

ATIVISMO LGBT E NARRATIVAS EM REDES SOCIAIS: A VOZ DO FANDOM CLARINA

Halanna Souza Andrade¹³

Marcus Antonio Assis Lima¹⁴

Resumo: Em meio à sociedade midiaticizada, as redes sociais ocupam cada vez mais espaço na vida da população, inclusive para a mobilização social. Os grupos de fãs não escaparam dessa realidade e apresentam-se também como agentes ativistas. Neste trabalho, discutiremos as narrativas-de-si e do mundo produzidas pelo Fandom Clarina em seu ativismo LGBT no blog Boteco Clarina. Observaremos as condições para o estabelecimento da voz (COULDRY, 2010) e aspectos da Teoria Semiolinguística de Patrick Charaudeau, tais como contrato de comunicação, sujeitos da linguagem e estratégias discursivas utilizadas pelo grupo de fãs.

Palavras-Chave: Voz. Teoria Semiolinguística. Fandom Clarina. Narrativas.

Introdução

A homossexualidade tem estado na pauta do dia da sociedade brasileira, incitada tanto por parte dos grupos ativistas que lutam contra a LGBTfobia¹⁵ e igualdade de direitos, quanto por setores conservadores contrários a estas reivindi-

¹³. Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Letras: Cultura, Educação e Linguagens da Universidade Estadual do Sudoeste da Bahia. Endereço eletrônico: halanna.andrade@yahoo.com.br.

¹⁴. Doutor em Estudos Linguísticos pela Universidade Federal de Minas Gerais. Professor titular da Universidade Estadual do Sudoeste da Bahia. Endereço eletrônico: prof.uesb@hotmail.com.

¹⁵ Termo utilizado para designar a repulsa ou medo sentida pela população lésbica, gay, bissexual, travesti, transexual, transgênero e intersexual.

cações. Podemos citar como exemplo as enormes polêmicas levantadas pelo PLC 122/06, projeto de lei que visava criminalizar a LGBTfobia, a aprovação do casamento entre pessoas do mesmo sexo e o veto do kit Escola Sem Homofobia.

Mesmo com a ampliação do acesso à internet e a queda da audiência da televisão no Brasil, as novelas ainda exercem forte influência na vida cotidiana da população. Os folhetins ditam moda, criam ídolos, gírias, novos *hits* musicais, além de pautarem temas a serem debatidos ou que já estão em discussão na esfera pública.

Inesperada e inusitadamente alçada à posição de principal produto de uma indústria de proporções respeitáveis, a novela passou a ser um dos mais importantes e amplos espaços de problematização do Brasil, das intimidades privadas às políticas públicas. Essa capacidade *sui generis* de sintetizar o público e o privado, o político e o doméstico, a notícia e a ficção, o masculino e o feminino, está inscrita no texto das novelas (HAMBURGER, 1998, p. 468).

Portanto, como produto que visa o consumo, a novela precisa discutir questões sociais latentes. Apesar de personagens homossexuais, em geral gays afetados em papéis cômicos, fazerem parte dos enredos há tempos, a temática LGBT não tomava corpo e relevância. Depois de tentativas frustradas de captação do público, apenas em 2014, a emissora de maior audiência do país, Rede Globo, exibiu um beijo gay no último capítulo da novela *Amor à Vida* e obteve intensa repercussão.

Na sequência de *Amor à Vida*, a Globo exibiu a novela *Em Família*, também em 2014, que trouxe como um dos principais motes publicitários para o enredo, a história de amor entre um casal lésbico. Contrariando as tentativas anteriores de abordagem de relacionamentos LGBT, o escritor Manoel Carlos não recheou as cenas de humor e investiu em uma abordagem romântica-dramática.

Clara (Giovanna Antonelli) era uma dona-de-casa e mãe em um casamento feliz com Cadu (Reynaldo Gianecchini), até que apaixonou-se por Marina (Tainá Muller), uma fotógrafa assumidamente lésbica. A partir daí os conflitos aparecem. Clara irá assumir a lesbianidade, divorciar do marido e separar do filho para viver esse amor? Para ampliar o drama, Cadu descobre que tem uma doença no coração, Marina também se apaixonou pela dona-de-casa e está disposta a fazer tudo por esse amor, inclusive esperar o quanto for preciso pela decisão de Clara.

Em tempos de queda de audiência da Rede Globo, as pesquisas de opinião são essenciais para determinar os rumos de seus programas e novelas (HAILER, 2014). Com *Em Família* não foi diferente. No mês de maio de 2014, a emissora realizou uma pesquisa para avaliar, entre outras questões, a aceitação do público para o até então iminente casal lésbico. As personagens foram bem avaliadas pelos entrevistados, inclusive melhor que o núcleo central da novela. Contudo, os mesmos não aceitavam que as mulheres entrassem em um relacionamento nos moldes heterossexuais, com demonstração de afeto e formação de família, por exemplo (HAILER, 2014).

A esfera pública exige que se use a máscara da heterossexualidade e que se esconda a identidade 'anormal'; a vida pública está fundamentalmente ligada à heterossexualidade e exclui o que dela se afasta. Pode-se dizer até que a heterossexualidade é uma das características maiores, fundadoras até, daquilo que se pode designar como espaço público [...] pois a 'esfera pública' é o lugar onde os homossexuais não podem manifestar sua afeição, dar as mãos, andar abraçados... sob pena de serem insultados, agredidos (ERIBON, 2008, p. 129).

Após a pesquisa, a Globo iniciou um processo de mudança de rumo para as personagens, que estavam a caminho de engatarem um relacionamento, passando a deixar dúvidas

se de fato ficariam juntas. Em uma tentativa de combater essa virada na trama, o Fandom Clarina — fãs do casal Clara e Marina na internet — criaram o blog *Boteco Clarina* e o perfil no Twitter “@viaclarina” para discutir o desenvolvimento da história lésbica na novela e organizar ações ativistas pela “saída do armário” da personagem Clara, bem como pela concretização do relacionamento entre mulheres.

O termo fandom é uma abreviação da expressão *fan kingdom* (reino de fãs ou domínio de fãs). A palavra fã surge do termo do latim *fanaticus* (fanático). São grupos que se organizam na internet para discussão e produção de conteúdo sobre determinado assunto, normalmente ligado ao entretenimento. Apesar da diversidade de temas, Lopes (2011) acredita na existência de traços comuns aos fandoms.

O engajamento e compartilhamento de informações e conhecimentos em uma rede (ou comunidade) caracterizam o fandom. As comunidades de fãs giram em torno não apenas de informações, mas de gostos, de objetivos comuns e, sobretudo, de sentimentos comuns em relação a um programa, a um personagem, a um ator ou atriz. (LOPES ET AL, 2011, p. 248)

A partir dessa concepção, é possível dizer que um dos traços apresentados pelo Fandom Clarina é o sentimento de discordância dos valores da chamada por eles “família tradicional brasileira”¹⁶ em relação aos homossexuais, valores estes tomados pelo grupo como responsáveis pela relutância da Globo em tornar Clara e Marina um casal homoafetivo. A canalização desse envolvimento em ações ativistas contra a LGBTfobia é mais uma singularidade desse grupo de fãs, pois além da discussão da participação do referido casal na trama,

¹⁶ Expressão comumente usada por apoiadores da causa LGBTTTI para se referir à parcela da população LGBTfóbica que justifica seu preconceito no conservadorismo da moral cristã.

o Fandom organizou, durante o tempo de exibição da novela, uma série de protestos virtuais contra a LGBTfobia e pelo tratamento igualitário dos LGBT na sociedade.

Metodologia

Tomaremos como corpus deste trabalho enunciados presentes na postagem do Blog Boteco Clarina, realizada no dia 20 de abril de 2014, com o título *[Utilidade Clarina] Campanha de apoio a Clarina*, incluído no anexo desse artigo. O referido texto está presente na editoria [Utilidade Clarina], a qual congrega a maior parte das postagens ativistas sob o ponto de vista da organização de ações e fala direta com os demais membros do Fandom Clarina. É importante ressaltar que apesar de o blog ser postado basicamente por uma pessoa, os comentários das postagens e nas demais redes sociais (Facebook e Twitter) legitimam o Boteco Clarina como veículo de comunicação do Fandom.

A importância das narrativas para a constituição do ser humano, sua relação a voz (COULDRY, 2010) e discussão de conceitos da Semiologia são utilizados para analisar o processo de construção da voz, com a identificação de seus cinco princípios estabelecidos: socialmente enraizada; agenciamento reflexivo; processo adquirido; pode ser individual, coletiva ou distribuída. Depois disso, verificaremos o contrato de comunicação, os sujeitos da linguagem, espaços de restrições e manobras, estratégias de credibilidade e captação, conforme a análise do discurso proposta por Charau-deau.

Narrativas como parte da constituição humana

Narrativas são formas do comportamento humano, relacionadas à capacidade de imitação, representação e diretamente relacionadas à comunicação (CARDOSO, 1997). Por

meio delas a humanidade se reconhece, é situada no tempo e espaço. São essenciais ainda para a constituição de identidades e relações socioculturais dos indivíduos.

Segundo Luiz Motta (2012), através delas é possível compreender melhor o ser humano em sua complexidade, os processos de criação de representações e apresentações do mundo. Portanto, por meio das narrativas o “homem não apenas representa o mundo, mas o constitui na medida em que o nomeia e classifica” (MOTTA, 2012, p. 30).

Essa capacidade de criar narrativas-de-si e do mundo é denominada de voz por Nick Couldry (2010). “Tratar as pessoas como se elas não tivessem essa capacidade é tratá-las como se não fossem humanas” (COULDRY, 2010, p. 1). Todavia, para o autor construir narrativas não é suficiente. É preciso que sejamos capazes de controlarmos suas formas de operacionalização e que elas sejam valorizadas, reconhecidas.

Os meios de comunicação, por exemplo, oferecem espaço para vozes — por vezes até as que vão de encontro ao pensamento dominante — ao entrevistar civis comuns para uma matéria. Entretanto, a operacionalização da voz, ou seja, a forma como será utilizada em determinado contexto, não estará nas mãos dos cidadãos entrevistados. Além disso, tais narrativas não são reconhecidas, levadas em conta, valorizadas. Os ditos especialistas é quem são imbuídos da autoridade dita necessária para expressar opinião sobre determinado assunto. Quem ouvirá o que um camponês diz sobre economia ou política?

O conceito apresentado por Couldry é de cunho político e não foi idealizado inicialmente para a utilização na Análise do Discurso. Contudo, é possível estabelecer um interessante diálogo entre ele e a Teoria Semiolinguística de Patrick Charaudeau. Ambos destacam o papel do sujeito narrador, no entanto, apontam também outros fatores responsáveis

pela produção de sentido, significação e conseqüentemente construção da realidade.

Ao articular os planos situacional e linguístico, a Teoria Semiolinguística de Patrick Charaudeau destaca “a importância das interações sociais, sem negar a intencionalidade dos sujeitos envolvidos nos atos de linguagem” (LIMA, 2014, p. 11). Isso se deve a uma contemplação que vai além das intenções e estratégias utilizadas pelo sujeito no ato de linguagem, mas também a estrutura social, a coletividade e os fatores externos (LIMA, 2014). Nas palavras do autor “o ato de linguagem não pode ser concebido de outra forma a não ser como um conjunto de atos significadores que falam o mundo através das condições e da própria instância de sua transmissão” (CHARAUDEAU, 2008, p. 20).

Problemas sociais e voz

As políticas neoliberais espalham-se pelos países de todo mundo e afetam a população. Prova disso é a tomada dos interesses privados sobre setores básicos para a vida, como saúde, educação, segurança, moradia e até mesmo dos recursos naturais. No Brasil, temos ainda o avanço da terceirização, que retira direitos dos trabalhadores, aumenta a exploração e reduz salários. O fortalecimento do neoliberalismo tem pressionado o Estado a intensificar os ataques ao povo e ampliar a desigualdade social.

No cenário apresentado, a voz do povo, sua capacidade de criar narrativas-de-si e do mundo, não é levada em conta para a tomada de decisões sobre os rumos da economia e da política. Qualquer tipo de mobilização por parte da classe trabalhadora que se contraponha à lógica do mercado e interfira na geração de lucro é duramente combatida.

O neoliberalismo defende a ideia de dividir — no sentido contrário à organização — os sujeitos para mantê-los sob controle. Ao mesmo tempo, não valoriza sua individualidade,

suas especificidades, gerando a chamada crise contemporânea de voz (COULDRY, 2010). Lima (2012) concorda com a existência da crise citada por Couldry e destaca o papel dessas narrativas para a superação dos problemas vividos na atualidade.

O indivíduo precisa saber que sua voz interessa, na verdade, a oferta de voz eficaz é crucial para a legitimidade das democracias modernas; e mesmo o lado econômico e cultural da vida tem oferecido voz de diversas maneiras. No entanto, temos fomentado usos que favorecem a modos de organizar as coisas da vida cotidiana de maneiras que ignoram a voz, que assumem que ela não importa (LIMA, 2012, p. 1-2).

Nick Couldry (2010) acredita que o neoliberalismo está enfraquecido economicamente por conta da crise de voz. O autor justifica o problema pela incapacidade de os neoliberais perceberem que as pessoas podem dar conta-de-si e pensar nelas para além do lucro. Defende ainda que com o domínio da operacionalização da voz e do seu reconhecimento será possível a criação de democracias mais justas e participativas (LIMA, 2012).

A “voz” é apresentada aqui como um termo de ligação que rompe da visão do neoliberalismo, da economia e da vida econômica. Contesta a alegação do neoliberalismo que sua visão da política, de como funciona o mercado, supera todas as outras, o que nos permite construir uma visão alternativa da política que é, pelo menos parcialmente, orientada a processos de valorização da voz, e inclui dentro dessa visão de política, o reconhecimento das capacidades das pessoas para a cooperação social baseada na voz (COULDRY, 2010, p. 2. Tradução livre).

Apesar da justificativa econômica do autor para a crise de voz ser plausível, é preciso pontuar que os problemas apontados não partiram apenas do neoliberalismo. Outros

modos de produção, como o escravagista e o mercantilista também produzem tais “efeitos silenciadores” das vozes.

De acordo com Couldry (2010), a voz pode ser dividida em dois níveis: voz como processo e voz como valor. Couldry (2010, p. 7, tradução livre) define o primeiro nível como “o processo de dar conta de sua vida e das suas condições: o que a filósofa Judith Butler chama de dar conta de si mesmo”.

Já voz como valor refere-se, como o próprio termo sugere, ao processo de valorizar a voz e o poder decidir de que forma, bem como quais recursos devem ser utilizados para que essa voz seja reconhecida. De acordo com Couldry, existem cinco condições gerais para o estabelecimento da voz e que serão utilizadas mais adiante na análise do Blog Boteco Clarina.

I) A voz é socialmente enraizada. É uma prática dos indivíduos em uma sociedade que requer tanto recursos práticos, como a linguagem, quanto um estatuto simbólico necessário para o reconhecimento pelos outros como portador de voz (LIMA, 2013).

II) A voz é uma forma de agenciamento reflexivo. Ao criar narrativas de si e do mundo, o indivíduo se responsabiliza pelas narrativas e ações que conta. “A voz necessariamente nos embala em um processo contínuo de reflexão, permutando e entrelaçando narrativas passadas com experiências do presente, e entre os outros e nós próprios” (LIMA, 2013, p. 287).

III) A voz é um processo adquirido. As narrativas contadas pelos indivíduos fazem parte de uma memória coletiva. Assim, pode-se afirmar que a “voz” é plural (LIMA, 2013).

IV) A voz requer uma forma material que pode ser individual, coletiva ou distribuída. Um indivíduo pode se ver refletido em uma voz produzida coletivamente ou reconhecer-se em produções individuais e coletivas, processo definido por Couldry como voz distribuída (LIMA, 2013).

V) A voz pode ser desvalorizada por práticas que excluem a voz e minam sua expressão. Conforme defendido por Couldry (2010), as práticas neoliberais calam vozes e as desvalorizam em detrimento de outras. Os grupos estigmatizados são exemplos dessa postura. Mulheres, negros, indígenas, homossexuais, deficientes físicos e outros tantos grupos sofrem com o silenciamento de suas vozes, especialmente no que se refere à vida pública. Para os fins deste estudo, focaremos nossa atenção nas vozes lésbicas.

Mesmo com a ampliação do debate na esfera pública sobre temáticas LGBTTTTI (Lésbicas, Gays, Bissexuais, Travestis, Transexuais, Transgêneros e Intersexuais), ainda é comum a associação dos indivíduos homossexuais apenas aos gays, relegando-se a um segundo plano as outras identidades, como a lésbica, pois ao se referir a um homossexual, por exemplo, as demais identidades são generalizadas pelo termo gay. Tal prática não acontece por acaso, é fruto do que podemos chamar de uma “política do esquecimento” (SWAIN, 2000), fator contribuinte para o silenciamento das vozes lésbicas.

Sobre mulheres homossexuais na História, Swain (2000, p. 15) defende que “apaga-se ou se destrói o que não interessa à moral, às convicções, aos costumes, à permanência de valores que são dominantes em determinada época”. Um exemplo dessa política pode ser resgatado com o exame de documentos do século XVII, quando a Inquisição, ao julgar mulheres acusadas de práticas homossexuais, não dispunha de um termo para nomeá-las, denominando-as de “sodomitas”. Para a autora, atitudes como essa são significativas, pois “ao nomear, cria-se uma imagem, cria-se um personagem no imaginário social. As mulheres homossexuais não tinham direito a um nome, logo, à existência” (SHAWN, 2000, p. 19).

As raízes da invisibilidade lésbica estão intrinsecamente ligadas ao machismo da sociedade patriarcal, que até os

dias atuais se faz presente e atuante. Assim, para as mulheres homossexuais, além do enfrentamento do machismo e da lesbofobia, se faz necessária a luta também pela visibilidade. Em outras palavras, tomar o controle do processo de construção das suas vozes e obter reconhecimento.

A voz discursivizada

O primeiro princípio da voz é o enraizamento social, ou seja, a relação mantida do sujeito com os outros sujeitos e deles com a sociedade, marcada em pelo menos dois trechos. Ao dizer que “vivemos em um país homofóbico e machista”, o Fandom coloca-se em posição crítica em relação aos problemas sociais. Por experiências próprias e/ou de outros, sejam elas trocadas pessoalmente ou por meios virtuais, ela percebe os males gerados pela homofobia e machismo que atingem o Brasil. “Vamos continuar mostrando que unidos fazemos a diferença (sic)”, apresenta a ideia de união como valor compartilhado socialmente. Apesar das dificuldades, como a existência da homofobia e do machismo, podemos superar se estivermos juntos. Assim, fazer a diferença é consequência de estar unido.

O mundo deixa marcas em mim e isso influencia no que sou ou mesmo no que me tornarei. “Ser obrigado a sofrer discriminação calado é muito pior” é uma demonstração de agenciamento reflexivo. O “ser obrigado” ocorre em razão de uma força que submete o indivíduo a algo considerado negativo, prejudicial. O sujeito busca aqui o conforto daqueles que passam ou passaram por essa mesma situação. Incita ainda a ruptura, pois se “calado é muito pior”, logo a vociferação é bem-vinda. O senso de quebra da ordem heteronormativa também está presente em “diariamente vamos ouvir e ler comentários dizendo que não precisa mostrar gays na TV”. A vida cotidiana, por meio de tentativas diárias, sejam elas através de relações presenciais (“ouvir”) ou virtuais (“ler comentários”), diz que este nós estigmatizado (homossexuais)

deve ser invisibilizado, pois aqueles que não são vistos e falados “não existem para a sociedade”.

E vemos bem que o que coloca problema não é tanto ser homossexual, mas dizê-lo, pois se a possibilidade de dizê-lo fosse admitida oficialmente, toda a inferioridade e a vulnerabilidade dos gays e das lésbicas, e, portanto, todos os meios de controle que podem se exercer sobre eles, estariam anuladas. Logo, o controle da homossexualidade repousa sobre esse silêncio imposto e sobre essa dissimulação forçada e, sobretudo, sobre o sentimento de culpa e de inferioridade que não pode deixar de ser produzido pela inscrição nas consciências individuais da clivagem entre o que se é e o que se pode fazer, entre o que se é e o que se pode dizer (ERIBON, 2008, p. 70).

A voz também é um processo adquirido, faz parte de uma memória coletiva (COULDRY, 2010), acessada pelo Fandom Clarina a todo instante para referenciar sua voz. São citadas cenas já exibidas da novela “Em Família”, violência sofrida pela comunidade LGBT e o posicionamento expressado pela camada conservadora da população sobre a temática. Ao afirmar que “Em Viver a Vida, tivemos a felicidade de ver Félix e Niko terminarem a novela como um casal feliz, tivemos o primeiro beijo gay já transmitido em novelas da maior emissora do Brasil”, o Fandom recupera um fato que considera relevante para dar corpo ao seu discurso.

Nick Couldry (2010) classifica a materialização da voz em forma individual, coletiva e distribuída. Apesar de todos os modos estarem presentes na postagem do blog, daremos foco às duas últimas modalidades, as mais recorrentes. Em “temos motivo para nos preocupar com o futuro das duas?”, a inquietação demonstrada pela autora é coletivizada para o Fandom Clarina. Mais ainda, para todos aqueles que torcem pelo casal, pois o “eu” torna-se “nós” a medida em que ocorre o reconhecimento com o que é dito.

Além de coletiva, a voz do Fandom é ainda distribuída, já que quando algo é dito pelo Blog Boteco Clarina, há um processo de identificação dos leitores no sentido de apoio, de tornar aquela também a sua voz. Quando a convocação para mobilização é feita ao Fandom Clarina em “não vamos deixar de colocar nossa tag diária nos trends topics”, seus membros respondem ao chamado com comentários como “estou adorando essa mobilização e espero sinceramente que a Globo não acabe com uma linda história de amor!”

Foram discutidos até aqui o enraizamento social da voz, sua relação com a memória coletiva, a reflexividade do mundo sobre o “eu” que narra e as formas de materialização possíveis. Por fim, trataremos da característica mais marcante na voz do Fandom, a existência de práticas que podem minar ou desvalorizá-la.

“Boa parte da audiência é conservadora, homofóbica e machista, então é fácil concluir que essa audiência influencia nas atitudes tomadas pela emissora, pois o que importa são os números, a utilidade pública/social fica em segundo plano”, é um dos enunciados carregados deste tipo de prática silenciadora. O enunciador demonstra conhecer as razões que levam a esse tipo de prática e se propõe a criticá-las. O machismo e a homofobia voltam a ser tratados como problemas que restringem a liberdade de vivência da homossexualidade. Agora tais elementos passam de características da sociedade brasileira à qualificação de uma grande parcela dos telespectadores de *Em Família*.

De acordo com o enunciador, os males sociais são incorporados ao público, o qual a Globo, como uma empresa que vende um determinado produto, deve agradar para manter a fidelidade. O descontentamento com a lógica mercadológica que rege essa relação é visível quando a suposta supervalorização da audiência é criticada em “o que importa são os números”.

De acordo com a perspectiva do Fandom, o possível papel educativo que a novela poderia assumir para lidar com a questão lésbica, a “utilidade pública/social”, é deliberadamente deixada de lado, em uma clara opção pela garantia do lucro em detrimento da contribuição para o progresso moral da sociedade.

Quem o texto faz falar?

Ao partir para a análise do discurso, nos moldes da Teoria Semiolinguística, podemos dizer que a situação de comunicação é formada por dois espaços, os circuitos de produção e interpretação. Para Charaudeau, “todo ato de linguagem ocorrido entre dois interlocutores terá um desdobramento pelo efeito do discurso, que resulta em uma rede imaginária formada por quatro sujeitos — dois externos (reais) e dois imaginários (internos)” (LIMA, 2014, p. 14).

O linguista francês acredita ainda que um modelo de Análise do Discurso deve possibilitar o estudo de qualquer tipo de ato de linguagem, seja ele um diálogo ou um texto escrito (CHARAUDEAU, 2005). De acordo com a classificação proposta pelo autor, a postagem do blog Boteco Clarina é uma situação de comunicação monológica, na qual os sujeitos, presentes ou não, estão ligados por um contrato de troca que vai além daquele instante. Sobre a ideia de contrato de comunicação, Charaudeau acredita no conceito como fundamental para a possibilidade de entendimento entre os parceiros.

O necessário reconhecimento recíproco das restrições da situação pelos parceiros da troca linguageira nos leva a dizer que estes estão ligados por uma espécie de acordo prévio sobre os dados desse quadro de referência. Eles se encontram na situação de dever subscrever, antes de qualquer intenção e estratégia particular, a um contrato de reconhecimento de condições de realização da troca

lingueira em que estão envolvidos (CHARAUDEAU, 2013, p. 68).

Podemos dizer que o *contrato de comunicação* presente no Boteco Clarina é de *blog ativista*, pois se trata de um texto publicado na plataforma de textos online, com linguagem informal e que dialoga diretamente com o leitor no sentido de denunciar a homofobia, bem como convencê-lo a aderir à causa. Como em “Vamos continuar mostrando que unidos fazendo a diferença. Que homofobia e hipocrisia não tem vez aqui. Conto que a participação de todos” (sic).

Em uma tentativa de dar conta dos *possíveis interpretativos* presentes nos processos de produção e interpretação de um ato linguageiro, o analista deve deixar de perguntar “quem fala?”, mas “quem o texto faz falar” ou “quais os sujeitos o texto faz falar” (CHARAUDEAU, 2008, P. 63). Na postagem do blog Boteco Clarina podemos identificar os seguintes sujeitos da linguagem:

I) Locutor da fala denominado de Eu comunicante (EUc): Fandom Clarina, grupo de fãs do casal lésbico da novela “Em Família”, ativistas da causa LGBT, que sabem a importância de operacionalizar sua voz e valorizá-la (“A nossa voz tem que ser ouvida” e “nós precisamos nos mobilizar”, demonstram essa consciência).

II) Imagem de enunciador construída, o Eu enunciador (EUe): O Fandom estabelece como imagem-de-si a visão de grupo forte, de grande poder de intervenção e insatisfeito com a representação social construída para os homossexuais (“Todos os casais merecem isso, todo grupo, principalmente as minorias, como é o caso dos homossexuais, clama por algo muito importante: representação!”). Por meio dos seus atos ativistas, reivindica o tratamento igualitário para os homossexuais (como visto em “talvez essas personagens homossexuais não sejam o aspecto mais impactante nesta luta, mas é com certeza, uma grande vitória conseguir que elas estejam

presentes da forma mais natural possível na mídia, para mostrar que o respeito é essencial e que amor é amor”).

III) Interlocutor presente em qualquer ato de linguagem, uma espécie de destinatário ideal, o Tu destinatário (TUD): As *Clarinas* falam para outros fãs do casal que não se conformam com a censura às lésbicas e que discordam dos valores morais estabelecidos pela “família tradicional brasileira”.

IV) Sujeito interpretante que está fora do controle do EU, o Tu interpretante (TUI): todos os leitores que tiveram acesso ao texto, seja por ligação direta ou indireta com a questão LGBT, seja por simpatia ao casal censurado pela emissora. Podem ser ainda fãs das atrizes Giovanna Antonelli e Tainá Muller ou mesmo conservadores que discordam a proposta do fandom.

Além do estabelecimento do contrato e dos sujeitos, outras questões são essenciais para que ocorra o entendimento no ato linguageiro, como o espaço de restrições e manobras. No primeiro, estão presentes as condições mais fundamentais para a troca entre os parceiros. Um leitor desavisado do Blog Boteco Clarina que não fale português, nunca assistiu a novela *Em Família* ou não tenha qualquer conhecimento sobre o casal da trama pode não compreender a mensagem. O segundo espaço é onde ocorrem os “variados caminhos discursivos” (PAULIUKONIS; GOUVEIA, 2012, p. 19).

Ainda no espaço de manobras, podemos dizer que o sujeito comunicante utiliza *estratégias* para criar determinados efeitos no sujeito interpretante (CHARAUDEAU, 2008). *Estratégias de credibilidade* foram mobilizadas pelo Fandom durante toda postagem para se fazer crível aos olhos do parceiro.

Em “A audiência está muito insatisfatória e isso pode afetar bastante Clarina embora saibamos que elas são a única

parte que funcionava bem, o problema é a novela como um todo, que não consegue engrenar. As cenas anunciadas pelo próprio site da Globo estão sendo diminuídas ou cortadas”, o sujeito faz um balanço da situação relacionando fatos ocorridos com o possível boicote ao casal como forma de comprovar seu argumento de recuo da emissora por medo de sanções econômicas advindas da queda de audiência.

Estratégias de captação também estão presentes na postagem. Para Charaudeau, elas são mobilizadas quando o sujeito tenta garantir o interesse do parceiro. “Ele pode usar uma manipulação discursiva que atinge o componente afetivo de seu interlocutor ao criar nele moções emocionais (efeito de *pathos*) que o coloquem à sua mercê” (CHARAUDEAU, 2010, p. 10). O trecho a seguir demonstra claramente a tentativa de criar efeitos emocionais em seu interlocutor.

O problema não é a torcida delas, que sem dúvida é grande, organizada e além disso ultrapassa as barreiras do Brasil e chega a outros países, o problema talvez nem seja o barulho feito pela audiência conservadora, talvez seja por erro de planejamento da emissora, de qualquer forma, a nossa voz tem que ser ouvida, Clarina tem a oportunidade de ser o primeiro casal homossexual da tv Globo a ser representado de forma natural (BOTECO CLARINA, 2014).

O Fandom valoriza o público que apoia o romance lésbico (“é grande”, “organizada”, “ultrapassa barreiras do Brasil”), aponta os problemas enfrentados pelos fãs (“audiência conservadora”, “erro de planejamento da emissora”) e ressalta a necessidade de avançar (“nossa voz tem que ser ouvida”) para conquistar o que almeja (“primeiro casal homossexual da TV Globo a ser representado de forma natural”). Ao dizer isso, o Fandom coloca-se como defensor de um grupo oprimido e tenta acionar um processo de reconhecimento no sujeito interpretante com o objetivo de engajamento.

Referências

CARDOSO, Ciro. *Narrativa, Sentido e História*. Campinas: Papyrus, 1997. Coleção Textos do Tempo.

CHARAUDEAU, Patrick. *Uma teoria dos sujeitos da linguagem*, 2001. Disponível em: <http://www.patrick-charaudeau.com/Uma-teoria-os-sujeitos-da.html>. Acesso em: 6 de out de 2014.

CHARAUDEAU, Patrick. *Uma análise semiolinguística do texto e do discurso*. 2005. Disponível em: <http://www.patrick-charaudeau.com/Uma-analise-semiolinguistica-do.html>. Acesso em 6 de out de 2014.

CHARAUDEAU, Patrick. *Linguagem e Discurso: modos de organização*. São Paulo: Contexto, 2008.

CHARAUDEAU, Patrick. El contrato de comunicación en una perspectiva lingüística: convenciones psicosociales y convenciones discursivas, 2009. Disponível em: <http://www.patrick-charaudeau.com/El-contrato-de-comunicacion-en-una.html>. Acesso em 6 de out de 2014.

CHARAUDEAU, Patrick. Um modelo sócio comunicacional do discurso: entre situação de comunicação e estratégias de individualização. In Grenissa Stafuzza e Luciane de Paula (Org.) *Da análise do discurso no Brasil à análise do discurso do Brasil*, Edufu, Uberlândia, 2010. Disponível em: <http://www.patrick-charaudeau.com/Um-modelo-socio-comunicacional-do.html>. Acesso em 6 de out de 2014.

CHARAUDEAU, Patrick. *Discurso das mídias*. São Paulo: Contexto, 2013.

COULDRY, Nick. *Why voice matters*. Culture and Politics after Neoliberalism. London: Sage, 2010.

ERIBON, Didier. *Reflexões sobre a questão gay*. São Paulo: Companhia de Freud, 2008.

HAILER, Marcelo. *A família, as lésbicas, a novela e o machismo evidente*. Revista Fórum, maio 2014, Disponível em: <http://www.revistaforum.com.br/blog/2014/05/familia-lesbicas-novela-e-o-machismo-evidente/>. Acesso em 27 de set de 2014.

HAMBURGER, Esther. Diluindo fronteiras: a televisão e as novelas no cotidiano. In *História da Vida Privada no Brasil*. São Paulo: Cia das Letras, 1998, p. 438-487.

LIMA, A. A. Marcus. Celebidades e ativismo: a voz dos famosos em defesa do casamento igualitário. *Contemporanea*, v. 11, n. 2, mai-ago 2013, p. 284-303.

LIMA, A. A. Marcus. *Psico(sócio)análise da voz: narrativas-de-si e identidade na mídia*. Manuscrito do autor. Vitória da Conquista, 2014.

LIMA, A. A. Marcus. *Homem Sexual: voz como narrativa-de-si em José Celso Martinez Corrêa*. XV Seminário de Inverno de Estudos em Comunicação. Ponta Grossa, 2012.

MOTTA, L. Célia; MOTTA, G. Luiz; CUNHA, J. Maria. *Narrativas Midiáticas*. Florianópolis: Editora Insular, 2012, p. 23-32.

PAULIUKONIS, A. L. Maria; GOUVEIA, H. M. Lúcia. Texto como discurso: uma visão semiolinguística. *Revista do Programa de Pós-Graduação em Letras da Universidade de Passo Fundo*, v. 8, n. 1, p. 49-70, jan/jun de 2012. Passo Fundo: UFP, 2012.

RIZÉRIO, B. [UTILIDADE CLARINA] *Campanha Apoio a Clarina*. Boteco Clarina, 20 de abril de 2014. Disponível em: <http://botecoclarina.blogspot.com.br/2014/04/utilidade-clarina-campanha-apoio-clarina.html>. Acesso em 1 de nov de 2015.

SWAIN, N. Tania. *O que é lesbianismo*. São Paulo: Editora Brasiliense, 2000, p. 101.

[Recebido: 10 de ago de 2016 — aceito: 31 de out de 2016]

ANEXO

[UTILIDADE CLARINA] Campanha Apoio a Clarina

Os últimos capítulos de *Em Família* vem plantando uma semente de dúvida em quem acompanha o casal interpretado por Giovanna Antonelli e Tainá Muller, a ponto de fazer questionar se ainda poderemos usar o nome de Clara e Marina juntos em um termo que a torcida carinhosamente usa pare se referir a um relacionamento amoroso definitivo que supostamente não demoraria a acontecer: Clarina.

Temos motivos para nos preocupar com o futuro das duas? Provavelmente sim, e é por isso que ressaltar que vivemos em um país homofóbico e machista é necessário, não é sensacionalismo ou exagero quando reagimos nas redes sociais pedindo a rede Globo que seja fiel a história das duas na novela, pois boa parte da audiência é conservadora, homofóbica e machista, então, é fácil concluir que essa audiência influencia nas atitudes tomadas pela emissora, pois o que importa são os números, a utilidade pública/social fica em segundo plano.

Uma recente reunião dos responsáveis pela novela das 21h definiu mudanças, algumas sutis, outras nem tanto, como é o caso do plot de Clara e Marina. Até semana passada eu diria que os empecilhos na história das duas eram normais, pois o autor Manoel Carlos inúmeras vezes demonstrou a atenção especial que tem com esse (ainda por vir) belo relacionamento, ele garantiu um tratamento igualitário com a história delas e não se pode negar que desde o começo da novela nos surpreendeu com cenas delicadas e outras consideradas ousadas, que ainda não tínhamos visto serem permitidas a um casal gay na teledramaturgia. Mas infelizmente, o rumo da novela não depende só do autor.

A audiência está muito insatisfatória e isso pode afetar bastante Clarina embora saibamos que elas são a única parte

que funcionava bem, o problema é a novela como um todo, que não consegue engrenar. As cenas anunciadas pelo próprio site da Globo estão sendo diminuídas ou cortadas, isso está acontecendo com outros núcleos da novela também, mas o que causa alarde maior é que estava praticamente confirmado que o romance das duas começaria até o fim deste mês, não podemos tirar conclusões precipitadas, pois não sabemos os planos dos diretores, sabemos que Maneco de forma alguma daria para trás com esse casal, e a essa altura, não tem como apagar tudo que Clara e Marina passaram juntas, elas estão apaixonadas, e sim, nós sabíamos que haveriam (e haverão) altos e baixos e muitos empecilhos, obviamente que um marido doente não se pode largar do dia para noite, mas a emissora claramente está testando a torcida, fazendo Clara demonstrar interesse em Cadu e Marina ao mesmo tempo e provavelmente vai empurrar a história de qualquer jeito por muitos capítulos. Porém, para ajudar o (futuro) casal a seguir o rumo que estava se desenhando de uma forma tão bonita, nós precisamos nos mobilizar.

O problema não é a torcida delas, que sem dúvida é grande, organizada e além disso ultrapassa as barreiras do Brasil e chega a outros países, o problema talvez nem seja o barulho feito pela audiência conservadora, talvez seja por erro de planejamento da emissora, de qualquer forma, a nossa voz tem que ser ouvida, Clarina tem a oportunidade de ser o primeiro casal homossexual da tv Globo a ser representado de forma natural. Todos os casais merecem isso, todo grupo, principalmente as minorias, como é o caso dos homossexuais, clama por algo muito importante: REPRESENTAÇÃO. Elas são a representação que as mulheres infelizes no casamento e que se apaixonaram por outra mulher esperavam, são a representação que mulheres jovens e gays podem se identificar, são a representação que mulheres e homens gays de todas as idades esperam, para mostrar que duas pessoas do mesmo sexo podem se amar, constituir família, viver co-

mo qualquer outro casal, porque infelizmente, boa parte da população ignora isso.

Em *Viver A Vida*, tivemos a felicidade de ver Félix e Niko terminarem a novela como um casal feliz, tivemos o primeiro beijo gay já transmitido em novelas da maior emissora do Brasil. Com *Clarina* nós podemos ir mais longe, e quanto mais pessoas exigirem isso, mais perto de uma representação justa chegaremos. Diariamente vamos ouvir e ler comentários dizendo que não precisa mostrar gays na TV, pois todos sabem que eles existem, que ninguém pode ser obrigado a ver beijo gay, que isso é um desrespeito com a família tradicional. Pois bem, essas pessoas não precisam como muitos dizem, que a luta pela causa gay vá devagar para não chocar a população. Chocante é o que os gays sofrem todos os dias com a homofobia. As pessoas tem que aprender que se não gostam, que mudem de canal, que todos sabem sim que gays existem, mas que eles precisam se mostrar mais do que nunca, porque diferente de obrigar a ver uma demonstração de carinho como um beijo, ser obrigado a sofrer discriminação calado é muito pior. A luta pela causa é muito complexa, e talvez essas personagens homossexuais não sejam o aspecto mais impactante nesta luta, mas é com certeza, uma grande vitória conseguir que elas estejam presentes da forma mais natural possível na mídia, para mostrar que o respeito é essencial e que amor é amor.

Então para continuar mostrando que *Clarina* tem o nosso apoio e que queremos um final feliz para o nosso casal e que elas engatem logo nesse romance e também que as cenas parem de ter somente 30 segundos, não vamos deixar de colocar nossa tag diário nos Trends Topics já que vimos que faz a diferença e saímos até no site da UOL, mas precisamos ir mais longe, por isso pedimos a todos que enviem email aos principais sites que serão listados a baixo, assim como tweets e mensagens no facebook (os dois últimos serão atualizados com mais nomes no decorrer da campanha),

pedindo para que ajudem a divulgar a nossa campanha e mandando pedidos e argumentos do porque Clara e Marina devem viver sim essa história de amor sem censura.

Fale com a Globo (@rede_globo) — O nosso principal alvo. Com a caixa de entrada cheia com nossos pedidos, eles não têm como nos ignorar, eles vão ver que não somos só uma torcida que sobe tag no twitter e não toma outras atitudes, mas também não vamos deixar de encher as mentions deles também.

Os emails enviados pela Globo, favor encaminhar também para o email: clarinainaina@gmail.com, pois eles serão impressos e o objetivo é que eles sejam entregues diretamente ao Maneco, então lembrem de exaltar como o Manoel Carlos está fazendo um excelente trabalho e que é para que ele continue.

Para o mesmo email mandem também recados para a Tainá, contando a importancia do papel dela, como ela está fazendo a diferença e agradecer por todo o carinho e apoio que ela da para a gente, pois esses emails também serão impressos e entregues a ela.

Fale com o Extra — O Extra é um dos principais sites sobre a novela e que no começo soltava vários spoilers Clarina, mas agora com as cenas cortadas também não temos spoilers. Mandem o link do Boteco pra eles, façam pedidos para falarem da campanha. O Fale com o Extra fica no final da página.

Pra quem tem wpp também mandem pedidos para o Extra pelo número (21) 99809-9952

Patricia Kogut (@PatriciaKogut) — Outro site também com chuva de spoilers Clarina no começo e que já fez até enquete perguntando se os telespectadores são a favor de Clara e Marina ficarem juntas.

Fale com o Uol (@UolNoticias)— Como tem o link da notícia lá em cima. Uol já postou até uma notícia sobre a tag #MarinaBeijaClara, então se lotarmos o fale conosco deles não vejo o porque deles não fazerem uma notícia sobre a nossa campanha. O Fale Conosco fica no final da página.

AfterEllen (afterellentips@gmail.com) — Quando a novela começou o After Ellen que é um site internacional voltado ao público bi e homossexual fez uma matéria maravilhosa sobre Clarina, como a história delas estava sendo contada. Mandem falando da campanha para eles, pedindo o apoio, pois isso já seria mais um diferencial para mandar emails para a Globo usando até o próprio site do After Ellen. Lembrando que é necessário que o email esteja em inglês.

MSN Enterterimento — O único meio de contato é pela página do Facebook, porém eles vivem postando notícias Clarina também, então...

Junto com os emails também mandem links com prints dos Trends Topics, incluindo desse sábado que fomos parar nos mundiais, mais o link do vídeo *Clarina Amor Sem Censura* encontrado logo a baixo. Vamos continuar mostrando que unidos fazendo a diferença. Que homofobia e hipocrisia não tem vez aqui. Conto com a participação de todos, pois o Boteco também é coisa séria.