positivo quanto negativo. Trataremos desse ponto também no capítulo das análises. Além de dar voz, as mídias sociais também permitem quebrar o agendamento midiático, quando passam a veicular notícias. Os grandes meios de comunicação conduzem a seleção, disposição, hierarquização e incidência de temas na mídia, conferindo importância a certo grupo de temas e negligenciando outras abordagens (BRUM, 2003; BARROS FILHO, 2001). Como também será visto, o perfil oficial da Casinha, por exemplo, veicula notícias, depoimentos e pessoas com abordagem diferenciada, fruto dessa democratização das mídias sociais.

Nesse sentido, a internet contribui com novas representações LGBT+. Conforme apontam Mcinroy e Craig (2016), ainda que jovens LGBT+ sejam cada vez mais representados na mídia tradicional (off-line), as produções, especialmente da TV, circulam

sentidos unidimensionais e estereotipados, ignorando muitos subgrupos LGBT+ e limitando a percepção dos jovens sobre suas trajetórias futuras. Os autores também identificaram, por outro lado, que as novas mídias (online) oferecem valiosos espaços para discussão e criatividade LGBT+ (MCINROY, CRAIG, 2016).

1.2 SENTIDOS LOCAIS DE PRECONCEITO E MOBILIZAÇÃO

Nesta segunda parte do capítulo, analisamos mais profundamente as bases de configuração LGBT+ enquanto comunidade, refletimos sobre a evolução histórica do movimento no Brasil e apontamos as possibilidades de construção online.

1.2.1 COMUNIDADE LGBT+

Quando pensamos em comunidade LGBT+ podemos associá-la tanto às forças de integração quanto às ameaças e ataques que sofre. Por isso, aqui, discutimos os sentidos de comunidade e preconceito que rondam o grupo.

1.2.1.1 A favor da comunidade: vínculos

O que é comunidade? Qual é a sua função? Qual o sentido de existência e instituição de uma comunidade LGBT+? Como essa comunidade tem se articulado no Brasil? Essas perguntas norteiam este debate teórico e algumas possibilidades de respostas são abordadas nesta seção.

Há um antigo debate em torno do conceito de comunidade, com contribuições de diversos autores (TÖNNIES, 1957; WUNDT, 1926; SIMMEL, 1894). Nas palavras de Weber (1987, p. 79): “O conceito de comunidade é mantido deliberadamente vago e consequentemente inclui um grupo muito heterogêneo de fenômenos”. Sua definição varia e está associada ao bem-estar na sociedade: “Comunidade, mais do que uma categoria científico-analítica, é extremamente sensível ao contexto social em que se insere, pois está associada ao debate milenar sobre exclusão social e ética do bem viver” (SWAIA, 1996, p.50).

Os filósofos contemporâneos compreendem a comunidade como experiência de vinculação (YAMAMOTO, 2013). Redes de apoio, coletivos, associações e outras formas de agrupamento podem ser pensadas como comunidades. Isto porque se costuma considerar

como comunidade a aglomeração de pessoas que habitam uma mesma região, ou um grupo de pessoas com um interesse em comum, ou que exerçam uma mesma atividade.

Para Bauman (2003), o sentido de comunidade remete à ideia de proteção, aconchego, refúgio. Essa ideia de refúgio acaba por constituir algumas questões paradoxais do conceito de comunidade: ao mesmo tempo que denota proteção e segurança, também impulsiona certo fechamento de visão de mundo, criação de guetos e espaços segmentados. Como veremos no capítulo de análises, esse fechamento também pode se configurar nas comunidades online. Ainda de acordo com Bauman (2003), a insegurança afeta a todos nós porque estamos imersos em um mundo fluido, flexível, desregulamentado e imprevisível, e assim, sentimos falta da comunidade. Quando esta visão de comunidade é focalizada nas questões LGBTQ+, a necessidade de segurança e proteção se faz ainda mais evidente, considerando o cenário de intolerância sexual e de gênero que pode ser observado nos dias de hoje: relatórios apontam que a cada 16 horas ocorre uma morte por fobia LGBTQ+ no Brasil (MARINHO; ENGLERT, 2019). Na luta contra o preconceito que motiva este cenário, o movimento LGBTQ+ mantém sua atuação desde os anos 1970, avançando com conquistas de direitos e visibilidade (FACCHINI e FRANÇA, 2009; TREVISAN, 2018).

A necessidade de segurança e proteção também integra o sentido de comunidade do ponto de vista da psicologia comunitária, que tem historicamente se concentrado em compreender o comportamento individual no contexto sociocultural (TRICKETT, 2009). Para Swaia (1996) a psicologia comunitária delimita seu campo de competência na luta contra a exclusão de qualquer espécie. Desta forma, os trabalhos comunitários partem das necessidades e carências tidas por um grupo. No caso da ONG estudada nesta pesquisa, a Casinha, os participantes se sensibilizaram pela vulnerabilidade pela qual passavam LGBTQs e investiram em um projeto comunitário para superar os desafios impostos pela insegurança.

A Casinha pode ser observada como uma instância singular e específica do que chamamos de comunidade LGBTQ+. Por outro lado, também é possível imaginar a comunidade LGBTQ+ como o grupo maior composto por pessoas e organizações que se unem, ainda que ideologicamente, em prol de menos intolerância. Esta perspectiva se alinha ao conceito de comunidades imaginadas (ANDERSON; 2008), criada para abordar o fenômeno do nacionalismo, definindo a nação como uma comunidade política imaginada com valor simbólico para seus membros. Mesmo não baseadas em interações face a face e no conhecimento mútuo, os membros da comunidade imaginada têm em mente a ideia da comunhão entre eles. Assim como pode ocorrer aos integrantes da comunidade LGBTQ+ a percepção de um “nós”, uma rede de indivíduos interligados.

Partindo dessa consideração de comunidade imaginada, Facchini e França (2009) alertam para a questão mercadológica. As autoras afirmam que a comunidade LGBTQ+ é muitas vezes referida em termos de como se organiza o conjunto de estabelecimentos comerciais voltados para a população LGBTQ+. Esse conjunto torna palpável a comunidade, onde pessoas LGBTQ+ se mostram mais concretamente, de maneira concentrada (FACCHINI e FRANÇA; 2009).

Além desse aspecto mercadológico, a comunidade LGBTQ+ imaginada também é referida em termos de resistência. Mesmo diante de uma grande pressão que força as pessoas a obedecerem a um modelo geral, grupos minoritários e desviantes não só resistem, como ainda conseguem criar novas formas de viver, pensar e agir, promovendo mudanças sociais (MOSCOVICI, 2011). A ideia de comunidade LGBTQ+ pode ser instituída também sob essa perspectiva.

Moscovici (2011) defende a teoria das minorias ativas, na qual os processos de mudança social são influenciados não apenas por grupos majoritários, mas também por grupos minoritários, sendo o conflito seu o ponto de partida. É uma outra forma de assumir que “onde há poder, há resistências [...] que podem provocar rupturas” (FOUCAULT, 1998, p.107). Os grupos minoritários conseguem obter influência sobre os sujeitos, desafiando aquilo que é postulado pela maioria. Desta forma, o conjunto de pessoas com sexualidade ou gênero não normativos se configura como uma minoria ativa. Assim pode-se delinear a comunidade LGBTQ+, capaz de gerar mudanças nos comportamentos e na visão de mundo, ainda marcado por repressão sexual e homofobia.

Além dos aspectos que se associam à existência da comunidade LGBTQ+ imaginada, também se estabelecem condições decorrentes do caráter solidário dessa comunidade. Weber (1987) aponta a comunidade como uma relação social na qual a orientação da ação se baseia na solidariedade, resultante de ligações emocionais entre os participantes.

Alguns autores usam outras atribuições à comunidade com valor similar ao sentido de solidariedade, como afeto e fraternidade. Por exemplo, Maffesoli (1987), quando propõe o conceito de neotribalismo, em oposição ao individualismo. O autor chama de comunidades afetivas a emergência de uma socialidade majoritariamente empática em sobreposição ao social racionalizado. Bauman (2003), por sua vez, diferencia dois tipos de comunidades possíveis de serem formadas: a estética e a ética. Enquanto a primeira está relacionada a laços transitórios, a comunidade ética prevê compartilhamento fraterno e afirma o direito de todos a um seguro comunitário contra desventuras individuais.

A solidariedade (ou o afeto, ou a fraternidade) é correlacionada à comunidade LGBTQ+ especialmente para tratar das diferenças internas. Assim como defendem Facchini e França (2009), a comunidade LGBTQ+ não é homogênea. Ela é atravessada por várias outras comunidades, com interesses e demandas específicos de cada um dos indivíduos e grupos representados em sua sigla.

O tensionamento entre interesses individuais e demandas coletivas é analisado por Swaia (1996). Para a autora, o bem-estar coletivo e o prazer individual não são dicotômicos, e a lógica comunitária é um exercício da comunicação livre, em que todos os participantes podem argumentar e mobilizar ação conjunta a partir de atitudes particulares. “Ela é a capacidade de defender suas próprias necessidades respeitando a dos outros, isto é, habilidade de, através da linguagem, lidar com a realidade do desejo próprio e do outro” (SWAIA, 1996, p. 48).

Tal colocação é importante ao pensar na “sopa de letrinhas” (FACCHINI, 2005) do movimento LGBTQ+, que contém identidades específicas em cada uma das letras representadas na sigla, com demandas diferentes de visibilidade e reivindicação. Há instabilidade interna na unidade LGBTQ+ e na relação entre seus sujeitos (AGUIÃO, 2016), mas a noção de comunidade volta a aparecer como campo de competência da luta contra a exclusão de qualquer espécie (SWAIA, 1996). Como defende Trevisan (2018), o universal do grupo pode coincidir com o singular do indivíduo se a comunidade incluir a totalidade dos singulares, mantendo a solidariedade como argamassa, sem negar nem o específico identitário, nem o conjunto grupal. Facchini e França (2009), também defendem a política da solidariedade, para lidar com as diferenças que se constituem no universo das letrinhas sem restringir a capacidade de atuação do movimento ou contribuir para a sua fragmentação.

Na prática, equivale a reconhecer necessidades específicas, sem que isso desmotive a mobilização do todo. Na Casinha, por exemplo, foi criada uma rede de apoio psicológico com profissionais voluntários que conduzem dois grupos terapêuticos: um para jovens LGBTQ+ e outro específico para transgêneros. A ideia dos grupos é proporcionar o fortalecimento emocional através das interações entre os membros. Os organizadores reconheceram que a troca de vivências entre jovens transexuais poderia ser mais produtiva em um encontro voltado especialmente a eles, mas sem impedir que a participação fosse feita no outro grupo. Cabe ressaltar que transgêneros representam a categoria sexológica mais vulnerável a mortes violentas. O risco de uma pessoa trans ser assassinada é 17 vezes maior do que o de um gay (GRUPO GAY DA BAHIA, 2018), o que justifica ações específicas. Como Bauman (2003) destaca, a comunidade precisa ser tecida a partir do compartilhamento e do cuidado mútuo.

Vale mencionar também que outras comunidades como a Casinha, que segue o modelo de ONG, existem no Brasil desde os anos 1990 (FACCHINI, 2003; CARVALHO & CARRARA, 2013). Carvalho e Carrara (2013) apontam como uma das primeiras casas de cunho comunitário e de mútuo apoio a Casa de Apoio Brenda Lee, fundada em 1984, que acolheu principalmente travestis soropositivas e/ou vítimas de violência. Nos dias de hoje, a internet também participa deste contexto de apoio. Durante os anos 2016 e 2017 esteve ativo o projeto Mona Migs que conectava pessoas LGBTQ+ expulsas de casa a pessoas que podiam acolhê-las temporariamente, através da geolocalização dos usuários cadastrados no aplicativo. No APÊNDICE A são ilustradas outras iniciativas online na perspectiva da comunidade LGBTQ+.

1.2.1.1 Contra a comunidade LGBTQ: notas sobre preconceito

Antes de apresentar a contextualização da comunidade LGBTQ no Brasil, apresentamos algumas concepções relevantes para a pesquisa a respeito de sexualidade e gênero. A antropóloga Rubin (2003), defende que a sexualidade não é compreensível em termos puramente biológicos e é resultado da produção social, assim como outras atividades:

A sexualidade é inacessível à análise política enquanto for concebida primariamente como um fenômeno biológico ou um aspecto da psicologia individual. A sexualidade é tão produto da atividade humana como o são as dietas, os meios de transporte, os sistemas de etiqueta, formas de trabalho, tipos de entretenimento, processos de produção e modos de opressão. Uma vez que o sexo for entendido nos termos da análise social e entendimento histórico, uma política do sexo mais realista se torna possível. (RUBIN, 2003, p.3)

A ideia de sistemas de poder se origina no que propõe Foucault (1978): o poder é visto como um sistema de rede, no qual os sujeitos estão sempre envolvidos. O filósofo estabelece um novo paradigma para o poder, negando que ele seja controlado por um centro, emanado de forma verticalizada e unidirecional. Ele assume o poder como prática social historicamente constituída, que circula e está presente em todas as dimensões da vida, desde espaços familiares privados, até tradicionais esferas públicas, através de regimes de verdade, construídos e sustentados por formações discursivas específicas. Desta forma, nas sociedades modernas, o poder não rege a sexualidade pela lei e pela soberania, mas por uma “tecnologia” do sexo em que todos são convocados e coagidos a exercer funções dentro de determinados padrões (FOUCAULT, 1988).

Analisando o pensamento/compreensão convencional sobre o sexo nas sociedades ocidentais contemporâneas, Rubin (2003) organiza agrupamentos de comportamento sexual e tendências gerais dentro o discurso erótico. Para Rubin (2003), a ideologia sexual tem papel crucial na experiência sexual, ou seja, aquilo que se pensa, julga e experiência, têm relação com ideias maiores compartilhadas. Para a antropóloga, essas formações ideológicas podem ser agrupadas em algumas grandes tendências de discurso. Uma delas seria a negatividade sexual e, a outra, a valoração hierárquica dos atos sexuais e a teoria dominó do perigo sexual (RUBIN, 2003).

O discurso sobre a negatividade sexual, é, de acordo com a autora, o mais importante das grandes tendências. As sociedades ocidentais geralmente consideram o sexo como perigoso, destrutivo e talvez seja redimido caso seja performado dentro do casamento com propósito procriativo e se os aspectos prazerosos não forem desfrutados em demasia. E sobre o sistema hierárquico de relações sexuais, Rubin (2003) afirma que a heterossexualidade reprodutiva estaria no topo da hierarquia. Na medida em que os comportamentos sexuais se movem para baixo da escala, os indivíduos que as praticam são sujeitos a presunções de má reputação.

Uma consideração importante trazida por Miller (*et al.*, 2016), dialoga com o que Rubin (2003) afirma sobre a existência de uma hierarquia de comportamentos sexuais. De acordo com o que os autores defendem, as atitudes mais próximas de um padrão familiar e com identificação normativa de gênero são mais aceitas nas mídias digitais:

Gays e lésbicas parecem ter sua presença na mídia social aceita desde que atuem de maneira normativa quanto ao gênero, por exemplo - permanecendo intimamente associados com suas famílias natais e assumindo trabalho considerado apropriado para seu gênero; em tais casos, eles relatam ter pouca discriminação. No entanto, aqueles que agem fora das normas de gênero sentem desaprovação. Como resultado, indivíduos como homens que atuam no arrasto criam perfis falsos de mídia social para esses fins. (MILLER *et al.*, 2016, p.125, tradução livre).

Neste sentido, é pertinente mencionar o que Butler (2006) propõe como performatividade, na distância da ideia de gênero enquanto uma identidade fixa, coerente e constante. Para a autora, a própria antecipação do que se espera como respostas dos gêneros masculino e feminino que acaba por produzi-los. Ela defende que o gênero impõe sua existência no cotidiano, através da repetição de determinados comportamentos, valores e ideais. Assim, a visão de que o gênero é performativo mostra que, o que se assume como essência interna de gênero, é construído. E essa construção é feita através de certos atos

corporais, gestos naturalizados do esforço de interiorização de uma essência de ser homem ou ser mulher. (BUTLER, 2006).

Fone (2000), ao narrar a evolução da homofobia através dos séculos, afirma que o desejo pelo mesmo sexo tem sido, em diversos momentos da história ocidental, objeto de perseguição legal, social, religiosa e política. A homofobia é definida por Borillo (2001) como a repulsa contra homossexuais, marcada por atitudes de hostilidade, rejeição ou ódio. Assim, a definição do outro passa a assumir uma configuração inferior ou anormal. Sendo manifestada como sexismo ou violência de gênero, a homofobia se apresenta tanto na esfera do indivíduo – na relação com si e com o outro – quanto nas matrizes culturais de uma sociedade.

Neste contexto, Borillo (2001) diferencia duas formas de homofobia: uma geral, também chamada de cognitiva ou social, e outra específica, psicológica ou individual. O autor entende que os dois fenômenos podem ser identificados tanto juntos, quanto isolados. A homofobia geral atinge não apenas homossexuais, mas qualquer sujeito que não se adeque às normas de gênero impostas a seu sexo. Exemplos de manifestações desse tipo de homofobia são as piadas e insultos e outras formas ligadas a falta de reconhecimento de direitos que conduziriam a equidade perante os heterossexuais, como o direito ao casamento e a adoção, e até mesmo o direito de demonstrações públicas de afeto. Desta forma, qualquer contestação de direitos de LGBTs já é uma forma de homofobia, ainda que comumente as pessoas iniciem seus discursos afirmando “não tenho nada contra”. A adversidade que segue esta construção – frases como, “entretanto, não acho que deva ser algo tão exposto”, “mas não gostaria de ver na rua” – denunciam a repulsa.

Já a homofobia específica é uma forma de intolerância que gera incômodo ou raiva individualmente em contexto de proximidade física de um homossexual ou projeções disso, como em histórias na televisão. Alguns intolerantes podem não ser afetados por este tipo de homofobia específica, mas padecem com a homofobia em sua acepção geral. Assim, a partir dessa diferenciação entre homofobia geral e específica, que Borillo (2001) justifica uma pessoa ter amigos homossexuais, mas não reconhecer a legitimidade de seus direitos civis ou seu estilo de vida. Motivados pelo desejo de conservação do *status quo* da heterossexualidade, cujo abalo de estrutura é resistido e repreendido a partir de argumentos em nome da manutenção da ordem social. Como por exemplo, a defesa de uma suposta naturalidade da heterossexualidade por motivos biológicos, correlacionada à reprodução da espécie, a divisão de gêneros e a imposição do desejo heterossexual (BORILLO, 2001). Nas palavras de Butler (2006), policiar o gênero é, por vezes, usado como forma de assegurar a heterossexualidade.

Apontamos, na seção a seguir, um contexto de história LGBT+ em nosso país, desde o período colonial ao conectados dias de hoje.

1.2.2 DO PECADO NEFANDO AO CIBERATIVISMO

Seria simplista qualquer tentativa de fazer caber em poucas páginas um histórico LGBT+ em nosso país. Sendo assim, o que buscamos aqui é mobilizar alguns fatos e noções que delimitem um contexto possível para nossas análises. Iniciamos esse percurso com um histórico, depois dedicamos certa atenção às controvérsias das siglas e finalizamos esse enquadramento com pontos relevantes sobre os dias atuais.

1.2.2.1 Histórico e evolução

Historicamente, a homossexualidade, a diversidade sexual e de gênero, sempre foram alvos de repressão no Brasil. Inquisição, padrões higiênicos burgueses e a psiquiatria são mencionados por Trevisan (2018) como marcos no “controle” da sexualidade no país.

De acordo com Trevisan (2018), admite-se que a primeira Visitação do Santo Ofício ao Brasil ocorreu em 1591, na Bahia, e o auge das perseguições inquisitoriais no Brasil ocorreu durante o século XVIII. Os visitantes do Santo Ofício visavam coibir abusos relacionados tanto à fé quanto à lassidão de costumes. Os cidadãos tinham o direito (e a obrigação) de fazer denúncias e, portanto, a prática de delações era recorrente. A vigilância e o controle da vida do outro faziam parte da rotina no período colonial. Na Bahia, somando-se a Primeira e a Segunda Visitações da Inquisição, “os crimes por sodomia apareciam em segundo lugar entre os mais praticados, só sendo suplantados por delitos de blasfêmia” (TREVISAN, 2018, p.139). E as punições eram as mais variadas, de jejuns a açoites. Assim, a condenação do “pecado nefando” evidencia a repressão sexual da época.

A partir de 1830 foi imposta a ideia de que os filhos deveriam ser mais sadios para servirem à pátria, agora independente da metrópole portuguesa. A partir da noção de corpo saudável, criavam-se rigorosos modelos de boa conduta moral, através da prescrição de uma sexualidade higienizada dentro da família. Assim, tudo o que fugisse ao padrão masculino/paterno e feminino/materno era tomado como anormal. Este cenário avançou durante o século XX para a busca de tratamento de homossexuais, chegando à intervenção

psiquiátrica. E o argumento para prevenção do ‘homossexualismo’⁸ era pautado na educação para fortalecer o caráter, reiterar a virilidade e ensinar o respeito pela sociedade.

Assim, a conduta de condenação ao “desejo desviante” marca a história do Brasil em diversos momentos. A partir dos anos 70, houve uma maior aceitação da diversidade sexual, com maior visibilidade de homossexuais no cinema, na música e no teatro. Ainda assim, mesmo que a visibilidade homossexual tenha avançado no Brasil, ainda é possível identificar uma reação conservadora.

Durante a década de 1980, a AIDS foi difundida como “*peste guei*, ao estabelecer metáforas entre a prática homossexual e a doença letal” (TREVISAN, 2018, p.401). O autor também aponta que devido ao debate promovido em torno da doença, passou-se a falar da homossexualidade como mais um fenômeno no cotidiano brasileiro, o que antes não existia. Neste contexto, diversas organizações surgiram, com um novo perfil de ativismo LGBTQ+, integrado às campanhas antiaids (MELLO *et al*, 2011). No entanto, o imaginário popular preconceituoso não deixou de existir na sociedade brasileira. E mesmo com os programas realizados nas últimas décadas pelo governo federal para a construção de políticas públicas para a população LGBTQ+, muito ainda precisa ser feito para que a vida dessas pessoas seja digna e plena em direitos (MELLO *et al*, 2012).

Diante da homofobia presente historicamente no Brasil, a comunidade LGBTQ+ se mobilizou de diversas formas em torno de mais direitos e menos intolerância. O movimento LGBTQ+ é um dos movimentos sociais de maior expressão no país (FACCHINI e FRANÇA, 2008). No site da Associação Brasileira de Gays, Lésbicas e Transgêneros (ABGLT), a maior rede nacional de ativistas no Brasil, segundo Facchini e França (2009), existem 317 grupos afiliados com atuação em diversas cidades do país⁹. Sem mencionar os eventos de rua que celebram o Orgulho LGBTQ+, como a Parada de São Paulo, que levou às ruas mais de 3 milhões de pessoas em sua 22ª edição, em 2018.

Facchini (2003) afirma que o movimento homossexual surgiu no Brasil na segunda metade dos anos 1970. A autora entende a definição de “movimento” como “conjunto das associações e entidades, mais ou menos institucionalizadas, constituídas com o objetivo de defender e garantir direitos relacionados à livre orientação sexual” (FACCHINI, 2003, p.84).

⁸ O termo caiu em desuso desde que a Organização Mundial da Saúde retirou a homossexualidade da lista de doenças mentais. A insistência do uso do termo homossexualismo dá continuidade ao preconceito e à classificação como doença. Pela remissão patológica, o movimento LGBTQ+ brasileiro buscou extirpar o termo de qualquer referência à homossexualidade.

⁹ Dados colhidos em consulta ao site da ABGLT <www.abglt.org.br> – realizado em 3 mar. 2019.

A autora propõe observar a trajetória do movimento em três “ondas”, resumidas no quadro abaixo:

Quadro 1: Fases do movimento homossexual no Brasil

Fases	Características	Década
Primeiro momento	Período de abertura política nacional, surgimento e expansão do movimento	1970/1980
Segundo momento	Emergência da AIDS, momento de declínio de ações ativistas	1980
Terceiro momento	Retomada de iniciativas militantes, com maior presença na mídia, vinculação a redes e associações internacionais, reivindicações por meio de projetos de leis e eventos de rua.	1990

Fonte: (FACCHINI, 2003)

O fato de Facchini (2003) situar o início do movimento nos anos 70, não desconsidera que antes deste período já havia outras formas de associação de homossexuais, mas a visão de grupo possuía outra ordem. A grande mudança em relação aos anos anteriores foi a transformação da posição de defesa para um “movimento que elaborava abertamente uma crítica às relações sociais com que se oprimia e marginalizava a homossexualidade” (ADELMAN, 2000, p. 169). Durante a década de 1960, inclusive, havia no Brasil uma série de jornais voltados ao público homossexual que costumava lidar com assuntos de forma bem-humorada (GREEN, 2000).

Cardinali (2018), ao discutir a judicialização dos direitos LGBT, reflete sobre a possibilidade acerca do estabelecimento, até mesmo, de uma quarta onda do movimento. Nesse sentido, o autor reserva especial atenção aos aspectos midiáticos e aos usos das mídias sociais. Além de ressaltar marcos importantes relativos à representatividade LGBT+ no Congresso Nacional, ele também evidencia as implicações da popularização das redes sociais e o advento do chamado ciberativismo. Os movimentos sociais ocupam um papel imprescindível na luta pelo reconhecimento de direitos, e os espaços de sociabilidade – desde o início do movimento, com iniciativas como o jornal Lampião e o grupo Somos – são importantes instâncias de marcação política (CARDINALI, 2018).

Cabe ressaltar que o ciberativismo, e mais especificamente, o papel das mídias sociais nos movimentos e protestos contemporâneos, são discutidos por diversos autores (GERBAUDO, 2012; MOROZOV, 2011; CASTELLS, 2012). As redes sociais são cruciais para a difusão viral, compartilhamento visões, práticas e estratégias. Além de viabilizarem a

socialização, criam um espaço de compartilhamento de experiências, indignações e esperanças: “as pessoas só podem desafiar a dominação conectando-se entre si, compartilhando sua indignação, sentindo o companheirismo e construindo projetos alternativos, para si próprias e para a sociedade como um todo” (CASTELLS, 2012, p.166). Exemplos de expressões de ativismo LGBTQ+ serão pontuados na subseção seguinte deste capítulo.

1.2.2.2 LGBTQ+ ou LGBTQI+? Notas sobre o nome

Desde os anos 70, tomando a década como início do movimento, há uma grande diversidade de arranjos e experiências tanto com relação à dinâmica interna, quanto na relação entre o movimento e outros atores sociais (FACCHINI, 2003). O contexto multifacetado se evidencia inclusive na nomeação do movimento, conforme aponta Facchini (2003): inicialmente era nomeado Movimento Gay. Em 1993 passou a ser chamado de Movimento de Gays e Lésbicas (MGL); depois em 1995, mudou para Movimento de Gays, Lésbicas e Travestis (Movimento GLT) e, em 1999, passou a ser Movimento de Gays, Lésbicas, Bissexuais e Transgêneros (GLBT), sendo a sigla alterada para LGBTQ+ em 2008, como forma de dar visibilidade à causa lésbica.

Facchini e França (2009) destacam que não há concordância absoluta com relação ao uso das siglas e que ela pode se diferenciar de acordo com os atores sociais envolvidos. Como é o caso, por exemplo, de GLS (Gays, Lésbicas e Simpatizantes) criado pelo mercado e de HSH (homens que fazem sexo com homens) e MSM (mulheres que fazem sexo com mulheres) utilizadas pelo Estado em suas políticas públicas de saúde.

Além da classificação do movimento, a mudança no uso dos termos que representam as identidades, aponta para problemas e possibilidades decorrentes da relação com os discursos e saberes dominantes (SPARGO, 2017). Nos anos 1970, homossexual ainda era usado nos discursos médico e jurídico, mas as pessoas se definiam cada vez mais como lésbica ou gay. “Em vez de serem colocados numa posição passiva de objetos do saber, estavam visivelmente escolhendo ou reivindicando uma posição. Ser gay ou lésbica era uma questão de orgulho, não de patologia” (SPARGO, 2017, p.25).

Entretanto, do antigo binarismo GL (gays e lésbicas) passou-se para GLBT e depois LGBTQ+, adquirindo variações cada vez mais complexas, para abranger não apenas as siglas de cunho sexual, mas também as de gênero. Chegou-se até a longos acrônimos, como

LGBTTTQI+ (Lésbicas, Gays, Bissexuais, Travestis, Transexuais Transgêneros, Queer, Intersexuais e outros).

Carvalho e Carrara (2013) destacam a problemática da sigla especificamente a partir da diferenciação do que pode representar a letra “T” (travestis, transexuais e transgêneros)¹⁰. Os autores argumentam que se, por um lado, pessoas trans figuram em primeiro lugar nas estatísticas de violência LGBT+, e muitas vezes são consideradas presenças estratégicas para angariar recursos de programas relacionados à AIDS; por outro lado, são também por diversas vezes diminuídas em sua participação no movimento LGBT+.

A ideia de comunidade LGBT+ e suas identidades foram formuladas ao longo da história do movimento, das lutas e das articulações (CARVALHO & CARRARA, 2013). Questões relacionadas às políticas públicas, ao financiamento, aos programas de saúde etc. interferem no movimento e na imagem da comunidade. Mas como observa Facchini e França (2009), é importante atentar para esse acréscimo de letras e o que se fato ele soma ao movimento:

Afinal, dentro do universo das letrinhas residem disputas internas de poder e hierarquizações que, muitas vezes, destoam dos objetivos de promoção da igualdade dentro e fora do movimento. Mais do que criar letrinhas e novos sujeitos, talvez seja necessário evitar as armadilhas presentes na adoção de uma perspectiva essencialista, em que os sujeitos políticos são percebidos como estáveis, homogêneos e dados de antemão, e na especificação cada vez maior de sujeitos que justapõem eixos de diferenciação social na direção de uma “soma de opressões” (FACCHINI e FRANÇA, 2009).

Retomamos aqui a solução da solidariedade, conforme exposto na seção anterior sobre comunidades. Adotamos neste trabalho a sigla LGBT+ assumindo os riscos da imprecisão. Mesmo porque sigla viabiliza a comunicação, mas qualquer definição que seja usada continuará carregando o sentido de vivência sexual e de gênero não normativos e poderá ser usada pejorativamente enquanto houver motivações homofóbicas na sociedade.

O mais importante é que mesmo com definições e nomes diferentes, o movimento do grupo de pessoas com sexualidade e gêneros questionados pela sociedade se manifestou de diversas maneiras ao longo dos anos, impulsionando a conquista de direitos e maior visibilidade. As reivindicações do movimento suscitaram projetos de lei e formação de

¹⁰ Carvalho e Carrara (2018) afirmam que uso do termo “transgênero” foi considerado mais negativo do que benéfico pelo movimento, por não promover identificação e estar mais relacionado ao acesso a financiamentos e à pressão por adequar os termos utilizados no Brasil àqueles usados internacionalmente (*transgender*). Em 2008, na I Conferência Nacional GLBT, ficou oficializado no plano político que a letra “T” de LGBT se referiria simultaneamente apenas a travestis e transexuais. Os autores também afirmam que aos poucos, nos dias de hoje, parece se fortalecer a proposta de utilização da noção de “pessoas trans” como um dispositivo aglutinador das identidades “travesti” e “transexual”.

Frentes Parlamentares em âmbito nacional e estadual (FACCHINI e FRANÇA; 2009). Diversos estudos apontam como a mobilização social tem influência política (AMENTA *et al.*; 2010) e tem desempenhado papéis críticos para a elevação dos padrões dos direitos humanos internacionais e a alavancagem desses padrões em melhores práticas locais (TSUTSUI *et al.*; 2012).

Cabe destacarmos, aqui, as especificidades da letra “Q” e a distinta forma de crítica política dos estudos queer (DE LAURETIS, 1989; SEDGWICK, 2003; MISKOLCI, 2011; COLLING, 2015). Afinal, manifestações contra norma abarcam multiplicidade de vozes, desejos e projetos coletivos. Há os que afirmam certa divisão entre dois grupos chamados de “identitários” e “queer” (MISKOLCI, 2011). Há expressões diversas do “ativismo queer” ou de “dissidência sexual e de gênero” pelo mundo e, no Brasil, por volta dos 1990, a política queer emerge como contraponto crítico ao movimento gay e lésbico, contestando seu esforço de se adequar a padrões normativos (COLLING, 2015; MISKOLCI, 2011). Assim como explica Colling:

Os estudos queer, entre tantas coisas, produzem uma série de críticas ao que se convencionou chamar de paradigma da igualdade, que conformou uma série de estratégias consideradas fundamentais por muitos movimentos sociais, no Brasil e exterior, para conquistar os direitos e a plena cidadania das pessoas que eles representam. [...] Em boa parte das pautas que mais mobilizaram o movimento LGBT nos últimos anos, no Brasil e no mundo, transparece a ideia de que o gay é normal, é igual ao heterossexual, quer casar-se, ter filhos, viver uma vida monogâmica. Paralelo a isso, as pessoas ligadas aos estudos e ativismo queer questionam: por que desejamos esse ideal de vida? Por que queremos uma vida a mais parecida possível com a dos heterossexuais? Por que a união civil proposta é exatamente a baseada na família nuclear burguesa, justamente uma das instituições que tanto colaborou e ainda colabora para a subalternização daqueles que não são heterossexuais? (COLLING, 2015, p. 26)

Não aprofundaremos aqui esse debate sobre diferentes formas de ativismo, mas consideramos importante pontuar essas divergências internas, pois elas apareceram, em alguns momentos, durante o trabalho de campo. Como será visto no capítulo das análises, estas questões de identificação foram notadas tanto na visão institucional, relacionada ao esforço da ONG incluir todos, quanto na visão individualizada, ligada à dificuldade de afirmação em uma categoria.

1.2.2.3 Notas sobre circunstâncias atuais

O atual cenário da aceitação de sexualidades não normativas aponta uma ambiguidade de visões. É possível considerar que somos “uma sociedade mais aberta, mais tolerante e mais sensual” (SPARGO, 2017, p.10), seja pela temática recorrente na teledramaturgia ou por direitos conquistados, como o casamento e a adoção de crianças e adolescentes. Entretanto, essa visão contrasta com a intolerância evidente nos números de assassinatos e denúncias de violência no Brasil. Em 2018, o número de assassinatos de LGBTs chegou a 420, o que tornou o Brasil um dos países que mais possui crimes contra LGBTs no mundo (GRUPO GAY DA BAHIA, 2018). Por um lado, enquanto tempos mais amigáveis parecem despontar, por outro, a intolerância ainda traz estatísticas alarmantes.

Ainda nos dias de hoje é possível observar circunstâncias que se repetem no processo histórico brasileiro: aversão à diversidade sexual pautada em defesa de valores religiosos e da família tradicional heteronormativa, como será visto durante as nossas análises das mídias sociais. E no final de 2018, um novo cenário se construiu no Brasil a partir da eleição do presidente associado a uma corrente conservadora. Este acontecimento foi um marco importante no cotidiano de jovens LGBT+, fato que poderá ser igualmente observado no capítulo 3.

Há um crescimento dos movimentos conservadores em diversos países (BLEE; CREASAP, 2010). Esse conservadorismo traz as marcas históricas mencionadas anteriormente e se materializam na manutenção do preconceito. Em 2018, por exemplo, pela primeira vez, o relatório de Aceleração de Aceitação da Glaad mostra uma queda na aceitação de pessoas LGBT+¹¹. A resistência e ações do movimento LGBT+ ainda se fazem necessários e na seção a seguir refletimos como a internet pode atuar nesse contexto.

Com relação às articulações do movimento LGBT+ atualmente, Facchini e França (2009) sinalizam que o Estado e o mercado direcionado a homossexuais têm interferido na atuação do movimento e contribuído para a política de visibilidade de identidades LGBT+. As autoras afirmam que as demonstrações de reconhecimento LGBT+ nas políticas públicas e nos programas de governo aparecem de modo mais expressivo nos anos 2000. Mello *et al* (2011) aponta o ano de 2004 como um marco nas iniciativas governamentais voltadas à

¹¹ A GLAAD (Gay & Lesbian Alliance Against Defamation) é uma organização não-governamental estadunidense, que atua há mais de 30 anos, cujo foco é o monitoramento da maneira como a mídia retrata as pessoas LGBT. Seu relatório está disponível em: <<https://www.glaad.org/publications/accelerating-acceptance-2018>>.

promoção da cidadania da população LGBTQ+ e ao combate à homofobia, com destaque especial para o lançamento do “Programa Brasil sem Homofobia”.

Com relação ao mercado, Facchini e França (2009) afirmam que a partir da segunda metade dos anos 1990, a postura de visibilidade alinhada à diversificação do mercado GLS contribuiu para se estabelecer a ideia do “orgulho gay”. Passa-se a valorizar a “orgulho” e do assumir-se publicamente.

Para além disso, mais do que considerar produtos, serviços e locais destinados especificamente para o público LGBTQ+¹², diversas marcas têm desenvolvido iniciativas em apoio à causa. Nesse universo, os bens funcionam como comunicadores de sentido (DOUGLAS e ISHERWOOD, 2004) e o discurso publicitário, neste âmbito, constrói e comunica às pessoas um significado simbólico que teria a capacidade de delinear um novo senso de cidadania (MACHADO, 2011). As marcas prometem um discurso de engajamento e cidadania. Repertórios esses que, muitas vezes, são limitados em suas funções sociais, mas altamente sedutores como discursos de participação e envolvimento em causas coletivas. Nesse cenário de apoio de marcas à causa LGBTQ+, há quem questione os sentidos veiculados (OLIVEIRA, MACHADO, 2019) e também um extenso debate sobre *pink money*¹³, como será analisado na discussão dos dados levantados pela presente pesquisa.

1.2.3 CONSTRUÇÕES DE SENTIDO LGBTQ+ NAS PLATAFORMAS ONLINE

Tendo apontado esse possível contexto LGBTQ+, partimos agora para uma apresentação mais centrada nos aspectos relacionados aos hábitos digitais. Iniciamos esta seção com um debate teórico, a respeito das diferentes leituras possíveis da manifestação da sexualidade online, e encerramos com o levantamento de iniciativas digitais contemporâneas da comunidade LGBTQ+.

1.2.3.1 Um debate teórico

Em termos relacionados à diversidade sexual, alguns autores apostam na ideia de que o espaço online transformou a forma das pessoas lidarem com seu gênero e sua sexualidade. Abreu (2010) argumenta que as ferramentas tecnológicas provocaram mudanças nas formas

¹² Assim como pode ser observado em trabalhos que exploram características do mercado direcionado para homossexuais (NUNAN, 2003; FRANÇA, 2012).

¹³ O chamado dinheiro rosa se refere ao potencial de consumo da comunidade LGBTQ+. Atualmente, muitas críticas são feitas a empresas que enxergam com nessa abordagem, uma oportunidade meramente mercadológica.

de experimentar nossas subjetividades, corpos e as maneiras como nos relacionamos com as pessoas. De acordo com a autora, na internet as identidades assumiriam contornos mais flexíveis, contexto favorável para pessoas que desejam ultrapassar as fronteiras fixas das sexualidades normativas. A autora defende a ideia de identidades sexualmente desobedientes na internet, e propõe que as experimentações online podem ser opostas a relações binárias e pré-estabelecidas. Noção próxima à ficção do *cyborg*, conceito de subjetividade pós-corpórea criado por Haraway (1991), que favorece formas alternativas de representação, afastadas do regime heteronormativo¹⁴. Wakeford (1998) também afirma que *chats*, listas de discussão e fóruns online são formas de resistências à heteronormatividade, onde os sujeitos podem construir suas sexualidades online fora do quadro das oposições binárias. Essas concepções são afastadas do referencial teórico que adotamos neste trabalho, pois nos apoiamos na Antropologia Digital e não em abordagens que separam totalmente a vida online da offline.

Alguns outros estudos, como o de Wright (2017), tratam do uso das mídias digitais como um espaço mais democrático, que permite maior expressão para jovens construírem identidades sexuais alternativas em comunidades específicas voltadas ao público LGBTQ+. Como também é o caso da obra organizada por Pullen e Cooper (2010), que oferecem exemplos de vida LGBTQ+ online, com ensaios que fornecem uma visão geral de novas comunidades, relacionamentos e meios de afirmar ou formar identidade LGBTQ+ em todo o mundo, usando mídias sociais.

Plataformas como Facebook e YouTube podem ajudar a discutir e combater o estigma que ainda é generalizado (BOYD, 2014). Especialmente em uma era de austeridade econômica e cortes financeiros, a internet pode ser tomada como importante veículo de apoio LGBTQ+ (DOWNING, 2013). Inclusive, um artigo publicado em 2017 explica a variação no desenvolvimento dos direitos homossexuais nos países a partir da liberdade de mídia e do acesso à internet (CARLO-GONZALEZ *et al.*, 2017). Usando dados de séries temporais transnacionais, os resultados indicaram que a liberdade de mídia e o acesso à internet têm um efeito estatisticamente significativo e positivo sobre os direitos dos homossexuais. Ainda assim, apesar das novas tecnologias e das mudanças na opinião pública, LGBTQs permanecem estigmatizados (HEREK e MCLEMORE, 2013).

Com base nos estudos da Antropologia Digital (MILLER *et al.*, 2016; HINE, 2015; MACHADO, 2017b; MILLER e HORST, 2012; MILLER e SINANAN, 2017), a tecnologia

¹⁴ Heteronormatividade descreve a tendência do sistema sexo-gênero ocidental contemporâneo de enxergar as relações heterossexuais como a norma, e todas as outras formas de comportamento sexual como desvios dessa forma (SPARGO, 2017, p.53)

não seria em si mesma “libertadora de padrões normativos” e na verdade, a internet criaria potenciais de acordo com os contextos em que estão inseridos. No livro *‘How the world changed social media’* (MILLER *et al.*, 2016), a seção voltada especificamente para sexualidades não normativas, argumenta que as plataformas digitais podem dar oportunidades para que pessoas LGBTQ+ expandam suas atividades para interações privadas/secretas ou também para obter mais visibilidade pública. Os autores comparam pesquisas nas mídias sociais realizadas em diversos lugares do mundo, e em alguns casos, as mídias sociais podem ser hiperconservadoras, restritivas e até vigiadas pelo governo.

As mídias sociais reproduzem e reforçam normas que regulam as diferenças de gênero e sexualidade no mundo offline, mas de maneiras diferentes e em diferentes graus. O que significa dizer que a internet e as tecnologias digitais, em geral, não são inerentemente transformadoras ou conservadoras. Elas existem apenas através de uma prática social variável (MILLER *et al.*, 2016).

A internet pode, por um lado, oferecer um apoio social importante. Entretanto, também possuem potencial para disseminar a discriminação, como nos casos de *cyberbullying*, a violência online que intimida e hostiliza, e leva muitos jovens LGBTQ+ ao sofrimento, em suas vivências nas redes sociais (MCCONNELL *et al.*, 2017).

Essa violência também pode ser vista em comentários de notícias. Como a internet possui o atributo de ampliar a participação dos leitores por meio dos comentários, são encontradas muitas expressões de homofobia neste campo. Marques (2006) reconhece a utilidade da internet na formação de opinião e afirma que a tendência à transgressão de regras de civilidade online é maior, em razão da possibilidade de anonimato, o que acaba facilitando insultos. O que pode ser observado em comentários de notícias com tópico LGBTQ+. Ou seja, as condições na internet em relação à tolerância LGBTQ+, refletem aquilo que pode ser visto no comportamento offline. É possível encontrar casos de homofobia explícitos, mas também é possível observar movimentos de resistência e fortalecimento.

Do ponto de vista das ciências humanas, mais interessante do que a tecnologia envolvida nos sistemas de geolocalização disponíveis online, é observar como a comunidade LGBTQ+ fez uso desse tipo de tecnologia para marcar presença e mapear histórias em diferentes espaços, como foi o caso do Places of Pride¹⁵. Criado em 2016, o mapa colaborativo permite a comunidade LGBTQ+ e simpatizantes indicarem os locais em que tiveram momentos importantes de respeito ou de celebração à diversidade sexual.

¹⁵ Disponível em: <https://www.google.com/maps/d/view?mid=1_a4aoC7dYGE3w7no6Ftrp7lLt1U&ll=-3.81666561775622e-14%2C0&z=1>

Com relação a esse registro de memória, há um paralelo com o que afirma Van Dijck (2007): as mídias são importantes na construção da identidade individual e coletiva, conectando o passado e o futuro. Neste sentido, além dos mapas, podem ser mencionados outros projetos, como o de disponibilização online da memória LGBTQ+. Acervos digitais reúnem revistas e jornais para contribuir com a difusão do patrimônio cultural da comunidade LGBTQ+, como é o caso da Hemeroteca Digital Leila Miccolis¹⁶, do Acervo Bajubá¹⁷ e o Acervo do Lampião da Esquina¹⁸, do Grupo Dignidade¹⁹.

Hine (2009) afirma que a internet está profundamente entrelaçada com outras mídias e interesses comerciais. Com relação à convergência midiática, o Twitter, por exemplo, é um dos principais ambientes para o desenvolvimento de estratégias de integração entre televisão e redes sociais digitais, onde fãs pedem cenas, inclusive de beijos entre casais de LGBTQs (LIMA e CAVALCANTI, 2018).

Com relação ao entrelaçamento com interesses comerciais, de acordo com Hine (2009), a disseminação viral de ideias online é possível, mas muitas ideias acabam sendo captadas por outros meios e promovidas por outras causas. Ainda que as mídias sociais facilitem alguns movimentos sociais, os resultados da atuação coletiva online muitas vezes não têm sido independentes das corporações tradicionais de mídia ou outros interesses comerciais. Isso pôde ser verificado com o movimento #MARCASALIADAS, liderado pela Skol, do grupo Ambev, que para além da causa social, buscava promover sua marca. Ainda assim, o fato de não haver uma total independência das outras mídias, não diminui a formação de resistência e acolhida dessa comunidade. Mas essa aproximação com o mercado também é uma apontada por Facchini e França (2009) como característica do atual movimento LGBTQ+, conforme foi visto na subseção anterior.

¹⁶ O acervo reúne edições dos anos 1980 do boletim lésbico-feminista Chanacomchana; da Revista Sui Generis, periódico voltado ao público gay e outros documentos. Está disponível em: <<http://acervobajuba.com.br/hemeroteca-digital-leila-miccolis/>>

¹⁷ Criado em 2010, o Acervo Bajubá é um projeto de resgate e salvaguarda do patrimônio e da memória da comunidade LGBTQ+ brasileira.

¹⁸ O Lampião da Esquina foi um jornal homossexual brasileiro que circulou durante os anos de 1978 e 1981 e tem importância histórica na formação dos primeiros grupos do movimento LGBTQ. As edições digitalizações estão disponíveis em: <<http://www.grupodignidade.org.br/projetos/lampiao-da-esquina/>>

¹⁹ O Grupo Dignidade é uma ONG, fundada em 1992 em Curitiba, sendo o primeiro grupo organizado no Paraná a atuar na área da promoção da cidadania de lésbicas, gays, bissexuais, travestis, transexuais, intersexuais (LGBTI+).

1.2.3.2 Iniciativas diversas

Pensando, então, na questão “como o movimento LGBTQ+ pode se fortalecer com a internet?” é possível apontar uma variedade de sites, aplicativos e iniciativas online que mostram como os recursos tecnológicos são utilizados a favor da causa LGBTQ+. Afinal, é pertinente que no Brasil, país que alto índice de crimes contra LGBTQs (GRUPO GAY DA BAHIA, 2018), existam redes de apoio online contra homofobia, comunidades, sites com informações sobre resistência, hashtags etc. Afinal, “quanto mais presente e ativa a opressão social, mas os oprimidos se convencerão da necessidade de agir e lutar” (TREVISAN, 2018, p.575).

Podem ser mencionados exemplos de iniciativas para ilustrar a articulação LGBTQ+ online, com base em dimensões afetivas e políticas, como mostraremos aqui. Considerando a primeira dimensão, podemos afirmar que a mídia social abriu oportunidades sem precedentes para fazer amizade e flertar (COSTA, 2016). Como foi abordado no primeiro capítulo, a socialidade escalável que caracteriza a mídia social tornou isso possível, já que os usuários podem navegar entre um espaço público, onde conhecem novas pessoas, e um espaço privado, onde é possível manter comunicações secretas com amantes e amigos.

Podem ser mencionadas diversas plataformas para busca de parceiros sexuais e românticos. No Google Play, loja oficial de aplicativos para o sistema operacional móvel Android, o mais utilizado do mundo, foram identificadas mais de 40 opções possíveis de apps para encontros e relacionamentos voltados ao público LGBTQ+²⁰. *Grindr*, *Femme*, *G encontros*, *Wapa* e *Tinder* são alguns dos mais populares. De forma geral, esses aplicativos permitem encontrar pessoas com localização próxima e disponibilizam espaço para construção de perfil com foto, descrição e troca de mensagens. MacKee (2016), ao estudar o uso de aplicativos por homens gays em Londres, argumenta que as práticas observadas nas plataformas de cada aplicativo são altamente permeáveis a outras plataformas. Nesse sentido, ele se fundamentou na teoria da *polymedia* (MADIANOU, MILLER; 2012), entendendo que os espaços online são socialmente construídos e interpretados como um conjunto interdependente, conforme foi visto no início deste capítulo. Este conceito de *polymedia* é importante para observar a existência de diversas opções online e como os participantes dessas redes entendem suas finalidades. O artigo de MacKee (2016), por exemplo, mostrou que homens gays em Londres se apropriam do *Tinder* como um espaço mais adequado para

²⁰ A busca por “namoro LGBTQ” retornou 46 opções de aplicações. Busca realizada no site <<https://play.google.com/store/apps>> em 12 fev. 2019.

encontrar parceiros para relacionamentos de longo prazo, enquanto outras plataformas online são tidas como hipersexualizadas, como o Grindr, e vistas como locais mais apropriados para a exploração de relações sexuais de curto prazo. É possível concluir que, na esfera online, mesmo existindo diversos meios disponíveis para interação social, as escolhas para o uso são marcadas por questões afetivas e simbólicas.

Outra iniciativa que os recursos online possibilitam é a mediação entre pessoas LGBTQ+ que gostariam de ter contato com outras, a fim de trocar experiências e receber orientações sobre como agir em situações de preconceito, aceitação familiar etc. Um exemplo disso é o portal WelcomeOut²¹, que funciona como uma mentoria para ajudar pessoas a assumirem sua sexualidade. A plataforma permite o cadastro de pessoas mais experientes e recebe também pedidos de ajuda. Assim, os perfis são analisados e cada solicitação é encaminhada para um mentor, considerando a afinidade das circunstâncias. Há também as redes sociais específicas para o público LGBTQ+, como a Moovz²², que permite compartilhar notícias e até fazer transmissão de eventos em tempo real. Um outro exemplo voltado especificamente para a comunidade LGBTQ+ é o site Viajay²³, que disponibiliza roteiros turísticos para lugares que sejam amigáveis com a população LGBTQ+. O site traz recomendações de restaurantes, hotéis e ambientes de entretenimento no Brasil e no mundo.

Considerando a dimensão política, como vimos na seção anterior, há o ciberativismo, a utilização da internet por movimentos politicamente motivados com o objetivo de alcançar suas tradicionais metas ou lutar contra injustiças (VEGH, 2003). A rua e rede se interpenetram e fazem emergir uma política colaborativa, direta e em tempo real (MALINI E ANTOUN, 2013). Existem novas arenas de mobilização da energia política dos jovens (MACHADO, 2011) e os recursos online têm sido utilizados como ferramentas para lutas contemporâneas e o contexto LGBTQ+ também tem se apresentado neste sentido.

Alguns estudos recentes mostram que a agenda da representatividade no campo midiático vem aumentando nos últimos anos. Vozes historicamente invisibilizadas ganham espaço graças aos recursos online, que possibilitam mobilizar e conscientizar a população em prol de suas reivindicações, inclusive no cenário LGBTQ+ (LIMA e CAVALCANTI, 2018; SACONI e DÓRIA, 2018). O uso da rede por parte de grupos ativistas difunde reivindicações, buscando apoio e mobilização para uma causa; criando espaços de discussão e troca de informação e organizando indivíduos para ações e protestos online e offline

²¹ Disponível em: <<https://www.welcomeout.org/>>

²² Disponível em: <<https://moovz.com/>>

²³ Disponível em: <<http://viajay.com.br/>>

(RIGITANO, 2003). Assim, o uso de hashtags, a criação de sites e comunidades dão forma ao ciberativismo LGBT+. Vale mencionar, nesse sentido, a existência das plataformas, como a Avaaz²⁴ e Change.org²⁵ que permitem a formulação de abaixo-assinados digitais, e funcionam como ferramenta para o exercício da cidadania e a apresentação de demandas de interesse da sociedade às autoridades. O VotenaWeb²⁶ é uma plataforma similar, que publica os projetos de lei do Congresso Nacional para que os cidadãos conheçam e opinem sobre as proposições dos parlamentares. Nessas plataformas, aparecem petições e votações da pauta LGBT+, como o uso de terapias de reversão da homossexualidade, criminalização da homofobia etc. Um outro exemplo, com foco em empoderamento a partir do conhecimento, é o aplicativo Todxs²⁷ que oferece acesso a mais de 700 normas e leis brasileiras que garantem direitos dos LGBT+ para casos de homofobia.

Sites que promovem pautas políticas específicas também podem ser vistos, como é o caso do #VoteLGBT²⁸, coletivo que desde 2014 busca aumentar a representatividade de travestis, transexuais, lésbicas, bissexuais e gays na política institucional brasileira, a partir de campanhas das candidaturas pró-LGBT+ em todas as eleições. Outro exemplo é o A hora é agora²⁹, site criado para difundir informações e colher assinaturas a favor da criminalização da discriminação por orientação sexual ou identidade de gênero no Brasil, na época da votação do tema pelo Supremo Tribunal Federal (STF). Com relação à votação da criminalização da homofobia pelo STF, houve também a promoção de *hashtags*³⁰, como #CriminalizaSTF e #ÉCrimeSim, que chegaram a alcançar alto número de menções no Twitter no dia da votação. Não foi a primeira vez que uma pauta LGBT+ esteve amplamente mencionada na internet. Em 2011, quando tentaram sustar a resolução do Conselho Federal de Psicologia (CFP) que considera que a homossexualidade não é passível de ser tratada como condição patológica, o meme³¹ “Não há cura para o que não é doença” viralizou pela internet. A mobilização política online em torno de mais direitos e menos intolerância contra LGBTs fica evidenciada pelas iniciativas mencionadas.

²⁴ Disponível em: <https://avaaz.org>

²⁵ Disponível em: <https://www.change.org/>

²⁶ Disponível em: <http://www.votenaweb.com.br/>

²⁷ Disponível em: <https://play.google.com/store/apps/details?id=com.todxs>

²⁸ Disponível em: <https://www.voteigbt.org/>

²⁹ Disponível em: <https://www.stf.alloutbrasil.org/>

³⁰ Palavra-chave antecedida pela cerquilha (#) que identifica o tema do conteúdo compartilhado nas redes sociais. Cada hashtag criada é transformada em um hiperlink que irá direcionar a pesquisa para todas as pessoas que também marcaram os seus conteúdos com aquela hashtag específica.

³¹ Meme na internet é utilizado para caracterizar uma ideia ou conceito que se difunde através da web rapidamente. O meme pode ser uma imagem, frase, vídeo, entre outros, que se espalham por intermédio de redes sociais, sites, blog etc.

Além desses movimentos, o *crowdfunding*, que viabiliza novos empreendimentos graças a doações a pedidos online (STEINBERG; 2012), também aparece em diversos projetos LGBTQ+. No Vakinha, podem ser encontrados mais de 100 pedidos de doações relacionados à causa LGBTQ+³². As demandas são variadas, vão desde pedidos para os gastos com casamento de casais homossexuais a custos com uniforme de time de futebol LGBTQ+.

Como foi visto, Hine (2004) defende que o agente da mudança não é a tecnologia em si, e sim os usos e as construções de sentido ao redor dela. E a comunidade LGBTQ+ se apropria dos recursos disponíveis online, não só como forma de criar vínculos afetivos, como também para gerar engajamento.

No caso da Casinha, a ONG estudada nesta pesquisa, as articulações se configuram também pela internet, inclusive considerando o financiamento coletivo, como será visto no capítulo das análises. O grupo já atua em plataformas online desde 2017, através da página no Facebook³³ e perfil no Instagram³⁴. Além das redes sociais, os contatos com a organização podem ser feitos por e-mail³⁵ e via formulário online³⁶. As demandas de auxílio podem ser recebidas tanto pelo e-mail quanto pelas mensagens enviadas pelas mídias sociais. A ONG realiza um processo de triagem dos pedidos e mobiliza sua rede para auxiliar as pessoas, seja encaminhando para os profissionais de saúde parceiros e para os Centros de Atenção Psicossocial (CAPS) das regiões do Rio de Janeiro, ou auxiliando na emissão de documentos e encaminhamentos jurídicos para advogados parceiros da organização. Ao longo dos dois anos de atuação, a Casinha realizou diversas atividades para atender demandas de empregabilidade, saúde, educação, cultura etc. Essa mobilização da ONG pode ser conferida pela divulgação nas redes sociais, que anunciam e mostram resultados dos trabalhos.

Longe de esgotar e catalogar toda a atividade LGBTQ+ online, neste trabalho foram ilustrados alguns sites e iniciativas online relacionados à comunidade LGBTQ+. A fim de sintetizar e organizar o levantamento, no quadro disponível no APÊNDICE A existe um resumo com os dados mencionados. Destacamos nesta seção atividades LGBTQ+ na internet e o que acontece na arena online, tem estreita relação com o universo offline. No próximo capítulo estão estipulados os caminhos adotados para análise nessa pesquisa.

³² O Vakinha é um dos maiores sites de financiamento coletivo no país, com mais de 500 mil vaquinhas abertas e mais de 120 milhões de reais arrecadados, desde seu lançamento em 2009. A busca pelo termo “LGBT”, realizada em março de 2019, retornou 102 pedidos de vaquinha. Disponível em: <<https://www.vakinha.com.br/buscar-vaquinha?utf8=%E2%9C%93&term=lgbt&button=>>>

³³ Disponível em: <<https://www.facebook.com/casinhaacolhida/>>

³⁴ Disponível em: <<https://www.instagram.com/casinhaacolhida/>>

³⁵ Correio eletrônico: casinha.faleconosco@gmail.com

³⁶ Os formulários recebem os pedidos de inscrição para o grupo terapêutico e para o programa de voluntariado, dentre outras iniciativas.

2. PERCURSO METODOLÓGICO

Neste capítulo estão apresentadas as bases metodológicas que fundamentaram a operacionalização do estudo e as técnicas para execução da pesquisa. Os quadros abaixo sintetizam a fonte de dados levantados durante o trabalho de campo. O quadro 2 aponta os nomes fictícios dos interlocutores e suas respectivas naturalidade e idade. Também incluímos como dados gerais, a orientação sexual e em qual Grupo de Trabalho (GT) atuam na ONG Casinha. O quadro 3 mostra os locais, datas e horários dos eventos observados.

Quadro 2: Dados gerais dos entrevistados

Interlocutor(a):	Naturalidade:	Idade:	Orientação sexual:	GT na ONG
Clara	Rio de Janeiro	29	Lésbica	Cultural
Eduardo	Rio de Janeiro	26	Gay	Cultural
Fernanda	São Paulo	29	Lésbica	Gestora
Gabriela	Minas Gerais	28	Bissexual	Institucional
Juliana	Rio de Janeiro	23	Lésbica	Cultural
Letícia	Rio de Janeiro	23	"Coloca lésbica"	Comunicação
Rafaela	Rio de Janeiro	27	Bissexual	Psicologia
Rodrigo	Rio de Janeiro	21	Gay, homossexual	Educação

Quadro 3: Dados gerais dos eventos observados

Data	Evento	Local	Horário
28/06/2019	Debate: "O tal do pink money"	Nex Coworking - Ladeira da Glória	19h as 21h30
15/10/2019	Cine clube: Filme Paraíso perdido	Nex Coworking - Ladeira da Glória	18h30 as 21h30
20/10/2019	Virada sustentável: Aquário LGBT+	Parque Lage	15h as 16h30

Para a análise das mídias sociais, tomamos como referência os perfis nas redes dos entrevistados e também da Casinha. Essa é uma visão geral dos dados levantados. A seguir, apresentamos os detalhes desse percurso metodológico.

2.1 PESQUISA QUALITATIVA E MÉTODO ETNOGRÁFICO NA INTERNET

Neste subcapítulo, apontamos pragmaticamente quais critérios de qualidade adotamos, assim como limites da pesquisa e as esferas de influência. Também pontuamos noções relevantes a respeito do trabalho etnográfico online.

2.1.1 BASE METODOLÓGICA

Orgad *et al.* (2009) define a pesquisa qualitativa relacionadas à internet como estudo dos múltiplos significados e experiências que surgem em torno da internet em um contexto particular de uso por indivíduos ou organizações. Os autores afirmam que a tarefa de um pesquisador envolvido nesse tipo de abordagem é investigar esses significados e experiências e explorar seus sentidos.

Neste contexto, Baym (2006) oferece uma lista de critérios a fim de garantir qualidade a uma pesquisa qualitativa na internet. A seguir estão pontuadas algumas das orientações e práticas mencionadas pela autora:

1. Bons trabalhos são historicamente situados, fundamentados em teoria e dados.
2. É importante problematizar conceitos para aplicar definições consistentes.
3. É necessário estabelecer um foco preciso para nortear a coleta de dados e análise.
4. Deve-se considerar atentamente o que dizem os participantes da pesquisa.
5. É preciso realizar interconexões entre o uso da internet e a vida na qual se está situado.
6. O trabalho deve ser julgado em termos do que é efetivamente possível colocar em prática.

Nosso estudo buscou seguir as orientações de Baym (2006). Os dois primeiros pontos foram especialmente tratados no primeiro capítulo, que apresentou a fundamentação teórico-metodológica. O foco que norteara a coleta de dados e análise foi o uso das mídias pelos participantes da Casinha, em termos de oportunidades e experiências da comunidade LGBTQ+. Além disso, a quarta recomendação listada, guiou a observação participante e as entrevistas em profundidade realizadas. O quinto ponto inspirou os quadros interpretativos dos resultados obtidos na coleta de dados. Por fim, o que foi posto em prática neste estudo admitiu limitações e esferas de influência, de acordo com os tipos propostos por Hine *et al* (2009), abaixo correlacionados:

a) Limites da pesquisa

Hine *et al.* (2009) define que existem limites espaciais, temporais e de relação nas pesquisas relacionadas à internet. O primeiro se refere a questões de onde, quem e o que estudar. Nosso estudo está situado online e offline. Ele está centrado fisicamente nos espaços que receberam atividades promovidas pela ONG. Na arena digital, foram analisadas tanto as ações dos perfis oficiais da ONG, quanto os usos das mídias sociais pelos interlocutores que participam da Casinha, escolhidos para as entrevistas.

A pauta LGBT+ é recorrente em diversas discussões nos tempos atuais. Inclusive, no meio acadêmico, há um significativo repertório de análises sobre diversos aspectos dessa temática: as controvérsias da ideologia de gênero (JUNQUEIRA, 2018); a transformação de iniciativas que visassem promover avanços aos direitos sexuais em ameaça às crianças (BALIEIRO, 2018); inclusive debates a respeito dos ataques a intelectuais, educadores/as e artistas que propõe o diálogo sobre a pluralidade sexual e de gênero (MISKOLCI & PEREIRA, 2018). Entretanto, como se pressupõe, o estudo privilegiou certas abordagens e referências. E isso também se reflete nos sujeitos observados. Nenhuma das pessoas se identificou como trans. Não por escolha conceitual, mas sim por ausência desse perfil dentre os voluntários da ONG, na época da seleção para as entrevistas. Outros trabalhos sobre as relações na sociabilidade digital e presencial de pessoas trans podem ser consultados (VENCATO, 2015; CARVALHO, 2018). Também desconsideramos a perspectiva do consumo digital da “pornografia alternativa” (PARREIRAS, 2012).

Já os limites temporais referem-se a questões de início e término da pesquisa e os limites de relação dizem respeito principalmente às trocas entre pesquisadores e seus interlocutores. Desta forma, o tempo da realização da nossa pesquisa se restringe ao período do trabalho de campo, desenvolvido no segundo semestre de 2019. As relações com os interlocutores ocorreram conforme os preceitos de ética descritos a seguir.

b) Esferas de influência

Hine *et al.* (2009) também apontam influências analítica, teórica e pessoal que interferem na realização da pesquisa. A esfera analítica refere-se a decisões teóricas tomadas para as análises do estudo. Como já foi mencionado, ainda que outros caminhos fossem possíveis, nosso estudo está ancorado nos conceitos da Antropologia Digital (MILLER *et al.*, 2016; HINE, 2015; MACHADO, 2017b; MILLER; HORST, 2012; MILLER; SINANAN, 2017), que nortearam todo debate teórico e a metodologia.

Com relação à esfera ética, as decisões tomadas levam especialmente em consideração a proteção dos participantes. Vale ressaltar que todas as identidades estão protegidas, sem comprometer os insights e contextos retratados, para manter a privacidade e confidencialidade das informações pessoais dos entrevistados. Em conformidade com as exigências para pesquisa com seres humanos, o projeto foi encaminhado ao Comitê de Ética em Pesquisa do Centro de Filosofia e Ciências Humanas (CEP-CFCH) da UFRJ através da Plataforma Brasil. O trabalho de campo teve início apenas após a aprovação por parte do comitê – o parecer positivo, de número 3.408.629, pode ser consultado no ANEXO A-, obedecendo diretrizes éticas estabelecidas. Foi apresentado aos participantes da pesquisa o Registro de Consentimento Livre e Esclarecido (RCLE) (APÊNDICE B). Nele, estão descritos o tema pesquisado, os objetivos, a garantia de liberdade na participação e sigilo dos dados, a ausência de benefícios diretos e a disponibilidade dos resultados após a conclusão da pesquisa. Trataremos da esfera pessoal de influência na seção a seguir, sobre o método etnográfico.

2.1.2 PERSPECTIVA ETNOGRÁFICA

Com relação à perspectiva etnográfica, partimos da ideia de que o debate sobre experiências online a partir do viés antropológico, aponta para a etnografia como método. Assim, aplicamos no trabalho de campo, técnicas de inspiração etnográfica, investindo em observação direta para a coleta de dados, com registro no diário de campo, e seleção de informantes para entrevistas.

Ainda assim, conforme Geertz (1973) afirma, o que define a etnografia, não são as técnicas que podem ser utilizadas, como mapear o campo, manter um diário e transcrever textos. A definição usada por Geertz (1973) aponta para a etnografia como uma descrição densa. Isto envolve uma função interpretativa dos atos observados e a tarefa de encontrar o acesso aos sentidos de vida em cada sociedade. Dessa forma, nossa intenção foi construir um relato do discurso social do grupo em questão, disposto em documento que pode ser consultado a qualquer tempo, conservando assim o momento e o sentido para estudo (BRAGA, 2008).

Conforme afirmam Fragoso, Recuero e Amaral (2011), uma série de termos – como netnografia, etnografia virtual, webnografia e ciberantropologia – tem sido utilizada para definir metodologias etnográficas na internet. Ainda assim, as autoras recomendam que o

termo etnografia seja usado mesmo em ambientes digitais, uma vez que esses são entendidos enquanto lugares, nos quais há produção de sentido.

Nosso estudo adota a perspectiva etnográfica, levando em consideração que a etnografia no contexto da internet não se trata de uma análise sobre tecnologias, mas sim sobre pessoas, suas práticas e as culturas que eles formam (HINE, 2015). Afinal, a internet é sempre uma invenção de seus usuários (MILLER, 2011). Desta forma, neste estudo descrevemos densamente como os recursos online são usados pela comunidade LGBTQ+.

Com relação à esfera pessoal de influência, Hine *et al* (2009) explica que vários aspectos do histórico do pesquisador podem influenciar a escolha dos limites do projeto, como propensões pessoais, habilidades ou história de vida. Neste ponto, é conveniente registrar as implicações subjetivas presentes neste trabalho. O percurso etnográfico foi marcado pelo interesse pessoal da pesquisadora no aumento de mais tolerância e bem-estar à comunidade LGBTQ+, já que atingem sua própria realidade de vida. Inclusive, o tema da pesquisa e a vivência na comunidade da Casinha cumpriram não apenas as funções acadêmicas, como também os anseios particulares de conhecimento e inserção social.

A respeito da familiaridade com o tema, assim como aponta Gilberto Velho (2003), desde os anos 1970 antropólogos brasileiros realizam trabalhos em contextos próximos e mais ou menos “conhecidos”, situações com as quais os pesquisadores possuem algum tipo de envolvimento e das quais participa. Para “estranhar o familiar”, criar um estranhamento crítico diante do que é próximo, Velho (2003) salienta que não há fórmulas nem receitas e que “cada pesquisador deve buscar trilhas próprias, a partir do repertório de mapas possíveis” (p.18). Ainda que o contexto LGBTQ+ seja relativamente próximo, o grupo de pessoas da Casinha e as dinâmicas interacionais na ONG eram distantes da minha vivência. Apenas uma, dos oito interlocutores, era previamente conhecida. A entrevistada identificada no trabalho como Clara estudou na mesma pós-graduação que eu, mas já não tínhamos contato desde 2016, o que possibilitou não comprometer os insights relacionados à entrevista. No mais, todas as circunstâncias da pesquisa foram vivenciadas com a surpresa de viver o novo: conversar com pessoas desconhecidas, participar de discussões nunca antes observadas, estar em lugares nunca antes visitados. Certamente, o estranhamento ocorreu e possibilitou um olhar crítico para as cenas analisadas.

2.2 PROCEDIMENTOS ANALÍTICOS

Tendo feita essa reflexão sobre a pesquisa qualitativa e o uso do método etnográfico na internet, apontamos, neste subcapítulo, as técnicas escolhidas e suas respectivas fontes de dados. Também apresentamos a base teórica do percurso-analítico adotado e os eixos de análise. Esses últimos originaram os títulos das seções contidas no capítulo 3.

2.2.1 TÉCNICAS ESCOLHIDAS

A operacionalização da pesquisa levou em consideração que a experiência digital não é fixa, ela tem seu significado construído nas relações e conexões que são estabelecidas diariamente. Dessa maneira, buscamos com as ferramentas escolhidas, abranger como as pessoas se movimentam, evidenciam ou ignoram determinados aspectos enquanto vivem seu cotidiano (HINE, 2015). Desta forma, o trabalho de campo deste projeto etnográfico foi realizado através da (a) observação participante, (b) análise de mídias sociais e (c) entrevistas. A combinação da análise online e offline nos estudos de internet e mídias sociais é essencial para levar em conta as experiências de vida em sua totalidade (COSTA, 2016).

(a) observação participante

Um dos aspectos da etnografia tradicional útil para a etnografia em meios digitais é abordagem holística, partindo de um tempo dedicado a olhar em torno e explorar o fenômeno estudado sob todos os ângulos, tentando entender o que ele é, para quem existe e como é vivenciado (HINE, 2012). Desta forma, a observação participante foi utilizada nesta pesquisa, com imersão nas atividades que realizadas pela ONG. A observação incluiu a realização de um diário de campo com anotações realizadas após as experiências. Um roteiro de observação participante das atividades (APÊNDICE C) também foi usado como instrumento para a pesquisa.

Foram observados três eventos diferentes, nos quais os gestores e participantes desempenharam papéis diferenciados. A primeira ocasião foi em um debate aberto ao público sobre *pink money*, organizado pela ONG, com diversos convidados. O segundo momento de observação aconteceu em um dos encontros do cineclube da Casinha e a terceira observação foi feita durante a participação da ONG na Virada Sustentável, um dos maiores eventos sobre sustentabilidade no Brasil. O quadro 3 sintetiza as informações gerais dessas ocasiões. Os

eventos tinham dinâmicas diversas, com diferentes intenções discursivas, o que foi importante para absorver um maior volume de visões e comportamentos.

O debate sobre o *pink money* ocorreu no dia 28 de junho de 2019, como parte da programação proposta para a celebração da semana do orgulho LGBTQ+. Durante o evento, que recebeu cerca de dez pessoas na plateia, quatro convidados engajados com a comunidade LGBTQ+ debateram sobre a representatividade na mídia e a atuação das marcas. Os principais pontos abordados foram o quanto as ações das marcas são efetivas e contribuem para a luta. É só oportunismo? Como contribuir, de fato, com essa causa e tirar a população dessa condição marginalizada? Os principais pontos deste evento foram sinalizados em detalhes no eixo 4 do capítulo de análises.

O evento sobre o *pink money* ocorreu no Nex Coworking, empresa que oferece espaços de trabalho e é uma das principais parceiras da ONG. O local, situado na Ladeira da Glória, acolhe diversas atividades da Casinha e recebeu também o segundo evento da minha observação participante, o cineclube. O filme exibido foi *Paraíso Perdido*, no dia 15 de outubro de 2019, e contou com a presença de 17 pessoas, contando comigo. A trama se passava em uma casa noturna e apresentava os muitos conflitos, e também afetividades entre os personagens LGBTQ+. Após a exibição, houve um debate sobre a importância de redes e territórios, que foi tratado mais profundamente no eixo 2 desta dissertação.

Por fim, o último momento de observação foi na participação da ONG durante a Virada Sustentável. Esse evento, diferente dos outros dois, não era proprietário da ONG, era uma inserção da Casinha em um contexto maior. Eles promoveram uma conversa aberta e livre chamada “aquário” com quatro convidados familiarizados com a causa LGBTQ+ e uma cadeira vazia, onde qualquer um da plateia podia sentar-se e contribuir sobre vivências e estratégias de resistência da nossa comunidade. Não houve uma forte interação do público em geral, mas como era um grande evento com diversas ações espalhadas pelo Parque Lage, muitas pessoas passaram pelo “aquário” e algumas se sentaram para ouvir o debate. A conversa girou em torno da questão geradora proposta pelos membros da Casinha: como construir uma rede de afeto que integre a diversidade? As posições e opiniões desse debate falaram sobre oportunidades de inclusão, relação com marcas e atribuições do Estado. Esses pontos serão retomados em diversos eixos no capítulo de análise.

(b) análise de mídias sociais

Costa (2016), em seu trabalho de campo que investigava os usos das mídias sociais na Turquia, analisou imagens e textos em mais de 200 perfis no Facebook, Instagram e Twitter.

Hine (2014) observou as discussões online não só da plataforma escolhida para sua análise, como também outras de função similar a do seu *locus* de estudo. Essa análise das mídias sociais permite ampliar a visão sobre as experiências de sociabilidade digital e suas implicações offline.

Da mesma maneira, nossa pesquisa propõe uma análise das mídias sociais relacionadas à Casinha e seus participantes. Isto não significa que serão observadas as inesgotáveis fontes de dados na internet sobre a comunidade LGBTQ+. Nossa análise nas mídias sociais incluiu as páginas oficiais da ONG, no Instagram e no Facebook, e os perfis de pessoas entrevistadas. Observamos o discurso circulante nos perfis oficiais da ONG e também as redes sociais dos interlocutores, cruzando aquilo que observamos online com o que foi declarado nas entrevistas. Isso pode ser observado pelos prints que foram inclusos no capítulo das análises, para ilustrar diversas circunstâncias. Hine (2016) sinaliza que os fragmentos individuais derivados da internet podem ser interpretados de diversas maneiras. Desta forma, as entrevistas e análise de mídias sociais dos participantes foram correlacionadas, a fim de compreender o significado da mídia como um componente da vida cotidiana em um sentido mais amplo.

Para nortear a análise das mídias sociais também foi elaborado um roteiro de observação (APÊNDICE D), para analisar como o grupo se expressa por meio de suas interações publicadas.

(c) entrevistas

As entrevistas revelam conexões complexas entre as experiências online e offline, destacando como a experiência de usar a internet foi incorporada na história do interlocutor (ORGAD, 2009). As entrevistas em nosso estudo são propostas a fim de aprofundar o conhecimento sobre os usos das mídias sociais pela comunidade LGBTQ+. Além de relacionar as experiências na Casinha com a sociabilidade digital e vice-versa, nossa intenção foi investigar as oportunidades encontradas por LGBTQs no universo online.

O critério para seleção dos entrevistados foi de pessoas maiores de 18 anos com vínculo às atividades da ONG Casinha e com mídias sociais disponíveis para observação. Essas condições eram fundamentais para ter uma reflexão holística sobre as oportunidades relacionadas ao posicionamento sexual/gênero. As entrevistas foram conduzidas por um roteiro de entrevista semiestruturada (APÊNDICE E) e realizadas de julho a outubro de 2019. Todos os interlocutores são naturais da região sudeste, sendo a maioria do Rio de Janeiro. Os oito são solteiros, não possuem filhos e estão na faixa de 21 a 29 anos. Outra

semelhança é que todos cursaram, ou ainda cursam, cursos de Ciências Humanas. Como costuma ser feito nas pesquisas antropológicas e conforme estabelecia o acordo firmado através do RCLE, seus nomes foram substituídos, a fim de preservar suas identidades. O APÊNDICE F apresenta os dados gerais dos entrevistados organizados.

Todos os entrevistados são voluntários da casinha e conheceram a iniciativa pela internet. O roteiro de entrevista semiestruturada continha perguntas sobre a motivação para o envolvimento com a comunidade, uso de plataformas, vulnerabilidades por conta da sexualidade e gênero e percepções a respeito das vantagens e desvantagens da internet. Cada entrevista seguiu um fluxo de acordo com o diálogo estabelecido a partir das respostas. A íntegra do roteiro pode ser consultada no APÊNDICE E. O registro das entrevistas foi feito por meio de gravação de áudio e anotações durante o diálogo. As conversas levaram cerca de 1 hora, em média, e foram realizadas em diferentes locais, que acabaram também complementando alguns sentidos observados na análise. A escolha do local para a entrevista foi definida caso a caso, de acordo com a disponibilidade e interesse dos interlocutores. Eu dava algumas sugestões e eles sinalizavam a preferência, de acordo com suas rotinas e afeições. Curiosamente, os espaços escolhidos transmitiam a ideia ou de comunidade, ou de digitalização.

Por exemplo, duas entrevistas (a do Rodrigo e a da Juliana) ocorreram no Curto Café, um espaço alternativo que fica na sobreloja do Terminal Menezes Côrtes, no Centro do Rio de Janeiro. Lá, os clientes que pagam pelo seu consumo, sem a supervisão do atendente. A liberdade e a confiança ditam a tônica daquele espaço. Outras duas entrevistas foram realizadas em praças públicas, espaços abertos que emanam o espírito da coletividade. Há de se considerar que nem todas as praças do Rio de Janeiro caberiam nessa definição, mas a Praça São Salvador, no Flamengo (local da entrevista da Clara) e a Praça Nelson Mandela, em Botafogo, (local da entrevista do Eduardo) são locais que atraem diferentes perfis de pessoas da região. A convivência nessas duas praças ganha contornos diferentes. Isso porque na São Salvador é mais comum ocorrer eventos noturnos com música, o que atrai mais jovens e consequentemente, mais ambulantes vendendo bebida. De toda forma, como nos horários em que eu realizei as entrevistas não havia evento com música, as duas praças muito de assemelhavam com relação ao momento coletivo. Nos áudios é possível notar nos dois espaços, os sons em segundo plano de crianças brincando, cachorros passando e pessoas conversando.

Além desses espaços, três entrevistas foram realizadas online, em diferentes plataformas de conversa por vídeo (Gabriela e Letícia pela Whereby, Rafaela pelo Skype). A

esse respeito, cabe sinalizar que a espontaneidade pôde ser relativamente mantida, devido à sincronia dos gestos e voz. A esse respeito, Braga (2008) afirma que é possível observar instâncias nas quais “os níveis de afeto e emoção desenvolvidos nas relações via Internet são similares aos estabelecidos em relações face a face ou mediadas por outros suportes técnicos” (p.44). Isso ocorre nas ferramentas de modalidade sincrônica, como as usadas para as entrevistas desta dissertação. Ou seja, encontros online em que a correspondência ocorreu de modo instantâneo. Esse encontro no meio digital facilitou a disponibilidade de agendas. Talvez essas entrevistas não tivessem ocorrido a tempo para a realização do trabalho de campo, se não fosse pela intervenção digital, que facilita a conexão entre as pessoas. Afinal, ela supre a necessidade de tempo de deslocamento. Uma dessas entrevistas, inclusive, foi feita durante um tempo livre na jornada de trabalho.

A fim de sintetizar como a operacionalização da pesquisa foi feita, apresentamos o quadro abaixo com as técnicas, meios e instrumentos resumidos. Os instrumentos da análise de mídia e entrevistas estão correlacionados, pois os dados encontrados online foram cruzados com o que os entrevistados declararem durante as entrevistas.

Quadro 4: Resumo da operacionalização da pesquisa

Técnica	Meios/ Interlocutores	Instrumentos
Observação participante	Imersão em três atividades da ONG	Anotações do diário de campo e do roteiro de observação participante
Análise das mídias sociais	Perfis da ONG no Instagram e no Facebook	Dados das entrevistas com gestor e participantes, cruzados com as anotações do roteiro de análise das mídias
	Perfis dos entrevistados em suas mídias sociais	
Entrevistas	Voluntários da ONG	Resultado das entrevistas (anotações e gravações), correlacionado com a análise das mídias sociais

2.2.2 PERCURSO ANALÍTICO INTERPRETATIVO

Após o levantamento dos dados, realizamos uma análise interpretativa do discurso observado nas diferentes instâncias de comunicação acompanhadas, seja pelas mídias sociais ou durante as entrevistas e eventos. Levamos em consideração que os processos de enunciação em todas essas circunstâncias operaram no interior do contexto sociocultural que

os cercavam. O que as pessoas dizem é parte de um sistema complexo de "condições de produção" dos discursos, definido por regras anônimas sempre determinadas por tempos e espaços específicos (Foucault, 1986).

Sendo assim, a proposta de análise considerou o entrelaçamento do digital com a cultura e com a socialização. Desta forma, a análise dos dados foi feita com a triangulação dos dados por meio das técnicas propostas: (a) conteúdos do diário de campo e dos apontamentos do roteiro de observação participante, (b) apontamentos da análise das mídias sociais e (c) conteúdo das entrevistas.

Hine (2014) indica uma abordagem analítica do discurso como estratégia para desenvolver os insights a partir dos dados coletados. A autora sugere olhar em profundidade os enunciados, usando técnicas de análise do discurso para examinar modos de interação entre participantes. Nosso estudo segue a mesma visão para realizar o exame do que declaram nossos interlocutores.

A técnica de análise do discurso de Hine (2014) se baseia em Potter (1996): explora como várias formas de enunciados configuram a realidade para nós e como usamos diversos meios para sermos persuasivos. É um tipo de análise que se concentra em observar escolhas feitas e estratégias adotadas no texto. Isto é, dentre todas as formas possíveis de se descrever uma situação, uma forma particular foi escolhida. Que tipo de realidade ela constrói? Essa abordagem de análise do discurso revela configurações sociais, seus valores e pressupostos. Ela pode ser um componente muito útil para abordagem etnográfica se usada para desenvolver uma exploração sistemática, investigando como o sentido é criado (HINE, 2014).

2.2.3 EIXOS DE ANÁLISE

A partir dos dados coletados nas entrevistas, mídias sociais e eventos, foram observados e destacados temas de recorrência, que selecionados pelo grau de relevância e agrupados por contiguidade, resultaram nos 4 eixos de análise estipulados, visando o aprofundamento da análise e interpretação. Para entender a formulação desses eixos, retomamos ao início desta pesquisa.

O ponto de partida para operacionalização do presente estudo foi o encontro com a idealizadora da ONG, aqui, identificada como Fernanda, a fim de preservar sua identidade, como já foi mencionado. O primeiro encontro com ela ocorreu no dia 5 de setembro de 2018, quando o trabalho de campo da pesquisa ainda estava sendo delineado. Foram vários diálogos, desde então, que inspiraram muitas das noções e reflexões propostas neste estudo. O momento

da entrevista com a Fernanda, em 16 de julho de 2019, formalizou algumas ideias que já tínhamos conversado outras vezes. Ao perguntar sobre a motivação para criar a ONG, a resposta foi:

Muitas coisas me motivaram a fazer a Casinha acontecer. No começo, o que me motivou foi tentar construir um espaço seguro para pessoas que eu conheço e para uma galera que estava sendo expulsa de casa e sofre violência todos os dias. [...] A Casinha já é um espaço seguro, apesar de a gente ainda não ter a casa, a Casinha é um espaço seguro, um lugar de troca para as pessoas que precisam dessa rede, independente se estão em situação de vulnerabilidade ou não. (Fernanda, em entrevista)

A ideia de criar um espaço seguro, ter um lugar de troca, dialoga muito com a discussão teórica sobre comunidade, que está aprofundada no primeiro capítulo. Além disso, a própria noção de lugar, é pertinente para esta pesquisa, que trata tanto de espaços online quanto offline. Tuan (2013) ao consolidar o lugar como um conceito central para o estudo da experiência humana, defende que o lugar é construído a partir da experiência e dos sentidos, envolvendo cultura história, relações sociais e paisagem. Esse lugar pode ser tanto o meio das trocas viabilizadas pelas plataformas digitais, quanto o ambiente dos encontros face a face. Afinal, a importância do lugar para movimentos sociais, para a constituição de identidades culturais, para resistências e liberdades “está justamente na sua indissociabilidade com a nossa experiência, e consequentemente, com a nossa existência, ou seja, com o que somos” (MARANDOLA, 2013, p.8).

Assim sendo, a partir dessa reflexão sobre lugar, experiências e pessoas, organizamos as análises dos temas recorrentes em quatro eixos, que correspondem aos subcapítulos da seção de análise, abaixo explicados:

- a) O lugar de partida: essa seção inicial se dedica a tratar da ONG Casinha, sua proposta de atuação, o discurso observado nas suas redes sociais e dos aspectos mais institucionais revelados nos dados levantados.
- b) O lugar é nosso: esse segundo eixo aborda os traços de comunidade observados, como são percebidas as contradições internas e como o sentido de mobilização se apresenta para os integrantes do grupo.
- c) O lugar é meu: essa terceira seção reúne os insights a respeito da relação entre privacidade e exposição; público *versus* privado; e percepção de riscos e chances observados.

- d) O lugar também é deles: esse eixo final trata das relações comerciais e da interferência dos fatores mercadológicos através da participação das marcas, nos debates observados, especialmente em um dos eventos.

Assim sendo, no próximo capítulo, apresentamos os resultados das análises realizadas. Cabe sublinhar que não se trata de desvendar formas sociais, nem sinalizar motivações ocultas, mas sim de analisar o material coletado à luz das teorias propostas. Como explicamos, privilegiamos na estrutura aspectos temáticos que se apresentaram de modo recorrente nas transcrições das entrevistas, nos registros da internet e nos diários de campo. Estipulamos as quatro categorias mencionadas para análise, a partir da frequência nos temas observados. As epígrafes usadas no início de cada seção foram retiradas de comentários feitos durante as entrevistas, ou de falas durante os eventos, e encontram-se reproduzidas na íntegra, com sinalização de autoria, ao longo do texto.

3. OPORTUNIDADES E RESTRIÇÕES

A comunidade LGBTQ+ se fortalece com a internet? Essa foi a questão norteadora para as nossas análises. Mais do que apresentar uma resposta objetiva e apresentar justificativas, nos debruçamos sobre as particularidades que tornam possível ou não esse fortalecimento. Cada um dos eixos mencionados, lança olhar sobre as oportunidades que se apresentam, de representatividade, posicionamento e liberdade de expressão, bem como as restrições, ligadas a mal-estar e limitações à comunidade LGBTQ+. Todas essas reflexões foram feitas articulando sentidos online e offline. Dessa forma, mostramos aqui como se apresentaram as configurações de sentido em nosso campo, através das publicações nas mídias sociais, das elaborações nas respostas das entrevistas e na escuta atenta durante os eventos da observação participante.

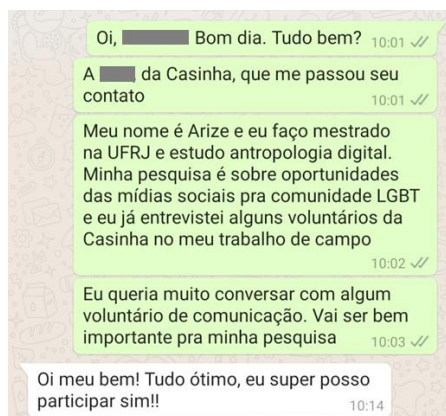
Os diálogos, impressões e reflexões das conversas com os interlocutores aparecem durante todo este capítulo. A fim de ter uma visão mais concentrada das interações com eles, apresentamos um breve perfil de cada entrevistado e como cada um deles contribuiu para a discussão das categorias analisadas. Essa é uma descrição mais subjetiva dos interlocutores. Os dados mais genéricos e o perfil sociodemográfico deles se encontra no APÊNDICE F.

Para falar sobre os interlocutores, gostaria de descrever um momento importante, que inclusive materializa o estranhamento, comentado na seção 2.1.2. O meu ponto de encontro com a Fernanda, idealizadora da ONG, já mencionado na seção 2.2.3, ainda em 2018, quando o trabalho de campo da pesquisa ainda estava sendo delineado, foi na boate FosfoBox. O lugar existe desde 2004 e é reconhecidamente um espaço frequentado pelo público LGBTQ+. Inclusive, o espaço já foi tratado em trabalhos acadêmicos³⁷. Mas a boate FosfoBox não foi onde sentamos para conversar, e apenas o ponto de referência usado pela Fernanda para nos encontrarmos e então seguirmos para um bar indicado por ela, que fica próximo à boate. A referência, para ela, parecia clara como ponto de encontro, mas a verdade é que eu nunca tinha ido à FosfoBox e não tinha muita ideia de onde ficava. Mesmo sendo lésbica, na minha adolescência, eu frequentei poucos espaços LGBTQ+ e a quantidade de amigos homossexuais que eu tenho não é grande. Quando eu comentei isso com a Fernanda, ela me disse “menina, vou passar a te levar para os rolês”. Achei curioso a espontaneidade e a disponibilidade dela comigo, uma pessoa praticamente desconhecida (nós só havíamos trocado 1 único e-mail antes, a respeito do interesse em fazer o trabalho de campo na ONG). Essa receptividade foi o

³⁷ Alguns trabalhos mencionam a FosfoBox como lugar alternativo na zona sul carioca que promove festas e eventos associados ao público LGBTQ+, como pode ser visto em Moutinho (2006) e Eugenio e Lemos (2007).

ponto em comum em todas as entrevistas. Boa parte dos encontros foram combinados online, com o primeiro contato feito via WhatsApp. Achei essa forma de abordagem não-simultânea mais interessante, para deixar espaço para a pessoa refletir sobre a participação. Alguns contatos que eu fiz não foram respondidos, mas todos os interlocutores que atenderam ao pedido, se mostraram simpáticos a possibilidade, como mostra a figura 1, que ilustra minha abordagem inicial e o retorno positivo.

Figura 1: Abordagem inicial e retorno



Fonte: Mensagens do WhatsApp trocadas com um dos interlocutores

Alguns foram mais reservados, outros mais soltos, mas todos, Fernanda, Clara, Eduardo, Rodrigo, Juliana, Gabriela, Letícia e Rafaela, foram acolhedores e nossas conversas foram atravessadas por risos, olhares, tons e revelações próprios de relações amistosas. As próprias mensagens trocadas inicialmente pelo WhatsApp, no agendamento dos encontros, ilustram isso. Na figura 2, por exemplo, tem uma demonstração dessa receptividade, através do uso de emojis.

Fernanda inspirou muitas das reflexões da pesquisa, impossíveis de enumerar. Clara, como já mencionado, foi a única interlocutora com quem eu já tinha contato precedente. Sempre divertida, nossa conversa rendeu muitas risadas e ela contribuiu especialmente para as reflexões sobre privacidade e exposição. Eduardo foi indicado por Clara e a impressão que tive de nossa conversa é de que já éramos amigos anteriormente. A conversa com ele foi a mais longa: oficialmente, com gravação, nos falamos por duas horas e meia. Após a entrevista, nos sentamos em um bar em Botafogo e continuamos a conversar sobre alguns episódios de nossas vidas. Muito comunicativo e afetuoso, Eduardo foi o principal gerador de insights para pesquisa. Ele foi fundamental para compor a reflexão a respeito da representatividade midiática, das relações entre online e offline, do “sair do armário” no

espaço digital, das implicações da privacidade e de outros temas abordados, cujos trechos estão explicitados nas próximas páginas. Rodrigo, o mais novo dos entrevistados, é uma pessoa tranquila e engajada e me fez encadear os sentidos de pertencimento a uma comunidade e a formação de vínculos a partir da ONG. Essa também foi uma contribuição de Juliana, doce e também muito tranquila. Além da contribuição para os insights sobre pertencimento a uma comunidade, as publicações de Juliana nas mídias sociais foram particularmente relevantes para conectar os sentidos micropolíticos. Gabriela foi a única entrevistada que abordou um ponto de vista de quem não cresceu no Rio de Janeiro. Mineira, e muito simpática, ela foi especialmente importante para delinear questões de exposição relacionadas ao trabalho. Assim como Letícia contribuiu com as reflexões relacionadas à família. Letícia é muito engraçada e espontânea. Ela suscitou o debate sobre o uso do humor, sobre as classificações sexuais e também sobre representatividade online. Por fim, Rafaela foi a única interlocutora que não criei contato a partir de uma referência precedente. Eu a conheci durante a observação participante no cineclube e quando ela se identificou como psicóloga (voluntária da ONG) achei que traria contribuições relevantes. Ela foi prestativa e em nossa conversa, fez ponderações importantes sobre o uso das mídias sociais e seus relatos foram articulados nas reflexões sobre privacidade.

Figura 2: Troca de mensagens no agendamento das entrevistas



Fonte: Mensagens do WhatsApp trocadas com um dos interlocutores

Tendo traçado esse panorama sobre os entrevistados, seguem as análises que trazem seus relatos e também as reflexões geradas nas observações participantes e na exploração das mídias sociais.

3.1 O LUGAR DE PARTIDA: SOBRE A CASINHA

“Fazemos um serviço que o Estado deveria estar fazendo, mas como não faz, nós iremos fazer” (trecho da fala de um dos organizadores da ONG, durante a observação participante).

Geertz (1973) ao tratar das características de descrição de um projeto etnográfico atenta para a diferença entre estudar “as” aldeias e “nas” aldeias. O *locus* do estudo não é seu objeto de estudo. Assim, vale destacar que nosso objeto de estudo é o uso das mídias sociais pela comunidade LGBTQ+, tomando como *locus* do estudo a ONG Casinha. Nesta seção, buscamos compor a ONG, a partir do que pode ser visto nas redes sociais e também nas definições que surgiram durante o trabalho de campo.

A Casinha foi o *locus* de estudo escolhido para esta pesquisa por ter estreita relação com o universo digital e ser essencialmente parte integrante da comunidade LGBTQ+. Cabe salientar que para nós, era importante determinar um *locus* onde fosse possível realizar um cruzamento das relações online com o offline. Isto porque a proposta do campo teórico da Antropologia Digital é a de estabelecer pontes de reflexão entre o digital, a cultura e as redes de sociabilidades (MACHADO, 2017a). Por isso, foi importante, para além de investigar as publicações nas redes sociais de membros e uma organização LGBTQ+, também acompanhar encontros presenciais, ter diálogos face-a-face e observar as interações sob essa perspectiva offline. Assim foi possível estabelecer cruzamentos entre as duas arenas e pontuar o que há de retenção nas mídias digitais. Millet *et al* (2016), ao apresentar o trabalho de nove diferentes etnografias em países diversos, evidenciam que a perspectiva da Antropologia Digital é imaginar as relações sociais como produtoras de mudanças nas mídias sociais e não o oposto. O trabalho de campo foi apoiado nessa percepção. Ao longo do texto, pontuamos essa correlação entre o que foi observado online com os depoimentos das entrevistas e a análise presencial dos eventos.

A Casinha está registrada como organização não governamental (ONG) e, desta forma, atua no terceiro setor. Conforme definido por Fernandes (1985), ONGs são mantidas com ênfase na participação voluntária graças à incorporação do conceito de cidadania na sociedade civil. A iniciativa surgiu em junho de 2017 a partir de uma inquietação com os números de violência contra LGBTQs, e se tornou oficialmente uma ONG em julho de 2018. Hoje, a instituição atua em duas frentes. A primeira é a Casa de Acolhida que irá receber jovens entre 18 e 25 anos, com necessidade de abrigo. O grupo entende que o abrigo é um

paliativo para uma demanda urgente de assistência social. A outra frente de atuação prevê atividades culturais que fomentem o diálogo com a sociedade, visando resultados em longo prazo. Além do apoio aos jovens, a iniciativa propõe ser um vetor de mudança social, para quebrar barreiras e preconceitos. Por isso, além da acolhida, a ONG promove artistas e a cultura LGBT+. Em seus perfis oficiais, a ONG explica a sua atuação, como pode ser visto na figura 3:

Figura 3: Parte do post da Casinha em 5 de junho de 2019 – Explicação sobre a ONG



Fonte: Instagram da ONG Casinha

Nesse mesmo post, a organização explica uma das dúvidas mais recorrentes no perfil: a localização da ONG. Devido a entraves burocráticos, o espaço físico ainda está indefinido. Há dificuldades para alugar uma casa que se adeque aos propósitos da ONG e mesmo após terem encontrado uma opção ideal, ocorreram problemas com alvará. É uma questão importante, já que uma das frentes prevê esse acolhimento presencial. Mas mesmo sem a casa de acolhimento, eles oferecem suporte de empregabilidade, saúde mental e educacional, a partir de encontros em espaços cedidos por outras instituições.

Esse ponto da ausência de espaço físico é interessante para nossa análise. Quando definimos o escopo da presente pesquisa, a expectativa era de que a Casinha já existisse fisicamente quando fosse iniciado o trabalho de campo. Ainda assim, a ausência da casa não impactou observações presenciais, pois a ONG recorreu a espaços alternativos para realização

dos encontros culturais e educacionais. Por isso foi possível realizar as observações participantes e analisar cenários offline. Certamente, se já existisse a casa acolhida, neste estudo estariam pontuadas percepções a partir da identidade espacial da casa. Como não há, outras reflexões foram suscitadas. Dentre elas, o entrelaçamento com as questões comerciais. Isto porque boa parte das ações da Casinha acontecem no Nex Coworking, empresa que oferece espaços de trabalho e é uma das principais parceiras da ONG. Situado na Ladeira da Gloria, o lugar abre as portas para os encontros presenciais da Casinha, e de certa maneira, gera divulgação comercial da empresa. O Nex possui estrutura moderna, com estilo contemporâneo de design de interiores, e oferece escritórios mobiliados, salas de reunião e espaços para eventos (ver figura 4).

Figura 4: Espaço de realização de parte dos eventos da ONG Casinha



Fonte: site do Nex Coworking (disponível em <<https://nex.work/>>)

Nos eventos observados lá, os voluntários e gestores agradeceram a parceria e a disponibilização do espaço, que fica na Villa Aymoré³⁸. A Villa é um complexo histórico fundada no início do século XX, inicialmente com uma proposta residencial, mas atualmente, funciona como um condomínio de escritórios e espaço cultural. Em uma das conversas com Fernanda, ela disse que o espaço tinha “tudo a ver com a ONG”. Como é possível notar ao circular pela Villa, o empreendimento atrai um público mais informal, “descolado”, com startups que reúnem grupos com funcionários jovens. Quando fui realizar minha primeira observação participante, achei o espaço bem diferente de empresas convencionais. As pessoas que circulam por lá são majoritariamente novas, muitas com tatuagens expostas, cabelos e jeitos estilosos. Ainda assim, fica claro o objetivo corporativo do espaço. Na minha primeira

³⁸ Mais detalhes disponíveis em: <<https://www.villaaymore.com.br/>>. Acesso em 9 fev 2020.

observação participante, foi necessário fazer cadastro com foto para retirada de crachá e passar na catraca de segurança para acessar o prédio. É nesse ambiente, que articula inovação e trabalho, que ocorrem alguns dos eventos da Casinha. Outros espaços também já abrigaram eventos da ONG, como o Multifoco Bistrô³⁹ no Centro da cidade, que também segue a linha de espaço “descolado”. Para além dessa questão do espaço físico onde ocorrem os encontros, é interessante salientar que o que mais marca as reuniões presenciais da Casinha é a experiência de estar em contato com outros membros da ONG e o público LGBTQ+ envolvido. Como já salientamos, o que circunscreve o lugar é a experiência e os sentidos que ele evoca (TUAN, 2013). Sendo assim, apontamos neste capítulo de análise as experiências e sentidos observados nos mais variados espaços em que a Casinha acontece, online ou offline.

A publicação supracitada na figura 3 faz parte de uma série de posts dedicados a esclarecer a atuação da ONG. No segundo post dessa série, a organização explica por que entende ser necessária a existência de uma instituição para atender demandas desse grupo de pessoas e a razão da escolha de desenvolver iniciativas para jovens LGBTQ+. Segue o texto na íntegra⁴⁰:

Segundo relatórios do Grupo Gay da Bahia (GGB), o Brasil é o país que mais mata pessoas LGBTQI+ do mundo. Estamos falando de um público exposto a todo tipo de violência apenas por existirem. Além dos números chocantes de assassinatos, existem outras formas de opressão, como a falta de acesso ao mercado de trabalho, a um ensino de qualidade, a relações familiares acolhedoras ou a falta de liberdade em expressar seu amor ou sua identidade. Por isso decidimos criar uma ONG que é para pessoas LGBTQI+ e composta em sua maioria também por pessoas LGBTQI+! Quanto ao público jovem, o início da vida adulta é um momento de incertezas e confusão, quando ainda estamos tentando descobrir quem somos e o que queremos da nossa vida. Para muitos jovens LGBTQI+ esse período é mais crítico por não terem apoio familiar, nem a oportunidade de uma inserção no mercado de trabalho. É por isso que atuamos com essa faixa etária, fortalecendo sua capacitação e oportunidades de emprego, assim como a assistência à saúde mental. E ao criarmos um espaço cultural, cada jovem tem a oportunidade de desenvolver o seu senso de pertencimento à uma comunidade que está de braços abertos para recebê-lo e aceitá-lo do jeitinho que vier! (Post no Instagram do perfil da Casinha em 17 de junho de 2019)

³⁹ Mais detalhes disponíveis em: < <https://editoramultifoco.com.br/espaco-multifoco/>>. Acesso 9 fev 2020.

⁴⁰ Optamos por usar o recurso de colagem de texto, no lugar do print do post, quando a extensão do conteúdo ultrapassava o limite ideal para inserção na página do Word e sua íntegra era relevante.

Inspirada na Casa 1, república de acolhida e centro cultural LGBTQ+ fundada em São Paulo há 3 anos⁴¹, a Casinha tem suas atividades organizadas em sete grupos de trabalho (GTs): Institucional, Comunicação, Pesquisa e Análise Urbana, Saúde, Cultural, Educacional e Empregabilidade. O Programa de Voluntariado Recorrente da ONG, que engaja pessoas interessadas em contribuir com as atividades do projeto, destina os voluntários de acordo com suas formações e habilidades - saúde, assistência social, comunicação, educação, administração, artes, entre outras - para cada um desses GTs.

Na área da Saúde, por exemplo, o grupo mobilizou uma rede de atendimento psicológico. Foram feitas chamadas, através de postagens nas mídias sociais, como o post da figura 5, para profissionais da saúde mental que gostariam de auxiliar voluntariamente no atendimento de LGBTQs. A rede hoje conta com psicólogos, médicos e terapeutas espalhados por toda a cidade, prestando atendimentos individuais ou conduzindo os grupos terapêuticos.

Figura 5: Parte do post da Casinha em 22 de maio de 2019 – Chamada para voluntários para o GT de Saúde



Fonte: Instagram da ONG Casinha

No foco em empregabilidade, a ONG dialoga com companhias para garantir critérios de seleção justos e coerentes com as vivências particulares de jovens LGBTQ+, esclarecendo

⁴¹ Mais detalhes sobre a Casa 1, e um vídeo sobre a iniciativa, podem ser consultados em uma página de financiamento da casa, disponível em: <<https://benfeitoria.com/casa1>>

também dúvidas das empresas sobre mudanças estruturais que precisam ser feitas para tornar o ambiente empresarial mais acolhedor para a comunidade LGBTQ+.

A organização também representa a comunidade LGBTQ+ dando visibilidade aos temas em importantes eventos. Em 2018, por exemplo, a Casinha participou da primeira visita ao Brasil da Relatoria Especial da Comissão Interamericana de Direitos Humanos (CIDH), que percorreu o país para dialogar com movimentos sociais. Em termos de Educação e Cultura, a Casinha também promoveu muitas ações, desde a divulgação recorrente nos perfis da agenda cultural com eventos LGBTQ+, até a disponibilização de uma monitoria virtual para o ENEM e para exames do vestibular.

Durante um dos eventos acompanhados para a observação participante, um dos organizadores da ONG enfatizou com os serviços que a instituição presta são os que correspondem a necessidades primordiais para os jovens, algo que inclusive deveria ser realizado pelo governo, a fim de garantir qualidade de vida a pessoas LGBTQ+: “Fazemos um serviço que o Estado deveria estar fazendo, mas como não faz, nós iremos fazer, porque precisa ser feito”, esclareceu um dos gestores da ONG durante a Virada Sustentável. E para financiar suas iniciativas, a ONG busca parcerias, patrocínios e financiamento coletivo que garantem seu funcionamento e sua sustentabilidade financeira. Serão debatidas as questões relacionadas a esse ponto no subcapítulo sobre a correlação com o mercado.

Diante de das iniciativas mencionadas, cabe ressaltar que a Casinha se fortaleceu e se estruturou a partir de articulações iniciadas pelas mídias sociais. Passamos então para a análise do discurso nesse meio.

Levar informação de qualidade e divulgar ações: esses foram os dois objetivos de comunicação identificados na observação dos perfis oficiais da Casinha, que possui leveza de tom e humor como algumas das características mais evidentes. Uma das entrevistadas para esta dissertação, identificada como Letícia, faz parte do GT de Comunicação, do grupo que cuida das publicações da Casinha nas redes sociais. A entrevistada explicou, durante nossa conversa, que sete voluntários organizavam e postavam nos perfis da Casinha.

A partir de um grupo no WhatsApp, os integrantes se falam sobre os temas e decidem o que entra nos perfis. Para facilitar a padronização, e inclusive guiar os voluntários mais novos, o GT estava desenvolvendo o manual da marca e a política de comunicação. Quando perguntei sobre as orientações, Letícia contou que uma das principais determinações é que os conteúdos tenham linguagem informal e leve. De fato, nas postagens fica evidente o tom de leveza e bom humor que a organização busca passar.

Assim também é entre eles. Letícia é responsável pela comunicação interna, e compartilhou um exemplo de relatório de atividades, feito para manter todos os voluntários alinhados com os eventos e iniciativas que a ONG promove. No relatório, enviado por e-mail e WhatsApp, o “pombo-correio” ganha voz e personalidade especial, como pode ser visto abaixo. Desta forma, Letícia argumenta que é mais efetivo, já que as pessoas se divertem, leem e ficam atualizadas sobre as atividades.

POMBA-CORREIO #14 – 17 de setembro de 2019

Inhaí, beloveds? Pombinha tá ficando espaçada pra vocês poderem sentir saudades com mais frequência, então espero que esteja funcionando. Chegamos aqui com mais notícias quentinhas diretamente da diretoria, que prometo que são relevantes e isentas de qualquer defeito. Vamos à lista:

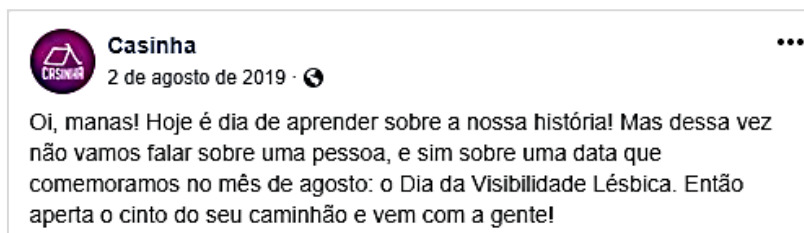
[...] essa semana começaremos um curso em parceria com ninguém mais ninguém menos do que a Universidade do Brazyu (também comumente conhecida como UFRJ) pra profissionalização de pessoas trans, com um foquinho especial em bares e restaurantes. Assim a galera consegue uma grana e uma capacitação extra, olha vejam só.

Outra coisa que rolou: caso você não tenha visto as nossas redes sociais (COF COF), nós levamos algumas pessoas para a Bienal! Graças a um projeto de um jovem escritor chamado Michel Uchiha e a uma little vaca que ele fez pra arrecadar uma grana, nós e a Casa Nem tivemos a oportunidade de levar alguns jovens pra ver a feira e ler com bastante orgulho. Querendo saber tudo como foi, o post tá lá no nosso face e no nosso insta! #publi (jabá até dentro do e-mail institucional, pelo amor de deus)

[...] Até mais! PRUPRU Gossip Pomba (trechos do relatório interno de atividades da ONG, compartilhado por uma das entrevistadas)

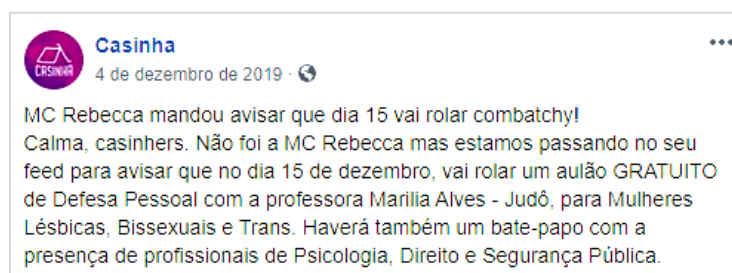
Há no texto uma combinação de alegria e de sarcasmo, comumente expressas na emoção do riso (SKINNER, 2002). Não se pretende, aqui, realizar uma análise pormenorizada do humor, nem do fenômeno do riso, nem dos motivos sociais que o geram. Ainda assim, cabe salientar que a enunciação em ambientes digitais é também marcada pelo entretenimento e a circulação de conteúdos humorísticos (NASCIMENTO, 2016). A jocosidade atravessa o contexto interno e externo nos discursos da ONG. Machado (2017), ao observar as marcas de retenção do ambiente digital no contexto da favela, destaca que a retórica do humor é usada como pano de fundo e circula nas redes sociais como estratégia de superação para enfrentar adversidades no cotidiano. Algo similar pode ser notado nas redes sociais da Casinha. As duas publicações a seguir ilustram essa marca no discurso:

Figura 6: Parte do post da Casinha em 2 de agosto de 2019 – Humor no dia da visibilidade lésbica



Fonte: Facebook da ONG Casinha

Figura 7: Post da Casinha em 4 dezembro de 2019 - Humor na chamada para a aula de defesa



Fonte: Facebook da ONG Casinha

Na figura 6, “aperta o cinto do seu caminhão e vem com a gente”, brinca com a identificação de mulheres lésbicas como “caminhoneiras” e convida todas para saberem mais sobre o dia que marca a luta por melhores condições de vida. Já na figura 7, ainda que o convite se trate de uma aula de defesa pessoal, estratégia importante para manutenção da vida em casos de violência, o post se inicia com alusão a uma letra de funk que versa sobre um embate ressignificado. Em ambos os casos, o humor é a linguagem usada para transmitir suavidade, criar proximidade e descontração, mesmo diante do cenário que reflete a hostilidade com mulheres lésbicas.

Além dessa característica e do objetivo de divulgar as ações da Casinha, a ONG se preocupa em levar informações a respeito do contexto LGBT+ em nossa sociedade. E isso é feito por meio de posts com diferentes intuitos. Aqui, vamos destacar três perspectivas que se destacaram: (1) o cuidado em reportar acontecimentos cotidianos a partir de uma visão particular do âmbito LGBT+; (2) a preocupação em dar visibilidade para personalidades com relevância sociocultural para a comunidade e (3) a seleção não só de pessoas, mas como datas e locais, vistos a partir do filtro de vivência LGBT+.

Com relação ao primeiro ponto, podemos observar que a Casinha realiza um trabalho noticioso, contando os “últimos babados do mundo LGBTQI+”, como eles mesmos definem

em diversas postagens. Como vimos no capítulo teórico, a internet possibilitou a dispersão do monopólio midiático, gerando democratização discursiva, com entrada de enunciadores diversos e novas prioridades temáticas (BRUM, 2003; BARROS FILHO, 2001; BRAGA, 2008; RIBEIRO e ROHDEN, 2009). Nesse novo cenário, a comunidade LGBTQ+ ganhou espaço para construir seu próprio enredo e contar as histórias sob seu próprio ponto de vista.

Neste aspecto Charaudeau (2006) compreende que a construção de sentido se dá através de processos relacionados a operações de linguagem, que fazem com que acontecimentos cotidianos possam ser transformados em informações. Não pretendemos realizar uma análise pormenorizada do aspecto jornalístico, só usamos instrumentalmente aqui alguns de seus conceitos. O autor afirma que a transformação do elemento da realidade social em notícia passa por etapas que envolvem nomear, qualificar e narrar um acontecimento. Os posts da ONG que contam acontecimentos cotidianos narram ações sob o prisma LGBTQ+. A partir desse ponto de vista, eles identificam as coisas no mundo, nomeando-as, e revelam intenções e ideologias, qualificando os eventos que narram.

A fim de ilustrar esse processo, segue o texto da publicação sobre a Bienal do Livro de 2019, realizada no Rio de Janeiro, que teve uma declaração política polêmica:

Sextou, Casiners! Mas, infelizmente, essa sexta trouxe notícias péssimas. Através de um vídeo postado em suas redes sociais, o prefeito do Rio de Janeiro, Marcelo Crivella, determinou que a história em quadrinhos "Vingadores: A cruzada das crianças" fosse recolhida da Bienal do Livro. Segundo ele, a HQ tem "conteúdo sexual para menores", já que dois personagens masculinos são namorados e aparecem se beijando em uma das páginas. A Bienal do Livro se manifestou dizendo que não atenderia o pedido do prefeito. Ao longo de todo o dia, frequentadores da Bienal denunciaram as batidas de fiscais de prefeitura, que exigiam que os volumes de livros com temática LGBTQ+ fossem lacrados e sinalizados como sendo de conteúdo impróprio. Em uma clara atitude de censura, o prefeito mostra, mais uma vez, seu preconceito contra a população LGBTQ+ e coloca seus princípios religiosos à frente de suas obrigações com o povo. Por isso, a nossa agenda cultural de hoje vai indicar um único evento: a Bienal do Livro do Rio de Janeiro. Além de ser um evento incrível e enriquecedor, você incentiva o mercado literário no Brasil e ainda mostra que nossas existências não serão apagadas ou censuradas. Se for comprar algum livro, prefira os títulos de autores e histórias LGBTQ+. Não conhece nenhum? Aqui vão algumas indicações: "Com amor, Simon", de Becky Albertalli; "Azul é a cor mais quente", de Julie Maroh; "Lucas e Nicolas", de Gabriel Spits; "Quinze Dias", de Vitor Martins; "Boy Erased", de Garrard Conley; "Tudo Nela Brilha e Queima", de Ryane Leão; entre muitos, muitos outros!

E não se esqueça: #LeiaComOrgulho ❤️

(Texto da publicação no perfil da Casinha no Instagram, em 6 de setembro de 2019)

O post narra o episódio nomeado a atitude do prefeito como "censura" e qualificando o ocorrido como uma "notícia péssima", "infeliz". A intenção de defesa LGBTQ+ fica evidente.

Como se tratava de um post sobre agenda cultural, comum no perfil para indicar programação para o final de semana, a indicação foi ir ao evento, a fim de mostrar que “nossas existências não serão apagadas ou censuradas”. A organização ainda finaliza o post com a indicação de livros com temática LGBTQ+, contrariando o refreamento desse tipo de conteúdo.

Com relação a preocupação em dar visibilidade para personalidades com relevância sociocultural para a comunidade, a Casinha publica posts em uma série intitulada “Você é nosso orgulho”, a fim de que os seguidores dos perfis, tanto no Facebook, quanto no Instagram, conheçam mais um pouco sobre as pessoas que fizeram e fazem a história da comunidade LGBTQ+. Já foram citados nessa série: cantor Cazuza, João Nery, primeiro homem trans a fazer cirurgia de redesignação sexual no Brasil, a escritora e ativista Audre Lorde, o escritor Ryan Murphy, a atriz MJ Rodriguez, a ativista revolucionária Marsha P. Johnson, o ator e comediante Jorge Lafond (que interpretava a personagem Vera Verão), o cartunista Laerte Coutinho, e Sylvia Rivera, um dos grandes nomes do ativismo trans norte-americano. O post a seguir ilustra a série, com destaque para Trevisan, um dos autores também citado nesta dissertação.

Figura 8: Post da Casinha em 14 de junho de 2019 – Exemplo da série ‘Você é nosso orgulho’



Fonte: Instagram da ONG Casinha

A terceira perspectiva que pontuamos na análise de posta da Casinha, com relação a datas e locais, vistos a partir do filtro de vivência LGBTQ+, pode ser verificada nas publicações da série “LGBTs no mundo” e nos diversos posts sobre datas comemorativas. Na série sobre a comunidade pelo mundo (figura 9), foram mostrados leis e costumes de diferentes países e continentes. Tanto os que oferecem condições de bem-estar, quanto os lugares em que ainda é nocivo a vida para essas pessoas.

Os perfis da ONG também evidenciam datas importantes para o movimento, celebrando dias que fazem sentido para a comunidade LGBTQ+ e usando a ocorrência no calendário para destacar a atuação da Casinha. Ocorreram postagens assim em dias como o Dia da Solidariedade Intersexo (8 de novembro), o Dia da Visibilidade Bissexual (23 de agosto), o Dia Mundial de Prevenção do Suicídio (10 de setembro), o Dia Nacional da Visibilidade Lésbica (29 de agosto), o Dia do Orgulho Lésbico (19 de agosto), o Dia Internacional da Igualdade Feminina (26 de agosto), o Dia Nacional da Habitação (21 de agosto), o Dia Nacional da Saúde (5 de agosto), o Dia da Educação (28 de abril) e outros. O post na figura 10 mostra um desses casos. A data em questão era o Dia do Silêncio, 12 de abril, criado para difundir a conscientização sobre os efeitos do bullying e do assédio de estudantes LGBTQ+. No post, a organização aproveita para divulgar o grupo terapêutico que oferecem.

Figura 9: Post da Casinha em 18 de junho de 2019 - Exemplo da série LGBTQs no mundo



Fonte: Instagram da ONG Casinha

Figura 10: Post da Casinha em 12 de abril de 2019 – Exemplo de publicações datadas



Fonte: Instagram da ONG Casinha

A Casinha constrói nas redes sociais um novo enredo para a comunidade LGBT+: personagens em novo destaque, cenários de habitação ao redor do mundo, datas e acontecimentos centrados na relevância de pessoas LGBT+. Nossa análise destacou como o funcionamento das redes analisadas serviram, principalmente, para a construção de uma perspectiva positiva dessa comunidade, usando a internet como registro de datas, fatos, pessoas e lugares. Os sentidos discursivos das representações a respeito desse grupo nas mídias sociais reforçaram o orgulho, o engajamento, o combate ao preconceito e a visão positiva acerca da comunidade LGBT+.

3.2 O LUGAR É NOSSO: COMUNIDADE E MOBILIZAÇÃO

Nesta seção, tratamos da experiência digital da comunidade LGBT+ ligada, de forma geral, a aspectos relacionados a vida social. Observamos os traços de pertencimento a comunidade, como são percebidas as contradições internas e como o sentido de mobilização se apresenta para as pessoas entrevistadas, todos voluntários da ONG Casinha.

Nesse sentido, cabe destacar o conceito de marcas de retenção, proposto por Miller e Sinanan (2014), como destacamos em nosso aporte teórico. Consideramos que o uso das

mídias digitais mantém uma linha cultural de expressão e dessa maneira, manifestam sentidos do cotidiano. Em estudos sobre culturas digitais, este conceito é importante para não tomarmos as experiências online como contrárias à essencialidade humana. Essa orientação conceitual está voltada para análise da cultura digital como campo de mediação com formas precedentes de conhecimentos e sistemas de pensamentos (MACHADO, 2017a). No contexto das relações sociais de pessoas LGBTQ+, esta é uma dimensão importante para não considerar que o digital determina radicalmente sexualidades e gêneros. Na verdade, as experiências online é que se tornam novo campo para circulação de sentidos, sejam eles comunitários, políticos ou identitários.

Abordamos então, as marcas de retenção observadas nas mídias sociais dos jovens entrevistados a partir de 3 pontos: (1) sentimento de pertencimento; (2) narrativa contra o conservadorismo e atuação micropolítica; (3) questões de representatividade e identificação. Além disso, partindo do contexto *polymedia*, também observamos o que os entrevistados percebem sobre os recursos disponíveis na internet, bem como as especificidades de cada rede social.

3.2.1 SENTIMENTO DE PERTENCIMENTO

O caminho nem sempre é tranquilo. Primeiro pode vir a vergonha. Depois o medo. Mas quando bate o orgulho é bom demais. (trecho do post de um dos entrevistados)

Observamos nas publicações em redes sociais e durante as entrevistas que o sentimento de pertencimento a uma comunidade se manifesta de diferentes formas, em estreita relação com as reflexões feitas no primeiro capítulo: os membros de uma comunidade imaginada enxergam seu valor simbólico, têm em mente a comunhão entre eles e o vínculo comunitário emana uma socialidade empática, solidária, resultante de ligações emocionais entre os participantes (ANDERSON, 2008; MAFFESOLI, 1987; BAUMAN, 2003; WEBER, 1987).

Pensar o fenômeno comunitário contemporâneo a partir da leitura de Bauman (2003) é reconhecer a existência de um desejo de comunidade derivado da necessidade de se apaziguar o sentimento de insegurança individual. Nesse sentido, em diversos momentos das entrevistas, os interlocutores falaram sobre a Casinha como sendo um espaço seguro, com pessoas confiáveis, e isso também foi notado nas publicações, sinalizadas a seguir. Cabe ressaltar, aqui, que essa força de pertencimento social pode ser articuladas de diversas maneiras, no

âmbito da psicologia social. Como Jovchelovitch (2004) define, a psicologia social é a ciência do "entre": suas investigações não se centram nem no indivíduo nem na sociedade, mas precisamente na zona híbrida que comporta as relações entre os dois. Nesse sentido, a noção de representação é central: diante da não-imediaticidade do mundo existente para os humanos, a representação é uma estrutura de mediação que se concretiza através de um trabalho de ação comunicativa que liga sujeitos a outros sujeitos e ao mundo que os cerca. Esse trabalho comunicativo da representação produz símbolos cuja força reside em sua capacidade de dar sentido, de significar (JOVCHELOVITCH, 2004). E essas representações são obras de uma comunidade que as compartilha, as reproduz e se expressa por meio delas, afinal não somos isolados em um vazio social: compartilhamos o mundo com os outros e precisamos nele nos localizar (JODELET, 1993). Assim, neste subitem da pesquisa, nos dedicamos a detalhar como se apresentaram, nas mídias sociais e no discurso dos interlocutores, os significados compartilhados, suas representações e os símbolos que circulam nessa rede.

A respeito da comunidade LGBT+, três características se evidenciaram nas postagens: a narrativa do orgulho, o símbolo do arco-íris como elemento da comunidade e o envolvimento com a ONG como manifestação da vivência em comunidade.

Como vimos, Facchini e França (2009) afirmam que desde os anos 1990, se estabeleceu a ideia do “orgulho gay”, valorizando o “orgulho” ao assumir-se publicamente. Nos posts, o orgulho aparece desde a mudança no tema na foto do perfil (figura 11) a textos que revelam o quanto o orgulho é valioso para expressar a sexualidade diante das imposições normativas, como pode ser visto nas imagens 12 e 13.

Figura 11: Foto do orgulho no perfil no Facebook em 28 de junho de 2018



Fonte: Facebook de uma das entrevistadas

Figura 12: Publicação em 30 de junho de 2019 sobre orgulho



Fonte: Instagram de um dos entrevistados

Figura 13: Publicação em 17 de julho de 2019 sobre orgulho

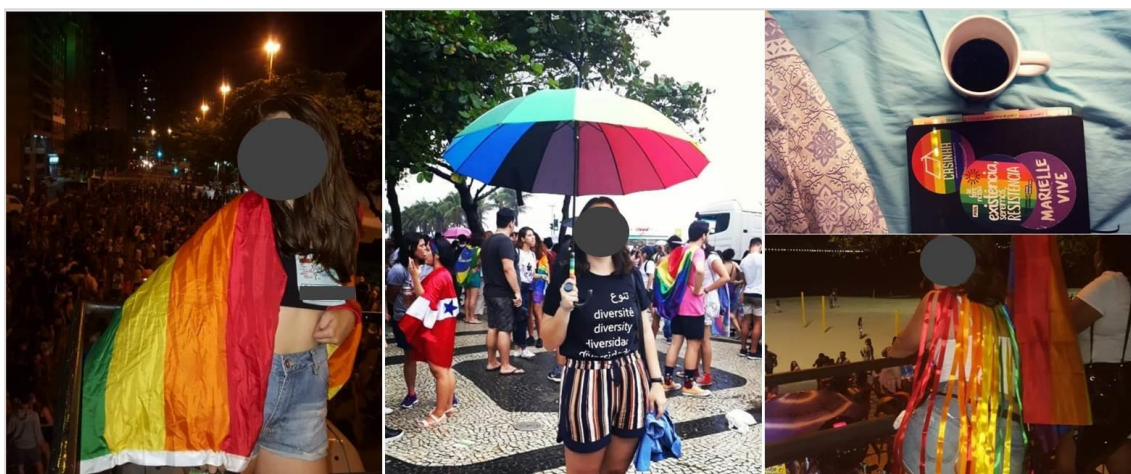


Fonte: Instagram de uma das entrevistadas

Além do orgulho, o arco-íris também foi uma característica recorrente nos posts dos entrevistados, como também pode ser observado nas figuras 11 e 13. Parkinson (2016), explica que a bandeira do arco-íris no contexto LGBTQ+ surgiu em 1978, quando Gilbert Baker, um artista de San Francisco, nos EUA, criou um design com oito cores para promover a ideia de diversidade e inclusão, usando algo da natureza para representar que a diversidade sexual é um direito humano. Em 25 de junho daquele ano, o Dia da Liberdade Gay nos EUA, as primeiras versões da bandeira foram vistas nas ruas e pouco depois o uso da bandeira se disseminou por San Francisco e em outras grandes cidades como Nova York e Los Angeles. Desde a década de 1990, a bandeira do arco-íris é notoriamente reconhecida como símbolo global dos direitos LGBTQ (PARKINSON, 2016).

Nas publicações analisadas, o arco-íris aparece tanto em ocasiões festivas, eventos como a Parada LGBTQ+, quanto em circunstâncias diárias, com produtos customizados e adesivos. Para ilustrar, a figura 14 traz uma colagem das imagens com arco-íris capturadas em diferentes perfis no Instagram dos entrevistados.

Figura 14: Montagem de imagens com arco-íris



Fonte: publicações em diferentes perfis no Instagram

A terceira característica da marca de retenção do sentimento de pertencimento diz respeito ao envolvimento com as atividades da Casinha. Nos perfis analisados, observamos diversas publicações sobre as iniciativas da ONG e divulgação dos eventos promovidos por ela. Durante as entrevistas, os voluntários contaram que compartilham os posts para aumentar o alcance da divulgação e fortalecer a ONG. Na figura 15, por exemplo, uma das entrevistadas, voluntária do GT de Saúde, compartilhou em seu perfil a chamada para cadastro de profissionais.

Figura 15: Publicação em 23 de maio de 2019 sobre a ONG



Fonte: Facebook de uma das entrevistadas

Ao divulgar as ações da ONG, por vezes, os voluntários sublinham a importância da existência de iniciativas assim. Como retrata o post da figura 16, de uma das voluntárias entrevistadas, que aborda o sentido da resistência, a fim de recordar a uma das motivações de vínculo da comunidade LGBTQ+ e também destacar uma ação de arrecadação financeira.

Figura 16: Publicação em 6 de julho de 2019 sobre a ONG



Fonte: Instagram de uma das entrevistadas

Para além desse ponto de compartilhar as ações da ONG, os voluntários expressam a harmonia das relações originadas pela Casinha e o contentamento em fazer parte de uma instância coletiva. Nesse sentido, a festa de 2 anos da ONG, celebrada no dia 29 de junho de 2019, foi fio condutor para publicações afetuosas sobre a Casinha, como já vimos na figura 13 e como mostram as figuras 17 e 18 abaixo:

Figura 17: Publicação em 29 de julho de 2019 sobre a ONG



Fonte: Instagram de um dos entrevistados

Figura 18: Publicação em 9 de julho de 2019 sobre a ONG



Fonte: Instagram de uma das entrevistadas

Durante a conversa, o entrevistado Rodrigo (figura 17) contou que tem uma experiência muito positiva em participar das atividades da ONG, especialmente por ter a oportunidade de compartilhar momentos com pessoas outras pessoas LGBTQ+. Pude notar que sua expressão facial revelava um entusiasmo genuíno com as atividades, pelo sorriso e o olhar vivaz. Uma das motivações dele para participar da Casinha foi fazer algo pela comunidade que ele chamava de dele, mas mesmo se considerando parte, não possuía vínculos fortes com outros integrantes.

Estar na Casinha é bom porque estou entrando em contato com outras pessoas, com a comunidade que eu nunca tive muito contato, na real. Eu me identifico como homem gay desde os meus 14, 15 anos, mas nunca tinha tido essa vivência de ter amigos, colegas, de sair pra algum lugar, desses espaços. Essa sensação de pertencimento, ela nunca esteve muito presente. Achar um grupo que eu me identificasse e tal. E eu achei isso lá de alguma forma, tenho construído, esse coleguismo, essa amizade, a gente sai, a gente conversa, a gente troca. (Trecho da entrevista com Rodrigo)

Rodrigo construiu vínculos importantes com outros voluntários da Casinha e essa também foi uma das motivações da voluntária identificada como Gabriela (figura 18). Por ser de outra cidade, ela buscava novos círculos sociais no Rio de Janeiro.

Eu morava no Rio basicamente só pro trabalho, tinha pouquíssima vida social, minha vida social tava toda em Belo Horizonte. E eu sempre comentava com o pessoal, depois que você passa da época da faculdade é difícil fazer amigos, grupos muito fortes. Aí eu estava passando por essa fase de tentar arrumar outras coisas para fazer, aí meio que juntou o útil ao agradável. Era agradável para mim ter outros círculos sociais, conhecer mais pessoas, encontrar mais gente fora do trabalho. E isso juntou com “deixa eu fazer algo mais relevante”. (Trecho da entrevista com Gabriela)

Orgulho, resistência e novos vínculos aparecem como articuladores do sentido de pertencimento à comunidade. E esse conforto proporcionado pela união comunitária se mostrou importante inclusive por questões de saúde mental. Uma das entrevistadas, identificada como Juliana, afirmou que o vínculo com a Casinha era importante por motivações psicológicas⁴²:

Eu amo muito participar da Casinha. Porque além de ser a minha causa, e eu gostar de botar a minha cara por essa causa, às vezes eu estou muito mal e a Casinha é o que me levanta. É o que me faz querer sair de casa. Todo mundo que trabalha pra Casinha é muito legal. Tanto os voluntários, quanto os coordenadores. Então todas as atividades são muito gostosas de fazer, de participar. (Trecho da entrevista com Juliana)

⁴² Juliana chegou a pedir para desmarcar a primeira data que combinamos para a realização da entrevista, devido a contratempos psicológicos. Remarcamos a conversa quando ela se sentiu melhor.

Essa dimensão também ficou explícita durante uma das observações participante, no cineclube, quando uma das pessoas presentes contou que tinha ido ao encontro por recomendação de sua psicóloga. Essa pessoa, que não possuía nenhum vínculo precedente com a Casinha, ficou sabendo da realização do cineclube pelas mídias sociais. A orientação da psicóloga era buscar grupos de pessoas com as quais pudesse se identificar, e a participação no cineclube foi vista como uma oportunidade interessante, nesse sentido.

O encontro do cineclube reforçou a dimensão comunitária da iniciativa. O filme *Paraíso Perdido*, apesar de ter despertado imprecisão interpretativa, serviu de base para transmissão de mensagens-chave no bate-papo após a sessão sobre a construção de um espaço seguro e a formulação de uma rede:

O filme mostra que a boate era um território seguro, onde o externo era violento, mas lá dentro era um paraíso perdido justamente por tornar possível a existência daquelas pessoas. E tem uma mensagem positiva por mostrar um final feliz possível, apesar das dificuldades. Vemos ali o quanto as redes são importantes. Fazendo um paralelo com o filme, a Casinha é um espaço de acolhimento, é um lugar onde podemos também nos sentir seguros. (Trecho do comentário de Rodrigo durante o bate-papo no cineclube)

A comunidade aparece como vínculo, ainda que as diferenças sejam notadas. Um dos aspectos interessantes a respeito do sentido de comunidade é que ele também aparece como articulador da passagem do online para offline. Ao relatar casos de encontros viabilizados por aplicativos de relacionamento, o laço comunitário aparece como dedução de afinidade. Como Clara declara: “não foi estranho encontrar pessoalmente porque, não sei se é presunção falar isso, mas acho que a pessoa já vai ter alguma coisa a ver comigo. Um certo compartilhamento de estamos em uma mesma comunidade, mesmo que a gente não seja dos mesmos rolês”.

Essa visão de vínculos, companheirismo e trocas não implica em relações sem conflitos. Também entre em pauta o reconhecimento das diferenças internas, questionamentos sobre o protagonismo de uma letra/identificação específica da comunidade LGBTQ+. A própria Casinha, em um de seus posts, esclarece que busca atender a pluralidade da causa: “Aqui na Casinha, buscamos uma comunicação que seja representativa de toda a pluralidade da nossa causa, que respeite o lugar de fala, e que leve informação de qualidade para jovens LGBTQ+ e para toda a sociedade” (trecho de post no Instagram do perfil da Casinha em 9 de abril de 2019).

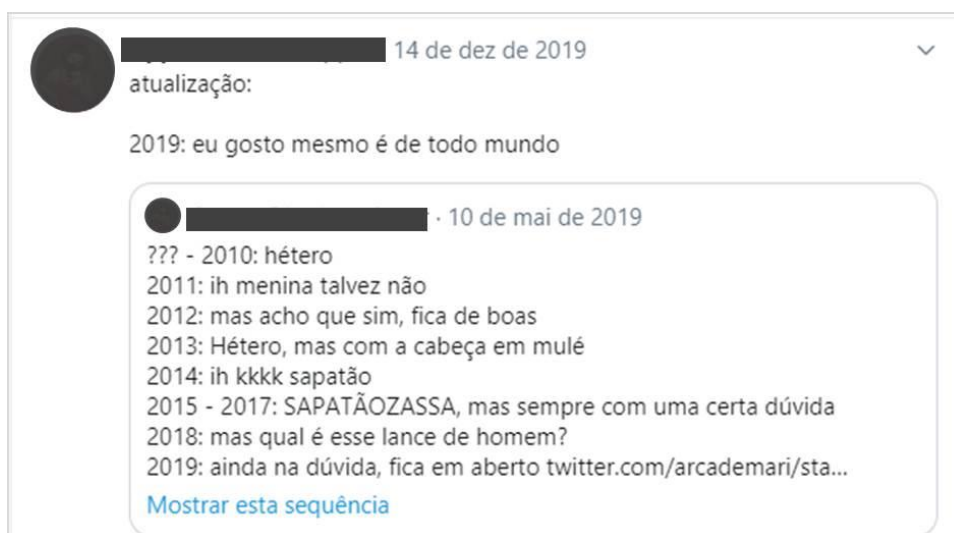
Não foram observadas manifestações conflituosas nesse sentido, mas consideramos importante pontuar, pois durante 2 dos eventos observados, essa questão foi mencionada. No

debate sobre o *pink money*, um dos participantes salientou “Não somos um reflexo homogêneo de todas as letras”. Na Virada Sustentável aprofundaram mais, falaram sobre a amplitude de letras e definições. Um dos depoimentos, sintetizou a tônica desse debate:

Precisamos saber respeitar as particularidades de cada lettrinha. Não devemos sair do lugar dos oprimidos e tomar o lugar dos opressores. Cada trajetória é única. É um desafio buscar equidade, que todos tenham direito de falar. Mas temos que apostar em tentativas e não esquecer das dores. Um mundo diverso e inclusivo é um processo de construção. (trecho da fala de um dos participantes do evento da Virada Sustentável)

Essa questão de identificação também foi expressa no nível individual, por uma das voluntárias. Não como demanda por direitos específicos, mas como uma dificuldade de afirmação em uma categoria L, G, B ou T. Afinal, as letras representam uma identificação que nem sempre dá conta daquilo que significa o interesse particular. Para algumas pessoas, o desejo não pode ser expresso e delimitado a uma única definição. Além disso, esse desejo não é fixo, tem status cambiante e não se obriga à coerência, como pode ser observado no post abaixo, de uma das entrevistadas:

Figura 19: Publicação em 14 de dezembro de 2019 sobre identificação



Fonte: Twitter de uma das entrevistadas

Na figura 19, Letícia comenta, em 14 de dezembro, seu próprio tweet publicado sete meses antes, em 10 de maio, com uma retrospectiva de seus interesses sexuais. Ela faz uma atualização a respeito da definição que havia dado anteriormente. Quando perguntei “Como você se identifica com relação a sua orientação sexual?”, ela me respondeu: “Ain, coloca

lésbica. Não gosto não, mas pode botar. É a que melhor convém atualmente. É porque eu vario com o título”. Durante a entrevista, Letícia, de um jeito espontâneo e direto explicou que:

Tenho um problema com essas classificações. Não acho que elas me contemplem muito. Acho lésbica muito limitante. Eu não fecho a possibilidade de ficar com homens, inclusive eu admito minha atração por eles várias vezes. Só que eu gosto muito mais de mulher do que eu gosto de homem. Mas bi eu acho muito banal. E lésbica eu acho muito limitante (Trecho da entrevista com Letícia)

Nessa primeira marca de retenção, observamos como é importante encontrar afirmação compartilhada e manter relações harmônicas para potencializar e fortalecer a os membros entrevistados da comunidade LGBTQ+ que participam da Casinha. Vemos agora como eles articulam a narrativa contra o conservadorismo e a atuação micropolítica nas suas redes.

3.2.2 NARRATIVA CONTRA O CONSERVADORISMO E ATUAÇÃO MICROPOLÍTICA

Deixa as gay, as sapatão, as bi, as/os trans em paz! (trecho do post de uma das entrevistadas)

Vimos na seção 3.1 que as mídias sociais têm sido casa de novas vozes para expressar visões de mundo fora dos padrões normativos, com mensagens sobre resistência, ativismo etc. Ao observar as publicações dos voluntários, também encontramos esses sentidos expresso, como já foi visto, por exemplo, na figura 16 que versava sobre resistência.

Como vimos também na fundamentação teórica, a mobilização social tem influência política importante para a construção de direitos e o uso das redes sociais tem fortalecido a organização de reivindicações e projetos alternativos para a sociedade como um todo (AMENTA *et al.*, 2010; TSUTSUI *et al.*; 2012; RIGITANO, 2003; GERBAUDO, 2012; MOROZOV, 2011; CASTELLS, 2012). No âmbito LGBTQ+, os usos das mídias sociais configuram a formulação de uma quarta onda do movimento, no qual a sociabilidade online se apresenta como marcação política importante para o reconhecimento de direitos (CARDINALI, 2018).

A própria celebração do orgulho e das atividades da Casinha publicadas nas redes sociais podem ser consideradas exemplos dessas marcações. E mais além, alguns posts analisados contestam de forma mais explícita a normatividade dos padrões de sexo e gênero, como pode ser visto nas figuras 20 e 21.

A figura 20 mostra um post com uma imagem de advertência, marcando a necessidade de afastamento das pessoas com visão conservadora. Algo similar ocorre na figura 21, que traz o compartilhamento de um vídeo com o apelo por paz à comunidade LGBT+.

Figura 20: Publicação em 8 de setembro de 2019 contra o conservadorismo



Fonte: Facebook de uma das entrevistadas

Figura 21: Publicação em 9 de julho de 2019 contra o conservadorismo



Fonte: Facebook de uma das entrevistadas

O engajamento com a Casinha também foi motivado, por muitos dos voluntários entrevistados, devido a questões políticas. Quando conversei com Clara sobre o início do movimento com a ONG, ela me explicou que as eleições em 2018 tiveram efeito catalisador para os jovens se mobilizarem em torno da causa:

Cara, minha motivação para participar surgiu depois das eleições. Eu estava muito mal [...] E aí um amigo falou das questões da micropolítica, da gente atuar nos espaços onde a gente pode. Tipo “ah, tá tudo uma merda lá no topo, mas como a gente pode ajudar? Como a gente pode reverter alguma situação?”. [...] aí eu lembrei que eu tinha visto algo da Casinha, um tempo antes. Aí dei uma olhada e vi que eles estavam começando a abrir um programa de voluntariado. Aí foi isso, querer atuar numa escala micropolítica, estar contribuindo. (Trecho da entrevista com Clara)

O mesmo se deu no meu diálogo com Eduardo, a respeito da motivação com a ONG. Enquanto contava o trecho a seguir, Eduardo pôs as mãos no pescoço ao falar do seu desespero, como se simulasse um enforcamento, e ao mudar o discurso para a participação voluntária, ele expandiu os braços, como em um ato de redenção:

Depois que o Bolsonaro foi eleito eu precisava fazer alguma coisa porque eu tava surtado, né? Pensei “eu preciso agir”, deu sei lá.. deu aquele negócio, aquele desespero! E aí um amigo meu que estava sendo voluntário na Casa 1, ele está morando em São Paulo, me indicou a Casinha. [...] o que me motivou foi justamente isso: eu achar que eu estava em um momento completamente parado e sem fazer nada diante da situação merda política do país. Eu precisava fazer alguma coisa, nem que fosse na micropolítica, assim mesmo, sabe? (Trecho da entrevista com Eduardo)

A ameaça de uma política partidária mais conservadora fez com que os jovens buscassem alternativas para contribuir com a construção de um novo cenário. A “atuação na micropolítica” aparece como elemento motivador. Machado (2011) aponta que a politização da subjetividade é o maior registro das novas gerações. Mais do que uma legenda partidária (nesses casos, ainda muito evidente devido ao conservadorismo explícito), os jovens procuram atuar em escalas menores para a mudança da realidade social. E nesse âmbito, eles reconhecem privilégios e buscam ser mais propositivos. Como revelam os trechos abaixo:

Eu queria LGBT porque eu queria contribuir [...] queria contribuir de qualquer maneira. Queria dar de volta, de alguma maneira, todo o privilégio que eu tenho pra mim. E aí eu achei a Casinha por causa disso, sacou? (Trecho da entrevista com Letícia)

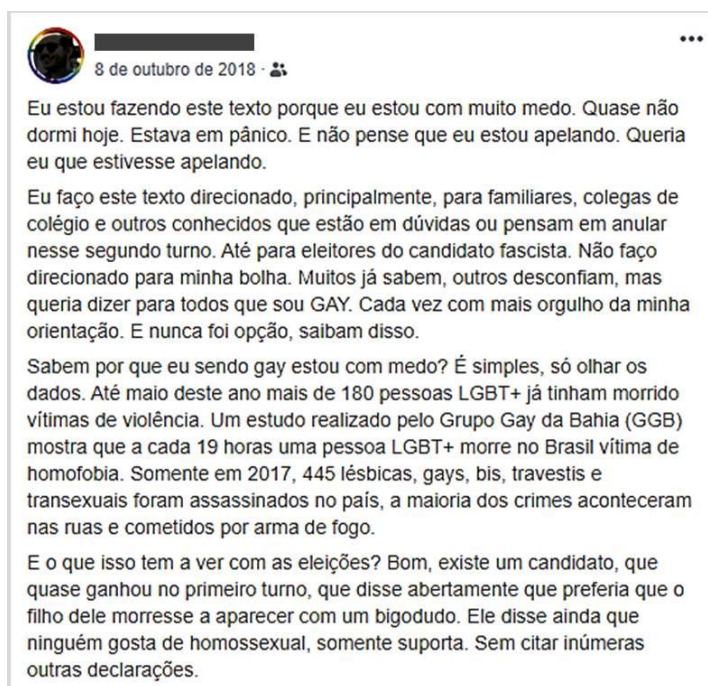
Querendo ou não eu tenho os meus privilégios, eu sou branca, então assim.. eu podendo ajudar... Porque tem pessoas que estão em situações muito piores do que eu e não podem fazer isso. Tem gente precisando e não pode lutar. Eu posso, então eu faço o que eu posso. (Trecho da entrevista com Juliana)

Eu tenho muito amigo LGBT, mas que não atuam nesse tipo de movimento, né? Aí eu vejo que às vezes, os meus amigos que não participam ainda, óbvio que todo mundo está vivendo na sua bolha, parecem que têm menos consciência. E na Casinha eu vejo as pessoas querendo produzir uma coisa efetiva, saca? Uma mudança mais efetiva. E os meus outros amigos LGBTs. Eu já acho um movimento político andar de mãos dadas na rua. Isso já é. Eles fazem isso, se expõem

publicamente, compartilham textos, informações, notícias. Então estão também contribuindo, militando. Acho também que cada um tem que militar da forma que lhe cabe, que lhe é confortável. Mas estar junto das pessoas que realmente estão sendo propositivas, estão querendo abrir um espaço, um espaço seguro, é muito forte pra mim. (Trecho da entrevista com Clara)

Um dos depoimentos mais marcantes da pesquisa foi o do Eduardo, contando sobre a publicação que fez em seu perfil no Facebook, no dia seguinte ao primeiro turno das eleições em 2018. Eduardo se assumiu homossexual nesse post, parcialmente ilustrado na figura 22 (por ser muito extenso). Ele dedicou boa parte da nossa entrevista para contar sobre os desdobramentos e as emoções envolvidas nessa publicação. Esse conteúdo será retomado outras vezes ao longo das análises. Aqui, o ponto em destaque é a imbricação entre política e orientação sexual.

Figura 22: Publicação em 8 de outubro de 2018 relacionada à política



Fonte: Facebook de um dos entrevistados

O post se encerra com o posicionamento, comum para a comunidade LGBTQ+, a respeito do que representava a escolha presidencial naquelas eleições:

Às pessoas que ainda estão em dúvidas ou que votam em um tal candidato.... se vocês, depois de refletirem com carinho tudo, ainda votarem nele, por favor, me excluam da vida de vocês. Podem começar me excluindo pelas redes sociais. Não é minha questão de radicalismo político. Somente não quero andar, conversar e caminhar com pessoas que, de um jeito ou de outro, não aceitam a minha existência. A todo mundo: #ELENUNCA. (Trecho do post de Eduardo no Facebook em 8 de outubro de 2018).

Esses extratos das redes sociais, em correlação com as declarações das entrevistas, apontaram a narrativa contra o conservadorismo, partidário ou não, e a atuação na micropolítica como marcas de retenção da comunidade LGBT+ online.

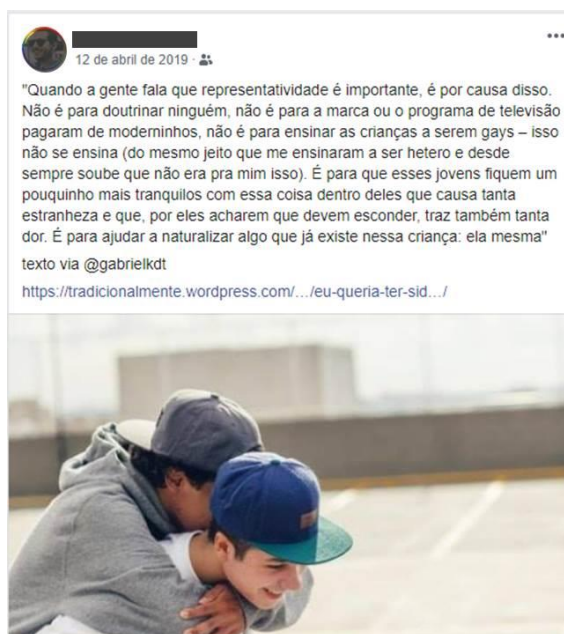
3.2.3 QUESTÕES DE REPRESENTATIVIDADE E IDENTIFICAÇÃO

Você pode não conhecer ninguém, mas tem uma internet inteira gay, pra te dar um apoio, pra te dizer “cara, vai dar tudo certo”. (Trecho da entrevista com Gabriela)

Como nosso aporte teórico mencionou, a mídia veicula sentidos importantes que acabam por responder a inquietações sociais (GIDDENS, 1993; THOMPSON, 2002; RIBEIRO E SIQUEIRA, 2007) e é o lugar onde a maioria das pessoas primeiro verão ou conhecerão pessoas LGBT+ (GRAY, 2009). Giddens (1993) sugere que programas midiáticos servem de modelo, fórmula ou exemplo de vida, assim como Thompson (2002) sinaliza: os indivíduos se apoderam das mensagens midiáticas e as incorporam à própria vida. Desta forma, como elucida Ribeiro e Siqueira (2007), a mídia ganhou nova significação social e amplificou sua influência na sociedade.

As mídias online, complementam essa função midiática, oferecendo valiosos espaços para mais discussão e criatividade LGBT+ (MCINROY, CRAIG, 2016). O post da figura 23 é um exemplo de como a comunidade valoriza a representatividade na mídia:

Figura 23: Publicação em 12 de abril de 2018 sobre representatividade



Fonte: Facebook de um dos entrevistados

A imagem foi compartilhada de um perfil LGBTQ+ no Facebook e durante a entrevista, Eduardo contou a importância que personagens gays em novelas tiveram na sua vivência homossexual:

Eu lembro da novela América, foi superimportante ver que existem pessoas como eu, e que são respeitadas. Eu não tinha amigos gays, não tinha ninguém na família. Eu era zoadado no colégio, então ver que existia uma realidade diferente, foi importante. O personagem da novela América me inspirou. Foi a primeira pessoa. Foi marcante. O Brasil cresce vendo novela. Teve uma novela que fez minha avó vir me perguntar se eu era igual a personagem trans. “É tão ruim o sofrimento que ela tá passando. Deve ser ruim demais”. Aí é que você se dá conta. Cara, representatividade é muito importante. Até uma senhora de 70 e poucos anos cria empatia. Eu antes tinha um pouco de medo dela, depois que ela falou isso, fiquei mais tranquilo. (Trecho da entrevista com Eduardo)

Para ele, a representação na mídia viabilizou o diálogo mais aberto com a família, além da identificação. Nesse sentido, a internet também é vista pelos entrevistados como um meio importante para acessar referências LGBTQ+ e não se sentir apartado do mundo, especialmente na fase de descoberta sexual:

Tem adolescente por aí que não sabe nem por onde começar, a entender o assunto, a se entender. E esses canais (na internet) são, interessantes pelo seu papel social, se você tá interessado em um tema específico, do universo LGBTQ, você vai achar na internet. Achar via YouTube, via podcast [...] Abre a mente pra outras discussões. É muito importante pra gente começar a dialogar, a ter novas ideias. Acho que pra quem não tá no meio, ou é hetero desinformado, acho que funcione mais o diálogo. Se você não tem ninguém por perto, nenhum amigo, a internet é um canal pra você se informar. E pra galera que está saindo do armário é tão legal. Você pode não conhecer ninguém, mas tem uma internet inteira gay, pra te dar um apoio, pra te dizer “cara, vai dar tudo certo”. (Trecho da entrevista com Gabriela)

Acho que um adolescente gay na época pré-internet achava que ele era o único do mundo e achava que estava muito errado. Se você conversar com pessoas que tem idade mais avançada, nem tão avançada, uns 30 e muito, a pessoa devia achar que era a única no planeta, um ET. Aí você tá num espaço, na internet você minimamente descobre que existe, que é tranquilo, que tem de vários tipos. Existem várias comunidades dentro da comunidade gay, várias comunidades dentro da comunidade lésbica. Então permite esse tipo de contato, né? (Trecho da entrevista com Clara)

A internet é muito importante pra comunidade LGBTQ. Foi onde eu tive espaço, foi onde eu conversei, onde eu ouvi semelhantes. E isso foi muito importante para mim. Eu tive a sensação “cara, não estou sozinho no mundo”. Na minha cabeça, eu achava que era único. Mas não, tem coisas muito piores. Ouvir relatos me mostrou que eu não estava sozinho no mundo e vamos à luta. (Trecho da entrevista com Eduardo)

Como declara o trecho da entrevista com Eduardo, a representatividade é importante para identificação, esclarecimento e cumpre função tranquilizadora, seja através de orientações diretas ou indiretas. São muitas as manifestações midiáticas e plataformas com

conteúdos LGBTQ+ (elas serão abordadas mais a fundo na seção 3.2.3): canais no YouTube, perfis e páginas no Instagram e no Facebook, mensagens no Twitter etc. O próprio Google divulgou que existem mais de 700 milhões de visualizações em vídeos com o tema “saindo do armário” (MARINHO; ENGLERT, 2019). E mesmo que o conteúdo não seja tão declarado, com indicações específicas, as mídias veiculam possibilidades de referencial do que é afetiva e sexualmente desejável. O próprio compartilhamento de vivências de pessoas LGBTQ+ em seu cotidiano já pode gerar identificação.

E no cenário multiplataformas, essas referências se cruzam e ganham diferentes tipos de alcance. Na figura 24, por exemplo, temos o anúncio publicitário de um serviço de streaming, o Spotify, em um ônibus, divulgando o novo álbum de uma artista LGBTQ+, Pabllo Vittar. O anúncio do streaming ganhou nova divulgação no post de um dos nossos interlocutores, que publicou a imagem com a legenda “orgulho” e a ilustração do arco-íris, duas características também já destacadas neste capítulo:

Figura 24: Publicação em 18 de outubro de 2018 sobre representatividade



Fonte: Instagram de um dos entrevistados

Um outro caso contado pelos interlocutores, relacionado a representatividade e identificação, foi o de Letícia, que declara ter tido sua sexualidade inspirada pela revelação de uma youtuber. Ela me contou sobre essa inspiração, quando conversávamos sobre consumo de conteúdo LGBTQ+ online:

Eu cresci vendo internet, desde a adolescência, tenho internet liberada. E eu pude passar por essas situações de entrar no YouTube e ver o que as pessoas estão falando sobre. Não exatamente por causa do YouTube eu me assumi, mas eu fui me moldando a ser a sapatão que eu sou hoje. Um vídeo que me marcou no YouTube é de uma menina que se assume de um jeito muito parecido com o meu. Ela era muito hetero. Muito muito, muito hetero. Ela namorava um cara de uma banda. E aí em algum momento, a vida dela virou de cabeça pra baixo e ela postou um vídeo do nada contando que é sapatão. E ela é tipo blogueira de maquiagem, life style. Só que ela começa a chorar copiosamente no vídeo, porque ela fala que finalmente conseguiu falar isso. Eu sempre gostei dela, seguia por causa de maquiagem, mas depois desse episódio, eu passei a gostar ainda mais. (Trecho da entrevista com Letícia)

A identificação com a youtuber foi importante. E Letícia completa que, na sua opinião, a internet possibilitou visibilidade de uma forma mais segura e protegida:

A internet é um jeito muito importante de você dá voz e visibilidade a pessoas que passaram por anos e anos sendo invisibilizadas por todo mundo. E agora, finalmente, a gente tem a chance de falar sem levar uma porrada na cabeça. E a gente tem a chance de postar um vídeo no YouTube e falar uma coisa legal, alcançar pessoas que se identificam com aquilo que você falou, sem ter uma outra pessoa interferindo diretamente em você. Tem pessoas babacas nos comentários, sim! Mas não é igual a você levar um soco na cara, sabe qual é? É um jeito muito mais seguro das pessoas de se descobrirem, se explorarem e se assumirem, né. (Trecho da entrevista com Letícia)

Um outro ponto importante de destacar é que os canais de conteúdo mencionados pelos interlocutores nem sempre eram de temáticas 100% LGBTQ+. Canais não-endêmicos, digamos assim, também foram mencionados. Casos em que o foco do discurso não girava em torno da orientação sexual. Temas específicos como “aprender libras” ou “dicas de maquiagem” foram alguns dos assuntos mencionados dentro desse sentido. Ainda assim, a pluralidade que as plataformas oferecem faz com que existam opções com pessoas LGBTQ+ em diversas instâncias. Por exemplo, dentre *youtubers* de maquiagem, há as que se declaram abertamente LGBTQ+, como foi o caso contado pela Letícia. Clara, por exemplo, para aprender libras declarou preferir um canal no YouTube com deficientes auditivos LGBTQs, como mostra o trecho a seguir:

É uma coisa bem específica. O YouTube tem me ajudado a aprender libras. E os 2 que eu mais gosto são gays e isso me ajuda a conectar. [...] prefiro acompanhar youtubers que são LGBTs, porque eles falam de um lugar mais próximo do meu, de uma parte de cultura que me interessa também. Tem uma visão política parecida com a minha, até porque tem uma boa parte da comunidade surda que é bolsominion, por causa da primeira dama lá..., mas eu sigo os de esquerda que são maravilhosos. (Trecho da entrevista com Clara)

Outras declarações sobre a percepção das possibilidades da internet e os canais usados pelo público LGBT+ estão dispostos na seção a seguir.

3.2.4 POLYMEDIA

Acho que a gente (comunidade LGBT) é dono da internet.
(Trecho da entrevista com Fernanda)

Como já mencionamos, as expressões LGBT+ online são muitas. Durante as entrevistas, os voluntários mencionaram muitos perfis e páginas, com motivações diferentes. Nesta pesquisa, como destacamos no referencial teórico, nos baseamos no conceito de *polymedia*: os espaços de interação online são interpretados como um conjunto interdependente, considerando que as pessoas exploram as oportunidades dos recursos disponíveis de acordo com os seus interesses emocionais (MADIANOU, MILLER, 2013). Essa proposição teórica para o campo da comunicação leva em consideração que as escolhas envolvidas nos usos das diferentes mídias e plataformas depende cada vez menos de fatores como acesso, custo ou habilidade de uso, apontando para aspectos sociais, morais e emocionais nessas escolhas.

Nesse sentido a própria atividade online é vista pelos nossos interlocutores como um espaço privilegiado para a comunidade LGBT+, como revelam os trechos a seguir, revelados durante o diálogo sobre internet e as redes sociais utilizadas:

Acho que a gente (comunidade LGBT) é dono da internet. Se um artista vai bem, vai mal, depende da internet, depende da galera LGBT. De verdade, acho que é um público muito ativo nas redes sociais. Acredito que mais do que os héteros. (Trecho da entrevista com Fernanda)

A internet é fundamental para a causa LGBT. Pra sociedade, em geral. Pra tudo o que você queira fazer, pra entretenimento, pra vida pessoal. Hoje, você, consegue trabalho pela internet, se relaciona amorosamente, com a família, é quase um apêndice. E pra gente, hoje, enquanto comunidade, tanto para construir solidariedade, né? Para com outros membros, ou para conduzir um diálogo mais amplo, com a sociedade em geral, não LGBT. A internet é fundamental. (Trecho da entrevista com Rodrigo)

Eles declaram a importância da rede online como forma de conexão e inclusive consideram o público LGBTQ+ mais ativo. E dentro dessa visão, as mídias sociais aparecem como um espaço singular no universo online. Os trechos a seguir ilustram essa preferência que foi demarcada na conversa sobre os hábitos de navegação:

O que? Site? Blog? Não..., mas hoje eu vejo que tá mais nas redes sociais. É sintomático, é a forma de ativismo que a gente tem hoje. Militantes, ONGs tem tido muita participação digital, a própria Casinha. E tudo mais lá também, nas redes sociais mesmo. (Trecho da entrevista com Rodrigo)

Tem algo fora das redes sociais? (risos). Não sei... eu não abro Google e digito site nunca. De qualquer coisa. É pelas redes sociais mesmo. Quando visito alguma página fora das redes foi porque vi alguém compartilhando, ou o perfil que eu sigo colocou lá. (Trecho da entrevista com Clara)

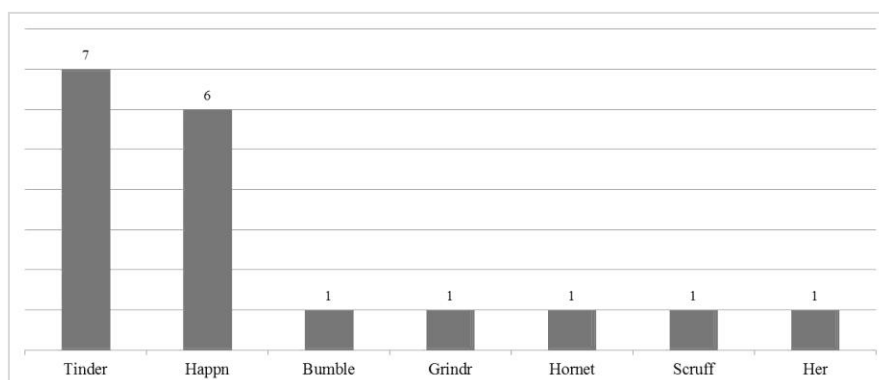
Como já era esperado, com relação a frequência de uso das mídias sociais, os interlocutores responderam variações de “sempre”, “toda hora” e “o tempo inteiro”. Qual relação a seleção de plataformas, os voluntários apontaram algumas, sendo o Instagram e o Facebook as mais recorrentes. A nuvem de palavras a seguir (figura 25) mostra o volume de menções por plataforma. Vale destacar que essas redes foram contabilizadas tanto como resposta livre para a pergunta sobre quais mídias costumavam usar, como também as redes que surgiram espontaneamente durante a conversa. Dessa forma, aplicativos de relacionamento também contabilizados, por terem sido mencionados durante os diálogos, mas foram alocados em um segundo gráfico (figura 26), já que a demanda atendida parte de outros contextos. A percepção deles sobre cada uma dessas mídias teve algumas sinergias. A fim de facilitar a compreensão, apresentamos no quadro 5 a visão consolidada das percepções mais relevantes sobre as mídias em destaque e alguns exemplos de canais que foram mencionados pelos interlocutores.

Figura 25: Nuvem de palavras com o volume de menções das mídias sociais



Fonte: Produzido pela própria autora com base no volume de menções do Facebook (8); Instagram (8); WhatsApp (5); YouTube (4); Spotify (3) e outros (1 de cada)

Figura 26: Gráfico com o volume de menções de aplicativos de relacionamento



Fonte: Produzido pela própria autora

Quadro 5: Aspectos relacionados a cada mídia social

	Aspectos mencionados	Exemplos de conteúdo
Instagram	* Definem como espaço de troca para conhecer e compartilhar * Gostam das fotos (mais de amigos e menos dos famosos) * Enxergam a plataforma como construção de autoimagem * Recentemente, passaram a usar a rede com fins similares ao de aplicativos de relacionamento * Divulgam iniciativas * Achem melhor que o Facebook em muitos aspectos * Publicam mais no stories⁴³ do que no feed, por acharem mais divertido, mais espontâneo e menos elaborado * Criticam estilos de vida forjados e pessoas que se promovem muito	@aliancaplural @everylesbianandtheirfashion @visibilidadebissexual @pablllovittar @liackoficial @wearepusyriot
Facebook	* Definem como rede em declínio, com alguns recursos ainda úteis * Valorizam os grupos (inclusive de disciplinas de faculdade), eventos e lembrete de aniversário * Compartilham eventos que acham importantes promover * Achem que forças políticas se organizam mais nessa rede * Alguns disseram que a rede não é mais para sua faixa etária, se tornou "coisa de mãe"	@diversidademais @BRevolutionaryMemes @BuzzFeedLGBTQ Cartazes & Tirinhas LGBT
YouTube	* Definem como espaço para ver de tudo o que sentem interesse, independente do que seja * Elogiam a variedade temática da plataforma * Gostam de ver conteúdos engraçados	JoutJout Prazer; APTO 202 SAPATOUR; Lorelay Fox Canal das Bee; Tá entendida? Põe Na Roda; TV em Cores Herdeira da beleza
Spotify	* Definem como rede alternativa para se manter atualizado * Gostam por existir opções sobre temas variados * Achem interessante o formato informativo menos formal	Do Rio Que Tudo Arrasta Mamilos Choque cultural

⁴³ O stories permite que os usuários publiquem fotos e vídeos rápidos, que só podem ser visualizados por um período curto de tempo, pois saem do ar em 24 horas, diferente do feed, fluxo inicial das postagens nessas mídias.

Um aspecto interessante que corrobora com a afirmação do contexto *polymedia*, sobre as pessoas explorarem oportunidades de acordo com os seus interesses emocionais, é o recente uso do Instagram como recurso para encontrar parceiros amorosos. Nas entrevistas, três interlocutores sinalizaram esse tipo de uso. Um deles explicou brincando que o flerte “estava dando bom” e uma das entrevistadas afirmou:

Eu queria flertar e o Tinder não estava mais funcionando direito, aí me falaram que os *jovens* (tom irônico) (risos) estavam respondendo *stories*, aí foi isso que eu comecei a fazer. Deixo o meu perfil lá aberto, entendeu? Aí é melhor, porque a pessoa te procura e já consegue te ver. [...] O Instagram está virando uma coisa de construir sua autoimagem, né? [...] Você se divulga para atrair diferentes interesses. Assim como tem pessoas que me seguem para ver meu trabalho, porque se interessam pelo meu trabalho como artista, também tem pessoas que querem me vê no rolê. São formas diferentes de se interessarem por mim... (Trecho da entrevista com Clara)

Inicialmente, o Instagram era tido como uma rede social para compartilhar fotos e vídeos, eventualmente trocando mensagens com contatos. Com base nas declarações dos nossos interlocutores, a plataforma é hoje mais um instrumento suplementar de busca de parceiros(as). E os recursos do Instagram que propiciaram esse tipo de uso foram a possibilidade de mostrar fotos do cotidiano, compondo uma narrativa mais completa sobre uma vida esteticamente atraente, e permitir maneiras de manifestar interesse por meio de curtidas e comentários. Além disso, é possível iniciar uma conversa privada, com quem despertou interesse.

Outro ponto interessante de sublinhar, como mencionamos no capítulo de teorias, é como o cenário de escolhas e usos online está em constante transformação (MACKEE, 2016; HINE, 2015). O Facebook há alguns anos era a ferramenta de destaque entre as mídias sociais, ocupando o lugar do Orkut. Hoje, nesta pesquisa, ele já aparece em declínio, com jovens que já não se identificam mais com a plataforma e consideram ser para outras faixas etárias. O Spotify é um dos serviços mais recentes da lista, e aqui, consideramos ele como mídia social devido aos seus recursos de encontrar amigos, criar playlists públicas, seguir contatos e podcasts, compartilhar conteúdos sonoros com a sua rede etc. No âmbito LGBT+, ele foi apontado por três dos nossos interlocutores, como fonte de conteúdos importantes para a causa, mesmo sendo de canais não-endêmicos, que como já mencionamos, não tratam exclusivamente de conteúdos direcionados ao público LGBT+, mas não deixam de abordar o tema quando pertinente.

Tendo realizado essa reflexão sobre o que a comunidade LGBTQ+ estudada posta e o que retém do cotidiano (bem como onde posta e o que segue), exploramos, no subcapítulo a seguir, um importante tópico da vivência online dessas pessoas: a privacidade.

3.3 O LUGAR É MEU: PRIVACIDADE E EXPOSIÇÃO

Para este ponto da nossa análise, o conceito de sociabilidade escalonável (MILLER *et al.*, 2016) foi fundamental: as mídias sociais permitem dimensionar diferentes tamanhos de públicos e distintos graus de privacidade. Cabe lembrar também que tendemos a ver as mídias sociais como uma ameaça à privacidade, mas, às vezes, elas podem aumentar a privacidade (COSTA, 2016). No contexto LGBTQ+, essa privacidade é preciosa, mais uma marca de retenção, afinal, como vimos, o armário é a estrutura definidora da regulação gay, que articula segredo e revelação, privado e do público, instâncias criticamente problemáticas na cultura heterossexista como um todo (SEDGWICK, 2007).

Com base nesses três conceitos, propomos algumas reflexões sobre oportunidade e restrições no âmbito da dicotomia entre privacidade *versus* exposição e do alcance das publicações online da comunidade LGBTQ+ estudada. Nesse sentido, a fim de conduzir melhor as análises, organizamos os achados em três pontos: (1) o mundo da bolha, onde abordamos questões de fechamento e barreiras de proteção nas redes; (2) sob olhares, no qual tratamos das relações de exposição na rede, com destaque para família e colegas de trabalho e (3) a descoberta do esconderijo, quando os limites de privacidade foram invadidos.

3.3.1 O MUNDO DA BOLHA

Nunca passei nenhum constrangimento online, de certa forma, eu vivo numa bolha, né? (Trecho da entrevista com Rafaela)

Retomando conceitos teóricos já abordados neste estudo, a comunidade se expressa por um estreitamento de laços e solidariedade, mas muitas vezes pode remeter a um fechamento, com vínculos restritos e pouco espaço para posições divergentes (BAUMAN, 2003). Na internet, a possibilidade de selecionar com quem manter vínculo e o trabalho dos algoritmos⁴⁴, tornam esse fechamento algo trivial. Ao refletir sobre os sistemas de inteligência

⁴⁴ No caso das mídias sociais, o algoritmo é um recurso utilizado para determinar o que é apresentado prioritariamente. Para entender o que realmente interessa ao usuário, a rede utiliza uma série de fatores

artificial e o uso de algoritmos nas redes, Kaufman (2019) afirma que a tendência é manter por perto quem pensa de maneira similar:

A principal crítica aos sistemas inteligentes é a propensão para a formação de “bolhas” ou câmeras de eco”: promovem a homogeneização das relações sociais, mantendo as pessoas em círculos sociais fechados, formados por aqueles que pensam igual. A limitação dos indivíduos a uma exposição seletiva, alimentada pelos algoritmos, intensifica as tendências homofílicas – aquelas de só se buscarem concordâncias e fugir das discordâncias (KAUFMAN, 2019, p.52).

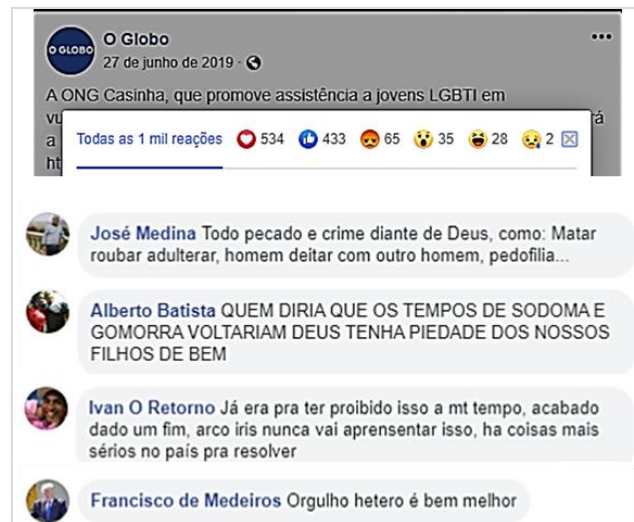
Essa espécie de isolamento, nas redes que observamos, foi notada de diversas formas. Pode-se considerar a existência de espaços segmentados na rede, com público frequentador de diferentes tipos. Isso pôde ser observado, por exemplo, na diferença de reação para posts sobre um mesmo tema, em diferentes perfis. A festa de celebração de 2 anos da ONG Casinha, evento que já comentamos na seção anterior, foi noticiada pelo Jornal O Globo e divulgada nas suas mídias sociais. Como esperado, o perfil no Facebook do jornal possui mais seguidores que o da Casinha e atraiu muitos comentários, inclusive os negativos.

O mesmo tema em todos os posts relacionados ao evento no Facebook da ONG não foi alvo de críticas, nem de posições contrárias. Ao oposto, foram diversas mensagens de apoio e animação. Sem aprofundar a análise comparativa dos posts, na figura 27, destacamos apenas alguns exemplos de comentários e a classificação das reações no post do perfil do O Globo. Das mais de 1.000 reações contabilizadas, quase 10% expressavam um sentimento não positivo com a notícia. Diversos comentários foram depreciativos, desvalorizando a causa, usando argumentos religiosos e exaltando a heterossexualidade, por exemplo⁴⁵.

individuais, que determinam a busca de combinações, definindo o que deve, ou não, vir a figurar na tela inicial em destaque.

⁴⁵ As reações no post somaram 1.097 manifestações (534 ‘Amei’, 433 ‘Curtir’, 65 ‘Grr’, 35 ‘Uau’, 28 ‘Haha’ e 2 ‘Triste’). Consideramos ‘Grr’ e ‘Triste’ como classificações não positivas. Aprofundamos essa análise de recepção de conteúdos LGBT+ nas mídias sociais em outros trabalhos (OLIVEIRA; MACHADO, 2019).

Figura 27: Reprodução das reações e seleção de comentários do jornal O Globo



Fonte: Facebook do jornal O Globo em 27 de junho de 2019

Nos perfis da Casinha, nem um comentário ou reação negativa foram encontrados e os voluntários não declararam nenhuma moderação nas publicações, o que demonstra que as mídias sociais da ONG são como espaços blindados, nos quais não cabem comentários e reações negativas. O aspecto positivo é não ser afetado com a reação contrária, mas isso não significa que elas não existam, inclusive nas redes digitais. A fim de preservar os seguidores, o perfil da Casinha postou a recomendação para não ler os comentários, na divulgação da notícia no O Globo (figura 28).

Figura 28: Publicação com destaque para a recomendação



Fonte: Instagram da Casinha

Um reflexo dessa preservação nos espaços segmentados é a sensação de estar vivendo em um espaço sem conflitos e divergências. Os próprios entrevistados reconheceram em diversos momentos, durante as nossas conversas, que vivem em “bolhas”, como exemplificam os trechos abaixo, revelados durante o diálogo a respeito da privacidade online:

Como eu te falei, comigo, é muito suave. A bolha que eu vivo é perfeita, maravilhosa essa bolha! Ninguém nunca comentou nada negativo. Na minha rede de amigos, quem não concorda, fica calado. Nunca passei nenhum constrangimento. Eu sou bem privilegiada. (Trecho da entrevista com Gabriela)

Nunca passei nenhum constrangimento online, de certa forma, eu vivo numa bolha, né? Não deve ter muita gente contra nas minhas redes também. (Trecho da entrevista com Rafaela)

Um segundo reflexo correlacionado a essa preferência por posições similares, aponta para uma certa indisposição. Muitas vezes, durante as entrevistas, a “paciência” e a “preguiça” foram mencionadas. Especialmente em contextos que exigiriam mais elaboração pela situação de embate. Não se trata de aplicar um juízo de valor a respeito das posições expostas, mas cabe pontuar que o “universo controlado” das redes sociais propicia que os conteúdos se apresentem próximos ou distantes de acordo com interesses específicos. E esse fechamento entre os próximos em um espaço “interno”, torna mais difícil encarar o espaço “externo”, de forma similar ao que sinaliza Bauman (2005) a respeito dos condomínios fechados. Assim, percebemos a “paciência” e a “preguiça” como argumentação para não se expor a posições divergentes, assim como mostra o trecho a seguir:

E essa potência, pegar e falar para todo mundo, tipo em post do Facebook, eu não sei se teria coragem de fazer fora. E até coisas relacionadas a ativismo, em jantar de família, não teria nem paciência, sabe? Na internet é isso, até no WhatsApp, você tem uma certa proteção, sabe? Se acontecer alguma coisa, eu tô sozinho. Qualquer coisa, você joga o celular pro canto. E é isso. (Trecho da entrevista com Eduardo)

A expressão “jogar o celular pro canto” indica a possibilidade de interromper a chegada de qualquer adversidade que possa levar ao mal-estar. É um simbolismo físico da opção de não estar presente no universo online e assim, preservar o direito de ter contato apenas com os conteúdos que desejar, quando vier a desejar.

Essa proteção se expressa não somente na seleção de conteúdos, como também na escolha das pessoas que podem ter acesso ou não a suas informações pessoais. Para o público LGBT+ manter o perfil aberto ou fechado, e restringir a visibilidade de certas publicações,

certas vezes tem relação com sua orientação sexual. Os trechos a seguir, por exemplo, indicam a ponderação sobre manter informações acessíveis ou não:

Hoje em dia é meus perfis são públicos. Já foi privado quando criei, há uns 4 anos. Na época que o Facebook era mais popular. Fiz isso porque no início eu queria postar foto com minha namorada e o Facebook era aberto demais, tinha gente demais e eu era... Ah, eu já era fora do armário, mas não queria que qualquer um tivesse acesso a essa informação. Então eu lembro que quando eu criei ele era fechado e eu não deixava qualquer um me seguir, eu escolhia quem eu queria que me seguisse, pessoas que eu realmente achava que podiam ter acesso a esse tipo de coisa da minha vida. (Trecho da entrevista com Clara)

Meu perfil é fechado. Tem uma questão de com quem eu quero dividir. Enfim, é uma esfera particular. A escolha de eu começar a divulgar [temas relacionados à homossexualidade] veio depois de uma maturidade, de um entendimento. Aí a partir do momento que eu entendi, eu comecei a exteriorizar isso. De todas as formas, inclusive nas redes sociais. Acho que a primeira vez que postei algo assim foi sobre a Casa 1. Mas as minhas redes sociais são um espaço seguro. Eu não mantenho amigos que possam vir a me criticar de forma preconceituosa, ou me encher o saco. Enfim. Não tenho ninguém com uma visão de mundo muito antagônica a minha. As redes sociais são ótimas pra trocas, mas também possibilitam escolhas. E eu escolho não passar por certos tipos de situação. Se eu vejo que tem uma pessoa que pode me encher o saco, eu tiro. E eu não deixo de postar o que eu quero. (Trecho da entrevista com Rodrigo)

Em ambos os casos, as declarações demonstram a aproximação entre “ter o perfil fechado” e ser LGBTQ+. Ter acesso a posts com a namorada, ou em defesa da causa, se mostra como privilégio a quem os interlocutores depositam confiança. No âmbito da epistemologia do armário (SEDGWICK, 2007), como vimos na parte teórica, cada nova experiência social exige das pessoas LGBTQ+ a análise sobre se revelar ou não, e os recursos disponíveis nas mídias sociais viabilizam essa restrição. O mundo da bolha permite esse tipo de proteção, mas como veremos a seguir, as mídias sociais também produzem outros efeitos, quando analisados a partir da perspectiva da exposição.

3.3.2 SOB OLHARES

As pessoas ainda me tratavam como se eu fosse hétero. Então eu não aguentava mais isso, e resolvi postar um texto no Facebook e foi ótimo. (Trecho da entrevista com Eduardo)

No âmbito das relações digitais, a internet pode oferecer tanto vitrines, espaço de visibilidade em escala mundial, quanto esconderijos discretos para interação e troca de materiais diversos (BRAGA, 2008). Uma vitrine se destina à exposição e presume a

observação de outras pessoas. Essa observação dos olhares de outros usuários nas mídias sociais pode revelar aspectos tão positivos quanto negativos.

Para o público LGBTQ+, um desses aspectos é a possibilidade de afirmação da orientação sexual e a legitimação da sua identidade em uma esfera pública. E isso pode ser feito de diversas formas: desde a divulgação de conteúdos como mostramos nas seções anteriores, a uma publicação mais pontual e emblemática, que simbolize a passagem do interior para o exterior do armário, isto é, assumir-se. Como já mencionamos, a revelação do entrevistado identificado como Eduardo foi feita na ocasião das eleições (figura 22) e teve valor representativo singular para ele, como está descrito no trecho a seguir:

Até então eu tinha uma lista de pessoas com quem eu podia ser eu mesmo, ou que eu tinha que ser mais hétero. Aí teve a eleição do Bolsonaro, o primeiro turno. E eu fiquei tipo, super mal. E pra mim, pegou muito forte [...]. Eu passei o dia com vontade de chorar. Estava muito mal, muito mal. Aí umas 17h da tarde, eu já tinha terminado o grosso, aí no trabalho mesmo eu fiz um texto, porque eu já tinha um texto guardado no armário para quando eu me assumisse para todo mundo. Alguns amigos falavam “ah, você não precisa se assumir pra todo mundo, você vai ser você, e pronto”. Eu acho lindo esse discurso, todo mundo deveria ser assim, né? Só que, pra mim, eu era tão tão enrustido, tão dentro do armário, que eu precisava gritar pro mundo, assim, sabe? Era uma necessidade minha [...] as pessoas ainda me tratavam como se eu fosse hétero. Então eu não aguentava mais isso, e resolvi postar um textão no Facebook e foi ótimo. (Trecho da entrevista com Eduardo)

Para ele, assumir a homossexualidade era uma questão fundamental para garantir o bem-estar, e o Facebook se apresentou como meio propício para ter o alcance que Eduardo desejava. “Gritar para todo mundo”, no âmbito das redes sociais, pode representar uma amplitude improvável de ser atingida fora do ambiente digital. Um único texto, nessa vitrine, atingiu de uma só vez os diversos núcleos sociais lá representados (membros da família, trabalho, amigos etc.). E Eduardo seguiu seu relato comentando as diversas reações desses núcleos:

Eu postei o texto, desliguei o computador do trabalho e fui embora (risos). O texto deve tá horrível, foi bizarro. E aí foi uma loucura, vários amigos me ligando, respondendo, mandando mensagem querendo saber “como é que eu tô”, “não sei o que”, “não sei o que lá”. Tipo, tive reação positiva de várias pessoas da minha família. Meu pai, por exemplo, [...] ficou sabendo pelo post. Até poderia ter falado com ele antes, mas enfim, coisas da vida. Ele começou a ligar muito depois que viu o post, mas eu não estava a fim de falar e desliguei o celular. Depois eu vi que tinha ligação dele, de uma tia, outra tia, de uma prima. Aí fui pra casa, jantei, tomei banho, sentei e falei: agora respondo. Aí fiquei até 2 da manhã falando com todo mundo, liguei pro meu pai, minha tia etc. E eu percebi que ninguém veio falar comigo negativamente. Pessoas que eu sei que detestaram essa minha atitude, pelo menos, não vieram falar. (Trecho da entrevista com Eduardo)

Esse trecho revela um outro aspecto interessante das mídias sociais. Além da proteção criada pela possibilidade de “jogar o celular pro lado” e “fechar o computador”, a assincronia também pode ser usada benéficamente. Algumas mídias online não implicam em interações instantâneas, como e-mails e fóruns de discussão. Quem usa meios como esses pode receber respostas tempos depois. No caso da publicação, o retorno das pessoas poderia ocorrer a qualquer tempo posterior. E mais: a visualização dessas reações pôde ser adiada, como uma espécie de pausa, algo que seria mais difícil de ser feito nas relações face a face. Virar as costas, fechar os olhos e bater a porta poderiam ser usados como alternativas, mas nas mídias sociais, essa suspensão da atenção pode ser feita de forma muito mais sutil. Assim, no seu tempo, Eduardo deu retorno e conversou com quem o procurou. Ele ainda acrescentou que quem não gostou da notícia, não fez contato, outra possibilidade interessante das mídias sociais. Nas relações face a face, essa reprovação poderia ser expressa por olhares e gestos de reprovação constrangedores. Eduardo finalizou:

Teve gente que só curtiu o post, gente que comentou, gente que comentou e ligou. Uma loucura esse dia! Mas foi um alívio, sabe? Eu precisava fazer isso. E depois, a partir daquele momento, porque antes eu postava muito menos, postava com medo até aquelas coisas que mudam a foto, sabe? Postava meio isso é “deles” e não “meu”. E hoje eu super levanto a bandeira! Posto mesmo. (Trecho da entrevista com Eduardo)

Alívio foi a emoção expressa após a publicação. A saída do armário através das mídias sociais propiciou a afirmação da identidade necessária para o fim da angústia. Na contramão desse bem-estar, a vitrine pode revelar percepções negativas a respeito da exposição. Uma preocupação recorrente, relatada pelos voluntários, foi o risco de ter a vida assediada:

Mas eu às vezes eu também fico com muito medo de... sei lá... As pessoas ficam meio que acompanhando sua vida assim. Às vezes tem olho ruim para as coisas, não que a minha vida seja incrível, mas sei lá. E também acho que pode vir uma pessoa homofóbica ou acompanhar minha vida, tem gente que é muito louco. (Trecho da entrevista com Fernanda)

É uma coisa de haters, né? A internet ajuda muito, mas também destrói muito. Você tem acesso a umas coisas bem ruins. Você fica muito mais alvo fácil, mais vulnerável. Fica mais aberto para as pessoas te criticarem e se meterem na sua vida. Essa exposição pode ser perigosa, mas ao mesmo tempo é importante. É importante ter visibilidade, a gente só supera botando a cara a tapa. Mas são lugares tênues. Se você pensa que dá pra descobrir que eu sou lésbica em um piscar de olhos botando o meu nome na internet, pra alguém que quer fazer algum tipo de violência, é fácil de achar as pessoas. Mas é o mundo que a gente vive. A gente é exposto, a gente é aberto. Já perdemos parte dos nossos dados para o Mark Zuckerberg e nossa alma está com o Google. (Trecho da entrevista com Clara)

A perseguição de um homofóbico e a abordagem de um *hater*⁴⁶ são preocupações expressas pelas nossas entrevistadas. Afinal, mesmo que a formação de bolhas seja possível, também pode ocorrer a invasão de temáticas indesejadas. Inclusive, uma das nossas interlocutoras relatou que:

Quando a festa da Casinha saiu em um jornal mais famosinho, teve um tanto de hater falando merda. É só um evento, não tem como a pessoa ser contra um evento. Cara, essas pessoas, isso é real e só não está perto de mim. Mas é real e eu tenho que abrir o olho. Nas eleições, eleitor do Bolsonaro, tava rolando muito isso pela internet. Então cara, essas notícias mostram que o mundo que eu vivo é fora da realidade. Tenho que abrir o olho. Parece que isso está muito distante, isso é o que mais impressiona. (Trecho da entrevista com Gabriela)

A exposição a visões antagônicas fez Gabriela notar uma ameaça que não era possível acessar no nível de contatos mais próximos. Da mesma forma que a rede viabiliza espaços seguros, também pode transmitir a sensação de vulnerabilidade.

Como já pontuamos, a vitrine pressupõe a observação de outras pessoas, e essas podem ser de núcleos diversos da vida social, os quais exigem configurações diferentes. Afinal, “De acordo com as motivações e relações da existência cambiante, [o ser humano] se configura em uma imagem diferente e delimitada. [...] Nesse sentido, o homem é, como ser sociável, uma figura muito singular” (SIMMEL, 2006, p.67). Isto é, como sinaliza Simmel, mobilizamos aspectos diferentes de nossa personalidade na relação como membro de uma família ou como representante de uma profissão, por exemplo. Nesse sentido, na esfera das mídias sociais, a formação de grupos restritos de publicação contribui com essa gestão de apresentação, de acordo com cada contexto relacional. Os trechos a seguir exemplificam o cuidado citado pelos entrevistados com relação à exposição para a família. Ainda que os perfis possam ser acessados publicamente, publicações específicas são limitadas para o grupo de ‘Melhores Amigos’⁴⁷:

Meu perfil é público e tenho o stories aberto, mas uso o ‘Melhores Amigos’, que eu tiro só a família. Geralmente, não posto para eles coisas mais pessoais, tipo relacionamentos. Não que eu esconda, eu sou aberta com eles, mas às vezes um meme, uma coisa mais pesadinha, é só para os ‘Melhores Amigos’. (Trecho da entrevista com Juliana)

Meu perfil é aberto. Tem coisa que eu restrinjo, mas é raro. Quando tem algum conteúdo levemente sexual eu restrinjo, porque meus avós assistem os meus stories.

⁴⁶ “Odiador” poderia ser uma tradução mais literal, mas o termo em inglês, *hater*, é usado na internet para classificar pessoas que postam comentários de ódio ou crítica.

⁴⁷ O recurso de ‘Melhores amigos’ permite criar uma lista com contatos seletos para publicar stories visíveis apenas para esse grupo. Desta forma, o usuário mantém a privacidade e elimina a necessidade de deixar o perfil privado, de enviar histórias individualmente por mensagens diretas ou de bloquear pessoas.

Quando é só engraçado, eu acho de boas, mas quando é levemente sexual, por mais que seja de boas, eu restrinjo. Tendeu? Os meus melhores amigos no Instagram são realmente meus Melhores Amigos, tem umas 20 pessoas no máximo, nesse grupo. (Trecho da entrevista com Letícia)

Em ambos os casos, as entrevistadas declaram restringir a família de conteúdos com mensagens sexuais, a fim de preservar a relação familiar dessas informações. Mesmo que os familiares saibam de suas orientações sexuais, elas limitam o alcance a informações. E essas restrições também podem acontecer de forma reversa. Ou seja, os familiares não permitem o acesso a determinados conteúdos. Letícia conta que, certa vez, a tia responsável pela gestão das redes sociais de seu avô, restringiu a visualização das publicações, impedindo o acesso às fotos de um encontro familiar, um gesto motivado pela homofobia:

"Com a minha família já teve um mini constrangimento, que foi bem ruim. A minha tia, irmã do meu pai, me bloqueou das redes sociais do meu avô, porque meu avô é bem mais velho e ele já está meio caduco, e ela que cuida do Facebook. Pra ele não ver os meus posts, ela me bloqueou, porque ela é super homofóbica. Só que ela não é homofóbica na minha cara, ela é homofóbica fazendo esse tipo de coisa. E aí foi constrangedor porque o meu avô postou todas as fotos do Natal do ano passado e todo mundo recebeu, menos eu. Aí eu fiquei: "por que só eu não recebi as fotos do meu vô?". Aí meu pai foi tirar satisfação com a minha tia. Rolou essa situação... Ela faz umas coisas de gente esquisita. Como ela é esquisita, a gente não leva muito a sério. Eu só fiquei bolada com essa situação porque envolveu o meu avô. É a única pessoa da família que não sabe que eu sou lésbica". (Trecho da entrevista com Letícia)

Em uma relação face a face, a tia de Letícia poderia não a ter convidado para um encontro, ou a excluir de outra forma presencial. Algo que, de acordo com a entrevistada, ela não faria. Mas diante da possibilidade de mais sutileza nas mídias sociais, ela expressou sua reação homofóbica.

Um outro círculo social que também foi destacado nos diálogos com os voluntários, relacionado à preocupação com a exposição, foi o do trabalho. Estudos acadêmicos apontam a importância da política de diversidade em ambientes corporativos (FERREIRA, 2007; POMPEU; SOUZA, 2019). E em circunstâncias propícias, as mídias sociais podem funcionar como um antecipador da revelação, reduzindo as possibilidades de constrangimento. Isso pode ser observado no relato de Gabriela:

Quando o pessoal do trabalho começou a me adicionar no Instagram, eu pensei, "cara, será? Será que eu quero isso? Talvez me limitar aqui na minha rede social?" Só que aí eu fui adicionando e em algum momento eu vi que, cara, não tem por quê. Eu vou postar e as pessoas veem o que elas quiserem ver. Eu nunca deixei de postar nada. O que eu queria, postava. Então de certa forma, a galera do trabalho já estava avisada. [...] Aqui na empresa estamos dando uns passinhos pro lado bom da força, falando um pouco sobre diversidade, mas acho que vai demorar ainda. Hoje, todo mundo ao meu redor sabe da minha orientação. A última galera que ficou sabendo

foi o pessoal do aqui do trabalho. A reação de todo mundo positiva. Eu fui dando todas as dicas “gente, eu tô trabalhando numa ONG LGBT”, foram vendo as minhas redes sociais... Daí já estavam avisados. (Trecho da entrevista com Gabriela)

A vitrine das mídias sociais revelou suas oportunidades e restrições, bem como os benefícios e as preocupações que insere. Na seção a seguir, tratamos do esconderijo, mas não como na versão de espaço segmentado, como já vimos. Abordamos a localização do abrigo.

3.3.3 A DESCOBERTA DO ESCONDERIJO

A minha irmã viu uma conversa com o irmão do meu melhor amigo, que é gay, no Facebook (Trecho da entrevista com Eduardo)

Já pontuamos algumas vezes: se no espaço offline, o discurso é direcionado e mais agressivo, a internet, por vezes, aparece como um espaço mais sutil, uma oportunidade de refúgio. Mas, assim como nas relações corporificadas, refúgios podem ser localizados e esconderijos podem ser descobertos. Por exemplo, a bolha de “vida perfeita” pode ser “furada” ao ler comentários de notícias, como vimos. E mais do que isso, o espaço privativo pode sofrer uma invasão.

Como foi no caso relatado abaixo. A irmã do nosso interlocutor acessou mensagens trocadas em contexto íntimo e descobriu seu segredo:

Nem minha mãe, nem minha irmã, nem minha psicóloga descobriram por mim. A minha irmã viu uma conversa com o irmão do meu melhor amigo, que é gay, no Facebook, porque eu deixei aberto um dia e ela viu. Eu deixei meu computador aberto e saí rápido, aí ela abriu o PC pra olhar outra coisa. Eu ia viajar com esse irmão do meu melhor amigo, junto com ela. Aí ela “ah, deve ser coisa da viagem”, aí ela leu. Só que era coisa de eu contando as minhas experiências gays. (Trecho da entrevista com Eduardo)

No caso do Eduardo⁴⁸, a “revelação surpresa” foi encarada de forma positiva, ainda que tenha provocado um efeito em cadeia:

Só que minha irmã é ótima. Ele descobriu isso, e ela guardou. Aí ela guardou e pensou “vou esperar o Gustavo falar comigo”. Só que aí, segundo ela, assim, teve um dia, que a gente tava no carro do meu pai, e aí meu pai sacaneou um gay afeminado na rua. Aquele negócio, né? Bem depreciativo. Aí nesse dia, ela pensou “cara, acho que o Gustavo deve sofrer muito”. Aí acho que deu um clique nela, e ela foi falar com a minha mãe. A minha mãe, sem saber o que fazer, procurou a minha psicóloga. [...] Quando minha mãe veio conversar comigo, fiquei sem saber como

⁴⁸ Eduardo, tempos depois, se assumiu gay nas suas redes sociais, logo após o primeiro turno das eleições, caso que observamos em outros momentos da pesquisa. Por ter sua identificação sexual tão intrinsecamente envolvida com as mídias sociais, trechos de sua entrevista foram recorrentemente alvos da nossa análise.

reagir, porque eu tinha na cabeça que só contaria pra eles quando eu saísse de casa. Não por eles, a minha mãe, minha irmã e meu padrasto, que são os que moram comigo são super maravilhosos. Mas a gente tem esse medo, né? Mas acabou que foi ótimo minha irmã ter visto a conversa no Facebook, porque me tirou um peso. Foi um incidente maravilhoso. (Trecho da entrevista com Eduardo)

Ter tido o esconderijo descoberto, nesse caso, teve um reflexo positivo. Pouçou o esforço da revelação espontânea, que provavelmente, exigiria esforço de elaboração. No extremo oposto, a descoberta de localização pode gerar experiências desagradáveis. Como já pontuamos, a rede viabiliza espaços seguros, mas também pode transmitir a sensação de vulnerabilidade. Essa vulnerabilidade pode se materializar em casos mais sérios. Clara contou que durante um tempo teve uma *stalker*⁴⁹, alguém que conheceu pela internet e conseguiu descobrir o endereço de sua casa. A *stalker* encaminhou presentes, até então, anônimos, despertando o clima de mistério.

Eu tive uma *stalker* e nem foi um caso de rede social, foi informação pela web mesmo. Ela achou o endereço da minha casa com informações minhas que ela encontrou pelo Google, através do MEI, e chegou um presente na minha casa de forma anônima, que eu não fazia ideia de quem vinha. Foi aí que eu tentei achar meu endereço pela internet e deu pra achar [...] eu tinha saído com essa mulher, que conheci pelo Tinder, uma vez na vida, e não quis encontrar de novo. Ela mandou presentes anônimos e só revelou quem era depois do terceiro. Depois disso eu fiquei meio noitada das coisas que estão online, saca? Fiquei meio receosa de alguém mais acompanhar minha vida. (Trecho da entrevista com Clara)

O envio inesperado de presentes provocou inquietação e, durante um tempo, Clara manteve seu perfil fechado nas mídias sociais, com receio de ser perseguida. Depois, a entrevistada superou a preocupação, e, hoje, alega enxergar mais pontos positivos do que negativos na exposição online:

Eu tinha receio de deixar meu Instagram aberto [por causa desse caso com a stalker], mas depois fiquei mais tranquila e recentemente abri meu perfil. [...] Eu me dei conta de que a gente está fazendo parte de um sistema que é aberto com suas informações pessoais e pra promover as coisas que você faz é importante se mostrar. [...] Aí não é que eu não tenha medo. Eu tenho um pouquinho. Mas colocando na balança, eu vejo mais ganho, oportunidade, do que chance de dar treta. (Trecho da entrevista com Clara)

Assim, essas descobertas dos esconderijos revelaram outras restrições e chances da vivência online pela comunidade LGBTQ+. Na seção seguinte, tratamos das relações comerciais, correlacionadas a esse público.

⁴⁹ Stalker é uma palavra inglesa que significa "perseguidor". É aplicada a alguém que importuna de forma insistente e obsessiva uma outra pessoa.

3.4 O LUGAR TAMBÉM É DELES: PRESENÇA DAS MARCAS

Tem que fazer muito mais do que só pensar na bandeirinha
(Trecho de uma das declarações da observação participante)

Como explicamos em nossa introdução, esta pesquisa usou como referência empírica tanto as experiências individuais de publicação por parte dos voluntários entrevistados, como as práticas digitais da Casinha, em suas funções institucionais, enquanto ONG. Este capítulo é centrado nesse caráter organizacional, que abrange as relações com marcas e financiamentos. As análises foram feitas especialmente com base no discurso examinado em um dos eventos da observação participante.

Esse atravessamento com o mercado, que abre espaço ou se dirige a homossexuais, é um dos sinais característicos do movimento LGBTQ+ a partir dos anos 1990 e desde então “tanto as agências estatais quanto o mercado segmentado têm contribuído para reforçar a adesão a um sistema classificatório moderno, imprescindível para que uma política de identidades LGBTQ+ se torne viável” (FACCHINI; FRANÇA, 2009, p.65). É, também, por isso, mais uma marca de retenção.

Nesse contexto, observamos diversas empresas abrindo espaço para a causa. Vale salientar que, para além das perspectivas de benefício coletivo e transformação social, as marcas se atraem por números frequentemente divulgados na mídia, a respeito do poder de compra do público LGBTQ+⁵⁰. A despeito desses números, refletimos aqui sobre o que foi visto nas redes sociais da Casinha e percebido durante eventos da observação participante. Isto porque ao observar os canais digitais da ONG, essa relação com o mercado se apresentou como uma marca de retenção relevante da comunidade LGBTQ+, assim como o humor, o sentimento de pertencimento, a narrativa contra o conservadorismo e atuação micropolítica e as questões de representatividade e identificação.

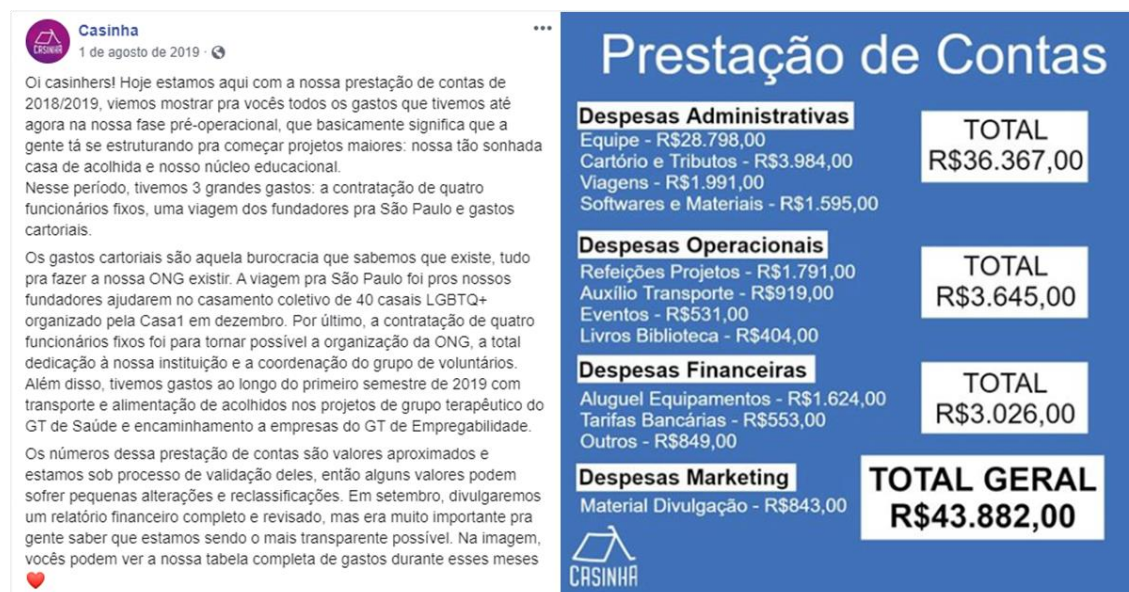
Nas publicações da Casinha nas mídias sociais, vemos chamadas sobre parcerias e financiamentos. Por trás dessa divulgação, muitos sentidos a respeito da comunidade LGBTQ+ são articulados e nesta seção, buscamos aprofundar essa perspectiva, a partir do debate gerado em torno da questão financeiro-mercadológica.

Nos posts da Casinha, são diversas as divulgações sobre captação de verba, normalmente impulsionadas por *hashtags*. Afinal, desde 2017, a Casinha se financia de forma

⁵⁰ Para salientar: recente estudo do Google afirma que o potencial financeiro desse segmento no Brasil é estimado em 419 bilhões de reais, 10% do PIB do país (MARINHO; ENGLERT, 2019). Além disso, já é antiga a notícia que casais homossexuais brasileiros têm, proporcionalmente, renda média mensal maior que a de casais heterossexuais, segundo dados preliminares sobre rendimentos do Censo 2010 (SANTOS; NALON, 2011).

colaborativa, através de eventos de arrecadação, doações pontuais e colaborações de parceiros para viabilizar o pagamento das contas. Inclusive, além dos posts que estimulam a arrecadação de verba, a ONG também publica frequentemente a prestação de contas, como está exemplificado na figura 29, a fim de manter a transparência dos gastos.

Figura 29: Publicação em 1 de agosto de 2019 - Prestação de contas



Fonte: Facebook da Casinha

Para angariar recursos, além dos eventos de arrecadação e doações, a Casinha conta com o financiamento de empresas, que investem em ações de responsabilidade social. Um dos financiamentos mais relevantes foi o da campanha⁵¹ #MARCASALIADAS. A Skol se mobilizou para reunir outras marcas aliadas e doar uma das letras de suas marcas para a sigla LGBTQ+, além de uma quantia em dinheiro para o movimento. O L de Skol representou o L de LGBTQ+, assim como o G de Burger King, o B de Bis, o T de Trident e o Q de [quem disse, berenice?]. Quatro ONGs ligadas à causa foram beneficiadas e dentre elas, a Casinha. Outra importante campanha foi o financiamento coletivo #NinguémFicaPraTrás⁵², que arrecadou verba para coletivos, ONGs e grupos organizados para promover a saúde, a cidadania, a cultura e a resistência das causas ligadas aos Direitos Humanos e à diversidade. A Casinha foi também uma das beneficiadas da “vaquinha online”⁵³, que fortaleceu

⁵¹ Site disponível em: <<http://www.marcasaliadas.com.br/>>

⁵² Site disponível em: <<https://www.ninguemficapratrás.org/>>

⁵³ Vaquinha online, *crowdfunding* ou financiamento coletivo é o processo de utilizar as redes digitais para pedir doações ao público em geral, de forma a viabilizar novos empreendimentos (STEINBERG; 2012).

organizações que trabalham acolhendo vítimas de violência e intolerância. O valor recebido foi de R\$ 40.000,00. Além desses grandes financiamentos, a ONG realiza diversas parcerias com empresas menores que reverterem parte do lucro para a Casinha.

Uma das campanhas mais recentes foi a parceria com a Ambev durante o mês do orgulho LGBTQ+ em 2019. A figura 30 mostra o post que divulgava a dinâmica para a verba ser doada para casa.

Figura 30: Publicação em 29 de junho de 2019 sobre a Campanha com Ambev



Fonte: Facebook da Casinha

Esse post teve seu compartilhamento incentivado durante uma das observações participantes, que teve como ponto central de debate a relação com o financiamento de empresas. O evento sobre *pink money*, que reuniu diversas pessoas envolvidas com a temática⁵⁴, articulou diversas percepções sobre o envolvimento das marcas com a população LGBTQ+. A fim de facilitar a exposição, seguem agrupadas as principais percepções desse debate:

⁵⁴Mais informações sobre os participantes estão disponíveis no evento no Facebook, disponível em: <<https://www.facebook.com/events/1297586377057124/>> Como nem todos os participantes fizeram parte da seleção de entrevistados, os depoimentos não estão identificados, a fim de preservar as identidades.

a) Relação de troca

Um consenso entre os participantes foi que não são interessantes os investimentos sem propósitos consolidados de contribuição para a comunidade LGBTQ+. “Não é uma questão de demonizar as marcas, mas não queremos só dinheiro. Marcas são marcas e no fim do dia querem lucrar. Mas como podemos usufruir da grana para a causa?”, destacou um dos participantes do debate. Mais do que um espírito de caridade, os argumentos defendiam uma relação de troca, com ganhos mais efetivos para pessoas LGBTQ+.

“O grave é a mercantilização das pautas, mesmo tendo um posicionamento político contrário”, mencionaram. Nesse contexto, foi mencionada uma notícia da Forbes⁵⁵, divulgada na semana anterior que falava que o apoio à causa muitas vezes era contraditório. Segundo o levantamento realizado, nove das maiores e mais favoráveis corporações LGBTQ+ dos Estados Unidos destinaram cerca de US\$ 1 milhão ou mais a políticos “antigays” no último período eleitoral, que negaram cuidados com a saúde e não defenderam qualquer legislação em apoio aos direitos da comunidade LGBTQ+.

Eles ressaltaram, sempre em tom firme, a dificuldade de transitar nessa polarização entre o conservadorismo político e a profusão de apoio das marcas. Nesse sentido, abordaram a prática do *pink washing*⁵⁶ e destacaram que é importante o cuidado das marcas para ser um investimento verdadeiro. Afinal, os números de violência e hostilidade contra as pessoas LGBTQ+ seguem altos e muitas medidas podem ser tomadas.

Os gestores da Casinha compartilharam suas experiências, nesse contexto. O primeiro financiamento da ONG veio de 16 empresas e eles afirmam depender do apoio de marcas. Ainda assim, eles defendem que as empresas parceiras precisam estar interessadas em ser “mais do que parecer *pride*”. Isto porque muitas empresas querem exibir que são pró-diversidade, passando uma imagem de organização moderna e descontraída para os consumidores. Entretanto, essas mesmas empresas não têm interesse em contratar pessoas LGBTQ+ e nem em flexibilizar processos que facilitem a inclusão. Em casos assim, os gestores alertam que “mais importante do que vender para esse público, é contratar”. Por isso, no diálogo com as marcas, eles argumentam a importância da empregabilidade e oferecem serviços específicos. A Casinha tem um banco com currículos LGBTQ+ e oferece gratuitamente a sensibilização nas companhias, além de outras ações, mencionadas na

⁵⁵ Notícia “Não deixe o arco-íris enganar você: 9 corporações que usam as cores LGBTQ+, mas doaram milhões a projetos antigay” Disponível em: <<https://forbes.com.br/listas/2019/06/nao-deixe-o-arco-iris-enganar-voce-9-corporacoes-que-doaram-milhoes-a-politicos-anti-gays/>>. Acesso em 22 jan 2020.

⁵⁶ A expressão se refere ao uso da causa LGBTQ+ exclusivamente para promover uma organização, mascarando preconceitos e a falta de políticas realmente inclusivas nos “bastidores”.

primeira seção deste capítulo. Eles auxiliam durante o processo seletivo e buscam promover a empatia no ambiente organizacional. “Para ser realmente *friendly* tem que apoiar. Tem que ter funcionário, tem que ter publicidade feita por gays. Tem que fazer muito mais do que só pensar na bandeirinha”, eles afirmam.

b) Foco em pessoas

Nesse debate sobre a influência das marcas, o foco no cuidado e na atenção para as pessoas LGBTQ+ foram destaque. Um dos participantes da conversa contou que passou por tempos de sofrimento devido à omissão da sua sexualidade no mundo corporativo e à angústia por receio de julgamento. “Héteros se afirmam o tempo inteiro. Por que gays não podem falar sobre suas relações?”, destacou, salientando que é para essas nuances que as empresas e a sociedade como um todo deveriam estar atentas.

Nesse contexto, um questionamento foi levantado, diante do retorno financeiro que a população LGBTQ+ movimenta: por que o consumo desse público é tão exacerbado? Um outro cuidado que os participantes destacaram foi com o uso da compra como um recurso para compensação da saúde mental. Os gastos podem estar associados com sentimento de inferioridade. Assim como o volume de trabalho que se permitem executar.

Esse olhar atento para a qualidade de vida das pessoas LGBTQ+ também foi mencionado para avaliar a representação de pessoas gays e trans em campanhas publicitárias, algo também relevante no contexto das mídias digitais. “É preciso ter atenção com personagens estereotipados e também com perspectivas higienizadas, essa coisa de gay discreto, com passabilidade⁵⁷, que beija na testa”, salientou um dos participantes.

c) Implicações da internet

Muitas outras ponderações foram feitas durante o evento e trouxemos apenas alguns dos destaques que complementam o posicionamento da ONG a respeito das publicações relacionadas ao financiamento da iniciativa. Privilegiamos nesse item final, as questões relacionadas ao âmago do nosso estudo: o entrelaçamento com o universo online. Durante o debate, dois pontos foram relevantes nesse âmbito: a insuficiência de visibilidade meramente digital e o rastreamento de ações nos meios online.

“Mudar capa no Facebook é muito 2015”. Essa frase foi usada por um dos participantes do debate para alertar que realizar apenas iniciativas de marketing nas mídias sociais é algo ultrapassado. O contexto da fala era a apropriação dos símbolos LGBTQ+ durante o mês de junho, o mês em que celebramos o dia do orgulho LGBTQ+ (28 de junho).

⁵⁷ Termo usado como referência para dizer o quanto um membro da comunidade LGBTQ+ aproxima-se da norma.

Como já mencionamos, muitas marcas buscam transmitir a imagem de empresas modernas ao adotar o discurso LGBTQ+. E isso, nas mídias sociais, se reflete na inserção de filtros nas imagens de perfil, compartilhamento de imagens pró-diversidade etc. De acordo com a visão predominante no debate, a visibilidade para a causa é um elemento importante para o combate ao preconceito. Entretanto, já tendo passado alguns anos dessa “moda de trocar a capa no Facebook”, cabe às marcas a execução de ações mais propositivas, revelando um engajamento mais genuíno com a comunidade LGBTQ+, como foi abordado no ponto ‘a’ desta seção.

Outra oportunidade online interessante, observada durante o debate foi que “Marca tem biografia. Tem internet pra isso”. Os participantes sinalizaram que as plataformas na internet podem ser usadas como forma de resgatar o histórico das marcas. Isso pode servir tanto para recuperar posts anteriores e observar o que já defenderam, quanto para cuidar com atenção do que elas divulgam hoje, que ficará registrado para o futuro.

Como vimos no capítulo de fundamentação teórica, diversas construções online simbolizam o registro de memória LGBTQ+. Mais que isso, os meios digitais têm a faculdade de rememorar experiências e seus instrumentos de captura ou de reservatórios ajudam a construir a noção de passado, tanto em termos das nossas vidas privadas, como da vivência coletiva (SÁ, 2007; DIJCK, 2007). E isso se aplica também no contexto de atuação das marcas, suas publicações, sites, mídias sociais etc.

Enfim, encerramos esse percurso de detalhamento dos principais achados do trabalho de campo, que foram organizados em categorias distintas, para demarcar aspectos que mais contribuem na resposta à questão central desta pesquisa.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

No início desta dissertação afirmamos a mutualidade dos sentidos veiculados nos meios digitais com o cotidiano das pessoas. Para isso, nos fundamentamos em um momento historicamente situado: falamos sobre o digital como uma forma de estar no mundo de hoje e apresentamos os sentidos locais de preconceito e mobilização comunitária. Falamos, neste estudo, sobre lugares, enquanto espaços construídos a partir da experiência e dos sentidos (TUAN, 2013). Esse conceito de lugar se tornou pertinente ao nosso referencial teórico da Antropologia Digital (MILLER *et al.*, 2016; HINE, 2015; MACHADO, 2017b; MILLER e HORST, 2012; MILLER e SINANAN, 2017) justamente por ser indissociável da existência humana e do cotidiano.

Os lugares podem ser tanto o meio das trocas viabilizadas pelas plataformas digitais, quanto o ambiente dos encontros face a face. E aqui, mostramos o lugar de onde partiu nossa análise: a ONG Casinha, que por ter suas atividades intrinsecamente afetadas pelas mídias sociais, se tornou nosso *locus* de estudo. Investimos em uma pesquisa que cruza relações entre as arenas online com offline. Mostramos o lugar que se constitui enquanto instância coletiva para compartilhamento e pertencimento: onde o “meu” se pluraliza e se torna “nosso”. Falamos também sobre o lugar que é exclusivo, particular, o “meu”, que permite acesso aos terceiros de acordo com suas próprias imposições. Tratamos, enfim, de um lugar que também é “deles”, indicando uma relação mercadológica inerente ao universo capitalista no qual estamos imersos.

Direcionando nosso olhar para esses lugares da comunidade LGBTQ+, refletimos sobre as características de suas publicações nas mídias sociais e o que esse material publicado diz a respeito da rotina dessas pessoas. O que se retém? Como marcas de retenção (MILLER E SINANAN, 2014), observamos (1) o humor, enquanto linguagem usada para transmitir suavidade, criar proximidade e descontração; (2) o sentimento de pertencimento a uma comunidade, caracterizado pelo orgulho, o símbolo do arco-íris e o engajamento com a ONG; (3) a narrativa contra o conservadorismo e atuação micropolítica, perpassadas por questões eleitorais; (4) questões de representatividade e identificação, destacando os canais digitais como meio importante para acessar referências LGBTQ+ e criar conexão em rede; (5) a preocupação com a exposição e a privacidade, revelando nuances entre o fechamento em “bolhas”, a “vitrine” que permite a legitimação da orientação sexual e “esconderijos” invadidos; e (6) implicações mercadológicas, enquanto movimento e causa defendida por marcas, o que promove uma série de desdobramentos a respeito de sua utilidade.

Para a pergunta, que repetimos algumas vezes, “a comunidade LGBTQ+ se fortalece com a internet?”, seguimos com diversas possibilidades de respostas. Algumas cabíveis: “sim, se fortalece por gerar oportunidades, pois foi comprovada como meio de conexão, veículo de referências e revigoração comunitário”; ou “não, não se fortalece porque promove restrições, como vimos, a privacidade pode ser invadida e a homofobia não percebida em relações face-a-face pode ser despertada e acessada na arena online”. Nesse sentido, a pesquisa fez ampliar o debate de que o campo cultural digital é fruto de ambiguidades, pois relevam dimensões da humanidade, assim como os espaços presenciais. E isso é explicitado por um dos princípios descritos por Miller e Horst (2012): ao mesmo tempo em que a internet promete novas formas de abertura de visão de mundo, muitas vezes cai em novos constrangimentos, isto é, a internet promove aberturas e fechamentos de visões de mundo. Da mesma forma que as mídias sociais viabilizam espaços seguros, também podem transmitir a sensação de vulnerabilidade. Entretanto, para além de indicar possíveis respostas, nos debruçamos em observar os sentidos atribuídos aos gestos nas plataformas, os quais configuram novas possibilidades ou vivificam as precedentes.

Novas possibilidades foram observadas, por exemplo, na suspensão da presença, na assincronia interacional e na amplitude de revelação. Vimos que a expressão “jogar o celular pro canto” simboliza a opção de não estar presente no universo online e assim, preservar o direito de ter contato apenas com os conteúdos que desejar, quando vier a desejar. A assincronia das respostas se apresentou como um mitigador de constrangimento e “sair do armário” ganhou nova amplitude no ambiente digital, podendo atingir de uma única vez diversos núcleos sociais.

Outros exemplos, no contexto LGBTQ+, foram percebidos como riscos, a perseguição de um homofóbico e a abordagem de um *hater*. Assim como se apresentou como favorável a criação de grupos de publicações específicas nas mídias sociais. No âmbito da epistemologia do armário (SEDGWICK, 2007), cada nova experiência social exige das pessoas LGBTQ+ a análise sobre se revelar ou não, e os recursos disponíveis nas mídias sociais viabilizam essa restrição. Assim é possível moderar a exposição para a família e até antecipar a orientação sexual para as relações profissionais.

Percebemos que o “universo controlado” das redes sociais propicia também que os conteúdos se apresentem próximos ou distantes de acordo com interesses específicos. As mídias sociais da ONG, por exemplo, são como espaços blindados, nos quais não cabem comentários e reações negativas. Essa limitação a uma exposição seletiva, ainda mais intensificada pelos algoritmos, reforça a tendência de só buscar concordâncias (KAUFMAN,

2019). E esse fechamento entre os próximos em um espaço “interno”, torna mais difícil encarar o espaço “externo”, de forma similar ao que sinaliza Bauman (2003) a respeito dos condomínios fechados. Assim, notamos que nossos interlocutores recorrem à “paciência” e à “preguiça” como argumentação para não se expor a posições divergentes.

Além disso, a dispersão do monopólio da produção e veiculação midiática dos conteúdos, propiciou à ONG construir nas redes sociais um novo enredo para a comunidade LGBTQ+. Como vimos, uma minoria ativa (MOSCOVICI, 2011), é capaz de gerar mudanças nos comportamentos e na visão de mundo, ainda marcado por repressão sexual e homofobia, e os sentidos discursivos veiculados pela Casinha reforçaram o orgulho e o combate ao preconceito. Isso foi feito através do cuidado em reportar acontecimentos cotidianos a partir de uma visão particular, da preocupação em dar visibilidade para personalidades relevantes e, também, da seleção não só de pessoas, mas como datas e locais, vistos a partir do filtro de vivência LGBTQ+.

As associações comunitárias estão revigoradas nas mídias sociais, possibilitando identificação e novos vínculos. Bauman (2003) fala de um seguro comunitário contra desventuras individuais e essas desventuras, no contexto LGBTQ+, se materializam na histórica repressão à diversidade sexual (TREVISAN, 2018). Para a comunidade LGBTQ+ imaginada, a comunhão simbólica entre seus membros se apresenta de diversas formas. Em diversos momentos das entrevistas e na observação das redes sociais, o sentido de comunidade se fez presente. A própria motivação de criação da ONG, (construção de um espaço seguro e a formulação de uma rede) emana a dimensão comunitária. O laço de comunidade apareceu, inclusive, como dedutor de afinidade na passagem do online para offline, em casos de encontros viabilizados por aplicativos de relacionamento.

Retomando a nossa definição de lugares, enquanto suporte para experiências, podemos acomodar também, o conceito de *polymedia* (MADIANOU, MILLER, 2013). Vimos que as plataformas receberam novas atribuições de sentido, motivadas por interesses emocionais, como o Instagram e o Spotify. Antes tomado como lugar para compartilhar fotos, o Instagram se tornou um instrumento suplementar de busca de parceiros(as), graças aos seus recursos para mostrar fotos do cotidiano, compondo uma narrativa mais completa sobre uma vida esteticamente atraente. Já o Spotify, emerge como mídia social, sendo classificado como lugar onde circulam importantes conteúdos para a causa LGBTQ+.

Enfim, após ter observado atentamente o conjunto particular formado pela comunidade LGBTQ+ estudada e apreendido um pouco de sua dinâmica social, reafirmamos que o comportamento online é uma experiência que revela vínculos socioculturais. Nas

palavras de Braga (2008): “tecnologias a serviço da interação, reconfigurando hábitos, produzindo cultura, reiterando ou desafiando padrões, em trânsito, em fluxo” (p.278). E nesta quarta onda do movimento LGBTQ+ (CARDINALI, 2018), os aspectos midiáticos e os usos das mídias sociais, enquanto espaços de sociabilidade, são importantes instâncias de marcação política. A contestação explícita do conservadorismo e a ideia do “orgulho gay” (FACCHINI E FRANÇA, 2009) são ferramentas importantes. Os nossos próprios interlocutores enxergam a arena online como um espaço privilegiado para a comunidade LGBTQ+, como meio de veiculação, resistência, representatividade, legitimidade, conexão e engajamento. Sendo assim, o que se espera é que essa afirmação da diversidade consiga sustentar lugares onde haja o reconhecimento de gêneros, subjetividades e sexualidades não normativas. O bem-estar coletivo na coexistência humana não pode existir sem resguardar a pluralidade desses percursos.

REFERÊNCIAS

- ABREU, Carla Luzia. Sexualidades desobedientes. Gêneros, subjetividades e identidades não-normativas nas redes sociais virtuais. In: **Seminário Internacional Fazendo Gênero 9: Diásporas, Diversidades, Deslocamentos**. Florianópolis: 2010.
- ADELMAN, Míriam. Paradoxos da identidade: a política de orientação sexual no século XX. **Revista de Sociologia Política**, Curitiba, n. 14, p. 163-171, jun. 2000.
- AGUIAO, Silvia. “Não somos um simples conjunto de letrinhas”: disputas internas e (re)arranjos da política “LGBT”. **Cadernos Pagu**, Campinas, n. 46, p. 279-310, abr. 2016. Disponível em <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0104-83332016000100279&lng=pt&nrm=iso>. Acesso em: 13 fev. 2019.
- AMENTA, Edwin *et al.* The Political Consequences of Social Movements. **Annual Review of Sociology**. University of California, Irvine, California. 2010.
- ANDERSON, Benedict. **Comunidades imaginadas. Reflexões sobre a origem e a difusão do nacionalismo**. São Paulo: Companhia das Letras, 2008.
- BALIEIRO, F. DE F. “Não se meta com meus filhos”: a construção do pânico moral da criança sob ameaça. **Cadernos Pagu**, (53). 2018.
- BARBOSA, Nathalia Cristina. **O desafio da interação na solidão do hospital: limites e possibilidades das redes socioafetivas nas mídias sociais**. Rio de Janeiro, 2019. Dissertação (Mestrado em Psicossociologia de Comunidades e Ecologia social) — Instituto de Psicologia, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2019.
- BARROS FILHO, Clóvis de. **Ética na Comunicação: da informação ao receptor**. São Paulo: Moderna, 2001.
- BAYM, Nancy K. **Finding the Quality in Qualitative Internet Research**. In: D. Silver & A. Massanari (Eds.), *Critical Cyberculture Studies: Current Terrains, Future Directions* (pp. 79-87). New York: University Press, 2006
- BAYM, Nancy K. **Personal Connections in the Digital Age**. Cambridge, Polity Press, 2010.
- BAUMAN, Zygmunt. **Comunidade**. Rio de Janeiro: Zahar, 2003.
- _____. **Identidade**. Rio de Janeiro, Jorge Zahar Editor, 2005.
- BLEE, Kathleen M.; CREASAP Kimberly A. Conservative and Right-Wing Movements. **Annual Review of Sociology**. University of Pittsburgh: Pennsylvania, 2010.
- BORRILLO, D. **Homofobia**. Barcelona: Edicions Bellaterra, 2001.
- BOYD, D; ELLISON, N. B. Social Network Sites: Definition, History and Scholarship. **Journal of Computer-Mediated Communication**, 13(1): 210–30. 2007

BOYD, Danah. **It's Complicated: The Social Lives of Networked Teens**. New Haven, CT: Yale University Press, 2014.

BRAGA, Adriana. **Personas materno eletrônicas: feminilidade e interação no blog Mothern**. Porto Alegre: Sulina, 2008.

BRUNO, Fernanda; ROQUE, Tatiana. **A ponte de um iceberg de desconfiança**. In: Pós-verdade e fake news: reflexões sobre a guerra de narrativas. Organização Mariana Barbosa – 1 ed - Rio de Janeiro: Cobogó, 2019.

BRUM, Juliana de. A Hipótese da Agenda Setting: estudos e perspectivas. **Revista Razón y Palabra**, out-nov, 2003.

BUTLER, Judith. **Gender Trouble**. New York: Routledge, 2006.

CARLO-GONZALEZ, C.; MCKALLAGAT, C.; WHITTEN-WOODRING, J. The Rainbow Effect: Media Freedom, Internet Access, and Gay Rights: Media Freedom, Internet Access, and Gay Rights. **Social Science Quarterly**. 2017.

CARDINALI, Daniel Carvalho. 2018. **A Judicialização dos Direitos LGBT no STF: limites, possibilidades e consequências**. 1ª ed. Belo Horizonte: Arraes. 228 p.

CARVALHO, Mario; CARRARA, Sergio. Em direção a um futuro trans? Contribuição para a história do movimento de travestis e transexuais no Brasil. **Sexualidad, Salud y Sociedad** (Revista Latino-americana), ago. 2013.

CARVALHO, Mario. “Travesti”, “mulher transexual”, “homem trans” e “não binário”: interseccionalidades de classe e geração na produção de identidades políticas. **Cadernos Pagu**, 33-67. 2018. Recuperado de <https://periodicos.sbu.unicamp.br/ojs/index.php/cadpagu/article/view/8652636>

CASTELLS, Manuel. **A Sociedade em Rede**. V.1 A Era da Informação: Economia, Sociedade e Cultura. São Paulo: Paz e Terra, 2011.

CASTELLS, Manuel. **Networks of Outrage and Hope**. Social Movements in the Internet Age. Cambridge: Polity Press, 2012.

CHARAUDEAU, P. **Discurso das mídias**. Tradução por Angela S. M. Corrêa. São Paulo: Contexto, 2006.

COLLING, Leandro. **Que os outros sejam o normal: tensões entre movimento LGBT e ativismo queer**. Salvador : EDUFBA, 2015.

COSTA, Elisabetta. **Social Media in Southeast Turkey: Love, Kinship and Politics**. UCL Press: London. 2016.

COSTA, Rogério da. Por um novo conceito de comunidade: redes sociais, comunidades pessoais, inteligência coletiva. **Interface (Botucatu)**. 2005, vol.9, n.17, pp.235-248.

CRUZ, Francisco Brito. **Fake news definem uma eleição?** In: Pós-verdade e fake news: reflexões sobre a guerra de narrativas. Organização Mariana Barbosa – 1 ed - Rio de Janeiro: Cobogó, 2019.

DE LAURETIS, Teresa. **Technologies of Gender: Essays on Theory, Film and Fiction.** Bloomington: Indiana University Press, 1989.

DOWNING, Gary. Virtual youth: Non-heterosexual young people's use of the internet to negotiate their identities and socio-sexual relations. **Children's Geographies.** Taylor & Francis Online: 2013.

DOUGLAS, M; ISHERWOOD, B. **O mundo dos bens: para uma antropologia do consumo.** Rio de Janeiro: UFRJ, 2004.

ECO, Umberto. **Como se faz uma Tese.** São Paulo: Perspectiva, 1991.

EUGENIO, Fernanda; LEMOS, João Francisco de. **TECNO-TERRITÓRIOS: Ocupação e etnografia das cenas eletrônicas cariocas.** Trabalho apresentado no GT “Comunicação e Sociabilidade”, do XVI Encontro da Compós, na UTP, em Curitiba, PR, em junho de 2007.

FACCHINI, Regina. Movimento Homossexual no Brasil: recompondo um histórico. **Cadernos AEL**, v.10, n.18/19, p. 81-125. 2003.

FACCHINI, Regina. **“Sopa de Letrinhas”? – Movimento homossexual e produção de identidades coletivas nos anos 90.** Rio de Janeiro: Garamond, 2005.

FACCHINI, Regina; FRANÇA, Isadora Lins. De cores e matizes: sujeitos, conexões e desafios no Movimento LGBT brasileiro. **Sexualidad, Salud y Sociedad** (Revista Latino-americana), n.3, p.54-81, 2009.

FERREIRA, Renata Costa. **O gay no ambiente de trabalho: uma análise dos efeitos em ser gay nas organizações contemporâneas.** 2007. 126 f. Dissertação (Mestrado em Administração)-Universidade de Brasília, Brasília, 2007.

FERNANDES, Rubem César. **“Sem Fins Lucrativos”.** Comunicações do ISER. Julho de 1985. Vol. 4, no 15, p. 13-31.1985.

FONE, Byrne. **Homophobia: A history.** New York: Metropolitan Books, 2000.

FOUCAULT, Michel. **História da sexualidade 1: a vontade de saber.** Rio de Janeiro: Graal, 1988.

_____. **Microfísica do poder:** São Paulo: Graal, 1978.

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

FRANÇA, Isadora Lins. **Consumindo lugares, consumindo nos lugares: Homossexualidade, consumo e subjetividades na cidade de São Paulo.** Rio de Janeiro: Uerj, 2012.

GEERTZ, Clifford. **A interpretação das Culturas**. Zahar. Rio de Janeiro, 1973.

GERBAUDO, Paolo. **Tweets and the Streets: Social Media and Contemporary Activism**. London and New York: Pluto Books, 2012.

GRAY, Mary. Negotiating identities/queering desires: Coming out online and the remediation of the coming-out story. **Journal of Computer-Mediated Communication**. 2009.

GREEN, James Taylor. **Além do carnaval: a homossexualidade masculina no Brasil do século XX**. São Paulo: Editora UNESP, 2000.

GRUPO GAY DA BAHIA. **Mortes violentas de LGBT+ no Brasil: relatório 2018**. Disponível em: <<https://grupogaydabahia.files.wordpress.com/2019/01/relat%C3%B3rio-de-crimes-contralgbt-brasil-2018-grupo-gay-da-bahia.pdf>> Acesso em 13 fev. 2018.

GIDDENS, A. **A transformação da intimidade. Sexualidade, amor & Erotismo nas sociedades modernas**. São Paulo: Editora da Universidade Estadual Paulista, 1993.

HEREK, Gregory M.; MCLEMORE, Kevin A. Sexual Prejudice. **Annual Review of Psychology**. University of California, Davis: California, 2013.

HINE, Christine. **Etnografia Virtual**. Colección nuevas Tecnologías y Sociedad. Barcelona: Editorial UOC. 2004.

HINE, Christine; KENDALL, Lori; BOYD, Danah. **How can Qualitative internet researchers define the boundaries of their projects?** In: MARKHAM, A; BAYM, Nancy. Internet Inquiry - conversation about method. USA: Sage, 2009.

HINE, Christine. **Ethnography for the internet. Embedded, embodied and everyday**. London: Bloomsbury Academic, 2015.

_____. **Estratégias para etnografia da internet em estudos de mídia**. In: CAMPANELLA, Bruno; BARROS, Carla. Etnografia e consumo midiático: Novas tendências e desafios metodológicos. 1. ed. Rio de Janeiro: E-papers, 2016.

JODELET, Denise. **Représentations sociales: un domaine en expansion**. In D. Jodelet (Ed.) Les représentations sociales. Paris: PUF, 1989, pp. 31-61. Tradução: Tarso Bonilha Mazzotti. Revisão Técnica: Alda Judith AlvesMazzotti. UFRJ- Faculdade de Educação, dez. 1993.

JOVCHELOVITCH, Sandra. Psicologia social, saber, comunidade e cultura. **Psicologia & Sociedade**. Porto Alegre, v. 16, n. 2, p. 20-31, ago. 2004.

JUNQUEIRA, Rogério Diniz. **Políticas públicas de educação: entre o direito à educação e a ofensiva de gênero**. In: Corpo, gênero e sexualidade: resistência e ocupa(ções) nos espaços de educação. / organizadoras, Paula Regina Costa Ribeiro [et al.]. - Rio Grande: Ed. da FURG, 2018.

KAVOURA, Androniki. Social media, online imagined communities and communication research. In: **Library Review**, v. 63, n. 6/7, p. 490-504, 2014.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. São Paulo, Editora 34, 1999.

LIMA, Cecília A. R.; CAVALCANTI, Gêsa K. M. Limanthamerepresenta: cultura de fãs e representatividade lésbica na telenovela malhação. In: **Mídia e diversidade: caminhos para reflexão e resistência**. Orgs Chalini Torquato e Fernanda Arianne. João Pessoa: Xeróca, 2018.

MACHADO, Mônica. **Consumo e Politização: Discursos publicitários e novos engajamentos juvenis**. Rio de Janeiro: Mauad: Faperj, 2011.

_____. **A teoria da antropologia digital para as humanidades digitais**. Revista Z Cultural, 2. Recuperado de <http://revistazcultural.pacc.ufrj.br/a-teoria-da-antropologia-digitalpara-as-humanidades-digitais/2017a>

_____. **Antropologia digital e experiências virtuais do Museu de Favela**. Curitiba: Appris, 2017b.

MACKEE, F. Social Media in Gay London: Tinder as an Alternative to Hook-Up Apps. **Social Media + Society**. 2016.

MADIANOU, M.; MILLER, D. Polymedia: towards a new theory of digital media in interpersonal communication. **International Journal of Cultural Studies**, v.16, n.2, 2013.

MAFFESOLI, Michel. **O tempo das tribos: o declínio do individualismo nas sociedades de massa**. Rio de Janeiro, Forense Universitária, 1987.

MALINI, Fábio; ANTOUN, Henrique. **A internet e a rua: ciberativismo e mobilização nas redes sociais**. Porto Alegre: Sulina, 2013

MARINHO, Maria Helena; ENGLERT, Paula. **Por que sua marca deveria saber o que a comunidade LGBTQIA+ espera dela**. Think with Google: Brasil, 2019. Disponível em: <https://www.thinkwithgoogle.com/intl/pt-br/advertising-channels/busca/por-que-sua-marca-deveria-saber-o-que-comunidade-lgbtqia-espera-dela/>. Acesso em 19 jan 2020.

MARKHAM, Annette; BAYM, Nancy. **Making Smart Choices on Shifting Ground**. In: MARKHAM, A; BAYM, Nancy. Internet Inquiry - conversation about method. USA: Sage, 2009.

MARKHAM, Annette. **Ethnography in the digital age** in Sage Handbook of Qualitative Research. Thousand Oaks, CA: Sage. 2017.

MARQUES, Francisco Paulo Jamil Almeida. Debates políticos na internet: a perspectiva da conversação civil. **Opinião Pública**, Campinas, v. 12, n.1, Abril/Maio, 2006, p. 164-187.

MCCONNELL, Elizabeth; CLIFFORD, Antonia; KORPAK, Aaron; PHILLIPS, Gregory; BIRKETT, Michelle. Identity, victimization, and support: Facebook experiences and mental health among LGBTQ youth. **Computers in Human Behavior**. Volume 76. 2017.

MCINROY, Lauren; CRAIG, Shelley. Perspectives of LGBTQ emerging adults on the depiction and impact of LGBTQ media representation. **Journal of Youth Studies**. 2016.

MEDRADO, B. **Textos em cena: a mídia como prática discursiva**. In: SPINK, Mary Jane. (org.) *Práticas discursivas e produção de sentidos no cotidiano: aproximações teóricas e metodológicas*. 2ªed. São Paulo, Cortez, 2000.

MELLO, Luiz; PERILO, Marcelo; BRAZ, Camilo Albuquerque de and PEDROSA, Cláudio. Políticas de saúde para lésbicas, gays, bissexuais, travestis e transexuais no Brasil: em busca de universalidade, integralidade e equidade. **Sexualidad, Salud y Sociedad**. n.9, dez 2011.

MELLO, Luiz; AVELAR, Rezende Bruno de; MAROJA, Daniela. Por onde andam as políticas públicas para a população LGBT no Brasil. **Sociedade e estado**. Brasília , v. 27, n. 2, p. 289-312, ago. 2012.

MILLER, Daniel. **Tales from facebook**. Cambridge: Polity, 2011.

MILLER, D.; HORST, H. A. **The Digital and the Human: A Prospectus for Digital Anthropology**. In: HORST, H. A.; MILLER, D. (Eds.). *Digital Anthropology*. London: Berg, 2012.

MILLER, Daniel; SINANAN, Jolynna. **Webcam**. London: Polity Press, 2014.

MILLER & SLATER. **The Internet: An Ethnographic Approach**. Oxford: Berg. 2000.

MILLER, Daniel et al. **How the world changed social media**. UCL press, 2016.

MISKOLCI, Richard. **Não ao sexo rei: da estética da existência foucaultiana à política queer**. Michel Foucault : sexualidade, corpo e direito / Luiz Antônio Francisco de Souza, Thiago Teixeira Sabatine e Boris Ribeiro de Magalhães, organizadores. – Marília. : Oficina Universitária; São Paulo: Cultura Acadêmica, 2011.

MISKOLCI, R., & PEREIRA, P. P. G. Quem tem medo de Judith Butler? A cruzada moral contra os direitos humanos no Brasil. **Cadernos Pagu**, (53). 2018. Recuperado de <https://periodicos.sbu.unicamp.br/ojs/index.php/cadpagu/article/view/8653408>

MOROZOV, Evgeny. **The net delusion: the dark side of Internet freedom**. New York: Public Affairs, 2011.

MOSCOVICI, Serge. **La Psychanalyse, Son Image et Son Public**. Paris: PUF. 2 ed., 1976.

_____. **Psicologia das minorias ativas**. Petrópolis, RJ: Vozes. 2011.

_____. **Das representações coletivas às representações sociais: elementos para uma história**. In: JODELET, Denise (org.). *As representações sociais*. Rio de Janeiro: EdUERJ. 2001.

MOSER, Caroline. The asset vulnerability framework: reassessing urban poverty reduction strategies. **World Development**, v. 26, n. 1 p. 1-19, 1998.

MOURA, Isabela. **Bruxas de hoje: conexões presenciais e digitais da comunidade Vivo Naturalmente**. Rio de Janeiro, 2019. Dissertação (Mestrado em Psicossociologia de Comunidades e Ecologia social) — Instituto de Psicologia, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2019.

MOUTINHO, Laura. Negociando com a adversidade: reflexões sobre "raça", (homos)sexualidade e desigualdade social no Rio de Janeiro. **Revista Estudos Feministas, Florianópolis**, v. 14, n. 1, p. 103-116, Abril 2006.

NASCIMENTO, E. A. Humor, ideologia e discurso: a circulação dos estereótipos do caipira em piadas na internet. **Texto Livre**, v. 9, n. 1, p. 28-47, jul. 2016.

NUNAN, Adriana. **Homossexualidade: do preconceito aos padrões de consumo**. Rio de Janeiro: Caravansarai. 2003.

OLIVEIRA, Arize; MACHADO, Monica. Mídias Digitais e Reações Negativas às Campanhas Publicitárias LGBT. **CBR - Consumer Behavior Review**, v. v3, p. 14-23, 2019.

ORGAD, Shani; BAKARDJIEVA, Maria; GAJJALA, Radhika. **How can researchers make sense of the issues involved in collecting and interpreting online and offline data?**. In: MARKHAM, A; BAYM, Nancy. Internet Inquiry - conversation about method. USA: Sage, 2009.

PARREIRAS, Carolina. Altporn, corpos, categorias e cliques: notas etnográficas sobre pornografia online. **Cadernos Pagu**, Campinas, n. 38, p. 197-222, Junho 2012. Available from <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0104-83332012000100007&lng=en&nrm=iso>. access on 17 Nov. 2019. <http://dx.doi.org/10.1590/S0104-83332012000100007>.

POMPEU, Samira; SOUZA, Eloisio. A discriminação homofóbica por meio do humor: naturalização e manutenção da heteronormatividade no contexto organizacional. **Revista Organizações & Sociedade** – v. 26, n. 91, p. 645-664, out./dez. 2019.

POTTER, Jonathan. **Representing Reality**. London: Sage. 1996.

PULLEN, C.; COOPER, M. **LGBT Identity and Online New Media**. New York: Routledge, 2010.

RECUERO, Raquel da C. Comunidades Virtuais: Uma Abordagem Teórica. Artigo apresentado no **V seminário Internacional de Comunicação**, GT de Tecnologia das Mídias. Outubro de 2002.

RIBEIRO, Cláudia Regina; ROHDEN, Fabíola. A ciência na mídia e as estratégias de reafirmação da bipolaridade entre os gêneros: o caso do Globo Repórter. **Cadernos Pagu**, Campinas, n. 32, p. 267-299, June 2009.

RIBEIRO, C R e SIQUEIRA, V H F de. O novo homem na mídia: ressignificações por homens docentes. **Revista Estudos Feministas**, vol. 15 (1), Florianópolis, Universidade Federal de Santa Catarina, 2007.

RUBIN, Gayle. Pensando sobre sexo: notas para uma teoria radical da política da sexualidade. **Cadernos Pagu**, Campinas, n. 21, pp. 1-88, 2003. Disponível em: <https://repositorio.ufsc.br/bitstream/handle/123456789/1229/rubin_pensando_o_sexo.pdf?seq>. Acesso em 10 de jul. 2018.

RHEINGOLD, Howard. **The Virtual Community: Finding Connection in a Computerized World**. Addison-Wesley Longman Publishing Co., Inc. Boston, MA, USA. 1993.

RIGITANO, Maria Eugênia Cavalcanti. Redes e ciberativismo: notas para uma análise do centro de mídia independente. **I Seminário Interno do Grupo de Pesquisa em Cibercidades**, FACOM-UFBA. Outubro de 2003.

SÁ, Alberto. **A Web 2.0 e a Meta-Memória**. Comunicação e Cidadania - Actas do 5º Congresso da Associação Portuguesa de Ciências da Comunicação, Braga: Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade (Universidade do Minho), 2007.

SAWAIA, B. **Comunidade: a apropriação científica de um conceito tão antigo quanto a humanidade**. In: CAMPOS, R. H. F. (Org.) Psicologia Social Comunitária. Petrópolis. Vozes, 1996.

SACONI, João Paulo; DÓRIA, Leonardo B. **Os ganhos para a representatividade LGBT a partir das campanhas Love wins e Pride no Facebook**. In: Mídia e diversidade: caminhos para reflexão e resistência. Orgs Chalini Torquato e Fernanda Ariane. João Pessoa: Xeróca, 2018.

SANTOS, Débora; NALON, Tai. **Casais gays ganham mais que casais heterossexuais, mostra IBGE**. Brasília: Portal G1, 2011. Disponível em: <<http://g1.globo.com/brasil/noticia/2011/11/casais-gays-ganham-mais-que-casais-heterossexuais-mostra-ibge.html>>. Acesso em 21 jan 2019.

SCHNEIDERMAN, Nanna. Distance/Relation: Doing Fieldwork with Social Media. **Forum for Development Studies**. 2017. Disponível em: <<http://dx.doi.org/10.1080/08039410.2017.1284153>>. Acesso em 6 fev 2018.

STEINBERG, Scott. **The crowdfunding bible: how to raise money for any startup, vídeo game, or project**. Self-published: Read.me, 2012.

SIMMEL, G. **“Le problème de la sociologie”**. In: Revue de Metaphysique et de Morale, 1984.

_____. **Questões fundamentais da sociologia: indivíduo e sociedade**. [tradução, Pedro Caldas]. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2006.

SKINNER, Quentin. **Hobbes e a teoria clássica do riso**. Trad. de Alessandro Zir. São Leopoldo, UNISINOS, 2002.

SPARGO, Tamsin. **Foucault e a teoria queer: seguido de Ágape e êxtase: orientações pós-seculares**; tradução Heci Regina Candiani. 1ed. Belo Horizonte: Autêntica Editora. 2017.

THOMPSON, J B. **A mídia e a modernidade: uma teoria social da mídia**. Petrópolis - RJ, Vozes, 2002.

TÖNNIES, Ferdinand. **Community and Society: Gemeinschaft und Gesellschaft**. East Lansing: The Michigan State University Press, 1957.

TREVISAN, João Silvério. **Devassos no Paraíso: a homossexualidade no Brasil, da colônia à atualidade**. Rio de Janeiro: Objetiva, 2018.

TRICKETT, Edison J. Community Psychology: Individuals and Interventions in Community Context. *Annual Review of Psychology*. University of Illinois at Chicago. Chicago, 2009.

TSUTSUI, Kiyoteru *et al.* International Human Rights Law and Social Movements: States' Resistance and Civil Society's Insistence. *Annual Review of Law and Social Science*. University of Michigan: Ann Arbor, 2012.

VARELLA, Helena Bittencourt. **Terrapia: o diálogo da alimentação viva na cultura local e digital**. Rio de Janeiro, 2018. Dissertação (Mestrado em Psicossociologia de Comunidades e Ecologia social) — Instituto de Psicologia, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2018.

VAN DIJCK, Jose. **Mediated memories in the digital age**. Stanford University Press, 2007.

_____. **The culture of connectivity**. A critical history of social media. Oxford, Oxford University Press, 2013.

VEGH, Sandor. **Classifying forms of online activism: the case of cyberprotests against the World Bank**. In: MCCAUGHEY, M., AYERS, M.D. (ed.). Cyberactivism: online activism in theory and practice. London: Routledge, 2003.

VELHO, Gilberto. **O desafio da proximidade**. In: Pesquisas urbanas: desafios do trabalho antropológico. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2003.

VENCATO, A. P. Entre “reais” e “virtuais”: noções sobre risco e verdade em um clube brasileiro para crossdressers. Cadernos Pagu, (44), 367-390. 2015. Recuperado de <https://periodicos.sbu.unicamp.br/ojs/index.php/cadpagu/article/view/8637378>.

WAKEFORD, Nina. “Cyberqueer.” In: MUNT, Sally; MEDHURST, Aandy (Org.). **The Lesbian and Gay Studies Reader: A Critical Introduction**. 1. ed. Londres: Cassel, 1998. p. 20-38.

WEBER, Max. **Conceitos Básicos de Sociologia**. Editora Moraes. São Paulo, 1987.

WRIGHT, M. F. **Identity, Sexuality, and Relationships among Emerging Adults in the Digital Age**. Masaryk University: Czech Republic. 2017.

WUNDT, W. **Elementos de psicologia de los pueblos**. Madrid: Dannel Jorro, 1926.

YAMAMOTO, Eduardo Yuji. **A comunidade dos contemporâneos**. Galaxia (São Paulo, Online), n. 26, p. 60-71, dez. 2013

ANEXO A

UFRJ - CENTRO DE FILOSOFIA
E CIÊNCIAS HUMANAS DA
UNIVERSIDADE FEDERAL DO



PARECER CONSUBSTANCIADO DO CEP

DADOS DO PROJETO DE PESQUISA

Título da Pesquisa: Oportunidades online e offline para a comunidade LGBT: estudo de uma ONG no Rio de Janeiro

Pesquisador: ARIZE SOUSA FERNANDES DE OLIVEIRA

Área Temática:

Versão: 1

CAAE: 15047519.4.0000.5582

Instituição Proponente: Instituto de Psicologia (UFRJ)

Patrocinador Principal: Financiamento Próprio

DADOS DO PARECER

Número do Parecer: 3.408.629

Apresentação do Projeto:

A pesquisa envolve a investigação do uso das mídias sociais pela comunidade LGBT, através de um estudo de cunho etnográfico.

Objetivo da Pesquisa:

Os objetivos da pesquisa são:

Objetivo Primário:

Compreender as características dos usos das mídias sociais pelos participantes da ONG Casinha, investigando as oportunidades online para a comunidade LGBT no Brasil.

Objetivo Secundário:

Compreender as experiências de sociabilidade online e offline da comunidade LGBT da Casinha, identificando a motivação de uso das principais plataformas digitais utilizadas e analisando as construções de sentido em torno das mídias sociais avaliadas".

Avaliação dos Riscos e Benefícios:

O projeto menciona riscos e benefícios.

Comentários e Considerações sobre a Pesquisa:

Seguindo as referências da Antropologia Digital, a pesquisa realizará "a observação das interações e publicações nas mídias sociais concomitante à observação participante e às entrevistas com os

Endereço: Av Pasteur, 250-Praia Vermelha, prédio CFCH, 3º andar, sala 30

Bairro: URCA

CEP: 22.290-240

UF: RJ

Município: RIO DE JANEIRO

Telefone: (21)3938-5167

E-mail: cep.cfch@gmail.com

ANEXO A – CONTINUAÇÃO

UFRJ - CENTRO DE FILOSOFIA
E CIÊNCIAS HUMANAS DA
UNIVERSIDADE FEDERAL DO



Continuação do Parecer: 3.408.629

participantes da ONG Casinha. A observação participante será feita com a utilização de um diário de campo. Os sujeitos entrevistados presencialmente serão acompanhados em seus perfis nas mídias sociais".

Considerações sobre os Termos de apresentação obrigatória:

O RCLE menciona riscos e benefícios.

Conclusões ou Pendências e Lista de Inadequações:

O projeto está aprovado.

Considerações Finais a critério do CEP:

Este parecer foi elaborado baseado nos documentos abaixo relacionados:

Tipo Documento	Arquivo	Postagem	Autor	Situação
Informações Básicas do Projeto	PB_INFORMACOES_BASICAS_DO_PROJETO_1336575.pdf	26/05/2019 14:55:14		Aceito
Folha de Rosto	folha_de_rosto_nova.pdf	26/05/2019 14:54:43	ARIZE SOUSA FERNANDES DE OLIVEIRA	Aceito
TCLE / Termos de Assentimento / Justificativa de Ausência	tcle_projeto.doc	23/05/2019 18:38:41	ARIZE SOUSA FERNANDES DE OLIVEIRA	Aceito
Projeto Detalhado / Brochura Investigador	projeto_detalhado.docx	23/05/2019 18:38:11	ARIZE SOUSA FERNANDES DE OLIVEIRA	Aceito

Situação do Parecer:

Aprovado

Necessita Apreciação da CONEP:

Não

RIO DE JANEIRO, 24 de Junho de 2019

Assinado por:
Mônica Pereira dos Santos
(Coordenador(a))

Endereço: Av Pasteur, 250-Praia Vermelha, prédio CFCH, 3º andar, sala 30

Bairro: URCA

CEP: 22.290-240

UF: RJ

Município: RIO DE JANEIRO

Telefone: (21)3938-5167

E-mail: cep.cfch@gmail.com

APÊNDICE A - RESUMO DAS ATIVIDADES LGBT+ ONLINE MENCIONADAS

Tipo de iniciativa	Descrição	Link
Mobilização política	Site do coletivo #VoteLGBT que dá visibilidade a campanhas de candidatos apoiadores da causa	https://www.votelgbt.org/
	Site que reúne as assinaturas para a petição de criminalização da homofobia	https://www.stf.alloutbrasil.org/
	Site de engajamento cívico que permite votar nos projetos de lei do Congresso Nacional. Foram encontrados 7 projetos relacionados a causa LGBT	http://www.votenaweb.com.br/
	Site que permite a criação de abaixo-assinados com assinatura digital. Foram encontrados 11 projetos relacionados a causa LGBT	https://avaaz.org
	Site que permite a criação de abaixo-assinados com assinatura digital. Foram encontrados 76 projetos relacionados a causa LGBT	https://www.change.org/
	Aplicativo que reúne direitos garantidos por lei e normas para a comunidade LGBT	https://play.google.com/store/apps/details?id=com.todxs
Memória LGBT	Places of Pride - mapa interativo que permite marcação e visualização de lugares com histórias LGBTs	https://www.google.com/maps/d/view?mid=1_a4aoC7dYGE3w7no6Ftrp7lLt1U&ll=-3.81666561775622e-14%2C0&z=1
	Hemeroteca Digital Leila Miccolis - Acervo digitalizado de periódicos LGBTs	http://acervobajuba.com.br/hemeroteca-digital-leila-miccolis/
	Lampião da Esquina Digitalizado	http://www.grupodignidade.org.br/projetos/lampiao-da-esquina/

Campanhas de fomento	#MARCASALIADAS - Campanha publicitária liderada pela Skol que viabilizou verba para projetos de assistência para LGBT	http://www.marcasaliadas.com.br/
	#NinguémFicaPraTras - Campanha pós eleições para arrecadar verba para projetos que atuam com a causa LGBT	https://www.ninguemficaprtras.org/
	Vakinha é um site que promove pedido online de doações. Foram encontrados 102 pedidos relacionados a causa LGBT	">https://www.vakinha.com.br/buscar-vaquinha?utf8=%E2%9C%93&term=lgbt&button=>
Relações afetivas	Homopater - Site do grupo de apoio para pais que assumem homossexualidade	http://homopater.com.br/quem-somos.html
	Grupo de Pais de Homossexuais - Site do Grupo de ajuda para pais de LGBTs	http://www.gph.org.br/funcionamento.asp
	Mães pela diversidade - Site do coletivo de famílias que lutam pelos direitos da população LGBT	http://www.maespeladiversidade.org/sobre/
	WelcomeOut - Site que promove mentoria para pessoas que desejam assumir sexualidade	https://www.welcomeout.org/
	Moovz - Rede social exclusiva para a comunidade LGBT	< https://moovz.com/ >
	Mona Migs – App com geolocalização que permitia LGBTs desabrigados encontrassem residência temporária	https://web.facebook.com/MonaMigs/?_rdc=1&_rdr
	Viajay - site traz recomendações de entretenimento LGBT no Brasil e no mundo	http://viajay.com.br/
	Grindr - Aplicativo de relacionamento para gays, bi e trans se conectarem	https://www.grindr.com/br/
	Femme - Aplicativo de relacionamento para mulheres homossexuais	http://www.femmeapp.com.br/

	Wapa - Aplicativo de relacionamento para mulheres homossexuais	http://wapa-app.com/
	Tinder - Aplicativo para localização de pessoas para encontros românticos	https://tinder.com/?lang=pt-BR
	G Encontros - Site gay para relacionamentos	https://www.gencontros.com.br/cpx/pt-br/gencontros/index
Relacionadas à Casinha	Perfil oficial da Casinha no Facebook	https://www.facebook.com/casinhaacolhida/
	Perfil oficial da Casinha no Instagram	https://www.instagram.com/casinhaacolhida/
	E-mail da Casinha	casinha.faleconosco@gmail.com
	Financiamento #MARCASALIADAS	http://www.marcasaliadas.com.br/
	Financiamento #NinguémFicaPraTras	https://www.ninguemficaprtras.org/

APÊNDICE B - REGISTRO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

Você está sendo convidado (a) como voluntário (a) a participar da pesquisa “OPORTUNIDADES ONLINE PARA A COMUNIDADE LGBT: ESTUDO DE UMA ONG NO RIO DE JANEIRO”. Antes de decidir se participará, é importante que você entenda porque o estudo está sendo feito e o que ele envolverá. Para tanto, solicitamos que reserve um tempo para ler cuidadosamente as informações a seguir e, caso necessário, realize perguntas para esclarecer eventuais dúvidas ou para saber mais informações.

Lembramos que não é necessário ter pressa para decidir se deseja ou não participar desta pesquisa.

A) INFORMAÇÕES GERAIS

1. Objetivos e justificativa da pesquisa

Nesta pesquisa pretendemos compreender as oportunidades dos usos das mídias sociais pela comunidade LGBT. O Brasil é o país que mais mata pessoas LGBT+ no mundo e diante da profusão de recursos online, vamos analisar se a internet pode, de alguma forma, contribuir com a promoção de mais bem-estar e menos intolerância.

2. Participação na pesquisa e informações sobre método

Para esta pesquisa faremos um acompanhamento das atividades na Casinha e de postagens nas mídias sociais Instagram e Facebook, além de entrevistas presenciais, nas quais iremos conversar sobre usos da internet e vivência LGBT. As respostas serão baseadas em sua experiência e sua visão pessoal, não havendo, portanto, julgamento de certo ou errado. Os dados coletados serão analisados de acordo com normas científicas autorizadas pela UFRJ. Você terá o esclarecimento sobre o estudo em qualquer aspecto que desejar, estará livre para participar ou recusar-se a participar e poderá retirar seu consentimento ou interromper a participação a qualquer momento e sem quaisquer prejuízos.

3. Formas de registro

Será necessário registrar a entrevista para análise posterior e tal registro será feito por meio de gravações em áudio com auxílio de anotações escritas pela pesquisadora. A gravação de áudio será mantida em sigilo assim como todos os dados coletados no projeto como descrito no item 8 deste documento. A autorização está incluída na assinatura do presente documento.

4. Permissão para o uso de imagens das mídias sociais

As imagens de sua autoria, publicadas em seus perfis das mídias sociais, irão fazer parte do estudo mediante sua autorização de uso. A autorização está incluída na assinatura do presente documento. Esclarecemos que o recurso de desfoque e edições nas imagens serão utilizados para manter o anonimato das pessoas retratadas nas fotografias. Assim como, os endereços e nomes dos perfis das mídias sociais também não serão identificados.

5. Vantagens e desvantagens (desconfortos e riscos)

Vantagens - O benefício em participar dessa pesquisa envolve refletir sobre o movimento LGBTQ+ e os usos das mídias sociais, assim como seus possíveis desdobramentos para as questões pessoais e da comunidade. Além disso, ao apresentar as mídias sociais como parte das interações cotidianas da população, principalmente nos centros urbanos, buscamos trazer ferramentas para a discussão da promoção do bem-estar e mais tolerância à comunidade LGBTQ.

Desvantagens – Os desconfortos e os riscos de participação nessa pesquisa são mínimos e se relacionam com a eventual lembrança de algum assunto emocionalmente delicado ou alguma revelação comprometedora que você possa sentir que terá sua integridade afetada. Você pode evitar desconfortos revelando apenas o que lhe for confortável. Você tem direito, a qualquer momento que desejar, de não responder a quaisquer perguntas, caso não se sinta confortável, assim como pedir pela interrupção da entrevista. A visualização de suas interações nas mídias sociais pode trazer a sensação de invasão de privacidade, contudo as imagens coletadas com intenção de uso no projeto, caso autorizadas, serão apresentadas a você para sua permissão prévia.

Adicionalmente, você será protegido pelo anonimato e por este Registro de Consentimento Livre e Esclarecido (RCLE). Todos os dados produzidos serão guardados em discos rígidos com senha de proteção.

6. Acompanhamento e assistência

Não há necessidade de acompanhamento e assistência aos participantes dessa pesquisa. O participante que sentir necessidade de acompanhamento e assistência poderá solicitá-lo à equipe de pesquisa, que será obrigada a satisfazê-la na medida do possível.

7. Liberdade de participação e direito de desistência

A participação nesse projeto é totalmente voluntária. Você pode desistir da pesquisa quando quiser e sem prejuízo algum, avisando a pesquisadora verbalmente ou por escrito (carta ou e-mail), sem precisar justificar a decisão. Os endereços dela (local e e-mail) estão na última página desse documento. Se você desistir, a pesquisadora perguntará se você autorizaria o uso dos dados recolhidos antes da data da desistência. Sua decisão será final e, se for negativa, os dados que teriam sido recolhidos serão destruídos.

8. Garantia de sigilo e privacidade

Todos os dados recolhidos permanecerão sob sigilo. Daremos um número ou código a cada entrevista. Somente o pesquisador principal ou um assistente de pesquisa tendo um mandato específico dele terão acesso à lista dos participantes e aos números ou códigos atribuídos a eles. Além disso, as informações eletrônicas serão guardadas em discos rígidos externos bloqueados por senha, só acessível aos membros da equipe de pesquisa.

Nenhuma informação permitindo identificá-lo será publicada. Os documentos provindos das entrevistas e os registros de consentimento livre e informado serão, de acordo com as regras habituais desse tipo de pesquisa, destruídos cinco anos depois de seu término. Somente os dados que não permitam identificá-lo serão conservados depois dessa data.

9. Garantia de acesso à cópia do Registro de Consentimento Livre e Esclarecido

Você tem direito a uma cópia deste Registro de Consentimento Livre e Esclarecido, que lhe será entregue na ocasião da entrevista.

10. Garantia de ressarcimento

O participante não terá direito a ressarcimento em dinheiro ou em espécie por sua participação nessa pesquisa. No caso das entrevistas, a equipe de pesquisa marcará em comum acordo de modo a favorecer o entrevistado para que ele não incorra em gastos.

11. Garantia de indenização

O participante não terá direito a indenização em dinheiro ou em espécie por sua participação nessa pesquisa, pois as eventuais desvantagens são mínimas.

12. Difusão das informações e acesso aos resultados

Os dados recolhidos serão utilizados para futuras publicações dos membros da equipe de pesquisa. Nessas publicações, garantimos o seu anonimato. Você não poderá ter acesso imediato aos resultados da pesquisa. Eles serão publicados quando os estudos realizados com esses dados tiverem terminado. No entanto, você poderá obter resultados parciais, antes da publicação, fazendo um pedido às pesquisadoras Arize Sousa Fernandes de Oliveira e Monica Machado Cardoso pelos contatos fornecidos na última página deste documento.

B) CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

Declaro ter tomado conhecimento das informações acima e obtido respostas às questões sobre a minha participação, que pude fazer pessoalmente ou por escrito à pesquisadora. Declaro ainda que compreendi o objetivo, a natureza, a justificativa e os procedimentos da pesquisa “OPORTUNIDADES ONLINE PARA A COMUNIDADE LGBT: ESTUDO DE UMA ONG NO RIO DE JANEIRO”, assim como suas vantagens e desvantagens.

Declaro também estar a par das condições de acompanhamento e assistência, assim como do meu direito de desistir de participar quando quiser sem nenhum problema, sem ter que dar satisfação, simplesmente avisando a pesquisadora. Finalmente, declaro conhecer as garantias de sigilo e direito à privacidade, do direito de receber uma cópia desse documento, das garantias de ressarcimento e indenização e das condições de acesso aos resultados da pesquisa.

Declaro que concordo em participar voluntariamente da pesquisa acima e permito que os textos e as fotos coletadas em meus perfis das mídias sociais sejam utilizadas. Recebi uma via original deste Registro de consentimento livre e esclarecido e me foi dada a oportunidade de ler e esclarecer as minhas dúvidas.

Nome completo do Participante

Assinatura do Participante

Data: ____/____/2019

Declaro ter explicado ao participante todos os itens desse termo e respondido a todas as suas perguntas.

Assinatura da Pesquisadora

Se você tiver perguntas a fazer sobre a pesquisa ou quiser desistir, você pode se comunicar com as pesquisadoras Arize Sousa Fernandes de Oliveira e Monica Machado Cardoso por escrito ou por telefone. Aqui estão os dados:

Arize Sousa Fernandes de Oliveira
Mestranda e Pesquisadora responsável

Eicos – Instituto de Psicologia
UFRJ - Pavilhão Nilton Campos
Rua Pasteur, 250 - Urca
CEP: 22290-240
Telefone: 21-3938-5348 (secretaria)
Celular pessoal: (21) 98853-3809
E-mail: arizefernandes@gmail.com

Profa. Dra. Monica Machado Cardoso
Orientadora

Eicos – Instituto de Psicologia
UFRJ - Pavilhão Nilton Campos
Rua Pasteur, 250 - Urca
CEP: 22290-240
Telefone: 21-3938-5348 (secretaria)
E-mail: monica.machado@eco.ufrj.br

Você também pode contatar o Comitê de Ética em Pesquisa do CFCH
Campus da UFRJ da Praia Vermelha
Prédio da Decania do CFCH, 3o andar, Sala 30
Telefone: (21) 3938-5167 (secretaria do comitê)
E-mail: cep.cfch@gmail.com

APÊNDICE C - ROTEIRO DE OBSERVAÇÃO PARTICIPANTE NAS ATIVIDADES DA CASINHA

1. DA DESCRIÇÃO:

- Nome do evento:
- Data de realização:
- Local:
- Horário de início:
- Horário de término:

2. DA REALIZAÇÃO:

- No que consiste a atividade em questão?
- Quem são os participantes envolvidos neste encontro?
- Quais mensagens se destacaram durante as atividades?
- Houve temas conflituosos? Se sim, quais temas e como foram solucionados?
- Há alguma correlação entre o evento e iniciativas do Estado?
- Há alguma correlação entre o evento e iniciativas mercadológicas?

3. DO USO DE TECNOLOGIAS:

- Houve divulgação desta atividade em quais mídias?
- A presença das pessoas no evento envolvia algum contato com a internet?
- Como se dá a utilização de celular, tablet e/ou computador pelos participantes?
- Algum tipo de interação online é estimulado?

APÊNDICE D – ROTEIRO PARA A ANÁLISE NAS MÍDIAS SOCIAIS

1. DA DESCRIÇÃO:

- Plataforma observada:
- Identificação (perfil/página/grupo/hashtag):
- Descrever as principais impressões:
- Data da análise:

2. DA INTERAÇÃO:

- Qual o tópico abordado?
- Existe algum aspecto conflituoso?
- Qual a linguagem utilizada?
- Existem imagens? Se sim, do que tratam?
- Há referência a outros conteúdos online?
- Há referência a episódios ocorridos offline?
- Configurações de identidade estão explícitas?
- Noções de risco/confiança podem ser observadas no discurso?

3. DOS DISCURSOS:

- Como se apresenta a comunidade LGBT?
- Quais mensagens são promovidas pelo conteúdo?
- Há algum aspecto relevante entre individual/coletivo?
- Fala-se sobre ativismo?
- Fala-se sobre promoção de bem-estar e tolerância?

APÊNDICE E – ROTEIRO DE ENTREVISTAS

1. DADOS SOCIODEMOGRÁFICOS DOS ENTREVISTADOS:

- Nome:
- Nacionalidade:
- Naturalidade:
- Data de nascimento:
- Estado Civil:
- Tem filhos (as):
- Como se identifica com relação à orientação sexual e gênero:
- Reside em:
- Telefone para contato:
- E-mail:
- Ocupação/Cargo:
- Escolaridade: até que série estudou?

2. INFORMAÇÕES GERAIS:

- Data e hora (início e fim) da entrevista:
- Local de realização:
- Como o contato com o interlocutor foi estabelecido?
- Tipo de registro (áudio/anotação durante a entrevista/anotação posterior):
- Perfil do entrevistado (gestor da ONG/voluntário/assistido):

3. SOBRE A CASINHA:

- Poderia me contar o que é a Casinha para você e quais são as suas motivações para participar desta iniciativa?
- Como você se sente quando participa das atividades da ONG?
- Como a Casinha se encaixa na sua rotina?
- Você costuma publicar suas experiências no projeto nas redes sociais? O que te motiva a publicar?
- Quais ferramentas você usa para esta publicação? (Twitter, Instagram, Facebook, WhatsApp)

4. MÍDIAS SOCIAIS:

- Como você classificaria seu envolvimento com as redes sociais (fraco/médio/forte)?
- Quais redes sociais você costuma utilizar?

- O que você mais gosta/ menos gosta no Instagram/ Facebook/WhatsApp etc.?
- Você tem hábito de dar like/compartilhar suas fotos/vídeos?
- Você restringe a visibilidade das suas publicações? Se sim, para quem?
- Você enxerga alguma correlação entre o seu uso de internet e sua orientação sexual / seu gênero?
- Você teve algum contato mais íntimo com alguém viabilizado pela internet?
- Costuma acessar conteúdos LGBTQ+ online? Se sim, quais?
- Você se sente inspirado por algum conteúdo LGBTQ+ online?
- Já passou por algum constrangimento devido a sua orientação sexual/seu gênero online?

(Quando possível, observar e comentar sobre as fotos das mídias sociais conjuntamente).

5. PERGUNTAS ESPECÍFICAS:

Aos gestores da ONG

- Como a internet impacta as atividades da Casinha?
- Quais as diferenças entre as plataformas utilizadas?

Aos voluntários

- Como você ficou sabendo da existência da Casinha?
- O que te motivou a participar de um programa voluntário da comunidade LGBTQ+?
- Já havia se envolvido com algum outro movimento da causa LGBTQ+?
- Suas expectativas foram correspondidas?

APÊNDICE F – DADOS GERAIS DOS INTERLOCUTORES ENTREVISTADOS (VOLUNTÁRIOS DA ONG)

	Interlocutor (a):	Fernanda	Clara	Eduardo	Rodrigo	Juliana	Gabriela	Letícia	Rafaela
	Grupo de trabalho (GT)	Gestora	Cultural	Cultural	Educação	Cultural	Institucional	Comunicação	Psicologia
Dados gerais dos entrevistados	Nacionalidade:	Brasileira	Brasileira	Brasileiro	Brasileiro	Brasileira	Brasileira	Brasileira	Brasileira
	Naturalidade:	São Paulo	Rio de Janeiro	Rio de Janeiro	Rio de Janeiro	Rio de Janeiro	Minas Gerais	Rio de Janeiro	Rio de Janeiro
	Data de nascimento:	27/09/1990	20/08/1990	25/03/1993	17/11/1998	03/04/1996	31/05/1991	17/06/1996	14/03/1992
	Idade:	29	29	26	21	23	28	23	27
	Estado Civil:	Solteira	Solteira	Solteiro	Solteiro	Solteira	Solteira	Solteira	Solteira
	Tem filhos (as):	Não	Não	Não	Não	Não	Não	Não	Não
	Como se identifica com relação à orient. sexual:	Lésbica	Lésbica	Gay	Gay, homossexual	Lésbica	Bissexual	"Coloca lésbica"	Bissexual
	Como se identifica com relação ao gênero:	Mulher Cis	Mulher	Masculino	Homem Gay	Cis	Mulher Cis	Mulher	Mulher Cis
	Reside em:	Copacabana	Flamengo	Barra da Tijuca	Barra da Tijuca	São Cristóvão	Praça da Bandeira	Tijuca	Tijuca
	Ocupação/Cargo:	Gestora ONG	Artista	Jornalista	Monitor escolar	Não trabalha	Economista	Assistente Mkt/editora	Psicóloga
Entrevista	Escolaridade: até que série estudou?	Graduação Ciências Políticas	Graduação Design Mestrado Artes	Graduação Jornalismo	Graduação História (cursando)	Graduação Turismo (cursando)	Graduação Economia	Graduação Publicidade (cursando)	Graduação Psicologia
	Data da entrevista:	16/07/2019	07/08/2019	10/09/2019	16/09/2019	27/09/2019	22/10/2019	22/10/2019	28/10/2019
	Local de realização:	Copacabana	Flamengo	Botafogo	Centro	Centro	Online	Online	Online
	Como o contato foi estabelecido?	Respondeu ao meu e-mail	Já conhecia	Indicação Clara	Indicação Clara	Indicação Clara	Indicação Fernanda	Indicação Fernanda	Na observação participante