



DOI: <http://dx.doi.org/10.22484/2177-5788.2016v42n2p409-422>

Engajamentos e trans-visibilidades de Laerte Coutinho no ciberespaço: um estudo de caso¹

Hadriel Geovani da Silva Theodoro

Resumo: O presente artigo tem como objetivo verificar os processos de engajamento das pessoas transgêneras no ciberespaço. A problemática principal se volta à possibilidade de as pessoas transgêneras, normalmente impelidas às margens da sociedade, valerem-se do ciberespaço para estabelecer suas visibilidades e demandas por cidadania. Para tanto, pautando-nos na etnografia virtual como metodologia, analisamos quantitativa e qualitativamente as publicações e conteúdos de Laerte Coutinho, cartunista de renome nacional e pessoa transgênera, no site de rede social Facebook, entre os meses de janeiro e abril de 2015. De modo geral, constata-se um constante fluxo de engajamento alavancado por suas publicações, assim como um posicionamento a respeito de questões sociais, políticas e da comunidade LGBT.

Palavras-chave: Transgeneridade. Comunicação. Consumo. Ciberespaço.

Engagements and trans-visibilityes of Laerte Coutinho in cyberspace: a case study

Abstract: This article aims to verify the processes of engagement of transgender people in cyberspace. The main problem is the possibility that transgender people, usually impelled on the margins of society, use cyberspace to establish their visibilities and demands for citizenship. In order to do so, based on virtual ethnography as methodology, we analyzed quantitatively and qualitatively the publications and contents of Laerte Coutinho, a nationally renowned cartoonist and transgender person, on the social networking site Facebook between January and April 2015. In general, there is a constant flow of engagement leveraged by its publications, as well as a positioning on social, political and LGBT issues.

Keywords: Transgenderism. Communication. Consumption. Cyberspace.

¹ Uma primeira versão deste artigo, sob o título Transgeneridade, consumo e cidadania: engajamentos de Laerte Coutinho no ciberespaço, foi apresentado no COMUNICON 2015 (5 a 7 de outubro 2015), evento do PPGCOM ESPM/SÃO PAULO.



Introdução

Entre os anos de 2014 e 2016, desenvolvi no Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Práticas de Consumo da Escola Superior de Propaganda e Marketing a pesquisa de mestrado intitulada “Transgeneridade, mídia e consumo: um estudo de caso das visibilidades midiáticas de Laerte Coutinho”. Seu objetivo esteve orientado à compreensão das visibilidades midiáticas das pessoas transgêneras, voltadas à ideia de uma política da diferença. Busquei investigar, portanto, as articulações das visibilidades midiáticas que perpassam uma atuação política das pessoas transgêneras por reconhecimento e inserção social não calcados em estereótipos, preconceitos, estigmas e discriminações.

Para tanto, voltando-me ao contexto brasileiro, pude apreender na trajetória de vida de Laerte Coutinho um conjunto de experiências no tocante às dimensões do gênero, da transgeneridade, das políticas de visibilidade das pessoas transgêneras e de práticas de consumo que pautaram o estudo empírico da referida pesquisa. Neste sentido, o objetivo principal foi verificar como se processam as visibilidades relacionadas às pessoas transgêneras nas esferas midiáticas, e como compõem alguns enquadramentos sobre elas.

No presente artigo, realizo um recorte da análise que focaliza a questão referente à militância e ao engajamento de Laerte, a partir de sua página pessoal no site de rede social Facebook². O intuito foi investigar, por meio de uma metodologia baseada na etnografia virtual, se Laerte apresenta e mantém algum tipo de engajamento neste ambiente digital, já que se trata de um site que concede aos seus usuários certa autonomia de expressão e comunicação.

A análise foi extremamente válida ao estudo, pois também retratou a produção, circulação e consumo da própria visibilidade midiática de Laerte, nas quais se entremeiam práticas de consumo. Por outro lado, haja vista que os processos de apropriação das redes comunicacionais e midiáticas permitem articular as demandas por cidadania em suas mais amplas dimensões, o caso de Laerte auxiliou no delineamento das interfaces entre comunicação, consumo e cidadania. Obviamente estou trabalhando aqui com o contexto das redes sociais digitais; mas, mesmo assim, busco refletir acerca das experiências dessa minoria representativa

² Site e serviço de rede social. Fundado em 2004, é operado pela empresa *Facebook Inc.*, com sede nos Estados Unidos. Atualmente conta com mais de 1 bilhão de usuários em todo o mundo.



(as pessoas transgêneras), que reiteradamente é forçada a lugares de fala silenciados, conforme Preciado (2008).

Transgeneridade e os ambientes digitais

Quando a biologia dos corpos é afixada como uma essência constitutiva dos gêneros e da sexualidade, sendo a anatomia dos genitais seu marco central, uma miríade de vivências que não se adequam a essa equação hermética passa a ser socioculturalmente desconsiderada. Advém desse processo um conjunto de normatizações que recaem sobre nossas subjetividades, corpos e desejos. Inserido em tal esquematização, o ser que nasce com uma vagina é designado automaticamente “mulher”, e deverá desempenhar ao longo de sua vida performances de gênero que condigam com um ideal de feminilidade; já um recém-nascido que tenha pênis, será designado “homem” e precisará manter inabaláveis os símbolos da masculinidade. Num império fenotípico, são meramente critérios visuais que, no momento do nascimento (ou mesmo antes disso, por meio de técnicas ultrassonográficas), delimitam sexo e, em consequência, gênero.

Para Preciado (2011, p. 17, tradução do autor), “os papéis e as práticas sexuais, que naturalmente se atribuem aos gêneros masculino e feminino, são um conjunto arbitrário de regulações inscritas nos corpos que asseguram a exploração material de um sexo sobre o outro”. Isso significa que ambos os conceitos, sexo e gênero, são arquiteturas relacionais produzidas pela e na cultura, suscetíveis a mudanças no decorrer do tempo e em diferentes sociedades.

A partir de um estudo etnográfico sobre crianças que possuem um órgão genital visualmente ambíguo, também denominadas “intersexos”, Machado (2005, p. 253-254) corrobora com esta concepção ao sustentar que:

O sexo é tão construído na cultura quanto o gênero e [...] as fronteiras entre o “natural” e o “não natural” são facilmente borradas quando se trata de defini-las a partir do que é considerado dentro ou fora das normas sociais. [...] Dessa forma, se há, por um lado, uma construção, por outro ela é incorporada pelos atores sociais como natural.



A vagina e o pênis são órgãos que sofrem um processo de generificação e de sexualização, que, posteriormente, expande-se para todo o corpo. Sendo assim, acabam por refletir em nossa subjetivação enquanto sujeitos que devem obedecer a uma natureza que em si mesma não possui nada de natural. Em suma:

Os órgãos sexuais como tais não existem. Os órgãos que reconhecemos como naturalmente sexuais são já o produto de uma tecnologia sofisticada que prescreve o contexto em que os órgãos adquirem sua significação (relações sexuais) e se utilizam com propriedade, de acordo com sua “natureza” (PRECIADO, 2011, p. 23, tradução do autor).

Especificamente no tocante ao gênero, a problemática que uma categorização tão inerte gera é a necessidade intermitente que os sujeitos passam a ter em alocar o outro em terminologias, corporalidades e performances que correspondam estritamente às duas possibilidades hegemônicas: mulher ou homem. Riley (1985, p. 11 apud SCOTT, 1995, p. 83) constata que “o caráter historicamente construído da oposição entre o masculino e o feminino produz como um dos seus efeitos, justamente, a aparência de uma oposição invariável e monótona entre homens e mulheres”. Sempre mantida no nível do imaginário, toda uma homogeneidade do gênero é estimada em detrimento de sua plasticidade.

Nesta perspectiva, podemos considerar aquelas e aqueles que em alguma medida não se ajustam à condição bipartida entre “mulher-feminilidade” e “homem-masculinidade”, permanecendo em um trânsito entre estas categorizações, como pessoas transgêneras.³ Há uma distinção ontológica-sexual, segundo Preciado (2008), que se perpetua pelo não respeito às normas, entre um sujeito *bio*, que conserva em seu corpo o gênero designado no nascimento, e um sujeito *trans*, aquele que recorre a diferentes recursos para modificar essa mesma designação. Assim, a transgeneridade se converte em matizes que se negam a ser deslocados para uma ou outra esfera. São nuances de feminino e de masculino que se miscigenam em gradações as mais heterogêneas.

O problema reside, no entanto, na não legitimação social dessas identidades em fluxo. Justamente por transgredir as normas que regimentam os gêneros, a pessoa transgênera sofre

³ Vale salientar que essas definições também se encontram alocadas em um campo de disputas, e estão suscetíveis a diferentes conformidades, apropriações e (re)significações.



com preconceitos, discriminações e estigmas, sendo constantemente impelida às margens de nossa sociedade e cultura. Os corpos transgêneros já não importam e sua humanidade é continuamente deteriorada através das exclusões que se dão tanto em nível institucional, compreendendo, por exemplo, a família, o Estado, a Igreja, o sistema educacional, o direito e a medicina, quanto sociocultural, quando reconhecemos a estigmatização perpetuada e incorporada nos símbolos que reproduzem alguma indeterminação dos gêneros.

De acordo com De Jesus (2014), a fobia em torno dos sujeitos trans, ou *transfobia*, faz com que eles passem por experiências discriminatórias com a linguagem e terminologias, na restrição à cidadania, na apropriação de espaços públicos e muitas vezes com a psiquiatrização e patologização de suas vivências.⁴ Mas isso não ocorre apenas nos dias atuais. Trata-se, conforme Scott (1995), de um processo histórico, que culmina com o gênero sendo apreendido nos domínios estruturais e ideológicos das relações interpessoais ao longo dos séculos.

É por esta razão que, apesar de certas conquistas e avanços em direitos e visibilidade, ainda estamos muito distantes de alcançarmos um estado no qual essas conquistas e avanço sejam simplesmente desnecessários. Para Louro (2001), essa corresponderia a uma *sociedade pós-identitária*. Até que não a alcancemos, os embates nos campos sociais, políticos e culturais continuam sendo decorrentes de múltiplos esforços para a supressão de todos esses sujeitos desviantes das normatizações de gênero e da sexualidade.

Como todos estes entraves são perpassados pelos processos comunicativos, inclusive pelas mídias hegemônicas, a situação conflitante se prolonga no sentido do *se fazer ver* e *se fazer ouvir*. Porém, as forças empregadas são desproporcionais. Enquanto os meios de comunicação tradicionais, como jornal, televisão e rádio, caracterizam-se por uma audiência massiva, para as quais transmitem conteúdos impregnados de ideologias próprias, institucionalizadas, as pessoas transgêneras dificilmente conseguem o mesmo abarcamento ou inserção.

⁴ Desde o ano de 1993, de acordo com a Classificação Internacional de Doenças (CID-10), elaborada pela Organização Mundial da Saúde (OMC), a transexualidade é tida como um "Transtorno de Identidade de Gênero", ou seja, uma patologia.



Estando tais meios de comunicação implicados em delimitações ideológicas de uma hegemonia binária e heteronormativa⁵, já que “tornar visível um corpo implica que lhe designemos, de uma maneira unívoca e definitiva, o gênero masculino ou feminino” (PRECIADO, 2008, p. 101, tradução do autor), as vozes das pessoas transgêneras são comumente silenciadas, impossibilitando uma verdadeira dialogia com o grande público. Esse cenário começa se modificar com o espraiamento das tecnologias da informação e da comunicação (TICs), com destaque à Internet, capazes de permitir a criação de redes digitais que não se limitam a temporalidades ou localizações específicas.

As TICs em curso na contemporaneidade se estendem por cadeias em escala global, adquirindo atribuições fundamentais em nosso cotidiano. Elas possuem uma vasta quantidade de recursos, que permitem o acesso a informações e a transferência de dados. Os ambientes digitais resultantes trazem uma nova perspectiva para a comunicação cujo conceito de *online* se remodela, tornando-se mais dinâmico: os(as) próprios(as) usuários(as) da Internet corroboram para a organização de conteúdos os mais diversos e fomentam a produção de conexões digitais reticulares.

Conforme Castells (2012), seja individualmente, adquirindo a oportunidade de *ser e estar* e se tornando visíveis aos olhos do outro, ou coletivamente, articulando-se em movimentos sociais que buscam uma inserção política, as pessoas transgêneras, bem como outros grupos ou movimentos sociais, têm em mãos um mecanismo relacional capaz de servir como vetor às transformações culturais e institucionais que implicam diretamente em suas vidas. Isso porque “é a partir das novas maneiras de juntar-se e excluir-se, de desconhecer-se e se reconhecer que adquire consistência social e relevância cognitiva aquilo que passa em e pelas mídias e pelas novas tecnologias de comunicação” (MARTÍN-BARBERO, 2004, p. 220).

Assim sendo, as pessoas transgêneras, ao consumirem essas tecnologias e produzirem conteúdos por intermédio delas, podem estabelecer redes comunicacionais e conquistar uma visibilidade mais livre dos enquadramentos realizados pelos meios de comunicação

⁵ “A heteronormatividade expressa as expectativas, as demandas e as obrigações sociais que derivam do pressuposto da heterossexualidade como natural e, portanto, fundamento da sociedade” (MISKOLCI, 2007, p. 5).



hegemônicos. Essa visibilidade, por sua vez, também possui um viés político, a demonstrar que o ciberespaço tende a ser um mantenedor de diferenças e pluralidades.

Engajamentos e trans-visibilidades no ciberespaço: o caso de Laerte Coutinho

Com uma longa carreira como cartunista, quadrinista e roteirista, Laerte Coutinho, nascida em 1951, trabalhou em diversos veículos de comunicação, como revistas, jornais e televisão. No ano de 2010, Laerte se assumiu publicamente como *crossdresser* em uma entrevista à revista “Bravo!” e, posteriormente, como pessoa transgênera. Nesse ínterim, Laerte passou a figurar como um ícone à comunidade LGBT⁶ brasileira, tanto devido ao fato de se reconhecer como pessoa transgênera quanto por seus engajamentos e ativismos. As experiências de Laerte se convertem, por conseguinte, em um contexto no qual as visibilidades das pessoas transgêneras têm de ser ininterruptamente acionadas para a promoção de políticas de visibilidade e da diferença.

Partindo das ponderações teóricas sobre a transgeneridade e o ciberespaço, e das vivências de Laerte, busquei analisar seu perfil no site de rede social Facebook. A escolha por Laerte foi devida a três fatores. Primeiramente, porque ela já se encontrava incorporada no âmbito midiático antes de se reconhecer como transgênerx, isto é, por já ter uma visibilidade midiática precedente. Em segundo lugar, por possuir um histórico de engajamentos, ativismos e militância. Neste sentido, Laerte adota uma posição política em prol das pessoas transgêneras e das identidades e sexualidades desviantes, não-normativas. E em terceiro lugar, destacamos que Laerte é um produtor de imagens e visibilidades que se articulam às práticas de consumo, promovendo debates sobre as imagens e visibilidades da transgeneridade.

Com o intuito de verificar as potencialidades de engajamento das pessoas transgêneras no ciberespaço, através do caso de Laerte, o aporte metodológico se fundamentou na etnografia virtual. Visto que “o estudo da comunicação através da internet tem colocado um novo desafio para a etnografia [...], com novas formas de interação social que estão tendo importantes consequências em nível metodológico” (SORIANO, 2007, p. 5, tradução do autor), a etnografia, no contexto digital, torna-se uma metodologia relevante na análise do ciberespaço e da cibercultura.

⁶ A sigla designa lésbicas, gays, bissexuais, travestis e transexuais. Pode apresentar algumas variações como LGBTIQ, na qual as duas últimas letras se referem aos intersexos e queers.



Assim sendo, entre os meses de janeiro e abril de 2015, realizei um levantamento das publicações de Laerte em sua página no site de rede social Facebook. O ponto principal da observação foi a gestão de uma visibilidade transgênera (ou trans-visibilidade) fomentada no ambiente digital. Para tanto, a partir de 233 publicações apreendidas no período mencionado, busquei efetuar uma análise quantitativa e qualitativa, envolvendo suas temáticas, conteúdos e repercussão.

No processo de levantamento dos dados, optei por realizar uma seleção das publicações de Laerte que continham algum tipo de engajamento, entendendo-o como formas de envolvimento, interação e relacionamento com determinada pauta, onde se encontra expressa uma posição ou ponto de vista determinados. A partir da observação e captura dos dados, elaborei uma categorização das publicações, delimitando-as em três grupos: engajamento político, engajamento social e engajamento LGBT.

De modo geral, as publicações com algum tipo de engajamento político dizem respeito não somente às questões partidárias, mas também à atual situação política no Brasil, envolvendo as áreas econômicas, educacionais, dos direitos humanos, etc. Já aquelas com um engajamento social se referem principalmente a temáticas como a maioria penal, a falta d'água na cidade de São Paulo, preconceito e violência contra a mulher, aborto, desigualdade de renda e conscientização sobre a AIDS. E, por fim, o engajamento LGBT corresponde às causas relacionadas aos diversos grupos representados pela sigla, principalmente sobre direitos humanos e cidadania. A divisão das publicações analisadas em cada uma dessas categorias se encontra a seguir (tabela 1).

Tabela 1 - Total de publicações analisadas e sua divisão por categorias

	Publicações analisadas	Engajamento social	Engajamento político	Engajamento LGBT	Total
janeiro	59	4	7	10	21
fevereiro	55	2	5	10	17
março	64	6	4	13	23
abril	55	5	11	5	21
	233	17	27	38	82

Fonte: Elaboração do pesquisador

Como podemos notar, das 233 publicações analisadas, 82 apresentaram algum tipo de engajamento, o que representa pouco mais de 35% do total. Se nos atentarmos ao número



completo de publicações com conteúdos de engajamento, verificamos que, aproximadamente, 21% são de cunho social, 33% político e 46% LGBT.

De modo geral, destaca-se o fato de que Laerte se vale desse suporte comunicacional (o site de rede social Facebook) como uma forma de se engajar em diversos assuntos da vida cotidiana. Ao mesmo tempo, há uma preponderância de conteúdos com temática LGBT, o que pode significar um maior envolvimento com as demandas desse grupo. Tal panorama se reflete na repercussão que as publicações adquirem, como podemos averiguar na tabela 2.

Tabela 2 - Repercussão das publicações

	Curtidas	Comentários	Compartilhamentos
janeiro	28421	1253	11481
fevereiro	4575	164	182
março	29788	99	4348
abril	28394	51	7261
	91178	1567	23272

Fonte: Elaboração do pesquisador

Esses números correspondem à quantidade total de curtidas, comentários e compartilhamentos das 82 publicações que apresentaram algum tipo de engajamento. Juntas, totalizam mais de 91 mil curtidas, 1500 comentários e 23 mil, compartilhamentos, números que são bastante expressivos. Isso demonstra que as publicações possuem um caráter dialógico a ser considerado. Depreende-se dos dados os consumos midiáticos que as publicações realizadas por Laerte geram nesse ambiente virtual, uma vez que esses conteúdos emergem em uma rede de produção-circulação-consumo.

Passando a uma perspectiva qualitativa, selecionei 3 publicações, com uma significativa repercussão, para exemplificar os tipos de engajamentos encontrados na página pessoal de Laerte no site de rede social Facebook. Procurei, assim, analisar seus conteúdos e apreender os modos pelos quais os engajamentos de Laerte neles se processam.

A primeira publicação escolhida é uma foto de Laerte através da qual busca promover uma conscientização sobre a importância de fazer o teste de HIV-AIDS. Por não se dirigir a nenhum grupo específico, mas, sim, tratar de uma causa que concerne a todos(as) nós, isto é, à saúde pública, categorizei a publicação como de engajamento social. Ela obteve uma grande repercussão, contando com mais de 4.600 curtidas, 120 comentários e 64 compartilhamentos.

Figura 1 - Publicação de Laerte (engajamento social)



Fonte: Reprodução de imagem por *print screen* na tela do computador. Disponível em: <<https://www.facebook.com/laerte.coutinho?fref=ts>>. Acesso em: 10 abr. 2015.

É interessante notarmos o uso que Laerte faz de sua própria imagem. O engajamento, portanto, não resta apenas no nível do discurso. A imagem pública é acionada, no contexto do site de rede social, para conferir legitimidade e ao mesmo tempo uma personalidade à causa que se propõe apoiar.

Já o segundo exemplo a ser analisado se trata do caso da travesti Verônica Bolina, presa no dia 12 de abril de 2015 por um desentendimento no prédio onde mora, acusada de agredir uma vizinha. Verônica foi conduzida ao 2º Distrito Policial da capital paulista, teve os cabelos raspados e foi espancada por policiais, que tiraram uma foto onde a mesma se encontra completamente deformada e com os seios à mostra. A gravidade da violência obteve uma grande repercussão nas redes sociais digitais e impulsionou discussões sobre a escassez de direitos e cidadania às pessoas transgêneras.

Figura 2 - Publicação de Laerte (engajamento LGBT)



Fonte: Reprodução de imagem por *print screen* na tela do computador. Disponível em: <<https://www.facebook.com/laerte.coutinho?fref=ts>>. Acesso em: 10 abr. 2015.

Laerte denuncia com afinco o fato de a notícia veiculada pelo portal de notícias G1 não usar gramaticalmente o gênero feminino para falar de Verônica e também pelo fato de a reportagem não conceder a devida atenção ao seu espancamento. A crítica também é dirigida ao site de rede social Facebook, que estaria excluindo a foto que mostra o estado em que Verônica se encontrava após ser agredida.

Por fim, a terceira publicação selecionada foi aquela que apresentou o maior número de curtidas e compartilhamentos durante os meses analisados. Como se refere à atual situação política do Brasil, ela foi categorizada como de *engajamento político*. Publicada no dia 21 de abril, feriado nacional em reconhecimento ao dia em que Joaquim José da Silva Xavier, conhecido por Tiradentes, um dos símbolos da Inconfidência Mineira, foi morto por



enforcamento em 1789, a charge adquire um tom sarcástico e crítico com o emprego da frase “Vai pra Cuba!”.

Figura 3 - Publicação de Laerte (engajamento político)



Fonte: Reprodução de imagem por *print screen* na tela do computador. Disponível em: <<https://www.facebook.com/laerte.coutinho?fref=ts>>. Acesso em: 10 abr. 2015.

A frase em questão, que ficou bastante conhecida nas redes sociais digitais e chegou a ser empregada em algumas manifestações, é geralmente direcionada a pessoas que defendem o governo da Presidenta Dilma Rousseff (PT). Ela significa, por conseguinte, que aqueles(as) que apoiam seu governo deveriam se mudar para Cuba, por ser este um país socialista. No fundo, a frase expressa, para além do descontentamento, um movimento reacionário e de intolerância.

Laerte estabelece, deste modo, uma conexão entre as pessoas que de certo modo compactuam com a morte de Tiradentes e aquelas que hoje bradam o “vai pra Cuba”. Tiradentes, que buscava modificar a estrutura política do Brasil, isto é, derrubar a monarquia, é colocado em referência àqueles(as) que possuem um ideal revolucionário, de mudança social, ou seja, os(as) “esquerdistas”.

Considerações finais: uma cidadania pelo consumo

Por meio do levantamento de dados e das análises realizadas, pode-se verificar que Laerte Coutinho mantém em seu perfil no site de rede social Facebook um constante fluxo de engajamento alavancado por suas publicações. Assim sendo, o estudo empírico auxilia na



averiguação dos modos pelos quais Laerte nutre com sua atuação e posicionamento político esse ambiente virtual, o que se reflete no número expressivo de publicações que contêm algum tipo de engajamento (mais de um terço delas).

Como defende Canclini (2010, p. 29), “as mudanças na maneira de consumir alteraram as possibilidades e as formas de exercer a cidadania”. O consumo vigente das e pelas TICs se inserem nessa dinâmica. Como se constata na página pessoal de Laerte no site de rede social Facebook, o exercício de uma cidadania também pode se expressar nos domínios das redes comunicacionais no ciberespaço. É por esta razão que as pessoas transgêneras encontram um ambiente mais propício às suas visibilidades e demandas por cidadania no ciberespaço, onde, inclusive, são capazes de nutrir com informações e lutas políticas uma cibercultura que se abre às diferenças e à pluralidade. Mesmo que as TICs viabilizem vocalizações plurais, que podem conter discursos discriminatórios, elas ainda assim se configuram no sentido de promover uma maior abertura de espaços de agenciamento. Isso permite que vozes até então silenciadas possam começar a se articular, publicizando esquemas de desigualdade e fundamentando políticas que visem alterá-los (THEODORO, 2016).

A perda de eficácia das formas tradicionais de participação cidadã e as lacunas e falhas deixadas pelo Estado e o sistema jurídico, quando da tentativa reguladora das práticas sociais, que em tese deveriam assegurar uma igualdade entre os sujeitos, o ciberespaço ascende como uma renovação às reivindicações e atuações cidadãs. Portanto, segundo Canclini (2010), as práticas de consumo que nele abarcadas colaboram ao estabelecimento de estruturas que ratificam a luta por reconhecimento dos sujeitos, de todos eles, e seus interesses válidos, valores pertinentes e demandas legítimas.

Com a experiência de Laerte, patenteia-se o reconhecimento das redes enquanto fortes elementos interativos capazes de gerar um empoderamento às pessoas transgêneras e possibilitar que haja diferentes tipos de engajamento. Consumindo-as, e ao mesmo tempo as produzindo, as pessoas transgêneras conseguem fazer com que suas vozes sejam ouvidas e suas corporalidades sejam vistas. E como não cabe a dissociação entre a sociedade e os ambientes digitais, podemos inferir que a cibercultura em torno da transgeneridade adquire uma potencialidade política de transformação.



Referências

- CANCLINI, Néstor García. **Consumidores e cidadãos: conflitos multiculturais da globalização**. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2010.
- CASTELLS, Manuel. **Redes de indignación y esperanza**. Madrid: Alianza Editorial, 2012.
- DE JESUS, Jaqueline Gomes. Transfobia e crimes de ódio: Assassinatos de pessoas transgênero como genocídio. **História Agora**, São Paulo, v. 16, p. 101-123, 2014.
- LOURO, Guacira. **Teoria queer: uma política pós-identitária para a educação**. **Revista Estudos Feministas**, Florianópolis, v. 9, n. 2, 2001, p. 541-553.
- MACHADO, Paula Sandrine. O sexo dos anjos: um olhar sobre a anatomia e a produção do sexo (como se fosse) natural. **Cadernos Pagu**, Campinas, n. 24, jan./jun. 2005, p. 249-281.
- MARTÍN- BARBERO, Jesus. Itinerários de investigación. In: MARTÍN-BARBERO, Jesús. **Oficio de cartógrafo: travessias latino-americanas da comunicação na cultura**. São Paulo: Loyola, 2004, p. 209-256.
- MISKOLCI, Richard. **A teoria quer e a questão das diferenças: por uma analítica da normalização**. 2007. Disponível em: http://alb.com.br/arquivo-morto/edicoes_anteriores/anais16/prog_pdf/prog03_01.pdf. Acesso em: jan. 2015.
- PRECIADO, Beatriz. **Manifiesto contrasexual**. Barcelona: Anagrama, 2011.
- PRECIADO, Beatriz. **Texto junkie. Sexe, drogue et biopolitique**. França: Éditions Grasset & Fasquelle, 2008.
- SCOTT, Joan. Gênero: uma categoria útil de análise histórica. **Educação & Realidade**, Porto Alegre, n. 20, jul./dez. 1995, p. 71-99.
- SORIANO, Jaume. **Las nuevas reglas de la etnografía de la comunicación**. Barcelona: Portal de la Comunicación. Instituto de la Comunicación (InCOM) de la UAB (Universidade Autônoma de Barcelona, 2007. Disponível em: http://www.portalcomunicacion.com/uploads/pdf/30_esp.pdf. Acesso em: jan. 2015.
- THEODORO, Hadriel G. S. **Transgeneridade, mídia e consumo: um estudo de caso das visibilidades midiáticas de Laerte Coutinho**. 2016. 156f. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Práticas de Consumo) - Escola Superior de Propaganda e Marketing, São Paulo, 2016. Disponível em: <http://www2.espm.br/banco-de-dissertacoes/defesas-em-2016>.

Hadriel Geovani da Silva Theodoro – Escola Superior de Propaganda e Marketing – ESPM | São Paulo | São Paulo.
Contato: hgtheodoro@gmail.com

Artigo recebido em setembro de 2016 e
aprovado em dezembro de 2016