

Celebração do casamento igualitário e homofobia nas redes digitais: #LoveWins na disputa de sentidos oriundos da apropriação da Havaianas¹

Jonas PILZ²

Ronaldo HENN³

Felipe Viero KOLINSKI MACHADO⁴

Universidade do Vale do Rio dos Sinos, São Leopoldo, RS

Resumo

O trabalho analisa os sentidos oriundos do modo como a marca de sandálias Havaianas apropria-se das manifestações em rede de apoio à decisão da Suprema Corte dos Estados Unidos que tornou legal, em 2015, o casamento igualitário naquele país. Ao atualizar sua foto de perfil no Facebook utilizando, inicialmente, o filtro com as cores do arco-íris e depois dispendo as sandálias em cores que lembram a bandeira do movimento LGBT, a marca desencadeou conversação em que sentidos em torno do tema homofobia foram se constituindo. A ação das Havaianas enquadra-se na condição de cibercontecimento e articula intrincadas relações que passam por questões de gênero, narrativas espalhadas e permeabilidade de fronteiras mediáticas.

Palavras-chave: cibercontecimento; disputa de sentidos; marca; sites de redes sociais; homofobia.

1. Introdução

O termo cibercontecimento designa uma proposta de conceito que visa compreender a especificidade da produção de acontecimentos jornalísticos no âmbito dos sites de redes sociais (HENN, 2014). Pesquisas nessa perspectiva, desenvolvidas no Laboratório de Investigação do Cibercontecimento – LIC, traçaram uma gama de casos que contemplam o conjunto de categorias identificadas nesses processos. São acontecimentos que envolvem desde mobilizações de cunho político até os mais radicais entretenimentos. Pensados, inicialmente, em ambientes estritamente jornalísticos, os cibercontecimentos também engendram-se em espaços publicitários, potencializando suas lógicas. Entre os casos que foram mapeados nesse setor (PILZ, 2016), destaca-se o da marca de sandálias Havaianas,

¹ Trabalho apresentado no GP Cibercultura do XVI Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Mestrando no PPG em Ciências da Comunicação da Unisinos. e-mail: jonaspilz@gmail.com

³ Professor do PPG em Ciências da Comunicação da Unisinos, doutor em Comunicação e Semiótica pela PUCSP. e-mail: henn@unisinos.br, email: henn.ronaldo@gmail.com

⁴ Doutorando no PPG em Ciências da Comunicação da Unisinos. e-mail: felipeviero@gmail.com

que vinculou-se de forma distinta a uma proliferação de manifestações em rede por conta da decisão da Suprema Corte dos Estados Unidos que tornou legal, naquele país, o casamento igualitário.

Na medida em que a homofobia constitui-se como um preconceito de grande monta na história da humanidade (FONE, 2008; BORRILLO, 2010) e ganha uma discussão intensa na sociedade contemporânea, exatamente pela visibilidade que conquista na disputa de sentidos que se orquestram em redes digitais, o artigo visa analisar este caso específico para que se extraia deles inferências que possam ajudar a compreender as tensões postas nesse conjunto de agentes. Entende-se que o caso da marca Havaianas, nesse contexto, articula, nos seus meandros, intrincadas relações que falam do acontecer contemporâneo: construções de identidades múltiplas vinculadas a performatividades em rede – que também atravessam-se em construções de gênero; narrativas espalhadas, no sentido conferido por Jenkins, Ford e Green (2013); intensa permeabilidade de fronteiras nas delimitações midiáticas tradicionais – com implicações especiais no sistema jornalístico; e potencialização de tensões semiosféricas na busca por hegemonia de sentidos.

Na sua primeira parte, o artigo contextualiza as discussões em torno de homofobia e construções de gênero. Na segunda, atualiza-se o conceito de cibercontecimento e seus desdobramentos na cultura midiática contemporânea, entre eles, os que implicam nas relações entre a produção de acontecimentos jornalísticos em rede nas interfaces com a publicidade. Na terceira, descreve-se o caso com a análise das suas articulações a partir da identificação dos sentidos em construção. E, no final, estabelecem-se as considerações finais com a sistematização das inferências obtidas.

2. Homofobia e gêneros

Byrne Fone (2008), ao traçar uma história da homofobia, destaca que, através do tempo, as pessoas têm encontrado suficientes causas para desconfiar, depreciar, atacar e, em ocasiões especiais, matar sem piedade seus vizinhos por diferenças de religião, nacionalidade e cor. O autor entende que, de fato, são poucos os grupos sociais que estão livres de alguma forma de preconceito, porém a maioria dos segmentos opostos entre si – homens e mulheres; judeus muçulmanos e cristãos; negros e brancos – estariam unidos por um ódio classificado como eterno: a aversão por um determinado grupo cuja presença é universal. “Os preceitos religiosos condenam este grupo; as leis da maioria das nações ocidentais os têm punido. São

poucas as pessoas que se importam em admitir sua presença entre eles” (FONE, 2008: p. 17). Trata-se do grupo formado pelos conjuntos de pessoas designadas como homossexuais. “A antipatia em relação a eles – e a condenação, aversão, temor e banimento da conduta homossexual – é o que se denomina como homofobia” (FONE, 2008: p. 17).

Elisabeth Young-Bruehl (1996), em *The anatomy of prejudice*, ao abordar os principais preconceitos em voga estabelece outra combinação de categorias: obsessivos, histéricos e narcisistas. O preconceito obsessivo considera seus objetos de fúria como conspiradores onipresentes, ou inimigos que se empenham em destruí-lo. Por conta disso, precisam ser eliminados. O preconceito histérico – que tem um forte componente de repressão sexual – interpreta os indivíduos odiados como “outros”, “inferiores”, ou uma “ameaça sexual”. O preconceito narcisista constrói-se na impossível tolerância da existência de pessoas que não sejam como si mesmas. A homofobia estaria entre os preconceitos que concentram, em graus diferentes, as três categorias identificadas.

Daneil Borrillo (2010) compreende a homofobia como uma manifestação arbitrária que consiste em designar o outro como contrário, inferior ou anormal. Destaca algumas expressões que constituíram a homofobia ao longo da história, entre elas: crime abominável, amor vergonhoso, gosto depravado, costume infame, paixão ignominiosa, pecado contra a natureza, entre outras. Mesmo que seja aceita na esfera íntima da vida privada, “a homossexualidade torna-se insuportável ao reivindicar, publicamente, sua equivalência à heterossexualidade” (BORILLO, 2010: p. 17). Nesse sentido, o autor conceitua a homofobia também como o medo de que a valorização dessa identidade seja reconhecida. “Ela se manifesta, entre outros aspectos, de ver desaparecer a fronteira e a hierarquia da ordem heterossexual”. A homofobia, nesse sentido, representa o risco de desestabilização que a homossexualidade pode gerar, perturbando convenções sociais, políticas e econômicas, bem como as performances de gênero esperadas de homens e de mulheres (FONE, 2008).

Ao incitarem o debate teórico sobre gêneros e sexualidades, uma série de trabalhos, que depois viriam a ser percebidos como *queer*, promovem, dentre outras coisas, uma desconstrução radical de qualquer discursividade homofóbica. Produzidos a partir de um lugar de fala marginal, escritos em grande parte por gays e lésbicas envolvidos em movimentos ativistas e também acadêmicos, os estudos *queer*, ao tomarem a palavra para si, propõem que se reflita sobre o lugar dos subalternos pelo ponto de vista deles próprios. Ao deslocarem a injúria (uma vez que o próprio termo *queer*, em inglês, referir-se-ia a um xingamento, significando algo como estranho, esquisito) e ao erguerem-se sobre ela para

falar, tal perspectiva propicia um questionamento radical dos processos de subjetivação (PRECIADO, 2009).

No que se refere ao contexto de seu desenvolvimento, pode-se dizer que as origens do que se concebe como teoria *queer* estariam ligadas à segunda onda feminista, ao movimento negro do sul dos Estados Unidos e, mais especificamente, à postura da população em geral frente aos homossexuais que, em um cenário de epidemia de AIDS e pelo medo da contaminação, eram percebidos como grupo abjeto cuja repulsa era recomendada e estimulada (*queer nation*). De um ponto de vista teórico e metodológico, ainda, ela seria herdeira do encontro dos Estudos Culturais norte-americanos com o Pós-Estruturalismo francês, tendo como aspecto importante a desconstrução das noções clássicas de sujeito e de identidade (MISKOLCI, 2007; 2012).

Tomada como perspectiva teórica e política, a teoria *queer* consolida-se ao estabelecer sua crítica tendo em vista um modelo de hegemonia heteronormativa e os binarismos (hetero/homo; homem/mulher; integrado/excluído) que o cancelam. Conforme lembra Córdoba (2005), ao considerar a sexualidade como um campo aberto de relações de poder e como uma dispersão de pontos de dominação e de resistência, a teoria *queer* propõe que a resistência se dê em múltiplos espaços articulados e políticos. Tal qual diz Preciado (2009) trata-se de um espaço de empoderamento e de mobilização revolucionária.

Judith Butler (2012), uma das principais autoras desse campo, introduziu importante ruptura quando propõe que não apenas o gênero engendra-se como construção, mas o próprio sexo: a ideia de um sexo pré-discursivo apenas asseguraria a estabilidade de uma lógica binária e a manutenção de dicotomias (macho/fêmea). Longe de serem substâncias permanentes, portanto, as categorias sexo e gênero teriam a sua coerência e relação estabelecida a fim de garantir a manutenção daquilo que Rich (2010) definiu como “heterossexualidade compulsória”. “Resulta daí que o gênero não está para a cultura como o sexo está para a natureza; ele também é o meio discursivo/cultural pelo qual a natureza sexuada ou um sexo natural é produzido e estabelecido como pré-discursivo” (BUTLER, 2012, p. 25).

Dessa forma, toma o gênero como “uma complexidade cuja totalidade é permanentemente protelada” (BUTLER, 2012, p. 37), questiona a razão desse ser apenas em número de dois (masculino/feminino) e traz a noção de “gêneros inteligíveis” a fim de discorrer sobre aquilo que, mantendo a continuidade esperada entre sexo/gênero/desejo, seria aceito, bem como sobre aquilo que rompendo com esse velho sonho simétrico, seria

incompreensível e, por conseguinte, posto à margem (HENN e MACHADO, 2015).

Tomando, então, o gênero como um contínuo fazer, como um devir e uma atividade, e aproximando-se, da noção de performance de Austin (1962), Butler (2012, p. 48) dirá que ele se mostra “performativo no interior do discurso herdado da metafísica da substância – isto é, constituinte da identidade que supostamente é”, consistindo em uma repetição que se dá no corpo, dentro de um quadro regulado e controlado, e que, ao longo do tempo, adquiriria a aparência de uma naturalidade.

3. Ciberacontecimentos

Entre as teorias do acontecimento destaca-se formulação proposta por Louis Quéré (2005), que o situa no nível da afetação e da experiência. Em outras palavras, o acontecimento só atinge essa estatura quando vivido no campo da experiência: ele afeta sujeitos que, a partir da sua vivência, necessitam dar sentido à sua emergência. Ao produzir sentidos e experiências, o acontecimento instala campos problemáticos em torno dos quais comunidades inteiras podem se articular em potenciais disputas de sentidos. O jornalismo, desde a sua consolidação nas sociedades liberais e industriais do século XIX, transformou-se em instituição pública (ao mesmo tempo de natureza privada e comercial) que trouxe, para si, a hegemonia tanto das narrativas sobre os acontecimentos como da pauta do debate público que eles suscitam. Esse protagonismo do jornalismo como mediação privilegiada entre acontecimentos públicos e sociedade atravessou o século XX e desencadeou propostas teóricas importantes, como as teorias construcionistas (TUCHMAN, 1983; ALSINA, 1989; TRAQUINA, 2004), agenda-setting (McCOMBS, 2009) e das que se dedicam especificamente ao acontecimento jornalístico (BERGER e TAVARES, 2010).

Com o avanço das plataformas digitais e conexões online, o jornalismo inicia processo de transformação de suas práticas, formatos e narrativas (PALÁCIOS e NOCI, 2009; MACHADO e PALÁCIOS, 2003; MIELNICZUK, 2004; SCHWINGEL, 2012). A partir dos ambientes possibilitados pela web 2.0, no começo do Anos 2000, potencialidades como interatividade, hipertextualidade, multimidialidade, personalização, instantaneidade e memória são absorvidos pelo jornalismo, o que não só altera os modos de circulação dos seus conteúdos, como também estabelece novas formas de relação com seus públicos, que passam a ter papel mais ativo nessas construções. Em paralelo, experiências autônomas advindas da configuração dos blogs e da blogosfera (PRIMO, 2007; RECUERO, 2003), fazem aparecer

narrativas sobre acontecimentos que escapam dos núcleos hegemônicos do jornalismo tradicional.

A consolidação dos sites de redes sociais e dos smartphones, associadas às tecnologias 3G e 4G intensificam as dinâmicas de conectividade e aprofundam as transformações em curso. Os ambientes de convergência, que impulsionaram alterações profundas no plano da cultura (JENKINS, 2009), desdobram-se em processos de espalhamento mediático. Migra-se, de vez, de processos distributivos, concentrados no topo das organizações de mídia, para processos de circulação, de características híbridas e não lineares (JENKINS, FORD e GREEN, 2013). O conteúdo literalmente espalha-se numa série de transações entre agentes de diferentes quilates. Configura-se, nessa cena tecnológica e cultural, o jornalismo em rede (HEINRICH, 2011; RUSSELL, 2011), em que as narrativas convertem-se em nós conectivos agenciados por plataformas e atores distintos.

Esse conjunto de condições sistêmicas iniciais (HENN e OLIVEIRA, 2015) faz eclodir o que se designa aqui como ciberacontecimentos (HENN, 2014). Tratam-se de acontecimentos que, na condição de expressões contemporâneas da cibercultura, constituem-se em redes digitais e geram narrativas de natureza convergente e transmidiática: sua potência vincula-se ao nível de afetação que propulsiona, intensificada pela experiência desse acontecer em rede. Mobilizações globais, ações digitais, exercícios de cidadania, ações afirmativas, entretenimentos e subjetividades, compõem categorias provisórias de ciberacontecimentos delineadas pelas pesquisas que se dedicam a investigá-lo (HENN, 2015).

Os ciberacontecimentos, nos modos como se compreende nesse texto, possuem, pelo menos, três dimensões a considerar: os processos transnarrativos e hipermediáticos que incluem a presença de outros atores fora dos núcleos do jornalismo tradicional; a reverberação instantânea que passa a ser incorporada na própria narrativa, também a constituindo; e a eclosão desses outros modos de acontecimento que se tramam no cenário de conexões sistêmicas altamente complexas (HENN, 2013). Essas dinâmicas potencializam uma crise no jornalismo contemporâneo, de natureza sistêmica, que afeta parâmetros como o da estruturalidade e identidade (HENN e OLIVEIRA, 2015).

Entre os atores que vinculam-se a essas novas formas de acontecer, estão os oriundos do campo da publicidade. Percebem-se a emergência de casos em que se identificam estratégias de visibilidade e inserção de marcas tanto nas interfaces dessas narrativas, como também na incorporação de suas dinâmicas. Esse comportamento do mercado publicitário

problematiza as fronteiras sempre delicadas com o jornalismo. Na sua modalidade impressa, no século XIX, o jornal compunha um media na qual a publicidade vinculava-se, tanto do ponto de vista da sustentabilidade de um modelo de negócios, como no plano semiótico, no estabelecimento dessas fronteiras. Em cenário convergente e de espalhamento mediático, essas fronteiras tornam-se fortemente porosas.

O vínculo com acontecimentos também são formas de performatizações contemporâneas, que envolvem capitais sociais (RECUERO e ZAGO, 2011) e construções de identidades (HENN, GONZATTI e MACHADO, 2016). São performatizações de si, que implicam na construção de narrativas, em que se percebem a permeabilidade de códigos, entre outros, do jornalismo, moda, cultura pop e publicidade. Campos problemáticos desenham-se em disputas, muitas vezes, acirradas de sentidos, dando novas mobilidade a semiosfera (no sentido de LOTMAN, 1999). As questões de gênero estão entre os que irrigam a rede nessas tensões semiosféricas. O caso da marca Havaianas, que passamos a descrever e analisar, contém elementos importantes na problematização do ciberacontecimento.

4. Troca de imagens de perfil em apoio ao casamento civil igualitário

A aprovação do casamento igualitário pela Suprema Corte dos EUA em 26/06/2015 teve grande impacto no mundo. Embora alguns estados já tivessem aprovado leis de igualdade nesse sentido, a Suprema Corte do país tornou o direito ao casamento civil uma lei federal, válida em todo o território estadunidense. Após o anúncio da aprovação, muitos atores sociais, entre eles personalidades e instituições, manifestaram-se a respeito, tomando posicionamento. O Facebook disponibilizou um aplicativo para que os seus usuários modificassem a imagem de seus perfis, aplicando um filtro com a bandeira do arco-íris, que é utilizada como símbolo pelo movimento LGBT. Além disso, atores sociais em rede passaram a produzir e reproduzir mensagens de apoio à resolução norte-americana com a utilização das hashtags “#LoveWins” e “#Loveislove”, que evidenciam o valor emocional da afetação da decisão jurídica. Assim, a hashtag é entendida como dotada de um sentido de positividade, uma vitória que, ainda que se cristalize diretamente a uma parcela não contemplada em seus direitos, pode ser comemorada por todos que agora partilham dos mesmos direitos em relação à união civil.

Após a decisão da Suprema Corte, a circulação da notícia nos veículos de comunicação e mobilizações de apoio e contrariedade nos sites de redes sociais, instituições

públicas e com interesses mercadológicos passaram a demonstrar seu posicionamento em torno do acontecimento, aplicando o filtro nos avatares, ou outro tipo de ícone das marcas, ou ainda desenvolvendo suas próprias publicações a respeito. A mobilização foi percebida primeiramente nos Estados Unidos, e depois em outros países, como o Brasil. Em sua página no Facebook, a Havaianas fez duas atualizações relacionadas ao caso (Figuras 1). A primeira atualização foi uma nova “foto de perfil” da página, contendo a imagem de parte de um chinelo da marca com a bandeira do arco-íris, e nenhum texto complementar. A segunda atualização é uma publicação apresenta a foto da disposição de chinelos da marca com algumas das cores da bandeira do arco-íris. Mesmo sem conter todas as cores da bandeira, distribuídas em outras disposição, a hashtag #LoveWins utilizada na legenda como texto único da legenda, não deixa dúvidas. A utilização também completa a participação da Havaianas nos dois principais recursos de circulação e posicionamento do ciberacontecimento: a legenda e o filtro.

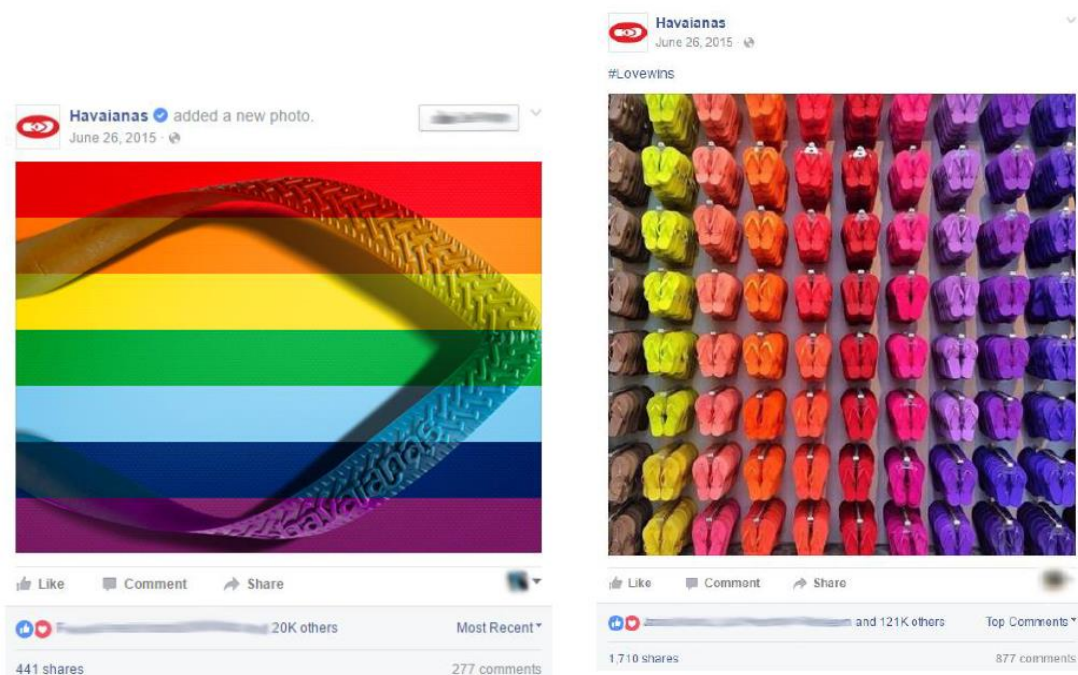


Figura 1 - Atualizações da página da Havaianas

Os sentidos oriundos da conversação em rede originada pela Havaianas são observados apenas a partir dos comentários publicados nos espaços disponibilizados pela página da marca. A metodologia utilizada neste trabalho é a análise de construção de sentidos em redes digitais, em desenvolvimento pelo LIC. Nesse caso, o processo desdobrou-se em

três etapas: 1) *mapeamento e identificação*, 2) *categorização* e 3) *inferências*. Após a identificação do ciberacontecimento e da apropriação da página da Havaianas, observa-se os comentários nas atualizações, com a intenção de perceber os desdobramentos da conversação em torno do acontecimento e outras possíveis referencialidades. Aqui, já são percebidos de forma abrangente alguns sentidos, embora ainda não organizados sob categorias.

A etapa de categorização procura delimitar núcleos de sentidos. Nessa fase, agregam-se comentários e respostas de sentidos próximos em designações abrangentes. As etapas são indissociáveis e, assim, a terceira, a de produção de inferência, absorve os demais processos desenvolvidos (incluindo, as discussões teóricas em torno do objeto). Tratando-se de processos em redes, as categorias propostas não são fechadas: são porosas e cambiantes, mas com traços suficientemente comuns para endossar a produção de inferências.

Propõe-se também a representação dos sentidos através de *esferas de sentido* e *sentidos específicos*, na etapa de categorização. As *esferas de sentido* são as referências das mensagens, os destinatários dos comentários, a que ou quem são direcionadas. Os *sentidos específicos* são as atribuições de sentido propriamente dadas nessas mensagens. Esta proposta surge a partir do reconhecimento de que em conversações em rede, as mensagens carregam não apenas sentidos, mas seus endereçamentos, mesmo que não se tratem especificamente de pessoas. As esferas de sentido, contudo, já estão carregadas de significação, e contribuem para a demonstração das interseções entre as categorias.

Dentro dessa proposta, são identificadas três esferas: *a) Havaianas*, que agrega as mensagens direcionadas à empresa, seus produtos e às apropriações do acontecimento; *b) Resolução e desdobramentos*, que corresponde aos comentários sobre a decisão da Suprema Corte, a repercussão e as especificidades da celebração nas redes digitais, como a #LoveWins e o filtro do Facebook; *c) Crenças religiosas*, aos comentários fundamentados em textos religiosos e a interpretação destes. Quanto aos *sentidos específicos*, identificaram-se nove:

- *Reconhecimento e implicações do posicionamento*: este núcleo abrange as mensagens que entendem as atualizações da Havaianas como um posicionamento perante o acontecimento, e que tal atitude a transforma em uma organização vinculada à causa LGBT, cujo público-alvo passaria a ser composto por pessoas que apoiam o casamento igualitário. Há a sugestão de que, quem não apoia, deveria ter predileção por outras marcas, refutando a Havaianas e impactando sua receita.



Figura 2 - Reconhecimento e implicações do posicionamento

- *Orgulho da marca*: manifestações de apoio a Havaianas e seu posicionamento, que demonstram afetos anteriores, marcados por relações comerciais ou trabalhistas que sugerem pertencimento.



Figura 3 - Orgulho da marca

- *Associação a outras campanhas e posicionamentos de marcas*: este núcleo agrega as mensagens em que há a associação da apropriação da Havaianas com outras campanhas publicitárias recentes envolvendo o tema LGBT. Destaca-se, sobretudo, a campanha do Boticário para o “Dia dos Namorados” de 2015. Sentidos de acontecimentos próximos entrecruzam-se aqui.

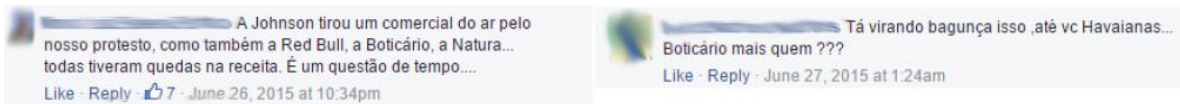


Figura 4 - Associação a outras campanhas e posicionamentos de marcas

- *Deslegitimação (e legitimidade) da mobilização perante outros problemas*: nesta categoria estão mensagens que questionam a repercussão e a mobilização em torno da aprovação do casamento igualitário, entendido como uma “causa menor” ou até mesmo como uma “não-causa”, enquanto outras causas, como a fome e miséria, por exemplo, seriam deixadas de lado pela atenção das pessoas. Incluem-se também agrega as mensagens que contestam esse sentido. O que confere legitimidade é nomeado em segunda posição na categorização porque surge como resposta às atribuições de deslegitimação.

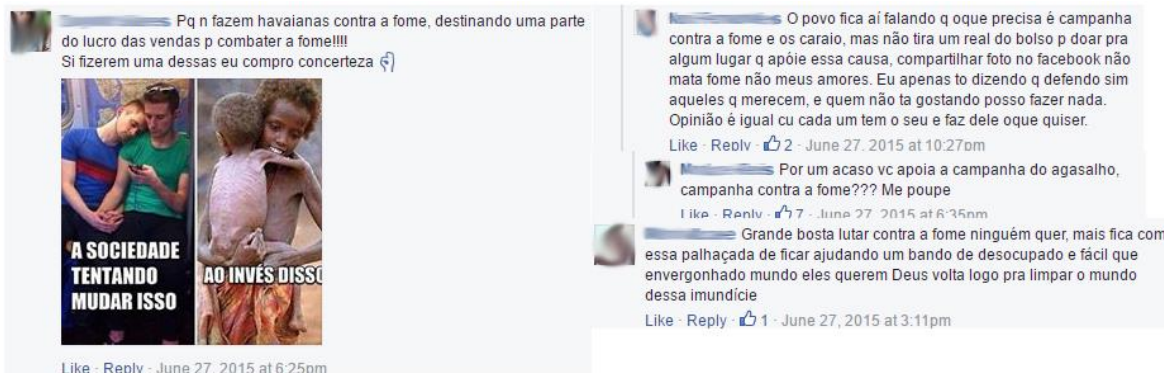


Figura 5 - Deslegitimação (e legitimidade) da mobilização perante outros problemas

- *Dissociação entre heterossexualidade e preconceito*: esta categoria surge a partir do entendimento de que alguns discursos contrários ao casamento igualitário e/ou homofóbicos poderiam atribuir a heterossexualidade como condição determinante na configuração desses posicionamentos. Nestas mensagens os atores sociais afirmam serem heterossexuais e apoiadores da decisão da Suprema Corte, das lutas LGBT e contra os preconceitos sofridos por estes.



Figura 6 - Dissociação entre heterossexualidade e preconceito

- *Preconceitos*: nesta categoria estão mensagens que atribuem sentidos de preconceito e falta de respeito nos discursos contrários e de apoio ao acontecimento, à publicação e a Havaianas. Há também mensagens que relativizam a atribuição de preconceito nas manifestações opinativas. O preconceito aqui é sempre implicado para “o outro”.

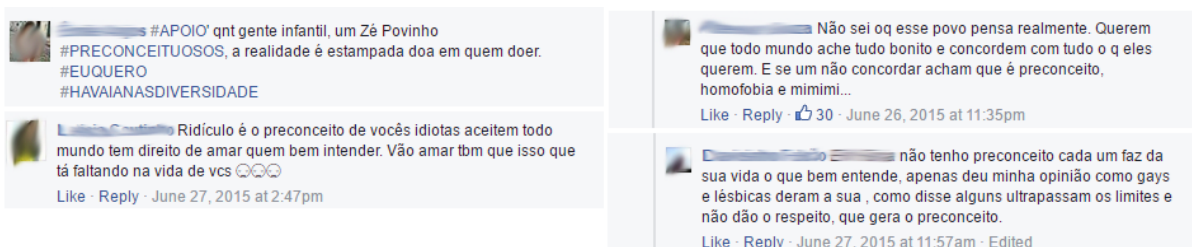


Figura 7 – Preconceitos

- *Relativização da homofobia*: esta categoria emerge da observação de mensagens que se associam a argumentos de relativização de causas minoritárias, na contestação de que "qualquer coisa" seja considerada homofobia. Esse núcleo pauta-se pela defesa de que discursos contrários ao casamento igualitário deveriam ser tratados apenas como opiniões que estariam asseguradas pelo princípio liberdade de expressão.



Figura 8 – Relativização da homofobia

- *Orientações apocalípticas e ironização*: nesta categoria encontra-se a produção de sentidos oriundas de interpretações dos textos bíblicos e crenças cristãs, com ênfase no castigo severo para quem não segue esses dogmas, exaltado pelo "juízo final" ou "a volta de Jesus Cristo". Esta categoria também é entendida de forma bilateral, já que as mensagens são contrastadas com uma ironização do sentido aplicado.



Figura 9 – Orientações apocalípticas e ironização

- *Discursos de conciliação*: esta categoria surge a partir da percepção dos atores sociais de que há um embate já configurado entre favoráveis e contrários ao casamento igualitário, à legitimidade da homossexualidade e ao posicionamento da Havaianas. As mensagens têm caráter de conciliação, de “cessar-fogo”, apontando que opiniões devem ser respeitadas, assim como as escolhas e vidas individuais não devem ser julgadas pela falta de consonância com determinadas crenças e opiniões.

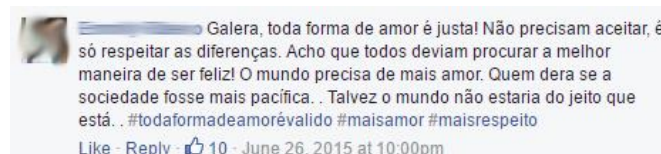


Figura 10 – Discursos de conciliação

Desta forma, propõe-se a representação dessas categorias, no intuito de visualizar as interseções entre eles, o diagrama de sentidos:

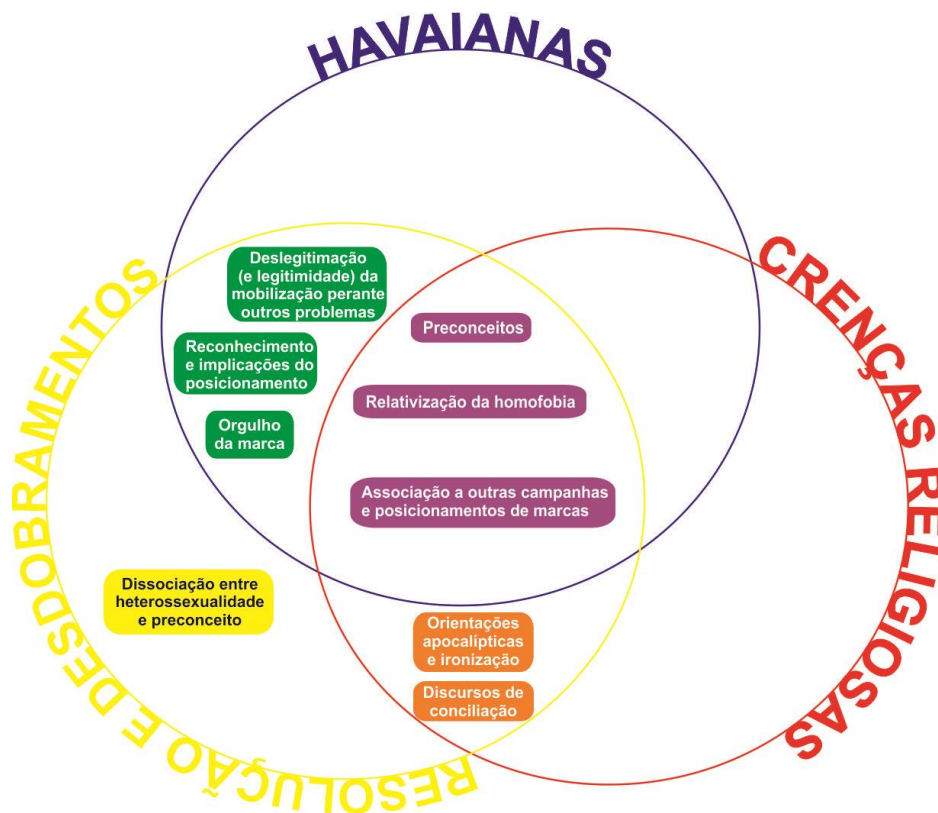


Figura 11 – Diagrama de Sentidos

Considerações finais

Os modos como as apropriações da marca Havaianas, aqui analisadas, afetaram os atores sociais envolvidos nesse acontecimento/conversação em rede (identificados como clientes e colaboradores) acentuam sentidos que ora aproximam esse atores, que endossam o posicionamento de celebração à decisão sobre o casamento igualitário, ora afastam os que expressam discursividade homofóbica (que prometem deixar de consumi-la). A ideia de pertencimento aparece fortemente constituída nessa paleta de sentidos (seja no orgulho de estar-se vinculado a uma marca que defende causas importantes ou no aplauso que sugere fortalecimento de vínculos), assim como de ruptura (no caso das mensagens que condenam o posicionamento).

Esse acontecimento em rede coloca a marca na condição de protagonista de um debate numa sucessão de apropriações: das próprias Havaianas em relação ao acontecimento em si

(uma adesão no plano icônico, na textura visual da marca, à aprovação do casamento igualitário) e do modo como os atores vão se apropriando dessa apropriação ao gerar essa intensa conversação. Camadas de semioses vão se interpondo, atravessadas por sentidos conflitantes que tem, como fundo, a iconicidade gráfica da marca. Dessa forma, a marca coloca-se na condição de condutora de uma semiodiversidade e de uma narrativa espalhada, incorporando, com aparente eficácia estratégica, preceitos do cibercontecimento. Em contrapartida, o debate em torno da homofobia ganha singular guarida nesse posicionamento.

REFERÊNCIAS

- ALSINA, M. R. **La construcción de la noticia**. Barcelona: Paidós, 1989.
- AUSTIN, J. **Quando dizer é fazer**. Porto Alegre, Artes médicas, 1990.
- BERGER, C.; TAVARES, F. Tipologias do acontecimento jornalístico. In: BENETTI, M; FONSECA, V. **Jornalismo e Acontecimento: mapeamentos críticos**. Florianópolis: Insular, 2010. P.p. 121-142.
- BORILLO, D., **Homofobia, história crítica de um preconceito**. Belo Horizonte: Autêntica, 2010.
- BUTLER, J. **Problemas de gênero: feminismo e subversão da identidade**. Editora Record, 2012.
- CÓRDOBA, D. Teoría queer: reflexiones sobre sexo, sexualidad e identidad. Hacia una politización de la sexualidad. In: CÓRDOBA, D.; SÁEZ, J.; VIDARTE, P. (Ed.). **Teoría queer: políticas bolleras, maricas, trans, mestizas**. Egales Editorial, 2005.
- FONE, B. Homofobia, una historia. México: Editorial Océano, 2008.
- HEINRICH, A. **Networked Journalism**. Londres: Routledge, 2011.
- HENN, R. **El cibercontecimiento: producción y semiosis**. Barcelona: Editorial UOC, 2014.
- _____. “Seis categorias para o cibercontecimento”. In: NAKAGAWA, Regiane Miranda; SILVA, Alexandre Rocha. (Org.). **Semiótica da Comunicação II**. São Paulo: Intercom, 2015, v. 2, p. 208-227.
- HENN, R. C.; OLIVEIRA, F. M. Jornalismo e movimentos em rede: a emergência de uma crise sistêmica. **Revista FAMECOS** (Online). , v.22, p.1 - 19, 2015.
- HENN, R.; MACHADO, F. V. K. Mas... e o beijo das travestis? De feliko e clarina, dos sentidos produzidos em rede e de quem pode (e como pode) beijar no horário nobre. **Contemporanea** (UFBA. Online). , v.13, p.366 - 381, 2015.
- HENN, R; GONZATTI, C. e MACHADO, F. V. K., JORDAN LIVES FOR THE APPLAUSE: perfomances de si como propulsoras de cibercontecimentos. XXV Encontro Nacional da Compós. Goiania, 2015. <http://www.compos.org.br/biblioteca.php>
- YOUNG-BRUEHL, E. The anatomy of Prejudices. Cambrige: Harvard University Press, 1996.
- JENKINS, H. **Cultura da convergência**. São Paulo: Aleph, 2009.

- JENKINS, H.; FORD, S. e GREEN, J., **Spreadable Media, Creatin, Value and Meaning in a Networked Culture**. Nova York: New York University Press, 2013.
- LOTMAN, Y. **Cultura y explosión, Lo previsible en los procesos de cambio social**. Barcelona: Gedisa Editorial, 1999.
- MACHADO, E; PALACIOS, M. (orgs). **Modelos de jornalismo digital**. Salvador: Calandra, 2003.
- McCOMBS, M. **A Teoria da Agenda. A mídia e a opinião pública**. Petrópolis: Vozes, 2009.
- MIELNICZUK, L. **Jornalismo na web: uma contribuição para o estudo do formato da notícia na escrita hipertextual**. 2003. Tese (Doutorado) – Universidade Federal da Bahia, Faculdade de Comunicação, Salvador.
- MISKOLCI, R. A Teoria Queer e a Questão das Diferenças: por uma analítica da normalização. In: **CONGRESSO DE LEITURA DO BRASIL**. 2007. p. 1-19.
- MISKOLCI, Ri. **Teoria Queer: um aprendizado pelas diferenças**. Autêntica, 2012.
- PALÁCIOS, M. e NOCI, J. D. (Eds), **Ciberperiodismo: métodos de investigación: Una aproximación multidisciplinar em perspectiva comparada**. Servicio Editorial de la Universidad del País Vasco, 2009.
- PILZ, J. Ciberacontecimento e estratégias de relacionamento: análise de conversação em redes digitais. Texto de Qualificação apresentado em 05/07/2016 para obtenção do título de Mestre em Ciências da Comunicação pela Universidade do Vale do Rio dos Sinos, 130p, 2016.
- PRECIADO, B. **Terror anal. El deseo homosexual**, p. 133-174, 2009.
- PRIMO, A. **Interação mediada por computador: comunicação, cibercultura, cognição**. Porto Alegre: Sulina, 2007
- QUÉRÉ, Louis. Entre facto e sentido: a dualidade do acontecimento. **Trajectos – Revista de Comunicação, Cultura e Educação**. Lisboa, nº 6, 2005, p. 59-76.
- RECUERO, R. Warblogs: Os Weblogs, o Jornalismo Online e a Guerra no Iraque. **Verso e Reverso** (São Leopoldo), São Leopoldo, n.37, p. 57-76, 2003.
- ___ **A conversação em rede** : Comunicação Mediada Pelo Computador e Redes Sociais na Internet. Porto Alegre: Sulina, 2014.
- RECUERO, R.; ZAGO, G. A Economia do Retweet: Redes, Difusão de Informações e Capital Social no Twitter. **Contracampo**, v. 1, p. 19-43, 2012
- RUSSELL, A., **Networked, a Contemporary History of News in Transition**. Cambridge: Polity Press, 2011.
- SCHWINGEL, C. **Ciberjornalismo**. São Paulo: Paulinas, 2012.
- TRAQUINA, N. **Teorias do Jornalismo. Porque as notícias são como são**. Volume 1. Florianópolis: Insular, 2004.
- TUCHMAN, G. **Making News: A study in the construcion of reality**. New York: The Free Press, 1983.