

ELEIÇÕES E
CIBERATIVISMO:
O CASO DA
CAMPANHA
#VOTELGBT

[ARTIGO]

John Willian Lopes
Maria do Socorro Furtado Veloso

[RESUMO ABSTRACT RESUMEN]

As novas redes de comunidades estabelecidas no ambiente da internet são lugares de resistência das minorias, visando ao alcance de novas práticas políticas no meio social. A partir dessa constatação, este artigo objetiva abordar de forma exploratório-descritiva o caso da campanha #VoteLGBT, surgida na internet durante o pleito eleitoral de 2014. Pretende-se, portanto, uma compreensão inicial da atuação da campanha mobilizada a partir das redes sociais digitais no cenário político brasileiro, e das contribuições possíveis às lutas do movimento LGBT e à democracia no contexto contemporâneo. Sustenta-se a discussão deste trabalho, principalmente, nas contribuições de Costa (2007), Pitkin (1985, 2006), Monedero (2009), Manin (1995, 2006), Castells (2003, 2005, 2013), Ferreira (2013), Lévy (2009), Simões e Facchini (2009).

Palavras-chave: Ciberativismo. Redes sociais. Representação política. #VoteLGBT.

The new community networks established in the internet environment are resistance places of the minorities, aiming to reach new political practices in the social environment. From this observation, this article aims to approach in an exploratory-descriptive way the case of the #VoteLGBT campaign, which appeared on the internet during the 2014 elections. It is intended, therefore, an initial understanding of the performance of the campaign mobilized from digital social networks in the Brazilian political scene, and possible contributions to the struggles of the LGBT movement and democracy in the contemporary context. The discussion of this work is sustained mainly in the contributions of Costa (2007), Pitkin (1985, 2006), Monedero (2009), Manin (1995, 2006), Castells (2003, 2005, 2013), Ferreira (2013), Lévy (2009), Simões and Facchini (2009).

Keywords: Cyberactivism. Social networks. Political representation. #VoteLGBT.

Las nuevas redes de comunidades establecidas en el entorno de internet son lugares de resistencia de las minorías, con el objetivo de llegar a nuevas prácticas políticas en el entorno social. A partir de esta observación, este artículo tiene como objetivo abordar de manera exploratorio-descriptiva el caso de la campaña #VoteLGBT, que apareció en internet durante las elecciones de 2014. Se pretende, por lo tanto, una comprensión inicial de la acción de la campaña movilizada desde las redes sociales digitales en la escena política brasileña, y de las posibles contribuciones a las luchas del movimiento LGBT y de la democracia en el contexto contemporáneo. Se lleva a cabo la discusión de este trabajo, principalmente, en las contribuciones de Costa (2007), Pitkin (1985, 2006), Monedero (2009), Manin (1995, 2006), Castells (2003, 2005, 2013), Ferreira (2013), Lévy (2009), Simões y Facchini (2009).

Palabras clave: Ciberactivismo. Redes sociales. Representación política. #VoteLGBT.

INTRODUÇÃO

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

As formas de organização e mobilização da sociedade, empenhadas na busca de direitos e igualdade entre os pares, são conceituadas como “movimentos sociais”. Esses movimentos, enquanto ações coletivas de caráter sociopolítico, construídas por diferentes atores de diferentes classes e camadas sociais, “politizam suas demandas e criam um campo político de força social na sociedade civil” (GOHN, 1995, p. 44). Os movimentos organizados coletivamente são responsáveis por incisivas transformações ao longo da história, firmando o importante papel da sociedade civil nos processos de democratização política. A estruturação das ações dos movimentos é engendrada a partir de visões e perspectivas criadas sobre assuntos conflitantes e litigados. Essas ações, assim, “desenvolvem um processo social e político-cultural que cria uma identidade coletiva ao movimento, a partir de interesses em comum”, pontua Gohn (1995, p. 44).

Nessa conjuntura de lutas surgiu o movimento em defesa de direitos dos homossexuais. Expressiva parte da literatura atribui à Revolta de Stonewall¹ o marco moderno da internacionalização desse movimento, com o qual adquiriu corpo e visibilidade. Deste episódio até os tempos atuais ocorreram diversos desdobramentos, no mundo e no Brasil. Aqui, a partir de 1970, no período ditatorial, começam as mobilizações mais contundentes do movimento gay, como a criação do *Somos: Grupo de Afirmação Homossexual*, no ano de 1978, em São Paulo (FACCHINI, 2003); o jornal *Lampião da Esquina* (1978-1981); o *Grupo Gay da Bahia* (1980); a fundação, em 1995, da primeira e maior rede de organizações LGBT do país, a *Associação Brasileira de Gays, Lésbicas e Travestis* (ABGLT), reunindo cerca de 200 organizações² (SIMÕES; FACCHINI, 2009); o início da Parada do Orgulho LGBT, a partir de 1995, no Rio de Janeiro; e o lançamento, em 2004, do programa *Brasil sem Homofobia*, surgido de articulação entre o Governo Federal e a sociedade civil.

Nos últimos anos, uma das conquistas mais significativas dentre as reivindicações do movimento LGBT foi o casamento civil igualitário, alcançado em 2013 por meio de resolução do Conselho Nacional de Justiça (CNJ)³. Em continuidade a esse feito, alguns

[1] O levante iniciou em 1969, precisamente no dia 28 de junho, quando frequentadores do bar gay *Stonewall Inn* – localizado na boêmia região de *Greenwich Village* – saíram em manifestações e confrontos com a polícia da cidade de Nova York (EUA), em razão das constantes agressões.

[2] Atualmente, chamada de *Associação Brasileira de Lésbicas, Gays, Bissexuais, Travestis, Transexuais e Intersexos* (mantendo a mesma sigla), tem mais de 300 organizações afiliadas.

[3] A Resolução nº 175 de 14 de maio de 2013, do Conselho Nacional de Justiça (CNJ), obriga os cartórios a realizarem a cerimônia. Em 2011, o Supremo Tribunal

políticos, militantes e simpatizantes prosseguem a campanha de conscientização e buscam apoio da sociedade para pressionar a votação de vários projetos de lei (PL) interessantes às pautas do movimento – como o PL 5120/2013, de autoria dos deputados federais Jean Wyllys (PSOL-RJ) e Érika Kokay (PT-DF), que propõe alteração no Código Civil para reconhecer como lei o que o CNJ já reconheceu como direito⁴.

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

(CDHM), criada em 1995 nos passos do processo de redemocratização do país, tendo como objetivo principal contribuir para a afirmação dos direitos humanos.

A necessidade de aumentar a representação política e social é ponto fulcral nas discussões sobre as demandas de grupos sociais minoritários. Esses grupos buscam alternativas que permitam ecoar seus anseios, e com este intuito juntam-se em blocos, aliam-se a outros movimentos sociais, desenvolvem estratégias midiático-comunicacionais, outras linguagens e novos modos de se projetarem como sujeitos organizados e atentos aos seus direitos.

O movimento LGBT – a exemplo de outros grupos sociais – procura levar as lutas das ruas também para as disputas eleitorais, lançando seus próprios candidatos e/ou apoiando nomes simpáticos à causa. Nesse contexto, surgiu no Brasil, durante o pleito eleitoral de 2014, a campanha #VoteLGBT. De abrangência nacional e caráter suprapartidário, a campanha vislumbrou o aumento da representatividade de defensores dos direitos LGBT no poder legislativo. Naquele ano, a iniciativa realizou o mapeamento dos candidatos ao Senado, à Câmara dos Deputados e às assembleias legislativas estaduais, que assumiram de forma aberta, e por meio de materiais de campanha, propostas que contemplavam os temas caros à população LGBT.

A internet foi a incubadora na qual se maturou a ação. De forma alternativa aos meios tradicionais, a campanha #VoteLGBT lançou mão das possibilidades das redes de comunicação digital distribuída como lugares de sociabilidades, confrontos e vínculos, utilizando diferentes sites de redes sociais e de compartilhamento de conteúdo. Distante dos espaços de comunicação hegemônicos, o

Federal (STF) e o Superior Tribunal de Justiça (STJ) haviam reconhecido a união estável entre casais do mesmo sexo como entidade familiar.

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

movimento LGBT esforça-se para aumentar sua representação nos debates públicos, e promover a circulação de suas reivindicações e a reflexão sobre os direitos civis e humanos.

Partindo desses pressupostos, este artigo objetiva analisar a campanha #VoteLGBT durante as eleições de 2014 no Brasil, enfatizando o modo como seus organizadores utilizaram os recursos das redes sociais digitais e o quanto produtora dessa ação pode ser para o movimento LGBT e a democracia, no contexto contemporâneo. Nesse escopo, adota-se uma abordagem exploratório-descritiva (MARCONI; LAKATOS, 2003), a partir de estudo de caso, sobre o primeiro momento de atuação da campanha #VoteLGBT, em 2014⁵.

2. PONTUANDO A REPRESENTAÇÃO POLÍTICA

Hanna Pitkin (1985, 2006) parte de uma análise etimológica e conceitual para compreender a ideia de representação e seus variados significados. Em sua investigação, considerada um marco teórico no debate do tema, a autora compreende que o conceito de “seres humanos representando outros seres humanos” tem origem na modernidade (PITKIN, 1985); portanto, não é apenas palavra, mas “em grande medida, um fenômeno cultural e político, um fenômeno humano” (PITKIN, 2006, p. 16).

Ao apontar as possibilidades de compreensão da representação política, Pitkin (1985) a categorizou como formal, descritiva, simbólica e substantiva. Ferreira (2013) sintetiza essas noções como: noção formalista, que dá conta de duas dimensões, uma por autorização prévia e por responsividade; noção descritiva, que enfatiza a relação entre os representantes e representados, como se aqueles espelhassem, por meio das semelhanças, estes; noção simbólica, que considera o significado que os representantes têm para os representados; e noção substantiva, que se refere à ideia de substância do que é feito. Em outras palavras, “são as atividades dos representantes, as ações realizadas em nome e no interesse dos representados, é que são avaliadas” (FERREIRA, 2013, p. 48).

Ao contribuir com o *Dicionário de Política*, de Norberto Bobbio, Nicola Matteucci e Gianfranco Pasquino, Cotta (1998) salienta que o sentido de se pensar a representação está na possibilidade de controle do poder político, por quem não pode exercê-lo pessoalmente. Nesta perspectiva, a representação combina três modelos interpretativos alternativos: a representação como relação de delegação, confiança e como espelho ou representatividade sociológica. Para o autor:

No primeiro modelo, o representante é concebido como um executor privado de iniciativa e de autonomia, das instituições que os representados lhe distribuem; seu papel aproxima-se muito ao de um embaixador [...]. O segundo modelo atribui ao representante uma posição de autonomia e supõe que a única orientação para sua ação seja o interesse dos representados como foi por ele percebido [...]. O terceiro modelo [...] diferentemente dos dois primeiros é centrado mais sobre o efeito de conjunto do que sobre o papel de cada

[5] Salienta-se que este artigo é parte integrante de uma pesquisa de mestrado em desenvolvimento, que toma como *corpus* a atuação da campanha #VoteLGBT nos pleitos eleitorais de 2014 e 2016.

representante. Ele concebe o organismo representativo como um microcosmos que fielmente reproduz as características do corpo político” (COTTA, 1198, p. 1102).

Essa é uma perspectiva, segundo Duverger (1985 *apud* SALGADO, 2012, p. 32), “adequada a um significado de representação política, em termos jurídicos, e que se relaciona com a figura privatista do mandato”. A partir da adoção do sistema proporcional, “a representação política passa a ser compreendida como o reflexo da sociedade, um retrato que molda seu modelo, em uma acepção sociológica. Enquanto em sua origem representasse a vontade, nesse novo aspecto as opiniões são representadas” (DUVERGER, 1985 *apud* SALGADO, 2012, p. 32).

Na formulação de Monedero (2009), entende-se por representação o ato mediante o qual um representante, seja governante ou legislador, atua em nome de um representado para a satisfação, ao menos em teoria, dos interesses deste. Representação significa “atuar em interesse dos representados, de maneira sensível a eles. O representante deve atuar independentemente [...] de tal maneira que não haja conflito, ou caso este surja, torna-se preciso uma explicação” (PITKIN, 1985, p. 233, tradução nossa). Desse modo, reforça Monedero (2009), os representados devem ter o direito e a possibilidade de controlar e exigir, ao governante, responsabilidades, por meio de mecanismos eleitorais institucionalizados. A representação, portanto, supõe uma relação social em que há um dominante que age em nome de um dominado. Nesta relação, o representado pode controlar o representante não apenas e exclusivamente através de eleições periódicas. Representação política, assim, está ligada a uma ideia de controle e responsabilidade do representante, a saber, este só o é porque

submete-se à fiscalização dos representados. Para que não lhe seja retirada a confiança, o representante eleito deve atuar com responsabilidade sobre as exigências da cidadania que o sustenta (MONEDERO, 2009).

Se o debate sobre a representação política é complexo, o da crise desse sistema o é significativamente. Conforme Costa (2007), o debate sobre a importância ou não dos partidos políticos como as mais influentes organizações de mediação política do mundo moderno tem novamente emergido na literatura da ciência política. O autor revisita vários estudiosos, como Baquero (2000 *apud* COSTA, 2007), para quem os partidos políticos têm perdido a importância como canais de mediação entre Estado e sociedade, apontando diferentes leituras que convergem para explicar esse processo de crise: a transformação das estruturas partidárias em máquinas eleitorais, em que a conquista do poder leva a uma indistinção programática e desradicalização ideológica; a burocratização e abandono das posições de classe, devido ao grau de complexidade e fragmentação da sociedade; a transformação dos partidos em escritórios eleitorais, que mobilizam seus filiados e simpatizantes apenas durante os períodos eleitorais; e a estatização dos partidos, com a preocupação quase que exclusiva com a competição eleitoral (COSTA, 2007).

Esses são alguns fatores que contribuem para o descrédito dos partidos políticos e para a desconfiança em relação aos mecanismos tradicionais de mediação e representação política. “Portanto, [...] parece inegável que, no plano mais geral, [os partidos] atravessam uma crise – que é, também, uma crise de representação –, em que suas funções de intermediação entre Estado e Sociedade têm diminuído e sua centralidade sistematicamente questionada”, salienta Costa (2007, p. 56).

A expansão dos meios de comunicação de massa é um importante elemento para se compreender os partidos e sua crise. Os meios não só interferem nos processos eleitorais, como possibilitam aos partidos a emissão de mensagens ao eleitorado, sem necessitar da mobilização direta de seus eleitores e filiados (COSTA, 2007). Os meios de comunicação passam a intermediar os vínculos de identificação entre governantes e governados, o que dantes era exclusividade dos partidos políticos. Assim, outras formas de mediação e produção de imagens ganham importância, em detrimento dos partidos, em especial, ao seu tempo, a televisão. Manin (1995, 2006) acredita que a mídia adquire relevância devido ao fato de estar substituindo os partidos políticos, em paralelo ao declínio das relações de identificação entre os representados e representantes, e à mudança para um novo modelo político, o da democracia de público (ou de audiência), “no qual os líderes políticos tinham um apelo maior do que as ideologias dos seus respectivos partidos” (FERREIRA, 2013, p. 48). A partir desta perspectiva pensa-se em um processo de personalização da política, ou seja, dos candidatos, no qual os eleitores tendem a votar mais em pessoas do que em partidos.

Costa (2007) observa que continua em aberto o debate sobre os impactos decorrentes da interferência da mídia na política e nos processos eleitorais, e como isso contribui para o enfraquecimento das organizações partidárias. Mas é possível afirmar que, sob “certas circunstâncias, o uso dos meios de comunicação como recurso político pode, mesmo, servir como fator de fortalecimento, e não de enfraquecimento dos partidos políticos” (ALBUQUERQUE; DIAS, 2002, p. 310).

Atualmente, não só os meios massivos de comunicação são importantes para

a discussão sobre a questão da representação política. Nas últimas décadas, com a ampliação do acesso à internet a uma expressiva parte do eleitorado, o debate sobre a representação política se complexifica, coloca em evidência os processos eleitorais, as formas de participação e as formas não eleitorais de representação (instituições representativas como fundações, ONGs, grupos de interesses) como mediadoras entre estado e sociedade, e o papel da esfera pública nos debates (FERREIRA, 2013).

3. REDES DIGITAIS E CIBERATIVISMO

A adoção de diferentes estratégias pelos movimentos sociais ao longo dos tempos reflete o quão os grupos estão se organizando e se mostram cada vez mais atentos às dinâmicas da sociedade, às formas de se relacionar e às mutações tecnológicas. A este respeito, as novas tecnologias de informação e comunicação (NTIC's) são pensadas como propiciadoras de novas possibilidades interativas. O advento dos computadores, e mais recentemente dos dispositivos móveis, combinados ao acesso em grande escala à internet, permitem profundas mudanças nas sociabilidades, agora também possíveis em “outro” universo.

Em perspectiva antropológica, Pierre Lévy (1999) atenta para o surgimento das mídias digitais “como a infra-estrutura do ciberespaço, novo espaço de comunicação, de sociabilidade, de organização e de transação, mas também novo mercado da informação e do conhecimento” (LÉVY, 2009, p. 32). A interconexão de toda a infraestrutura

relacionada às práticas dos sujeitos e à volumosa quantidade de informações possibilita o surgimento de um novo universo, o qual o autor denomina de ciberespaço. Essa ambiência, em contraponto a outros meios tradicionais, “torna disponível um dispositivo comunicacional original, já que ele permite que as comunidades constituam de forma progressiva e de maneira cooperativa um contexto comum” (LÉVY, 2009, p. 63). Assim, a natureza “todos-todos” desse dispositivo comunicacional permite o compartilhamento de realidades, e participação social e política de forma mais democrática.

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

Como rede global que se constitui enquanto sistema aberto de comunicação, a internet tem a capacidade de abarcar e integrar múltiplas formas de expressão, a diversidade de interesses, valores e ideias, bem como a expressão de conflitos sociais, isso devido à diversificação, multimodalidade e versatilidade (CASTELLS, 2005). Essa nova condição de sociabilidade que acompanha a *World Wide Web* (WWW), conecta sujeitos e organizações, expressões e identidades diversas, e que transcende as noções de tempo e espaço, é compreendida por Manuel Castells (2005) como “sociedade em rede”.

A rede configura-se como um conjunto de nós interconectados, que em virtude de sua flexibilidade e adaptabilidade servem como ferramentas de organização.

Partindo dessa compreensão, há margens para o entendimento de que, com o desenvolvimento da internet, os movimentos sociais podem ter à disposição um instrumento fundamental que os permita repercutir suas reivindicações, e, portanto, chegar às pessoas e grupos que eventualmente possam partilhar os mesmos valores e, por conseguinte, atuar conjuntamente (CASTELLS, 2003). Os próprios movimentos, como o LGBT, a seu modo, podem trazer ao debate público questões ora silenciadas, prescindindo – e se contrapondo – das percepções oferecidas pelas esferas midiáticas tradicionais; e ainda, criar espaços de expressão, livres de constrangimentos relativos às esferas tradicionais, contestando as formas, conteúdos dominantes e lançando mão de novas linguagens.

Castells (2013) procura compreender a relação das redes de comunicação digital distribuída com as novas formas de mobilização. Para o pesquisador, a existência dos movimentos sociais contemporâneos relaciona-se com a capacidade que têm de desenvolver um processo de comunicação autônoma, que será necessário para o exercício de um contrapoder, livre do controle institucional. Contrapoder, aqui, é entendido como a capacidade que os atores sociais têm de confrontarem o poder instituído, objetivando reclamar a representação de seus próprios valores e interesses.

Na sociedade atual, com o domínio dos meios de comunicação de massa por governos e empresas, a autonomia comunicativa é substancialmente construída nas redes e em plataformas de comunicação

sem fio – que são decisivas para a mobilização, organização, deliberação, coordenação e decisão (CASTELLS, 2013). Essa autonomia “é a essência dos movimentos sociais, ao permitir que o movimento se forme e ao possibilitar que ele se relacione com a sociedade em geral, para além do controle dos detentores do poder sobre o poder da comunicação” (CASTELLS, 2013, p. 21).

Ao mapear algumas discussões sobre ciberativismo, Alcântara (2015) aponta que uma das grandes dificuldades para se interpretar fenômenos nesse campo é a diversidade de conceitos (como ciberativismo, ativismo em rede, ativismo digital, net-ativismo, entre vários outros), que são afins, mas distintos, e, no entanto, aparecem frequentemente utilizados como sinônimos. Essa variedade, para a autora, “está relacionada ao fato de que são ‘conceitos empíricos’, ou seja, que vão sendo criados para explicar situações e casos específicos” (ALCÂNTARA, 2015, p. 76). Além deste, outros estudos relativamente recentes procuraram levantar e sintetizar perspectivas teóricas sobre o tema do ciberativismo, como os de Araújo (2011) e Montardo, Araújo e Freitas (2013).

Adota-se, aqui, uma noção mais geral do conceito de ciberativismo, compreendendo-o “como um conjunto de práticas realizadas em redes cibernéticas, com o objetivo de ampliar os significados sociais através da circulação na rede de discursos e ferramentas capazes de colaborar na defesa de causas específicas” (MONTARDO; ARAÚJO; FREITAS, 2013, p. 184). Partindo de uma ideia de autonomia dos movimentos sociais, bem como dos próprios sujeitos em relação às instituições da sociedade, também é de interesse a perspectiva de Malini e Antoun (2013) sobre o ciberativismo como biopolítica da rede, como a forma pela qual as manifestações autônomas

conseguem exceder os controles e bloqueios da estrutura. Para os autores, “a internet é um campo social, como muitos outros, onde a liberdade está em disputa” e por liberdade “entende-se aí os mecanismos e atos autônomos de cooperação social que permitem o exercício do poder (e contrapoder)” (MALINI; ANTOUN, 2013, p. 160).

4. A ATUAÇÃO DA CAMPANHA #VOTELGBT EM 2014

Nesta seção, se tratará dos modos de atuação da campanha #VoteLGBT nas eleições nacionais de 2014, partindo de abordagem exploratório-descritiva da utilização dos sites de redes sociais e de compartilhamento de conteúdo. Nesta primeira etapa – nomearemos deste modo, considerando que se manteve ativa em 2016 –, a iniciativa #VoteLGBT lançou mão das seguintes ferramentas comunicacionais *online*: Facebook, Tumblr, Twitter, YouTube e site institucional.

A campanha foi lançada na internet no dia 8 de setembro de 2014, objetivando o aumento da representatividade de defensores dos direitos LGBT. Para isso, seus idealizadores listaram todos os candidatos ao legislativo, tanto no âmbito estadual quanto no federal, que tiveram propostas relacionadas às pautas LGBT ou que têm histórico de luta pela causa. Também divulgaram esse mapeamento e procuraram alimentar o debate sobre a importância do voto com esse enfoque. Naquele ano, um grupo de seis pessoas coordenava a campanha, com a colaboração de outras 14.

As 270 candidaturas pró-LGBT ao legislativo, mapeadas pela campanha, foram disponibilizadas no site www.votelgbt.org⁶. Para a coordenação, a página serviu como um centro de referência, um tipo de repositório digital com informações sobre os candidatos que coadunavam com as expectativas propostas pelo movimento. As informações incluíam nome, número, cargo pretendido, partido, unidade federativa, foto, endereço da página de campanha e, em algumas candidaturas, respostas a três perguntas sobre suas propostas – após o pleito, foi adicionada a quantidade de votos que o candidato recebeu, a colocação e se foi eleito ou não. O eleitor usuário podia consultar as candidaturas através do estado ou do cargo pretendido (no Senado, Câmara Federal ou assembleias legislativas estaduais). Em 17 partidos e em todos os estados da federação houve candidaturas pró-LGBT.

No site, havia informações sobre a campanha, objetivos e motivações, contatos, os nomes dos envolvidos (coordenadores e colaboradores) e orientações para os usuários interessados em aderir à iniciativa – votando nos indicados, divulgando a campanha, sugerindo candidatos ou colaborando diretamente. Havia, também, um manifesto explanando a adversidade política enfrentada pelo movimento e, portanto, a necessidade da participação dos eleitores para uma mudança de cenário. Noutra seção, havia postagens informando, basicamente, sobre aspectos do sistema eleitoral, do cenário político e social, convocando a participação e especificidades da campanha – 14 postagens foram feitas nessa página, com textos, vídeos e imagens. Na parte superior da página, botões para os sites de redes sociais (Facebook, Twitter e Tumblr) e link para um dos vídeos da campanha no YouTube.

[FIGURA 1]
PÁGINA INICIAL DO SITE
DA CAMPANHA EM 2014



Fonte: *print screen* elaborado pelos autores
(de www.votelgbt.org).

A plataforma Tumblr também foi utilizada na iniciativa #VoteLGBT. Um dos aspectos interessantes é que essa plataforma é um misto de blog e rede social, na qual os usuários, além de poderem realizar postagens multimídia, têm a possibilidade de seguir outros, criando uma base de seguidores em sua rede, “favoritar” e “reblogar” publicações. Além dos próprios conteúdos, a campanha #VoteLGBT também publicou textos assinados por pessoas interessadas que não necessariamente faziam parte de sua organização – da mesma forma para as postagens do site. Todas as publicações mesclavam o texto com imagem ou vídeo, ou seja, em uma publicação sempre havia mais de um formato. Ao todo, foram realizadas 33 publicações, algumas repercutidas na seção blog da página da campanha, com exceção das postagens que antecipavam o lançamento dela – não se teve acesso ao

[6] Atualmente, ao acessar, o usuário é redirecionado para o endereço eleicoes2014.votelgbt.com.

número de seguidores da página ou de perfis seguidos.

[FIGURA 2]
TUMBLR DA CAMPANHA EM 2014

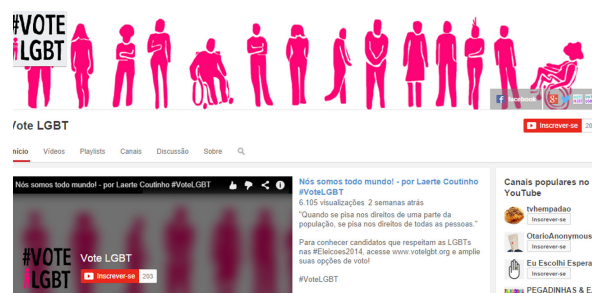


Fonte: *print screen* elaborado pelos autores (de votelgbt.tumblr.com).

Além de textos e imagens, a #VoteLGBT também investiu na elaboração de conteúdo em formato de vídeo. Ao todo, se documentou nove vídeos produzidos em 2014, com duração entre 40 segundos e 3 minutos e 38 segundos, e disponibilizados no canal da campanha no YouTube. Em linhas gerais, os vídeos foram formados por depoimentos pessoais ou declarações de sujeitos que apoiaram a iniciativa – Laerte Coutinho, cartunista e chargista, Nana Catetano, jornalista, e Sarah Oliveira, apresentadora de TV, estão entre os participantes. O vídeo com mais visualizações foi o clipe da música “Somos todo mundo”⁷, canção originalmente composta por Karina Buhr para a campanha, com ilustrações animadas de Laerte e imagens de pessoas que aderiram à #VoteLGBT pelo país. O canal registrava 428 inscritos e 40.287 visualizações, até 13 de julho de 2016.

[7] Até 13 de julho de 2016 ocorreram 20.633 visualizações. O vídeo foi publicado em 30 de setembro de 2014 e, nas duas primeiras semanas, já registrava 6.105 visualizações.

[FIGURA 3]
CANAL DA CAMPANHA
NO YOUTUBE EM 2014



Fonte: *print screen* elaborado pelos autores (de www.youtube.com/user/votelgbt).

Outra rede utilizada pela campanha #VoteLGBT em 2014 foi o Twitter. No período de atividade nesse site de rede social, entre 3 de setembro e 14 de outubro de 2014, o perfil da campanha #VoteLGBT realizou 271 publicações, entre *tweets* e *retweets*. Além da *hashtag* que nomeia a campanha, na maioria das publicações foram adicionados links, às vezes encurtados, para outras páginas. Desse total de publicações, 37 são multimídia (com 14 vídeos e 23 imagens). Sobre o número de perfis seguidores e seguidos, até 30 de setembro de 2014 era de 407 e 381⁸.

[8] Até 13 de julho de 2016 verificou-se um total de 583 seguidores e 385 perfis seguidos.

[FIGURA 4]

PERFIL DA CAMPANHA NO TWITTER EM 2014



Fonte: *print screen* elaborado pelos autores (de twitter.com/VoteLGBT2014).

O principal site de rede social digital utilizado pela campanha em 2014 foi o Facebook – e ainda o é. A partir do lançamento oficial da campanha (em 8 de setembro), em 22 dias, 10.391 usuários já haviam curtido a página da #VoteLGBT⁹ – embora a primeira publicação tenha sido realizada no dia 27 de agosto daquele ano. Na área destinada à inserção das informações da página, a descrição longa correspondia ao mesmo manifesto que podia ser acessado no site, mas apenas nesta última plataforma havia referências aos organizadores.

Seguindo a mesma lógica de organização das candidaturas empregada na página, foram criados álbuns seccionados por unidade federativa, e em cada um havia informações sobre todos os candidatos – já descritas antes. Assim, na medida em que ocorriam novas adesões, estas eram disponibilizadas nos dois locais. Em relação às postagens da página da campanha #VoteLGBT no Facebook, no período de 27 de agosto a 8 de outubro de 2014, documentamos 78 publicações na *timeline* (linha do

tempo); cinco delas são compartilhamentos e um álbum temático com seis imagens sobre algumas motivações para se votar em um candidato pró-LGBT.

[FIGURA 5]

FANPAGE DA CAMPANHA NO FACEBOOK EM 2014



Fonte: *print screen* elaborado pelos autores (de www.facebook.com/votelgbt).

Entre as publicações, percebe-se que aquela com maior número de curtidas (*likes*), compartilhamentos e comentários foi sobre a canção elaborada para a campanha, disponibilizada em formato de clipe, com fotografias enviadas por pessoas que apoiaram a iniciativa, e hospedada no canal do YouTube. Na página, houve 1.063 compartilhamentos, 117 comentários e mais de 2.200 curtidas – esse alcance pode explicar a audiência do vídeo também no YouTube, salientada anteriormente.

Na etapa apresentada neste texto não se procurou estruturar categoricamente os temas abordados nas publicações da página – esse movimento analítico será realizado noutro momento. De modo abrangente, os *posts* seguiram linhas semelhantes àsquelas publicados no Tumblr e no site, com caráter informativo a respeito de peculiaridades do sistema eleitoral, das especificidades da campanha (novos candidatos que

[9] 16.569 é o número de pessoas que curtiram a página até 13 de julho de 2016.

aderem, como ajudar e como funciona, a repercussão em veículos de imprensa etc.), convocatória chamando os usuários à participação, sensibilização sobre a relevância da campanha #VoteLGBT e discussão das questões inerentes, e, por vezes, ações de repúdio ou denúncia.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Neste estudo, procurou-se lançar um olhar exploratório sobre a dinâmica de atuação de uma iniciativa coletiva ciberativista organizada, mobilizada e coordenada em e nas redes de comunicação digital. A campanha #VoteLGBT, que juntamente com várias outras iniciativas, amplifica o movimento por direitos LGBT, busca desenvolver em e pelas redes digitais formas comunicacionais midiáticas de projeção das questões relativas às temáticas pertinentes às suas lutas, historicamente inferiorizadas.

Cada site de rede social e de compartilhamento de conteúdo digital, com suas funcionalidades próprias e outras comuns, permite aos usuários e movimentos coletivos explorar formas de comunicação, portanto de sociabilidade, antes intangíveis. A campanha #VoteLGBT, em 2014, fez circular pelas redes de comunicação a necessidade de mudanças e alternativas para fazê-las, com novos significados sociais por meio dos discursos corroborados nas suas causas.

Ao executar um mapeamento de candidaturas pró-LGBT e sensibilizar os eleitores sobre a relevância das reivindicações dessa parte da população, convidando-os a

participar, a iniciativa trouxe para seu entorno o debate sobre a representação política (e sua crise) e a relação com as redes sociais na internet, como ambiência de participação e atuação política.

Pode-se considerar, também, que os conteúdos produzidos e veiculados pela campanha #VoteLGBT em 2014, além de significarem as próprias perspectivas do movimento, como a mudança da realidade política e social, oferecem de modo quase didático compreensões sobre as relações sociais no tocante às questões de gênero e sexualidade, bem como sobre aspectos do sistema político nacional, seja relativo ao processo eleitoral ou funcionamento do sistema representativo – de um modo geral, ao que entendemos como democracia. ■

Versão ampliada e revisada de texto originalmente apresentado no XXXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, entre 5 e 9 de setembro de 2016, São Paulo, Brasil.

[JOHN WILLIAN LOPES]

Publicitário, mestrando pelo Programa de Pós-graduação em Estudos da Mídia da Universidade Federal do Rio Grande do Norte. Bolsista Capes (DS). Integrante do grupo de pesquisa Pragma – Pragmática da Comunicação e da Mídia.
E-mail: johnwillianlopes@gmail.com

[MARIA DO SOCORRO FURTADO VELOSO]

Jornalista, pós-doutora em Ciências da Comunicação pela Universidade Nova de Lisboa. Docente do Departamento de Comunicação Social e do Programa de Pós-graduação em Estudos da Mídia, da Universidade Federal do Rio Grande do Norte. Integrante dos grupos de pesquisa Pragma e Ecomsul (UFRN).
E-mail: socorroveloso@uol.com.br

REFERÊNCIAS

ALBUQUERQUE, Afonso; DIAS, Marcia Ribeiro. Propaganda política e a construção da imagem partidária no Brasil. **Civitas**, Porto Alegre, v. 2, n. 2, p. 309-326, 2002.

ALCÂNTARA, Livia Maria. Ciberativismo e movimentos sociais: mapeando discussões. **Aurora**, São Paulo, v. 8, p. 73-97, 2015.

ARAÚJO, Willian Fernandes. **Ciberativismo**: levantamento do estado da arte na pesquisa no Brasil. In: SIMPÓSIO NACIONAL ABCIBER, 5, Florianópolis, 2011. Anais.

CASTELLS, Manuel. **A galáxia da internet**: reflexões sobre internet, os negócios e a sociedade. Rio de Janeiro: Zahar, 2003.

_____. **A sociedade em rede**. 8ª ed. São Paulo: Paz e Terra, 2005.

_____. **Redes de indignação e esperança**: movimentos sociais na era da internet. Rio de Janeiro: Zahar, 2013.

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

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

FACCHINI, Regina. Movimento homossexual no Brasil: recompondo um histórico. **Cadernos da AEL**, Campinas, v. 10, n. 18/19, p. 81-123, 2003.

FERREIRA, Nelson Toledo. A comunicação pública na construção simbólica da representação partidária. **Revista Eptic Online**, Aracaju, v. 15, n. 2, p. 44-57, 2013.

GOHN, Maria da Glória. **História dos movimentos e lutas sociais**: a construção da cidadania dos brasileiros. São Paulo: Edições Loyola, 1995.

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

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

MANIN, Bernard. As metamorfoses do governo representativo. **Revista Brasileira de Ciências Sociais**, São Paulo, n. 29, p. 5-34, 1995.

_____. **Los principios del gobierno representativo.** Madrid: Alianza Editorial, 2006.

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Fundamentos de metodologia científica.** 5ª ed. São Paulo: Atlas, 2003.

MONEDERO, Juan Carlos. Representación política. In: REYES, Román. (Dir.). **Diccionario crítico de ciencias sociales:** terminología científico-social. Madrid-México: Plaza y Valdés, 2009.

MONTARDO, Sandra P.; ARAÚJO, Willian F.; FREITAS, Ernani C. Ciberativismo como cultura de mobilização imanente à internet. In: PUHL, Paula Regina; SARAIVA, Juracy Assmann. (Orgs.). **Processos culturais e suas manifestações.** Novo Hamburgo: Feevale, 2013. p. 162-189.

PEREIRA, Marcos Abílio. **Internet e mobilização política:** os movimentos sociais na era digital. In: ENCONTRO DA COMPOLÍTICA, 4, Rio de Janeiro, 2011. Anais.

PITKIN, Hanna Fenichel. **El concepto de representación.** Madrid: Centro de Estudios Constitucionales, 1985.

_____. Representação: palavras, instituições e idéias. **Lua Nova,** São Paulo, n. 67, p. 15-47, 2006.

SALGADO, Eneida Desiree. A representação política e sua mitologia. **Revista Paraná Eleitoral,** Curitiba, v. 1, n. 1, p. 25-40, 2012.

SIMÕES, Júlio Assis. FACCHINI, Regina. **Na trilha do arco-íris:** do movimento homossexual ao LGBT. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo, 2009.