



UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA
CENTRO DE COMUNICAÇÃO, TURISMO E
ARTES PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
JORNALISMO

ANDRÉ NAZARO DE CARVALHO

**RELATÓRIO DO PERFIL “GENTE DE TODA
COR”: O INSTAGRAM COMO CANAL DE
INFORMAÇÕES JORNALÍSTICAS SOBRE A
POPULAÇÃO LGBTI+**

JOÃO PESSOA

2023

ANDRÉ NAZARO DE CARVALHO

**RELATÓRIO DO PERFIL “GENTE DE TODA COR”: O INSTAGRAM
COMO CANAL DE INFORMAÇÕES JORNALÍSTICAS SOBRE A
POPULAÇÃO LGBTI+**

Relatório crítico-reflexivo sobre o produto jornalístico apresentado à Coordenação do Programa de Pós-Graduação em Jornalismo da Universidade Federal da Paraíba, como requisito necessário à obtenção do Grau de Mestre em Jornalismo

Orientadora: Prof^ª. Dr^ª. Joana Belarmino de Sousa

JOÃO PESSOA

2023

Catálogo na publicação
Seção de Catalogação e Classificação

C331r Carvalho, André Nazaro de.

Relatório do perfil "gente de toda cor" : o
instagram como canal de informações jornalísticas sobre
a população LGBTI+ / André Nazaro de Carvalho. - João
Pessoa, 2023.

65 f. : il.

Orientação: Joana Belarmino de Sousa.
Dissertação (Mestrado) - UFPB/CCTA.

1. Jornalismo - Especializado. 2. Imprensa LGBTI+.
3. Instagram. I. Sousa, Joana Belarmino de. II. Título.

UFPB/BC

CDU 070(043)



UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA | UFPB
CENTRO DE COMUNICAÇÃO, TURISMO E ARTES | CCTA
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM JORNALISMO | PPJ



ATA DE DEFESA DE DISSERTAÇÃO DE MESTRADO

Aos nove dias do mês de fevereiro de 2023, às 14 horas, foi realizada, por videoconferência, através da plataforma Google Meet®, em sessão pública, Banca de Defesa de Dissertação de Mestrado do(a) aluno(a) **ANDRÉ NAZARO DE CARVALHO**, sob a matrícula **20211006224**, cuja pesquisa intitula-se **“RELATÓRIO DO PERFIL “GENTE DE TODA COR”: O INSTAGRAM COMO CANAL DE INFORMAÇÕES JORNALÍSTICAS SOBRE A POPULAÇÃO LGBTI+”**, para obtenção do título de Mestre em Jornalismo pela Universidade Federal da Paraíba.

AVALIAÇÃO:

(X) Aprovado(a) () Reprovado(a) () Insuficiente

As observações sobre o trabalho acadêmico encontram-se no verso desta ata.

COMISSÃO EXAMINADORA:

JOANA B SOUSA

Prof(a). Dr(a). Joana Belarmino de Sousa
Presidente

Prof(a). Dr(a). Fabiana Cardoso de Siqueira
Examinador(a) Interno(a)

Prof(a). Dr(a). Felipe Viero Kolinski Machado Mendonça
Examinador(a) Externo(a) ao Programa

AGRADECIMENTOS

Primeiramente quero agradecer a minha mãe, Marinez Nazário, minha maior incentivadora, minha maior inspiração de vida, de força e resiliência.

Depois, meu pai e meus irmãos, que sempre me apoiaram, torceram e vibraram com cada conquista minha.

Eu quero agradecer aos meus amores e ex-amores. A construção desse trabalho veio muito da coragem de mostrar-me como eu sou verdadeiramente, e todos eles, em maior ou menor grau, contribuíram para que essa autopercepção fosse identificada.

Agradeço aos meus amigos e amigas, que contribuíram com abraços, incentivos, sorrisos, conversas na mesa de bar, que compartilharam suas histórias comigo, e me ajudaram a construir a minha.

Agradeço aos jornalistas do passado, da imprensa LGBTI+ brasileira. A existência e resistência deles fizeram com que hoje eu pudesse falar sobre nossas vidas de uma maneira tão franca, sincera e de cara limpa.

Agradeço a todos aqueles que toparam conversar comigo para a construção do meu trabalho.

A todos que falaram sobre suas vidas, seus ofícios, que expuseram suas dores, anseios, alegrias e esperanças durante as entrevistas que realizei.

Eu agradeço aos professores e colegas que a Universidade Federal da Paraíba me apresentou.

A troca, mesmo que virtual, que esses anos pandêmicos nos proporcionaram foi muito importante para minha formação.

Agradeço a Deus, ao Universo, as Forças Superiores, que me fazem acreditar num bem maior, em que a diversidade seja, sobretudo, respeitada.

Eu agradeço ao André criança, que mesmo com seus medos, inseguranças, resistiu aos julgamentos, piadinhas, cobrança, e conseguiu se tornar um cara com mais autoconfiança e bem posicionado no que é e no que quer ser.

O que nos interessa é destruir a imagem-padrão que se faz do homossexual, segundo a qual ele é um ser que vive nas sombras, que prefere a noite, que encara sua preferência sexual como uma espécie de maldição. (...) o que nós queremos é resgatar essa condição que todas as sociedades construídas em bases machistas lhes negou: o fato de que os homossexuais são seres humanos e que, portanto, têm todo o direito de lutar por sua plena realização.

Trecho do editorial que marca o lançamento do Lampião da Esquina.

RESUMO

Os estudos acerca da representatividade da comunidade LGBTI+ tem crescido muito nos últimos anos, sobretudo por conta da luta de seus membros por visibilidade e equidade de direitos civis e políticos. O objetivo deste relatório é descrever a criação, execução e resultados alcançados do “Gente de Toda Cor”, perfil de caráter informativo no Instagram, fortalecido com as práticas do jornalismo especializado com a proposta de INFOtenimento. O produto reúne informações diversas sobre saúde, políticas públicas e direitos civis desta parcela da população, a fim de contribuir para a quebra de estereótipos e preconceitos, além de promover o reconhecimento em rede da comunidade LGBTI+. O trabalho é amparado a partir de um recorte histórico da Imprensa LGBTI+ brasileira que demonstra sua importância ao longo das décadas como espaço de luta e reafirmação das identidades LGBTI+ no país, fazendo um diálogo com o que dizem os principais estudiosos da Teoria *Queer* e os conceitos de Jornalismo Digital e Jornalismo em Redes Sociais. Link para o perfil: <https://www.instagram.com/gente.de.toda.cor.lgbti/>

Palavras-chave: Instagram; Imprensa LGBTI+; Teoria *Queer*; INFOtenimento; Jornalismo Especializado.

ABSTRACT

Studies on the representativeness of the LGBTI+ community have grown a lot in recent years, especially due to the struggle of its members for visibility and equity of civil and political rights. The aim of this report is to describe the creation, execution and results achieved of “Gente de Toda Cor”, an informative profile on Instagram, strengthened with the practices of specialized journalism with the proposal of “INFOtenimento”. The product gathers information on health, public policies and civil rights of this part of the population, in order to contribute to breaking stereotypes and prejudices, besides promoting network recognition of the LGBTI+ community. The work is supported from a historical clipping of the Brazilian LGBTI+ press that demonstrates its importance over the decades as a space for struggle and reaffirmation of the LGBTI+ identities in the country, making a dialogue with what the main scholars of Queer Theory say and the concepts of Digital Journalism and Journalism in Social Networks. Link to profile: <https://www.instagram.com/gente.de.toda.cor.lgbti/>

Keywords: Instagram; LGBTI+ Press; Queer Theory; INFOtainment; Specialized Journalism

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 - Perfil Gay Blog BR.....	25
Figura 2 - Perfil Pheeno.....	25
Figura 3 - Perfil Planeta Foda.....	26
Figura 4 - Perfil Observatório G.....	26
Figura 5 - Marca criada para o Perfil Gente de Toda Cor	28
Figura 6 - Imagem capa da entrevista com Daniel Fernandes.....	32
Figura 7 Imagem capa da entrevista com Felipe, Maxwell e Gabriel Vignoli... ..	36
Figura 8 - Imagem capa da entrevista com Gustavo Lobo	38
Figura 9 - Imagem capa da entrevista com Alice Portela	40
Figura 10 - Imagem capa da entrevista com Fabianna Melo.....	43
Figura 11 - Imagem capa da entrevista com Glayceanne Andrade	46
Figura 12 - Percepções do vídeo com maior alcance do perfil “Gente de Toda Cor”.....	47
Figura 13 - Visão Geral do alcance do perfil “Gente de Toda Cor”	48

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	7
2. MOVIMENTO LGBTI+: UMA HISTÓRIA DE LUTAS E RESSIGNIFICAÇÕES DIANTE DA CULTURA HETERONORMATIVA	12
2.1 A Imprensa LGBTI+ brasileira e os desafios enfrentados para se consolidar na sociedade	13
2.1.2 O impacto da epidemia da AIDS nas publicações homossexuais brasileiras dos anos 1980	15
2.1.3 A retomada da imprensa LGBTI+ no Brasil - entre o erotismo e a informação	16
2.1.4 A Imprensa LGBTI+ na era da internet – o fim das mídias impressas e busca por mais visibilidade em rede	18
2.2 Conquistas e avanços na pauta LGBTI+ brasileira	19
3. OS DESAFIOS DO JORNALISMO NA ERA DIGITAL	20
3.1 O jornalismo especializado e a tendência do INFOtenimento nas redes sociais	21
4. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS	23
4.1 Pesquisa bibliográfica - A importância da Imprensa LGBTI+ e dos estudos da Teoria Queer para o desenvolvimento do produto	23
4.2 Observação de perfis informativos especializados no público LGBTI+	24
4.3 Criação do produto	27
5. GENTE DE TODA COR - PRODUÇÃO DO CONTEÚDO	30
5.1 Semana 1 - 17 a 21 de outubro - Vivência com HIV	31
5.2 Semana 2 - 24 a 28 de outubro - Adoção por casais Homossexuais	34
5.3 Semana 3 - 31 de outubro a 04 de novembro - Violência LGBTfóbica	36
5.4 Semana 4 - 07 a 11 de novembro - Ser Mulher e Lésbica numa sociedade machista	38
5.5 Semana 5 - 14 a 19 de novembro - Transexualidade e Informação	40
5.6 Semana 6 - 21 a 26 de novembro - Envelhecimento LGBTI+	43
6. RESULTADOS ALCANÇADOS	47

7. CONSIDERAÇÕES FINAIS	49
8. REFERÊNCIAS	50
9. APÊNDICES - ROTEIROS DAS ENTREVISTAS	54

1. INTRODUÇÃO

O jornalismo é um importante instrumento para reconhecimento e reflexão da vida em sociedade. Desde que surgiu, este ato de escrever sobre pessoas, eventos e cotidiano, vale-se da ideia de que é preciso informar ao outro, acontecimentos que podem ser de interesse coletivo. Nelson Traquina (2005), conta que o jornalismo tal qual conhecemos hoje em nossa sociedade, tem raízes no século XIX, e foi nesse período que a atividade jornalística ganhou o objetivo de fornecer informação ao leitor, e não apenas propaganda.

Este novo paradigma será a luz que viu nascer os valores que ainda hoje são identificados com o jornalismo: as notícias, a procura da verdade, a independência dos jornalistas, a exatidão, e a noção do jornalismo como um serviço ao público - uma constelação de ideias que dão forma ao emergente "pólo ideológico" do campo jornalístico (TRAQUINA, 2005, p.34).

Das primeiras publicações até os dias de hoje, a importância social do jornalismo e da comunicação como um todo se modificou, assim como as ressignificações dele frente ao que acontece no mundo. No entanto, ao longo dos anos, diversos grupos de indivíduos, mesmo fazendo parte do ser social, pareciam “não existir”, tendo seus feitos, histórias e vivências apagadas, invisibilizadas ou mesmo estereotipadas, diante do que era exposto nos meios de comunicação hegemônicos. Daqui eu falo especificamente sobre a comunidade composta por Lésbicas, Gays, Bissexuais, Transexuais, Transgêneros, Travestis, Interssexuais e demais orientações sexuais (LGBTI+)¹, porém outros grupos minoritários ao longo dos anos, também sofreram desse mesmo silenciamento, tais como mulheres e negros, por exemplo.

Eder Luis Santana (2018), que discute as representações LGBTI+ dentro do jornalismo na Bahia, apresenta o quanto o discurso jornalístico pode ser usado para o processo de subalternização dos LGBTI+ em diversas camadas. Para ele, na prática jornalística “os enquadramentos estão postos e pouca margem é deixada para se considerar aspectos que estão além do que foi noticiado, afinal, os LGBT sequer têm lugar de fala, são silenciados, dentro da condição de subalternidade a que estão inseridos” (SANTANA, 2018, p.28).

¹ Para esse trabalho assim como demais usos durante toda a produção do “Gente de Toda Cor”, opto por usar a sigla LGBTI+, que de acordo com Quinalha (2022), tem sido a formulação mais consensual no âmbito do movimento organizado no Brasil, incluindo pessoas intersexo e com um sinal de “+”, que expressa o caráter indeterminado, aberto e em permanente construção dessa comunidade que desafia as estruturas binárias e heteroscinormativas de nossa sociedade.

Quando trago aqui o questionamento de pautas LGBTI+ serem invisibilizadas ou postas como objeto de piada ao longo dos anos, seja pelo jornalismo, política, publicidade e entretenimento, vem também de uma percepção pessoal. Quando criança, na escola, era devidamente apontado como “diferente”, por não gostar de futebol e ter mais amigas mulheres do que homens. Na rua, já ouvia a expressão “viadinho”, e sabia que isso devia ser considerado ofensivo, até pelo tom: ora agressivo, ora de “piada”.

Na mídia, minha primeira lembrança de um personagem declaradamente homossexual é do humorístico Zorra Total², da Rede Globo. Em um dos quadros do programa, o personagem Alfredinho interpretado pelo ator Lúcio Mauro Filho, tinha trejeitos afeminados, e não conseguia esconder sua homossexualidade do pai Maurício (Jorge Dória) e dos amigos dele, apesar das tentativas do patriarca em apresentá-lo como “machão”. Um dos bordões do final da esquete, era dito pelo pai: “*Onde foi que eu errei?*”. Nesse momento, ainda criança, eu entendia que ser daquele jeito, ou ser comparado ao Alfredinho era “errado”, afinal, ele causava vergonha ao pai e era ridicularizado por todos à sua volta. São elementos como esses, que depois de muito tempo, me fizeram entender como a sociedade tende a discriminar quem foge dos padrões da heterossexualidade, em detrimento de uma norma do que é aceitável, visto como “correto” ou mesmo motivo de orgulho.

O movimento LGBTI+ tem até hoje como um grande marco o “Levante de Stonewall”, que será melhor desenvolvido no capítulo 2 deste relatório. Ocorrido em 28 de junho de 1969 em Nova Iorque, nos Estados Unidos, a revolta não foi o primeiro clamor em defesa dos direitos civis igualitários, porém é um importante momento da História, e por isso nesta data é celebrado oficialmente o Dia do Orgulho LGBTI+.

A partir da tentativa de verem suas pautas, histórias e reivindicações representadas nos meios de comunicação, surgiu a imprensa dirigida para homossexuais, a chamada “Imprensa Gay” ou “Alternativa”, mas que nesse relatório, usarei o termo “Imprensa LGBTI+”, embora na época não houvesse ainda esta denominação. De acordo com Flávia Péret (2011), a Imprensa LGBTI+ brasileira surge apenas na década de 1960, e ganha mais força e caráter político no final de 1970, mesmo a duras penas, diante da ordem social causada pelos anos pungentes da Ditadura Militar. Neste mesmo período surgiu um estudo

² Dirigido por Maurício Sherman, o humorístico Zorra Total estreou em 1999, com a proposta de apresentar um painel das várias tendências de humor existentes na televisão brasileira. Para tanto, o programa contava com a participação de atores e comediantes de diferentes gerações e estilos. Disponível em: <<https://memoriaglobo.globo.com/entretenimento/humor/zorra-total/noticia/zorra-total.ghtml>> Acesso em 12 de novembro de 2022.

que veio para criticar os padrões hegemônicos ditos como “normais” pela sociedade. Trata-se da Teoria *Queer*, que também será apresentada neste trabalho através dos estudos de autores como Gayle Rubin (2012), Guacira Lopes Louro (2004) e Richard Miskolci (2012) que muito contribuíram na construção do produto final.

Nos anos seguintes o jornalismo de modo geral se modificou, sobretudo, com o advento e popularização da internet. As redes sociais e, conseqüentemente, com a interatividade digital, grupos étnicos e de minorias identitárias que em outrora não se viam representados nos meios de comunicação de massa, passaram a organizarem-se nesses “nichos digitais” a fim de compartilharem experiências, informações e se reconhecerem enquanto indivíduos. “A internet possibilitou que pessoas que se sentiam sozinhas descobrissem seus pares. Fóruns de discussão, salas de bate-papo, blogs, sites e redes sociais de relacionamento permitiram maior socialização entre gays” (PÉRET, 2011, p. 103).

A principal motivação em criar produto objeto deste trabalho, é contar histórias que no passado eram silenciadas. Assim surgiu o “Gente de Toda Cor” (@gente.de.toda.cor.lgbti), perfil de caráter jornalístico que traz em seu conteúdo informações precisas acerca de temas ligados à cultura LGBTI+, com histórias inspiradoras de membros da comunidade, na rede social Instagram, que possui cerca de 122 milhões de usuários somente no Brasil³. Homossexual assumido e apaixonado por comunicação, ouvir histórias, relatos pessoais, seja no cotidiano, quanto nos meios de comunicação, inicialmente TV, depois em revistas e posteriormente na internet, sempre despertou meu interesse e me deixava entusiasmado. Ao trabalhar e estudar comunicação, a possibilidade de criar um produto que pode levar informação e entendimento sobre cada letrinha que compõe a sigla (por vezes com mais ou menos letras), faz com que reflita e entenda melhor as particularidades do ser humano, de ser como ele é, da forma como ele é. Repassar este conhecimento para o maior número de pessoas possível, que podem ter acesso ao conteúdo gratuitamente através do seu telefone pessoal, é o mais instigante e desafiador na produção e desenvolvimento deste trabalho.

O “Gente de Toda Cor” tem como objetivo ser um canal de informações bem apuradas sobre a comunidade LGBTI+, numa rede social de acesso amplo como o Instagram,

³ De acordo com o relatório da *We Are Social e da Hootsuite*, o Insta passou a ser a 3ª rede social mais usada no Brasil em 2022, com 122 milhões de usuários. Disponível em <<https://resultadosdigitais.com.br/marketing/redes-sociais-mais-usadas-no-brasil/#:~:text=Instagram,-O%20Instagram%20foi&text=De%20acordo%20com%20o%20report.com%20122%20milh%C3%B5es%20de%20usu%C3%A1rios.>> Acessado em: 07 de julho de 2022.

propiciando conhecimento, liberdade de expressão e pensamento. Ele se justifica na ideia de que é possível fazer jornalismo essencialmente no Instagram, não sendo necessário que o usuário vá a outras plataformas para receber a informação por completo. Para isto, durante a pré-produção do perfil, foram observados alguns perfis na rede social com propostas similares às do “Gente de Toda Cor”. Eles possuem temática voltada para o público LGBTI+, se definem como canais de informação, mas em boa parte de sua produção, redireciona o usuário para outras plataformas, tendo seu conteúdo disperso em outros segmentos do meio digital.

O perfil foi pensado para que cada recurso disponibilizado pela plataforma desperte o interesse e a curiosidade do público seguidor. Os vídeos dão dinamicidade ao conteúdo, trazendo informações no formato audiovisual. As fotos e legendas trazem entrevistas e frases marcantes dos entrevistados, já o carrossel, exploram o conteúdo com texto e informações mais aprofundadas, apesar de que para um conteúdo em rede social, não se pode exagerar na quantidade de texto, privilegiando também as imagens, os *stories* repercutem as postagens e dão a possibilidade do público interagir através de mensagens diretas e caixinhas de perguntas.

Esta é uma consequência da transformação do contexto social dada pela introdução da internet e dos *smartphones*, visto que a troca e consumo de informações tornou-se fluida, dinâmica, constante e em tempo real. Assim, mobilidade digital conferiu ao usuário a possibilidade de uma imersão em um contexto comunicacional antes experienciado apenas pelos criadores de conteúdo, ou seja, os jornalistas.

Por se tratar de um aplicativo tecnológico móvel o qual possibilita a troca instantânea de informações, o Instagram acabou sendo incorporado ao serviço jornalístico e comunicacional em âmbito global e também um local de compartilhamento de informações dos mais variados assuntos, sendo alguns perfis criados para levar informações especializadas a um determinado público, com interesses em comum. O perfil interativo permite que o usuário além de reconhecimento em rede, participe, comente e interaja com o conteúdo exposto. O aplicativo, hoje tão popular a princípio, não tinha esse intuito. “Quando lançado, em 2010, o aplicativo não começou como um concurso de popularidade, ou como um caminho para marcas pessoais. Ele se popularizou porque era um lugar para espiar a vida de outras pessoas e como elas a experimentam através da câmera do celular” (FRIER, 2021. p.18).

A produção de um perfil jornalístico, que embora traga informações sobre assuntos

ligados à saúde, políticas públicas, direitos e cultura da comunidade LGBTI+, requer também uma adaptação à linguagem usada no Instagram. A chamada “quarta tela” como são denominados os atuais *smartphones*, por autores como João Canavilhas e António Fidalgo, requerem um formato mais ágil na forma de se produzir e se consumir notícias: Sobre esta questão os autores argumentam:

O formato noticioso da quarta tela será necessariamente um formato de informação curta, não só por causa do tamanho da tela, mas também pela forma como essa informação é recebida, nomeadamente na fragmentação cotidiana dos indivíduos. Consultar notícias durante momentos mortos de espera ou em intervalos de atividades absorventes implica um formato rápido de notícia (CANAVILHAS; FIDALGO, 2009 p.113).

A partir desta perspectiva, o “Gente de Toda Cor” assume além de um caráter informativo, também de entretenimento ao leitor/seguuidor, afinal, as redes sociais tem em sua essência este propósito. Sendo assim, é necessário também ressaltar o fenômeno conhecido como “INFOtenimento”, que de acordo com DEJAVITE (2007), refere-se aquele tipo de conteúdo que ao mesmo tempo entretém e informa assertivamente o leitor. O Instagram dá possibilidade ao criador de conteúdo utilizar de fotos, vídeos longos e curtos, *stories* e memes dos mais variados. Estes recursos utilizados no perfil em questão, servem para informar o seguidor, impulsioná-lo a interagir com o conteúdo, bem como compartilhá-lo em suas redes, e para isso esse usuário precisa gostar e se identificar com o conteúdo. Dejavite ainda explica que:

Dado o caráter híbrido que o conceito do jornalismo de INFOtenimento possui (informação e entretenimento e narração e formato), pode-se afirmar que a definição de seu conteúdo esbarra em conceitos pré-estabelecidos tanto no âmbito profissional quanto no acadêmico, pois esses detêm-se na contraposição daquilo que se convencionou como conteúdo sério e conteúdo não sério dentro do jornalismo. O conteúdo sério seria aquela matéria que aprofunda, investiga, critica e transmite informações novas, tendo por finalidade o ponto de reflexão. O segundo (o não sério) seria aquele que somente diverte, tem humor, atrai o receptor por trazer assuntos mais amenos, light, o que, para muitos, não traz nada de novo, apenas algo velho, com outra roupagem, que ajuda promover ideologias, como a do consumo e a do mercado. (DEJAVITE, 2007, p.03)

Para o trabalho numa rede social, onde há um fluxo intenso de informações variadas, faz-se necessário agilidade, sentimento de identificação e sobretudo, precisão no conteúdo passado. Desta forma, o “Gente de Toda Cor” foi criado para informar, entreter e fazer com que pessoas LGBTI+ ou não, reconheçam-se, interajam e multipliquem conhecimento em rede.

Neste relatório, é explicitado o processo de produção do perfil, o recorte histórico da Imprensa LGBTI+ brasileira, os conceitos de INFOtenimento e Jornalismo Especializado, a

importância do material bibliográfico para a concepção do produto jornalístico apresentado, além da observação de seis perfis no Instagram, que serviram como parâmetro de tipo de conteúdo que era exibido na rede social, seu engajamento e repercussão. Na parte final, é descrito o processo de produção das entrevistas em vídeo longo, descrição de cada uma das postagens e resultados do perfil, que teve sua primeira publicação no dia 15 de outubro e última em 26 de novembro de 2022.

Durante o tempo que o perfil esteve em efetiva frequência de postagens, foram abordados os seguintes temas: Vivência com HIV, Adoção por casais homossexuais, Violência LGBTfóbica, Ser Mulher e Lésbica numa sociedade machista, Transexualidade e Informação e Envelhecer LGBTI+, com seis postagens no *feed*⁴ para cada temática. Ao todo, o perfil teve 39 postagens no *feed*, sendo que destas 19 foram em formato de vídeo, 20 publicações com foto e 111 *stories*⁵, o alcance total foi de 41,5 mil contas, o engajamento de 3.085 e o total de seguidores 577.

2. MOVIMENTO LGBTI+: UMA HISTÓRIA DE LUTAS E RESSIGNIFICAÇÕES DIANTE DA CULTURA HETERONORMATIVA

Para compreender a importância do movimento LGBTI+ em todo mundo, é preciso olhar no passado o quanto pessoas, em diferentes países, lutaram ao seu modo, pelo direito de existir. O chamado "Levante de *Stonewall*" ocorreu nos Estados Unidos em 28 de junho de 1969. De acordo com Péret (2011) tratou-se de um confronto direto entre policiais e frequentadores do bar *Stonewall Inn*. Este bar, era constantemente alvo de intervenções da polícia por ter em sua clientela, gays, lésbicas, transexuais, *drags queens* e também ser acusado de vender bebidas alcóolicas sem alvará. Nesta noite, porém, um grupo de mulheres trans reagiu à batida policial e ocorreu confronto direto, com envolvimento de dezenas de pessoas que também se juntaram ao grupo contra a polícia. O embate durou cerca de quatro dias e resultou com muitas pessoas feridas e presas. "*Stonewall* significou a irrupção do movimento de defesa dos direitos homossexuais nos Estados Unidos e, posteriormente, no

⁴ O *feed* do Instagram reúne todas as publicações do perfil e serve como um resumo do conteúdo que foi produzido.

⁵ O *Stories* é um formato visual em tela cheia, que desaparece após 24 horas e não aparece no feed de notícias da plataforma.

mundo” (PÉRET, 2011, p.31). O episódio ficou marcado por ter sido um momento em que a comunidade LGBTI+ (embora ainda não se usasse essa sigla) novaiorquina decidiu dar um basta às perseguições que sofriam por também frequentarem um espaço de lazer como quaisquer outros cidadãos.

De acordo com Ronaldo Trindade (2018), apesar da efervescência norte-americana no final da década de 1960 apontar para a organização de movimentos a favor dos direitos homossexuais, no aqui no Brasil, esse acontecimento demorou de reverberar politicamente. “A repressão dos militares no Brasil se mostrou um grande entrave para a formação de um movimento gay e lésbico” (TRINDADE, 2018, p.223). Ainda segundo o autor, o primeiro grupo de ativismo LGBT brasileiro, só foi fundado 1978, o *Grupo Somos*, e embora tivesse também influência estadunidense, o movimento homossexual brasileiro comungava mais com os ativistas vindos de outros países latino-americanos, como Argentina e México.⁶

Faz-se necessário discutir esta temática pela relação direta com este trabalho, que vem a ser, no que se refere à comunicação contemporânea, um novo canal de informações de conteúdo LGBTI+, por isso discutir a importância do movimento LGBTI+ e consequentemente o início da Imprensa LGBTI+ brasileira do passado, para entendermos os caminhos percorridos até o presente. Este produto, que hoje pode ser disponibilizado por meio de vídeos, fotos, textos, dentre outros, tratando de temas diversos e que no passado não eram colocados em pauta, tem muito o que referenciar às lutas do passado, essas batalhas impulsionam a fundamentação deste capítulo e fazem entender o que me motiva, enquanto autor a desenvolver o “Gente de Toda Cor” para contar histórias LGBTI+ em rede.

2.1 A Imprensa LGBTI+ brasileira e os desafios enfrentados para se consolidar na sociedade

Considerado o primeiro veículo de grande circulação voltado para o público gay, o *Lampião da Esquina* (1978 - 1981), foi um periódico mensal criado por jornalistas declaradamente homossexuais que queriam escrever sobre a temática gay, falando sobre direitos e política. “O jornal diferenciava-se da imprensa gay que o precedeu pelo enfoque político que dava ao tema da homossexualidade” (PÉRET 2011, p. 44). Isso porque, na década de 1960, existiram outras publicações voltadas para o público gay, como o Jornal

⁶ Este trecho faz parte de uma pesquisa desenvolvida pelo autor e apresentada no 44º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação - INTERCOM - Virtual - 4 a 09 de outubro de 2021. Disponível em: <<https://portalintercom.org.br/anais/nacional2021/resumos/dt7-cc/andre-nazaro-de-carvalho.pdf>>. Acesso em 08 de julho de 2022.

Snoob, porém, era feito de forma artesanal, mimeografado, distribuído entre amigos próximos no Rio de Janeiro, e seu conteúdo eram registros de festas e reuniões de grupos gays, além de dicas sobre “pegação” (RODRIGUES, 2018).

A edição zero do *Lampião da Esquina* foi publicada em abril de 1978, quando o país vivia sob intervenção militar, e diversos jornais, sobretudo da imprensa alternativa, eram constantemente censurados. O jornal durante suas 36 edições, contou com editores como Aguinaldo Silva e João Silvério Trevisan e tentou dar visibilidade a questões que envolviam a comunidade homossexual da época.

Sem abandonar o humor, o vocabulário gay, a ironia e o sarcasmo, oferecia um tratamento que combatia a imagem dos homossexuais como criaturas destroçadas por causa do seu desejo, incapazes de realização pessoal e com tendência de rejeitar a própria sexualidade, apostando em uma construção positiva da identidade gay (PÉRET, 2011, p.49).

Com forte influência da imprensa alternativa e da contracultura, o *Lampião* abordou em suas publicações também assuntos envolvendo grupos minoritários, como o feminismo, racismo e até questões de cunho ambiental. Ao tentar quebrar essa barreira entre o que era veiculado nas mídias de massa, explorando temas polêmicos, o Jornal tira do dito “comum” e dá a grupos, representatividade pouco ou nada explorada pela imprensa brasileira da época. Para tanto, Richard Miskolci (2012) afirma:

Considero que seria mais promissor tirar a própria heterossexualidade da zona de conforto, trazer ao discurso suas normas e a hegemonia cultural centrada nela, de forma a questionar até mesmo o que seria normal. Nessa perspectiva queer a ideia seria trazer ao discurso as experiências do estigma e da humilhação social daquelas pessoas que são frequentemente xingadas, humilhadas por causa da sua não normatividade de gênero. Isso tudo com o objetivo de modificar os aspectos da educação que ainda impõem, compulsoriamente, as identidades. (MISKOLCI, 2012, p.17).

Neste panorama, tanto o *Lampião da Esquina*, quanto a Teoria *Queer*, bebem da mesma fonte, uma vez que ambos tiveram suas raízes em movimentos minoritários, como o das mulheres e negros, querendo fazer valer seus direitos e em busca de legitimidade, ainda que a Teoria *Queer*, não tenha características semelhantes por completo ao movimento homossexual, já que ela critica principalmente os regimes de normalização e tem na diferença sua principal perspectiva.

Ao longo dos anos em que esteve em circulação, além de problemas internos e ideológicos, o jornal sofreu também com a falta de anunciantes publicitários. Naquela época (e até hoje ainda é, porém, em menor proporção) vincular uma marca ou produto a uma publicação homossexual, não era bem visto aos olhos de boa parte da sociedade. Uma outra

difficuldade mesmo estando nas bancas, o jornal era, segundo Péret (2011), “escondido”, e que só o fato de alguém comprar um “jornal de *viado*”, tratava-se de uma espécie de “saída do armário”, uma forma de se assumir. Diante disso, mesmo com matérias com conteúdo de qualidade e provocativo, o *Lampião da Esquina* teve seu fim após três anos. É válido ressaltar que seus profissionais colocaram em pauta temas antes invisíveis, ou ainda “abjetos”, tal como sugerem os estudiosos *Queer*, nos jornais da grande mídia da época e ainda se consolidou como um importante representante da imprensa alternativa no período da ditadura militar brasileira.

2.1.2 O impacto da epidemia da AIDS nas publicações homossexuais brasileiras dos anos 1980

Na década de 1980, a imprensa LGBTI+ brasileira foi abalada com o temor à uma nova doença, a Síndrome da Imunodeficiência Adquirida (AIDS). A enfermidade, que rapidamente foi considerada uma epidemia, tem o sexo como um dos principais transmissores entre as pessoas. Os homossexuais foram logo acusados e culpados pelo vírus. “Encarnação do mal”, “agente de contaminação” a homossexualidade estava, de novo, na berlinda (PÉRET, 2011).

O terror e ojeriza frente às liberdades sexuais dos indivíduos acentuaram-se nesse período. Para Rubin (2012), a sociedade tende a tratar o sexo com suspeita, além de julgar quase todas as práticas sexuais segundo suas piores possibilidades de expressão. Diante disso, a homossexualidade que já era considerada pecado pela igreja, doença pela medicina e vergonha pela família tradicional, tinha nessa nova mazela, a confirmação deste castigo divino, visto que se tratava de uma subversão aos padrões da heteronormatividade.

Indivíduos cujo comportamento está no topo desta hierarquia são recompensados com saúde mental certificada, respeitabilidade, legalidade, mobilidade social e física, suporte institucional e benefícios materiais. Na medida em que os comportamentos sexuais ou ocupações se movem para baixo da escala, os indivíduos que as praticam são sujeitos à presunções de doença mental, má reputação, criminalidade, mobilidade social e física restrita, perda de suporte institucional e sanções econômicas (RUBIN, 2012, p.14).

Em meio a este período, boa parte das informações sobre a AIDS eram divulgadas em veículos da imprensa tradicional, não havia um periódico específico para a comunidade LGBTI+. No entanto, de acordo com Rodrigues (2018), essa ausência de manifestações midiáticas não significava que reações não estavam sendo gestadas. Isso porque, grupos e associações LGBTI+, alguns anos depois, passaram a publicar boletins com informações

sobre o vírus, as descobertas mais recentes da medicina e farmacologia sobre os casos. Desta forma é importante destacar a ação de publicações como Boletim Pela Vida – RJ, Boletim do Grupo de Incentivo à Vida – SP, Boletim Informativo Folha de Parreira – PR, e o Boletim Epidemiológico AIDS, publicado pelo Ministério da Saúde.

Com o passar dos anos e mais descobertas da medicina para a enfermidade, foi constatado que o vírus HIV, segundo Péret (2011), não era restrito a um “grupo de risco”, mas a “comportamentos de risco”, visto que heterossexuais, usuários de drogas injetáveis e hemofílicos também eram acometidos com a doença. Simultaneamente, ela também teve um impacto que alguns denominaram como "positivo", na medida em que provocou o surgimento de redes de solidariedade (LOURO, 2004). Neste período, é importante destacar também a Imprensa Lésbica, que contou com jornais como o *Chana Com Chana* (1981 - 1987) e o fanzine *Um Outro Olhar* (1987 - 1995).

2.1.3 A retomada da imprensa LGBTI+ no Brasil - entre o erotismo e a informação

A chegada dos anos 1990 deu novo fôlego à Imprensa LGBTI+ no Brasil. O capitalismo parecia ter finalmente entendido que o mercado GLS (gays, lésbicas e simpatizantes), sigla usada na época, era lucrativo. Neste momento “vivenciou-se um crescimento na quantidade de casas noturnas, revistas, agências de viagem e eventos culturais, voltadas para o público homossexual” (PÉRET, 2011, p.83).

Durante a década, boa parte das publicações gays vão estar voltadas para a pornografia, o sexual e afetivo, sem grande impacto jornalístico (RODRIGUES, 2018). No entanto, neste mesmo período, é válido destacar três produtos de comunicação que foram muito importantes para essa reafirmação das identidades LGBTI+: o jornal *Nós por Exemplo* (NPE) e as revistas *Sui Generis* e *G Magazine*. Rodrigues (2018), salienta que o *Nós por Exemplo*, era um veículo no qual a AIDS pôde ser tratada de forma honesta, segura, livre do cunho moralista e preconceituoso, além deste jornal ser direcionado à comunidade gay/lésbica, conseguiu apoio e divulgação. O periódico foi, ainda, o responsável por promover a primeira passeata gay do Rio de Janeiro em 1993.

Neste momento, a comunidade homossexual articulava-se cada vez mais e associações e grupos em defesa de direitos e liberdades LGBTI+. Foram realizadas campanhas de combate ao preconceito, apoio à diversidade e tolerância. Para Miskolci (2012), e demais estudiosos *Queer*, este movimento é um tanto controverso:

Creio que a razão histórica das políticas públicas voltadas para a diversidade fica clara, mas mais difícil é compreender o que há de problemático na perspectiva da diversidade. Na minha visão, as demandas sociais são de reconhecimento da diferença, mas o filtro político as traduz na linguagem da tolerância da diversidade. Tolerar é muito diferente de reconhecer o Outro, de valorizá-lo em sua especificidade; e conviver com a diversidade também não quer dizer aceitá-la. Em termos teóricos, diversidade é uma noção derivada de uma concepção muito problemática, estática, de cultura. É uma concepção de cultura muito fraca, na qual se pensa: há pessoas que destoam da média e devemos tolerá-las, mas cada um se mantém no seu quadrado e a cultura dominante permanece intocada por esse Outro (MISKOLCI, 2012, p.46).

A revista *Sui Generis*, criada em 1995, de acordo com Péret (2011), é considerada o principal acontecimento da Imprensa LGBTI+ brasileira pós-*Lampião da Esquina*. A revista abordava temas ligados à cultura, moda e militância, e a forma como o conteúdo era abordado, também visava atrair leitores heterossexuais.

O conteúdo erótico, valorização do corpo e sexo, sempre esteve ligado à homossexualidade masculina. A revista *G Magazine*, fundada em 1997, foi por um bom período um dos produtos voltados para o público gay mais conhecidos do país. Ela foi a primeira no país a explorar o nu frontal masculino de figuras “famosas”, como modelos, jogadores de futebol, atores, músicos, todos com o pênis em ereção, mas também trazia conteúdo sobre moda, política e comportamento (RODRIGUES, 2018).

Apesar do sucesso nas vendas em algumas publicações, a revista enfrentava também a redução de apoio de alguns empresários e donos de bancas de jornal, similar ao que acontecia com os jornais gays dos anos 1970/80. Gayle Rubin (2012), aponta que “A cultura popular é permeada com ideias que a variedade erótica é perigosa, doentia, depravada, e uma ameaça a tudo, desde pequenas crianças até segurança nacional”(RUBIN, 2012, p.15). O que explicaria a resistência de alguns setores da sociedade com esse tipo de produto comercial.

Assim como a *G Magazine*, as revistas Dom - De Outro Modo e Júnior, também foram importantes periódicos da Imprensa LGBTI+ brasileira, que tinha esse “culto ao corpo”, como um dos seus principais mecanismos de vendas. A revista DOM, de acordo com PÉRET (2011), não conseguiu se manter por muito tempo, justamente pela similaridade com a proposta editorial da *G Magazine*, e o mercado não absorveu duas revistas com linhas editoriais tão parecidas.

Já a revista *Junior*, idealizada pelo economista André Fischer, fundador também do primeiro *site* voltado ao público gay no país, o *Mix Brasil*, em 1993, teve um fôlego a mais, apesar de também já não estar mais em circulação. Em sua pesquisa relacionada às publicações desta revista KOLINSKI MACHADO (2018), destaca que

Ao silenciar diferentes possibilidades ou ao mostrá-las sobre determinados prismas, as revistas apontam com quem a identificação é desejada e com quem ela deve ser evitada. Diferentes elementos entrecruzam-se, pois, como que em uma receita, para que um ideal de masculinidade se desenhe, se legitime e se espalhe (KOLISKI MACHADO 2018, p.237).

Atualmente, nenhuma das revistas citadas continua com publicações impressas, todas entraram em declínio, graças também ao advento e popularização da internet. É justamente nessa questão que a mídia gay no espaço virtual precisa se reinventar sempre, justamente onde pornografia e informação se misturam com facilidade, bem como a rapidez das redes sociais na propagação das notícias.

2.1.4 A Imprensa LGBTI+ na era da internet – o fim das mídias impressas e busca por mais visibilidade em rede

O advento da internet nos final dos anos 90, começo dos anos 2000 e sua posterior popularização, através de *tablets*, *smartphones* e *notebooks*, fez com que toda a mídia impressa sofresse um declínio. Com todo conteúdo a um clique, seria muito difícil manter um público leitor fiel, que pudesse manter revistas e jornais dos mais variados tipos, e os voltados para o público LGBTI+, que sofriam com um número menor de anunciantes, mais complicado ainda. Manter um *site* é muito mais barato do que uma mídia impressa. Vale destacar o *site* Mix Brasil, pioneiro em rede com conteúdo voltado ao público gay brasileiro, que esteve no ar entre 1995 e 2005 e foi um importante meio para o reconhecimento da comunidade LGBTI+ durante o período que esteve em atividade (RODRIGUES, 2018).

Na internet, tanto os conteúdos informativos quanto a pornografia ficaram mais acessíveis, permitindo com que pessoas de diferentes classes sociais, gêneros e orientações sexuais se aproximasse e pudessem falar sobre suas experiências pessoais e profissionais. Louro (2004), aponta o quanto LGBTI+, viram-se pouco representadas nas mídias, sejam elas televisivas, publicitárias ou impressas e destaca que:

A afirmação da identidade supunha demarcar suas fronteiras e implicava uma disputa quanto às formas de representá-la. Imagens homofóbicas e personagens estereotipados exibidos na mídia e nos filmes são contrapostos por representações "positivas" de homossexuais. Reconhecer-se nessa identidade é questão pessoal e política. (LOURO, 2004, p.32)

O fenômeno das redes sociais e canais de vídeos pela internet também possibilitaram uma maior democratização da informação sobre LGBTI+. Foi quando travestis, *drags queens*, transsexuais e intersexuais, puderam se mostrar, ter poder de fala e ganhar visibilidade em redes, indivíduos que “são mobilizados nas ruas ou nas redes por aqueles (as) que por muito tempo se sentiram silenciados e agora disputam a legitimidade ou a

autoridade de fala” (FACCHINI, 2018, p.329). É possível hoje visitar *sites* que mesclam conteúdo pornográfico com informativo/jornalístico que se proliferaram na rede, assim como canais de vídeos informativos, *podcasts*, perfis nas redes sociais que trazem informações das mais diversas sobre direitos, saúde, políticas públicas, formas de ser e sentir de cada uma das identidades sexuais. A internet apesar de suas contribuições, abriu um universo de possibilidades para LGBTI+, que pouco tinham espaço em mídias tradicionais e hegemônicas. É curioso entender o importante papel social que a internet tem para os movimentos civis organizados, uma maneira rápida de difusão que em outrora no chão da fábrica não era possível. Há falhas, claro, mas é interessante perceber essa desterritorialização e o alcance que as ideias podem ser propagadas.

2.2 Conquistas e avanços na pauta LGBTI+ brasileira

Se fizermos uma retomada para os avanços da comunidade LGBTI+ brasileira última década, poderemos visualizar muitas conquistas que desde o início dos movimentos organizados eram pautadas. A respeito desta questão Renan Quinalha (2022), ressalta o reconhecimento da união homossexual pelo Superior Tribunal Federal em 2011, um dos mais importantes avanços dos direitos LGBTI+ brasileiros, visto que as famílias homossexuais sempre existiram, porém eram sempre invisibilizadas, uma vez que não eram reconhecidas pelo estado. Sobre os avanços na última década ele ainda salienta que:

Nos anos seguintes viriam decisões do STF sobre adoção por casais homoafetivos (2015), direito à igualdade de gênero diretamente nos cartórios, sem necessidade de laudo médico, autorização judicial ou cirurgia de redesignação sexual (2018), criminalização da LGBTfobia (2019), doação de sangue por homens que fazem sexo com outros homens (HSH) (2020), bem como o direito à escolha para presas transexuais e travestis em cumprir penas em estabelecimentos prisional feminino ou masculino (2021) (QUINALHA, 2022, p.134).

A distância entre o que está na lei e o que é posto em prática, infelizmente ainda é grande, mas é importante considerar as vitórias até aqui. De acordo com dados do Observatório de Mortes e Violências contra LGBTI+⁷, disponibilizado pelo Grupo Gay da

⁷ 300 LGBT+ sofreram morte violenta no Brasil em 2021, 8% a mais do que no ano anterior: 276 homicídios (92%) e 24 suicídios (8%). O Brasil continua sendo o país do mundo onde mais LGBT são assassinados: uma morte a cada 29 horas. Disponível em: <https://grupogaydabahia.files.wordpress.com/2022/03/mortes-violentas-de-lgbt-2021-versao-final.pdf>. Acesso

Bahia e pela Aliança Nacional LGBTI+, aponta que o país, pelo quarto ano consecutivo, foi o que mais matou LGBTI+ no mundo. O fato é que apesar dos avanços das pautas LGBTI+ nas políticas públicas, no entretenimento, publicidade e meios de comunicação, o preconceito enraizado na sociedade brasileira é imenso, e é preciso encarar que é preciso não apenas visibilidade, mas sobretudo mais respeito e dignidade.

3. OS DESAFIOS DO JORNALISMO NA ERA DIGITAL

Com a ressignificação do público espectador, com um aparato tecnológico que oferece mecanismos mais ágeis para a promoção da interatividade, as chamadas mídias móveis, como os *smartphones* e *tablets*, fizeram com que a produção de conteúdo jornalístico sofresse uma alteração nas relações de poder da informação. Agora o próprio leitor/seguir, mesmo não sendo jornalista, tornou-se criador e colaborador da notícia, inclusive disseminador de conteúdo através da internet (GARCÍA CANCLINI, 2008; CANAVILHAS, 2013; FIRMINO DA SILVA, 2013).

O jornalismo precisou se reinventar, assim para acompanhar as mudanças tecnológicas, na forma de se comunicar e nos novos meios de comunicação que surgiram em decorrência da internet. Castells (2008) em seus estudos sobre as relações entre ciência e tecnologia, diz que a inovação tecnológica não é uma ocorrência isolada, isso porque para que ela exista e se difunda, segundo o autor, é preciso que toda uma rede de pessoas, ambiente e circunstâncias estejam em consonância para isso. Da mesma maneira, ocorre com as plataformas virtuais desencadeadas com a popularização da internet e das redes sociais digitais.

As novas tecnologias da informação não são simplesmente ferramentas a serem aplicadas, mas processos a serem desenvolvidos. Usuários e criadores podem tornar-se a mesma coisa. Dessa forma, os usuários podem assumir o controle da tecnologia como no caso da internet. (CASTELLS, 2008, p.69)

É válido destacar a expressão “todos os jornais no bolso” adotada por Canavilhas e Fidalgo (2009), ao falarem da possibilidade de acesso a qualquer jornal através dos celulares. E ainda mais, é impensável que um jornal, seja ele de qual meio for, online, rádio, TV ou impresso, que não possua também um perfil nas redes sociais. É ela quem dá o *feedback* mais rápido com o público e uma vez que o celular, por estar tão presente na rotina do

indivíduo, muitas vezes não é preciso mais comprar um jornal impresso para receber notícias, ligar a TV ou o rádio para este tipo de recepção, algo que os autores afirmam que “cria-se um cordão umbilical, permanente, entre quem informa e é informado. O celular é o meio permanente e ubíquo da informação e comunicação” (CANAVILHAS, FIDALGO, 2009, p.112).

No tocante ao Instagram, a plataforma configura-se como universo do referido produto, surgiu em 2010 com a proposta inicial de compartilhar fotografias. O conceito visual da plataforma evidencia uma forte tendência social, logo o jornalismo procurou se adaptar a esse novo formato caracterizado pela alta velocidade na circulação de imagens. Por oferecer várias possibilidades de inserção de conteúdo multimidiático, podendo ser consumido por uma vasta variedade de dispositivos tecnológicos, a plataforma proporciona um espaço de interação entre jornalista e leitor, com a possibilidade que o mesmo interfira no conteúdo por meio de comentários, mensagens diretas, além do compartilhamento do conteúdo em suas mídias pessoais.

A internet proporciona a propagação de informações por todo o mundo de forma rápida, conseguindo unir um número grande de indivíduos em torno de ideias e movimentos que anteriormente eram restritos a um pequeno grupo de pessoas. Questões que antes eram discutidas localmente, hoje ganham notoriedade mundial sem que para isso as comunidades em questão precisem da intervenção de um veículo de comunicação ou de apoio governamental (MORAES, 2021 p.11)

Desta maneira, agora incorporado ao jornalismo, o Instagram se revela como um local propício inclusive para um produto jornalístico inteiramente pensado para tal, como o Gente de Toda Cor. Raquel Recuero em seus estudos sobre internet aponta que “as redes sociais, enquanto circuladoras de informações, são capazes gerar mobilizações e conversações que podem ser de interesse jornalístico na medida em que essas discussões refletem anseios dos próprios grupos sociais” (RECUERO, 2009.p.08). O que podemos falar inclusive do chamado jornalismo especializado.

3.1 O jornalismo especializado e a tendência do INFOtenimento nas redes sociais

O “Jornalismo Especializado”, entende um público específico como potencial consumidor e não busca mais levar a informação de maneira massiva, pois entende a notícia enquanto produto da informação. Suas origens estão nos antigos suplementos, posteriormente nas revistas impressas, mas com o advento da internet e dos nichos digitais, o entendimento é de que o jornalismo especializado tornou-se uma tendência cada vez mais crescente. Desta forma, este tipo de fazer jornalismo, tem um público que o busca, consome e compreende.

“Nesse estágio em que as escolhas individuais prevalecem sobre o engajamento com a coletividade, faz sentido que a informação procure atender às especificidades ao se dirigir aos públicos diferenciados” (ABIAHY, 2005, p. 05).

Com milhares de perfis que podem ser criados nas redes sociais com cunho informativo, produzir um conteúdo para um público específico, acaba sendo mais assertivo quando se trata do jornalismo para mídias sociais. Sobre o jornalismo especializado e as estratégias adotadas pelos perfis informativos nas mídias sociais, Ana Carolina Abiahya aponta que:

Esses grupos agora encontram publicações ou programas segmentados com o qual possam se identificar mais facilmente. Neste caso, o papel de coesão social no jornalismo especializado passa a cumprir a função de agregar indivíduos de acordo com suas afinidades ao invés de tentar nivelar a sociedade em torno de um padrão médio de interesses que jamais atenderia à especificidade de cada grupo (ABIAHY, 2005, p. 06).

Não basta apenas informar, é preciso entreter, gerar identificação com o conteúdo e ainda ser possível que o leitor/seguirador sinta-se participante daquele canal. A interatividade é uma das principais características do jornalismo feito para e a partir das redes sociais. É neste ponto que o INFOtenimento entra em cena quando se propõe produzir um perfil como o “Gente de Toda Cor”, que traz tanto informação, quanto entretenimento através do humor, linguagem rápida e aproveitamento de todos os recursos audiovisuais disponíveis na plataforma.

A notícia deve, na sociedade da informação, aparentar as mesmas características da cultura light: ou seja, ser efêmera, circular rapidamente, fornecer dados novos e, ao mesmo tempo, divertir as pessoas. Assim, hoje, cada vez mais as notícias buscam relatar informações de personagens que entretendam, que gerem um efeito parecido, ainda que seja só por forma, ao espetáculo produzido por um filme (DEJAVITE, 2007, p.03).

Sendo assim, trazer para o Instagram com todos os seus recursos de fotos, vídeos, enquetes e texto, conteúdo jornalístico especializado, pode promover ainda mais facilidade de informação e conhecimento entre os usuários da plataforma. A imprensa LGBTI+ que teve sua origem na clandestinidade, pode agora ocupar todos os espaços midiáticos, sejam eles radiofônicos, televisivos, impressos e principalmente digitais.

4. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

4.1 Pesquisa bibliográfica - A importância da Imprensa LGBTI+ e dos estudos da Teoria Queer para o desenvolvimento do produto

Sem sombra de dúvidas, antes de desenvolver toda a concepção do produto jornalístico que desenvolvi, a bibliografia sobre as origens do Movimento LGBTI+, Imprensa LGBTI+ brasileira e Teoria Queer, determinantes para a construção das ideias e ações. O livro “Imprensa Gay no Brasil”, PÉRET (2011), foi a primeira obra que li sobre essa temática e foi um divisor de águas na minha trajetória acadêmica. Foi através dele que conheci o jornal “Lampião da Esquina”, que serviu como principal inspiração para o “Gente de Toda Cor”. Sobre as histórias LGBTI+ contatadas na imprensa hegemônica no Brasil, a autora aponta que:

Desde o século XIX, histórias escandalosas envolvendo homossexuais enchem as páginas dos jornais brasileiros e, mais recentemente, os programas de televisão. A abordagem, quase sempre, é preconceituosa, homofóbica e sensacionalista. O humor, principalmente o televisivo, também possui um longo histórico de utilização da imagem do homossexual para reforçar estereótipos e estimular o machismo e a discriminação contra gays, lésbicas e travesti (PÉRET, 2011, p. 109).

Estudar o Movimento LGBTI+, suas lutas por direitos civis, respeito, dignidade e representatividade, também foram determinantes para a efetivação deste trabalho. Dentre as muitas obras e artigos lidos, destaco os livros “História do Movimento LGBT no Brasil”, GREEN, QUINALHA, CAETANO E FERNANDES (2018) e o mais recente “Movimento LGBTI+ - Uma breve história do século XIX aos nossos dias”, QUINALHA (2022), como os mais simbólicos para entender a importância da militância e suas conquistas ao longo dos anos. “A representatividade é a diversidade somada a um compromisso real em incluir, alterando a história de apagamento e estigmatização que marca grupos subalternos” (QUINALHA, 2022 p.170).

Durante a pesquisa bibliográfica, me deparar com a Teoria *Queer* e todos os questionamentos advindos desses estudos, me fez além de tudo, questionar meus próprios valores, ideias e indagações acerca do mundo. Foi quando pude me perceber em muitos momentos reproduzindo discursos que eu mesmo tentava combater, e levar esse tipo de questionamento para o produto que queria desenvolver, ainda mais instigante. Dos muitos artigos e livros que li “Um corpo Estranho”, LOURO (2004), como um dos que mais me

motivaram desenvolver um produto que tinha como objetivo contar histórias e dar informações tão silenciadas e negligenciadas, seja pelo preconceito, ou pela "manutenção da ordem", LOURO (2004), descreve bem esse sentimento:

Aqueles e aquelas que transgridem as fronteiras de gênero ou de sexualidade, que as atravessam ou que, de algum modo, embaralham e confundem os sinais considerados "próprios" de cada um desses territórios são marcados como sujeitos diferentes e desviantes. Tal como atravessadores ilegais de territórios, como migrantes clandestinos que escapam do lugar onde deveriam permanecer, esses sujeitos são tratados como infratores e devem sofrer penalidades. Acabam por ser punidos, de alguma forma, ou, na melhor das hipóteses, tornam-se alvo de correção. Possivelmente experimentarão o desprezo ou a subordinação. Provavelmente serão rotulados (e isolados) como "minorias". Talvez sejam suportados, desde que encontrem seus guetos e permaneçam circulando nesses espaços restritos. Já que não se ajustaram e desobedeceram às normas que regulam os gêneros e as sexualidades, são considerados transgressores em então, desvalorizados e desacreditados. Uma série de estratégias e técnicas poderá ser acionada para recuperá-los: buscando curá-los, por serem doentes, ou salvá-los, por estarem em pecado; reeducando-os nos serviços especializados, por padecer de "desordem" psicológica ou por pertencerem a famílias "desequilibradas". reabilitando-os em espaços que os mantenham a salvo das "más companhias" (LOURO, 2004, p.81).

É a partir dessa bibliografia e de entender mais sobre toda a construção do movimento LGBTI+, a importância da Imprensa LGBTI+ do passado, assim como as provocações causadas pelos teóricos *Queer*, que pude me debruçar na idealização de um produto que pudesse chegar a mais pessoas, acadêmicas ou não, pertencentes à comunidade LGBTI+ ou não, sobre informações que gostaria que fossem retratadas amplamente desde a minha infância, e foram sumariamente negligenciadas.

4.2 Observação de perfis informativos especializados no público LGBTI+

Para a produção de conteúdo e seleção das pautas do “Gente de Toda Cor”, foi preciso realizar uma breve observação do que tem sido produzido em perfis informativos especializados para o público LGBTI+ no Instagram. Embora não tenha seguido um roteiro rigoroso, busquei perceber os tipos de postagens, interação e engajamento, além da presença do INFOtenimento. Esses perfis foram escolhidos por conta seu número expressivo de seguidores, e por se definirem como portais informativos e de entretenimento.

Gay Blog Br (@gayblogbr) que conta com 164 mil seguidores e em sua biografia se define como “Site de notícias e mídia. Notícias que empoderam e/ou entretêm são especialidades da casa”.

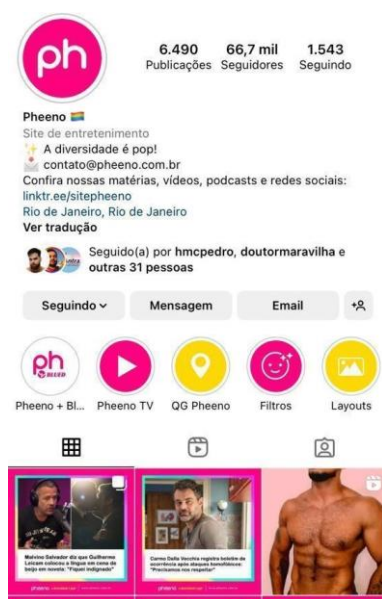
Figura 1 - Perfil Gay Blog Br



Fonte: Instagram gay blog br (@gayblogbr)

Pheeno (@sitepheeno), que conta com 66,7 mil seguidores e é definido como "*Site de entretenimento. A diversidade é pop!*"

Figura 2 - Perfil Pheeno



Fonte: Instagram Site Pheeno (@sitepheeno)

Planeta Foda (@sitepheeno), que conta com 104 mil seguidores e é definido como “Fora do Armário : Editoria e Frente de Mobilização LGBTQIAP+ da @midianinja.

Figura 3 - Perfil Planeta Foda



Fonte: Instagram (@planetafoda)

”Observatório G (observatoriog), que tem 23,6 mil seguidores e é definido como “O maior *website* de conteúdo #LGBTQIA+ do Brasil.+ de 5 milhões de views/mês!”

Figura 4 - Perfil Observatório G



Fonte: Instagram Observatório G (@obsertavatoriog)

Foram observadas as postagens dos quatro perfis, no período compreendido entre 09 a 13 de maio. A escolha de exatos cinco dias de postagens, de segunda à sexta, deve-se ao fato do “Gente de Toda Cor” ser separado em blocos semanais, contendo postagens específicas para cada dia da semana. Estes detalhes serão abordados no capítulo seguinte.

Em todos estes perfis, dá-se pra perceber o quanto o INFOtenimento está presente em em sua concepção e o quanto isso estimula o engajamento e participação do público. Algo também a ser destacado são as informações sendo colocadas sem todos os seus detalhes, e levando o leitor a não receber o conteúdo por completo quando acessa o perfil em questão, o que faz com que o “Gente de Toda Cor” assuma um diferencial em meio ao tipo de perfil de cunho jornalístico que tem sido produzido no Instagram.

4.3 Criação do produto

O perfil “Gente de Toda Cor” foi criado com influência dos referenciais obtidos a partir dos estudos referentes ao Movimento e Imprensa LGBTI+ no Brasil, Jornalismo Digital e especializado, além das noções de INFOtenimento e redes sociais. A breve observação de perfis com propostas similares aos do nosso, também serviu para entender um pouco mais sobre o que espera, comenta e repercute o leitor/seguirador no Instagram atualmente, bem como reforçar a justificativa de que é possível fazer jornalismo na

plataforma, não exigindo que o usuário seja redirecionado a outra plataforma digital para acessar o conteúdo proposto por completo.

Segundo Canavilhas (2014), na era digital, o valor do jornalismo na sociedade está se expandindo. Os cidadãos fazem mais do que simplesmente obter informação de fontes noticiosas, eles contribuem também para o fluxo informacional. Assim, o valor do jornalismo deve ser alargado para abarcar a crescente natureza participativa das notícias em um mundo conectado.

O produto é um perfil de cunho jornalístico no Instagram, que tem características comuns do jornalismo digital e de redes sociais, que de acordo com Canavilhas e Fidalgo, “não haverá momentos mortos, nem lugares inatingíveis onde as notícias não poderão chegar. E, chegando por voz, texto ou imagem, permitirão que as pessoas recebam tanto em repouso quanto em movimento” (CANAVILHAS; FIDALGO, 2009 p.117) O nome escolhido foi inspirado na música “De toda cor”⁸, composta e interpretada pelo cantor mineiro Renato Luciano. A canção traz em seu primeiro verso: “*Passarinho de toda cor/Gente de toda cor/Amarelo, rosa e azul/Me aceita como eu sou*”, que dá ideia de pluralidade e respeito às diferenças. A marca criada para o perfil, faz alusão às cores do arco-íris (símbolo da luta LGBTI+), aos pássaros, simbolizando liberdade e foi desenvolvida pelo designer pernambucano Alexandre Nazário.

Figura 5 - Marca criada para o Perfil Gente de Toda Cor



Fonte: Instagram Gente de |Toda Cor (@gente.de.toda.cor.lgbti)

⁸Renato Luciano - De toda Cor (Clipes Oficial). Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=FTU5NYUxZ14>>. Acesso em 12 de julho de 2022.

No perfil criado, as postagens chegaram aos seguidores através de blocos temáticos semanais. A cada semana um novo tema foi pautado, com base numa mini-biografia de um personagem entrevistado. A partir da entrevista, os demais segmentos das postagens, trouxeram informações acerca do conteúdo apresentado pelo entrevistado da semana.

O produto em questão utilizou de todos os recursos do Instagram para a criação do conteúdo, destacando a multiplicidade nos formatos das publicações. Não encontrei na literatura, nenhuma referência que destacasse os dias mais propícios para cada tipo de postagem. O que há, atualmente, são perfis no próprio Instagram de influenciadores digitais e *social media* que dão dicas de postagens, horários com maior alcance, porém, mesmo assim, não há um consenso, tendo em vista o constante movimento em que as redes sociais como um todo se manifestam. Sendo assim, os dias para cada *post* seguiram a lógica de que intercalando vídeo e foto, daria dinamicidade ao perfil, bem como possibilitaria o leitor/seguuidor experimentar de recursos audiovisuais e interativos durante a semana, aprendendo mais sobre cada camada do tema, conforme forem passando os dias. Segue a explicação de cada mídia, assim como sua utilização no perfil:

Vídeo Longo (ocupa o lugar do já em desuso Instagram TV) - Dá ao usuário a possibilidade de assistir vídeos de até 60 minutos dentro da plataforma. Os vídeos longos do “Gente de Toda Cor” foram postados sempre às segundas-feiras e trouxeram um novo “personagem”, que teve em seu relato/história de vida, o tema a ser abordado durante toda a semana no perfil.

Foto no feed + Legenda - Esta seção, trouxe às terças-feiras, informações especializadas no assunto, com uma opinião técnica sobre a pauta da semana. Foi apresentado um perfil deste especialista entrevistado na legenda. Ao lado da foto do especialista, uma frase dita durante a entrevista que ilustrava o tema e atraía atenção do público.

Carrossel - Recurso do Instagram que permite a postagem de mais de uma imagem de uma única vez, podendo ter entre 2 e 10 imagens por post. Para esta seção, o perfil explora o informativo sobre o tema da semana - elucidando o caráter pedagógico do jornalismo, postado às quartas-feiras.

Reels - Recurso que permite a gravação de vídeos curtos de até 90 segundos com múltiplos cortes e efeitos. Para essa ferramenta, foram realizadas duas postagens. A primeira fez parte da série “A Gente Quer Saber”, que trouxe em formato de vídeo uma opinião

especializada da semana, seja de um entrevistado ou reprodução de algum conteúdo parceiro. A outra postada às quintas-feiras no perfil, foram exibidos vídeos em formato de série de nome “História da Gente”, contando de maneira rápida e precisa, fatos e pessoas importantes do ativismo LGBTI+ no Brasil e no mundo, com ilustrações, fotos e documentos exibidos. Foi uma forma também de utilizar o chamado “*throwback thursday*” ou #tbt, que pode ser livremente traduzido para “quinta-feira para lembrar”. É uma *hashtag* para marcar publicações do passado.

Charge/Meme - O "meme", termo grego que significa “imitação”, é considerado a charge do mundo da internet. E como o produto é pensado inteiramente para o digital, nada mais coerente que esteja também no produto criado. O Gente de Toda Cor explorou esse recurso às sextas-feiras, com uma postagem com tom humorístico, mas que fizesse também uma crítica frente ao tema abordado durante a semana.

Stories - Recurso do Instagram que permite postar fotos, vídeos, texto e *GIF* e desaparecem após 24h. Para essa função, o perfil utilizou tanto repostagem do que que foi publicado no *feed*, quanto uma espécie de indicação cultural aos seguidores: a seção “A Gente Indica”, trouxe recomendações de filmes, séries, documentários, influenciadores digitais que tenham correlação direta com o tema da semana. Todos os *stories* foram fixados na seção “Destaques” do perfil.

Como falado anteriormente, o “Gente de Toda Cor” trouxe, neste primeiro momento, seis temas. Cada pauta padronizada com uma cor que compõe a bandeira LGBTI+. Os temas abordados foram: Vivência com HIV+, Adoção por casais homossexuais, Ser Mulher e Lésbica numa sociedade machista, Violência LGBTfóbica, Transsexualidade e Informação e Envelhecimento LGBTI+.

5. GENTE DE TODA COR - PRODUÇÃO DO CONTEÚDO

O perfil @gente.de.toda.cor.lgbti⁹ teve a sua primeira postagem aberta ao público no dia 15 de outubro, às 7h24min. O *post* era um convite às pessoas a seguirem o perfil, explicando brevemente a proposta do produto, sua logomarca e a canção na qual foi inspirada. Graças a um recurso do Instagram, foi possível adicionar também a música “De Toda Cor - Renato Luciano” junto à foto postada, com o intuito de apresentar a identidade do

⁹ Todo o conteúdo do perfil pode ser conferido aqui: <https://www.instagram.com/gente.de.toda.cor.lgbti/>

perfil que estava nascendo.

A segunda postagem, ocorreu ainda no dia 15 ao meio dia. Em formato de *reels*, com 1min de duração, foi uma das mais vistas e compartilhadas do perfil. Tratava-se de um “*Trailer de Anúncio*”, com imagens audiovisuais das cidades de Recife e Olinda, além de imagens de todos os entrevistados das produções que seriam exibidas ao longo do produto. Nele, pude assumir a função de repórter, apresentei alguns questionamentos que serviram de motivação para a produção do conteúdo do “Gente de Toda Cor”. O vídeo conta com 298 curtidas, 60 comentários, 405 compartilhamentos, 14448 reproduções e teve um total de 13.302 contas alcançadas¹⁰. Ao final do trailer, também é mencionado que o perfil entraria no ar efetivamente no dia 17 de outubro, com o primeiro vídeo de entrevistas. A edição e captura deste desta produção ficou por conta da *Triple A Edits*.

Ainda com o intuito de deixar mais claro os “porquês” do produto em questão, ocorreu um terceiro *post*, antes do perfil entrar no ar com o tema da semana. Publicado no formato foto + legenda, o conteúdo explica os motivos pelos quais o perfil adota a sigla LGBTI+, mesmo com tantas outras siglas da comunidade que podem ser usadas. A explicação é a mesma que contém aqui na primeira nota de rodapé deste relatório.

5.1 Semana 1 - 17 a 21 de outubro - Vivência com HIV

Antes de produzir qualquer conteúdo, é preciso direcionar bem as pautas e buscar fontes confiáveis para auxiliar neste processo. Como o vídeo longo para o perfil é o “*start*” de todo o conteúdo a ser trabalhado durante a semana, ele requer um cuidado mais específico. A princípio, revi quais dos temas poderia ser melhor trabalhado no primeiro momento, qual dentre as seis propostas seria possível apresentar o Gente de Toda Cor para o público.

Viver com HIV ainda é um tabu. A AIDS, que é carregada de estigma e preconceitos desde os anos 1980, quando surgiu, ainda produz muitas vítimas no Brasil, sobretudo pela falta de informação. De acordo com o Unids¹¹ é possível que no mundo existam cerca de

¹⁰ Estes dados, assim como de todos os outros *posts* que foram mostrados, são disponibilizados pelo Instagram profissional nas configurações do @gente.de.toda.cor.lgbt e são respectivos à data de tabulação dos dados, que ocorreu em 07 de dezembro de 2022.

¹¹ Programa Conjunto das Nações Unidas sobre HIV/AIDS. Disponível em: <<https://unaids.org.br/estatisticas/>>. Acesso em 13 de julho de 2022.

6,1 milhão de pessoas que vivem com HIV e não sabem, por isso começar o perfil com este tema mostrou-se relevante.

Primeiro, busquei indicações entre seus amigos e conhecidos, alguém que pudesse falar tranquilamente sobre esse tema, não tivesse receio de se expor numa rede social, contando relatos pessoais. Chegou-se aí no nome de Daniel Fernandes, criador de conteúdo digital de 34 anos, morador de Jaboatão dos Guarapes - Região Metropolitana do Recife. Por sugestão de Daniel, a entrevista foi realizada no dia 18 de maio de 2022, na ONG Gestos, localizada em Recife-PE, especializada na atenção e acolhimento das pessoas que vivem com HIV e AIDS na região.

Figura 6 - Imagem capa da entrevista com Daniel Fernandes



Fonte: Instagram @gente.de.toda.cor.lgbti

Para produção das fotografias e vídeo foram utilizados como equipamentos: uma câmera fotográfica Canon EOS Rebel T100, munida de um tripé Manfrotto; uma lapela escopo 34DB, além de um iPhone XR, e duas luzes Ring Light. Por meio do uso destes equipamentos, foi possível captar as imagens necessárias à composição do vídeo. A captura ficou por conta da equipe Kahlun Produções - contratada especificamente para esse trabalho.

O vídeo para o produto final precisou ser reeditado, do mostrado anteriormente à banca. Com o novo formato ele tem 6m 27seg de duração, e contém passagem, abertura e o depoimento de Daniel, que relata seu processo de descoberta do diagnóstico, preconceitos enfrentados, vivência com o vírus e anseios para o futuro. Para a edição deste vídeo bem como de todos os outros vídeos longos do perfil, foram usados pelo editor o programa: *Adobe Premiere Pro* e para os elementos visuais e efeitos especiais: *Adobe Illustrator* e *Adobe Photoshop*. A cor escolhida para todo o material gráfico da primeira semana foi o vermelho, usada inclusive em alusão ao combate e prevenção à AIDS, no mês de dezembro. O vídeo foi postado às 17h do dia 17 de outubro de 2022 e conta atualmente com 280 curtidas, 45 comentários, 93 compartilhamentos, 6083 reproduções e teve um total de 5.644 contas alcançadas.

Às terças-feiras, como programado, entraria uma nova entrevista, com um especialista no tema da semana. A convidada foi a Dra Kaline Calheiros, Médica de Família e Comunidade, que trabalha na Policlínica Lessa de Andrade, e oferece serviço especializado em HIV/AIDS em Recife-PE. Esta entrevista serviu para criar um mini-perfil da médica, que contou sobre os desafios e singularidades em se trabalhar com o público LGBTI+ e por vezes ser a porta-voz de um diagnóstico positivo para a infecção pelo vírus HIV para seus pacientes. No encontro também foram gravados conteúdos informativos para serem num vídeo curto para o *reels*, com Mitos e Verdades acerca da Vivência com HIV, e serviu conteúdo para a série “A Gente Quer Saber”. Tanto a foto, quanto o vídeo com a médica, foram postados no dia 18 de outubro, o primeiro no turno da manhã e o segundo à noite.

Na quarta-feira, 19 de outubro, foi postado um conteúdo em formato de Carrossel, com 6 fotos, que traziam consigo conteúdo informativo sobre Prevenção ao HIV, ele fala sobre a Prevenção Combinada, uso de preservativo, além da Profilaxia Pré-exposição (PREP) e Profilaxia Pós Exposição (PEP). As informações expostas neste *post* foram coletadas via o *site* da Unaid Brasil.

Para o vídeo do *reels* vinculado na quinta-feira, 20 de outubro, foi apresentado um recorte histórico dos primeiros casos de HIV e AIDS no Brasil, além do estigma da doença ser vinculada à homossexualidade, nas capas de jornais dos anos 1980 e evolução da medicina nesta questão, esse vídeo é parte do “A Gente na História”, postado sempre às quintas-feiras, como parte do *#tbt*, mencionado no capítulo em que descrevo cada uma das produções a serem postadas ao longo da semana.

O meme postado na sexta-feira, 21 de outubro, traz um viral famoso da internet com o cantor e *rapper* canadense *Drake*. Nela, o músico aparece recusando uma sentença e aprovando a seguinte. Para o perfil foram colocadas afirmativas acerca da falta de

informação das pessoas a respeito dos métodos de prevenção ao HIV.

O conteúdo dos *stories*, além da reprodução dos conteúdos postados no *feed*, também conta com a série “A Gente Indica”, com indicações do filme “*The Normal Heart*”, do seriado “*Pose*”, do documentário “*Carta Para Além dos Muros*” e da indicação dos perfis informativos da @unaidsbrasil @gestospe @posithividades e @prosapositiva, como sugestão para os seguidores. Todos os produtos culturais indicados estão em consonância com o tema da semana.

Na visão geral da conta, a primeira semana do “Gente de Toda Cor” obteve 9.991 contas alcançadas.

5.2 Semana 2 - 24 a 28 de outubro - Adoção por casais Homossexuais

Para a segunda semana de conteúdo, optei por um tema sensível, em que eu pudesse explorar políticas públicas e direitos conquistados pela comunidade LGBTI+ ao longo dos anos. Falar sobre adoção feita por casais homossexuais era algo que me interessava bastante, conhecer pessoas que adotaram, saber como veio essa vontade, repassar isso para o público, foi a maior motivação em escolher esse tema. A cor escolhida da semana foi o verde.

A entrevista foi gravada no dia 30 de agosto de 2022, no apartamento da família, na cidade do Recife-PE, composta pelo casal Felipe e Maxwell Vignoli e do pequeno Gabriel Vignoli, de 11 anos. Gravar na casa dos entrevistados, serviu para dar a ideia de acolhimento e leveza para a produção. O vídeo conta com passagem, dados relacionados à adoção no Brasil, e desde quando casais homossexuais podem adotar e registrar os filhos nos nomes do casal, além do depoimento dos três entrevistados, que contam como foi o processo de adoção, preconceitos já sofridos, e mudança na vida com a chegada do filho. O destaque do vídeo fica por conta do breve momento em que Gabriel se emociona ao descrever um pouco do seu amor pelos pais.

O vídeo teve um total de 6min9seg de duração, foi gravado e editado pela *Triple A Edits* e contou também na trilha sonora a canção “O Amor é a Notícia” interpretada pelo cantor Davi Shamá. O conteúdo foi postado às 17h do dia 24 de outubro de 2022 e conta atualmente com 215 curtidas, 68 comentários, 116 compartilhamentos, 4461 reproduções e teve um total de 3.920 contas alcançadas.

Figura 7 - Imagem capa da entrevista com Felipe, Maxwell e Gabriel Vignoli



Fonte: Instagram @gente.de.toda.cor.lgbti

Na terça-feira, 25 de outubro, foi postada a entrevista com o especialista da semana. O convidado foi o advogado e professor universitário Sérgio Pessoa. O profissional contou um pouco da sua trajetória acadêmica e jurídica, com destaque para as muitas vezes em que atuou no direito de famílias homossexuais como um facilitador no processo de adoção.

Nesta semana não foi possível postar um vídeo no mesmo dia da entrevista com Sérgio. Devido ao engajamento e repercussão do *post* anterior, preferi postar apenas no dia seguinte. Na quarta-feira, 26, foi exibido o vídeo da série “A gente quer saber”, vinda do perfil @politize que exibia seis grandes conquistas relacionadas às políticas públicas e direitos LGBTI+ no Brasil, de 1990 quando a transexualidade deixou de ser considerada doença mental, até 2020, quando foi derrubada a restrição de homens gays a serem doadores de sangue. A ideia da postagem era falar de uma maneira geral sobre Direitos LGBTI+ conquistados ao longo dos anos.

Ainda no dia 26, foi exibido também aos seguidores o *post* carrossel da semana. Contendo 6 fotos, ele detalhou quem poderia adotar no Brasil, quais os principais requisitos exigidos pelo Estatuto da Criança e do Adolescente. As informações foram coletadas no *site*

da Schiefler Advocacia e jusbrasil.com.br.

Na quinta-feira, 27 de outubro, o vídeo postado para a série “A Gente na História” falou sobre o primeiro casal homossexual a adotar no Brasil e colocar seus nomes nas filiações dos seus filhos. O vídeo contém fotos e imagens audiovisuais referente ao conteúdo falado e tem 1min de duração.

Na sexta-feira, 28, foi postado o meme da semana. Tratou-se de uma tirinha, onde uma professora pedia para os estudantes trazerem fotos de suas famílias para sala de aula e diferentes configurações familiares foram exibidas pelos alunos. No “A Gente Indica”, vinculado nos *stories* sempre às sextas-feiras também, trouxe as indicações do filme “*Laços de afetos*”, do seriado “*Modern Family*”, do documentário “*Uma Família é uma Família*” e da indicação dos perfis informativos da @politize @bichadajustica @todxsbrasil e @aliancatgbti, como sugestão para os seguidores.

Na visão geral da conta, a segunda semana do Gente de Toda Cor obteve 6.224 contas alcançadas.

5.3 Semana 3 - 31 de outubro a 04 de novembro - Violência LGBTfóbica

Falar sobre violência LGBTfóbica e tratar desse tema não é uma tarefa fácil. Inclusive foi o assunto que tive mais dificuldade de encontrar alguém para entrevistar. Os dois primeiros contatos que consegui não quiseram gravar comigo e expor suas dores para uma câmera. De acordo com o Dossiê de Mortes e violências contra LGBTI+, entre 2000 e 2021, 5.362 pessoas morreram em função do preconceito e ódio de parte da população, isso configura o Brasil como um dos que mais mata pessoas em função de sua orientação sexual ou identidade de gênero.

Depois de um período de buscas, cheguei ao nome de Gustavo Lobo, um homem trans, de 34 anos, que se define como pansexual. A entrevista foi realizada no dia 13 de outubro, no Clube Metrópole, que é uma importante casa de shows do Recife. Ao longo da entrevista, Gustavo contou sobre violências LGBTfóbicas que sofreu ao longo da sua vida, desde verbais e físicas, que deixaram danos psicológicos dos quais ele diz carregar até hoje.

O vídeo teve um total de 6min28seg de duração, foi gravado e editado pela *Triple A Edits* e na trilha sonora está a canção “Oração” interpretada pela cantora Linn da Quebrada. O conteúdo foi postado às 17h do dia 31 de outubro de 2022 e conta atualmente com 114 curtidas, 54 comentários, 21 compartilhamentos, 1410 reproduções e teve um total de 1.216 contas alcançadas. A cor escolhida para representar a semana foi o laranja.

Figura 8 - Imagem capa da entrevista com Gustavo Lobo



Fonte: Instagram @gente.de.toda.cor.lgbti

Na terça-feira, 01 de novembro, foi postada a entrevista com opinião especializada da semana. Para esse caso, optei por alguém que em algum momento teve atitude LGBTfóbica, porém, ao reconhecer o erro, hoje luta contra qualquer tipo de discriminação. A entrevistada foi a ativista e presidente do coletivo “Mães da Resistência”, Gi Carvalho. Na entrevista, ela conta sobre os momentos em que se viu acuada ao descobrir sobre a sexualidade de sua filha, e de quando decidiu transformar suas dúvidas em acolhimento a outras mães de pessoas LGBTI+, que pudessem estar tão confusas quanto ela ficou.

No dia 02 de novembro, para a série “A Gente Quer Saber”, foi postado um vídeo do criador de conteúdo Vitor de Castro, em que, de maneira rápida e bem humorada, comentava as diferenças entre Opinião e LGBTfobia. Já no dia 03, dois conteúdos foram postados: o primeiro, um carrossel com sete *cards*, fala sobre as origens do termo homofobia/LGBTfobia, do que se trata, e mecanismos para denunciá-la e combatê-la. A segunda postagem, um vídeo de 1min16seg, para a série “A Gente na História”, fala como as Sociedades Antigas do mundo tratavam a homossexualidade, desde a Grécia Antiga, até as

mais contemporâneas e em momentos históricos nos quais a LGBTfobia esteve mais exarcebada.

Na sexta-feira, foi postado o meme da semana, que traz o personagem *Homer Simpson*¹² escondendo-se em arbustos, ao reagir a uma suposta “heterofobia”. A partir desse meme, entendi que a legenda também precisava contextualizar o leitor/seguuidor com o *post*, por isso, resolvi escrever também os motivos pelos quais a “heterofobia” não existe em nossa sociedade. No “A Gente Indica”, vinculado nos *stories*, trouxe as indicações do filme “*Milk - A voz da igualdade*”, do curta-metragem “*The Little Prince(ss)*”, do documentário “*Sobre Vivências*” e da indicação dos perfis informativos da @familiaspeladiversidadeoficial @planetafoda, @grupo_arco_iris e @vitordicastro, como sugestão para os seguidores.

Na visão geral da conta, nesta semana o Gente de Toda Cor obteve 3.225 contas alcançadas.

5.4 Semana 4 - 07 a 11 de novembro - Ser Mulher e Lésbica numa sociedade machista

Mulheres sempre foram minhas principais referências, seja em casa, na escola, na vida em sociedade. Sempre vi em muitas delas, exemplo de força e resiliência. Mas curiosamente, apesar de viver com muitas mulheres, pouco conhecia e convivia com mulheres lésbicas. Entrevistar e saber mais sobre o movimento lésbico e feminista, sua importância também para o fortalecimento dos movimentos civis organizados, foi o mais instigante ao produzir o conteúdo desta semana.

Justamente por conhecer pouco sobre o movimento, encontrei, através do Instagram, o “Coletivo de Mulheres Periféricas e LGBT+”, que funciona no bairro de Peixinhos, em Olinda-PE. Ao visitar a sede do coletivo, participar de algumas reuniões e falar sobre o trabalho que estava desenvolvendo, chegou-se ao nome de Alice Portela, uma das integrantes da instituição. Desta forma, Alice me concedeu uma entrevista, falando sobre sua vivência como mulher lésbica, negra, nascida na periferia, e que apesar da pouca idade, tinha uma história bem interessante de ser contada.

A entrevista foi realizada no dia 03 de outubro, no centro histórico de Olinda-PE. Na ocasião, Alice relembrou um pouco sobre preconceitos que já sofreu tanto por conta da sua

¹² Personagem de desenho animado criado por Matt Groening, para o seriado Os Simpsons em 1987.

cor de pele, ou por ser uma mulher lésbica, além de falar da importância do Coletivo Mulheres Periféricas em sua vida e formação cidadã. O vídeo teve um total de 6min21seg de duração, foi gravado e editado pela *Triple A Edits* e na trilha sonora está a canção “Perdão” interpretada pela cantora Maria. O conteúdo foi postado às 17h30min do dia 07 de novembro de 2022 e conta atualmente com 68 curtidas, 05 comentários, 09 compartilhamentos, 622 reproduções e teve um total de 560 contas alcançadas. A cor escolhida para representar a semana foi o lilás.

Figura 9 - Imagem capa da entrevista com Alice Portela



Fonte: Instagram @gente.de.toda.cor.lgbti

Para a opinião especializada da semana, a convidada foi a assistente social e atual Coordenadora de Políticas Públicas em saúde da população LGBTI+ do município do Recife-PE, Dayane Alves. Ela, que também é uma mulher lésbica, contou um pouco sobre o trabalho desenvolvido para a saúde da mulher lésbica, bem como os serviços disponíveis no município para a assistência em saúde da população LGBTI+ como um todo.

No dia 09 de novembro foi postado mais um vídeo da série “A Gente Quer Saber”, nele, uma reprodução de um conteúdo da historiadora e influenciadora digital Débora

Aladim, contava a história da poetisa grega *Safo* que morou na ilha de *Lesbos*, que deu origem ao termo Lésbica, para designar mulheres que se sentem atraídas amorosas e sexualmente por outras mulheres. No mesmo dia, foi postado também o carrossel, contendo fotos e uma mini-biografia de seis mulheres lésbicas importantes para o movimento no Brasil e no mundo. As informações foram coletadas através do site *IG Queer*.

No dia 10 de novembro, foi postado o vídeo da série “A Gente na História”, que dava informações acerca do início do movimento lésbico no Brasil, com destaque ao primeiro jornal voltado a esse público, o *Chana com Chana*, que esteve em circulação durante a década de 1980. O meme da semana, postado na sexta-feira, 11 de novembro, trazia o personagem Bob Esponja¹³ lendo uma carta que continha a seguinte frase: “Ela só é lésbica, porque nunca achou um homem de verdade”. O personagem aparenta não gostar da afirmação e queima o conteúdo que acabara de ler. A partir dessa imagem, pude explorar na legenda o conceito de “estupro corretivo”, que tem o objetivo de “corrigir” uma mulher homossexual através da prática sexual. Ainda para estimular a interatividade entre os seguidores, pedi que mulheres escrevessem nos comentários, frases desrespeitosas que já ouviram sobre sua sexualidade.

No “A Gente Indica”, vinculado nos *stories*, trouxe as indicações do filme “*Secreto e Proibido*”, da série “*Equal*”, do documentário “*Como ela faz?*” e da indicação dos perfis informativos da @clubelesbos @poxasapataoof, @sapataodramas e @ig_queer, como sugestão para os seguidores.

Na visão geral da conta, o “Gente de Toda Cor” durante a semana 4, obteve 1.565 contas alcançadas.

5.5 Semana 5 - 14 a 19 de novembro - Transexualidade e Informação

Falar sobre transexualidade também para mim era algo desafiador e instigante. Se meu contato com mulheres lésbicas era muito pequeno, com pessoas trans era inexistente. Eu não tinha amigos, familiares, colegas de trabalho que fossem travestis ou transexuais. Essas pessoas existem, mas eu as via apenas em algumas festas, bares, ou mesmo quando saía tarde da noite e passava por alguns locais onde comumente há prostituição na cidade. E justamente

¹³ Personagem título de uma série de animação americana, criada pelo biólogo marinho e animador Stephen Hillenburg em 1999.

sobre a transexualidade e suas nuances, seja em relação a empregabilidade, processo de autoconhecimento e preconceitos diversos, o que mais me interessava não apenas passar essas informações para o público, mas também aprender mais sobre o assunto. Inclusive, colocar como tema “Transexualidade e Informação” surgiu justamente porque nesta semana, poderia falar sobre outras letras que compõem a sigla LGBTI+.

Por não conhecer pessoas trans, busquei ajuda da AMOTrans-PE, Organização Não Governamental que existe há mais de 10 anos, e tem sede localizada no centro do Recife-PE. Chegando lá, ao também conhecer o trabalho desenvolvido pelos funcionários, falar um pouco sobre o projeto que estava desenvolvendo, chegou até mim o nome de Fabianna Melo, que veio a ser a entrevistada da semana para o Gente de Toda Cor.

Fabianna é uma mulher trans de 42 anos, natural de Recife-PE, e que formou-se há poucos meses no curso de psicologia. Essa foi sem dúvida, a entrevista mais intensa de toda a série e a maior também (o material bruto conta com mais de 30 minutos de gravação). Ela foi realizada no dia 23 de agosto, na sede da AMOTrans-PE. Fabianna foi muito sincera ao destacar fatos sensíveis de sua vida, de situações transfóbicas que já sofreu, como recorreu (como muitas travestis e transexuais) ao trabalho com prostituição em outro estado, o momento em que decidiu voltar para Recife e terminar o curso de psicologia. O vídeo após a edição, teve um total de 7min41seg de duração (o maior do projeto), foi gravado e editado pela *Triple A Edits* e na trilha sonora está a canção “Andar em Paz” interpretada pela cantora Urias, que também é uma mulher trans. O conteúdo foi postado às 17h30min do dia 14 de novembro de 2022 e conta atualmente com 150 curtidas, 24 comentários, 26 compartilhamentos, 2.752 reproduções e teve um total de 2.467 contas alcançadas. A cor escolhida para representar a semana foi o azul.

Figura 10 - Imagem capa da entrevista com Fabianna Melo



Fonte: Instagram @gente.de.toda.cor.lgbti

A conversa com Fabianna me fez querer fornecer mais informações sobre os baixos índices de empregabilidade de pessoas trans em nosso país. Por isso, para a opinião especializada da semana, busquei alguém que pudesse me falar sobre essa questão. A entrevista então foi realizada com a Coordenadora de Programas Sociais da AMOTrans-PE, Rayanne Romanelly, e falou sobre as dificuldades de inserção de pessoas trans e travestis no mercado de trabalho, bem como as estratégias adotadas pela ONG para que isso acontecesse, através de cursos de capacitação profissional e parcerias com empresas da região. O conteúdo foi postado na terça-feira, 15 de novembro.

Para compor a série “A Gente Quer Saber”, foi reproduzido um vídeo da criadora de conteúdo digital Giovanna Heliodoro, que em sua rede social se denomina @transpreta. No vídeo, Giovanna fala de uma maneira breve, sobre vivermos em uma sociedade com sua essência no machismo, no discurso e práticas LGBTfóbicas e racistas, e que em algum momento da vida, todos já reproduzimos alguma fala preconceituosa, mas que mais importante do que desconstruir esses termos, é preciso reconstruir a visão para essas pautas.

Já o carrossel da semana, postado no dia seguinte, foi a oportunidade que encontrei de falar sobre as diferentes identidades de gênero e orientações sexuais. Ao longo de 10 cards, pude falar através de texto e imagens, os conceitos de Travesti, Mulher Trans, *Drag Queen*, Homem Trans, *Queer*, Intersexo, Assexual e Não-binário. O *post* foi um dos mais compartilhados entre os que foram postados em formato de carrossel, com um total de 13 compartilhamentos.

No “A Gente na História” da semana, busquei resgatar personagens históricos trans e travestis no Brasil, e nomes como Xica Manicongo e Waldirene Nogueira foram citadas, além de conquistas relacionados aos direitos e políticas públicas para essa parcela população, como o direito ao nome social e cirurgia de readequação sexual pelo Sistema Único de Saúde.

O meme da semana, postado em 19 de novembro, trouxe mais um personagem do seriado *Os Simpsons* lendo em um *tablet* a seguinte frase: “Não nos importamos com sua identidade de gênero, contratamos pela competência profissional”. O personagem aparenta se sentir aliviado ao ler a afirmação e abraça o aparelho que segurava. A imagem vem para novamente provocar a questão da empregabilidade de pessoas trans, e do quanto é preciso que mais empresas e serviços estejam dispostas a, de fato, promoverem a inclusão de profissionais transexuais em seu quadro de funcionários.

No “A Gente Indica”, vinculado nos stories, trouxe as indicações do filme “*Valentina*”, da série “*Manhãs de Setembro*”, do documentário “*Transhood - Crescer Transgênero*” e da indicação dos perfis informativos da @maiteschneideroficial @transempregos, @tdetravesti e @informa_trans, como sugestão para os seguidores.

Na visão geral da conta, na semana em que se falou sobre transsexualidade, o “Gente de Toda Cor” obteve 3.555 contas alcançadas.

5.6 Semana 6 - 21 a 26 de novembro - Envelhecimento LGBTI+

Para a última temática a ser abordada no “Gente de Toda Cor”, escolhi o tema “Envelhecimento LGBTI+”. Falar sobre velhice não é uma pauta comum em rodas de conversas com amigos, pouco se vê na televisão ou mesmo na internet. Por isso, sabia que falar dessa questão era tão importante e fugiria do lugar comum.

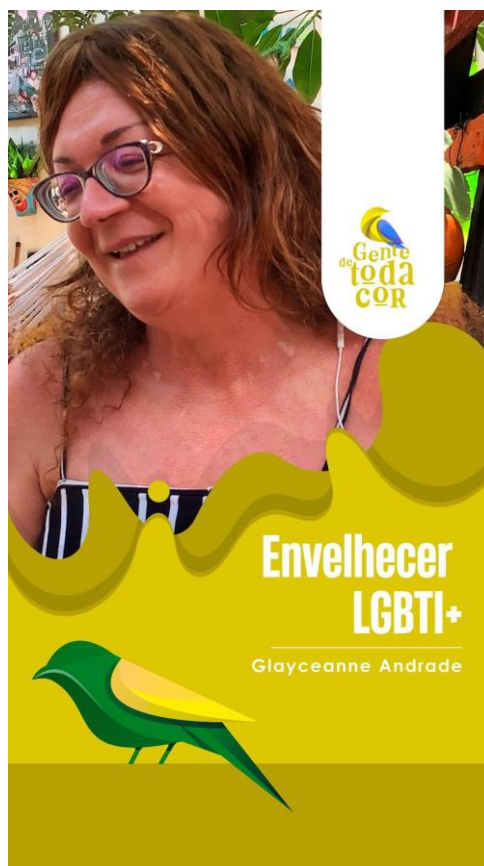
Conhecer a AMOTrans-PE foi um grande acerto para o desenvolvimento deste

trabalho. Além dos cursos de capacitação profissional que a ONG promove, ela também realiza semanalmente reuniões com um núcleo de mulheres trans e travestis idosas e foi por conta deste núcleo, que conheci a entrevistada que eu precisava para o Gente de Toda Cor.

Glanceanne Andrade participa do núcleo de mulheres trans e travestis idosas da AMOTrans-PE há dois anos. Ela, que atualmente tem 52 anos, teoricamente ainda não deveria ser considerada idosa, porém, se considerarmos o fato de que, de acordo dados do Relatório de Mortes Violentas de LGBTQ+ no Brasil, a expectativa de vida de uma pessoa trans é de menos de 35 anos, chegar aos 52 é um privilégio.

Glanceanne topou conversar comigo e gravar a entrevista sobre o que viveu da vida, sobre como era ser uma travesti em períodos com tanta hostilidade. A gravação foi realizada no dia 05 de outubro, na Casa de Bamba, um bar voltado ao público LGBTQ+ de Recife-PE. Numa conversa bem franca, ela falou sobre seu passado, afeto, fé, auto aceitação e preconceito. O vídeo após a edição, teve um total de 6min26seg de duração, foi gravado e editado pela *Triple A Edits* e na trilha sonora está a canção “Poema” interpretada pelo cantor Ney Matogrosso. O conteúdo foi postado às 17h30min do dia 21 de novembro de 2022 e conta atualmente com 58 curtidas, 05 comentários, 6 compartilhamentos, 751 reproduções e teve um total de 651 contas alcançadas. A cor escolhida para representar a semana foi o amarelo, finalizando assim as 6 cores que constam na bandeira símbolo da comunidade LGBTQ+.

Figura 11 - Imagem capa da entrevista com Glayceanne Andrade



Imagem/Reprodução: Instagram @gente.de.toda.cor.lgbti

Na terça-feira, 22 de novembro, como de costume, foi postada a entrevista com uma opinião especializada na semana. Para este momento, o convidado foi o sociólogo Acioli Neto, que atualmente é coordenador do Instituto Boa Vista, Organização Não Governamental, que trabalha com a população idosa e LGBTI+ de Recife-PE e região metropolitana. Na conversa, Acioli falou um pouco sobre o medo do HIV que sua geração sofreu, da questão relacionada à solidão associada à velhice, bem como as reuniões com outros homens gays que são realizadas pelo Instituto. Foi uma das entrevistas mais leves e sinceras desses com os especialistas, e que sem dúvida, renderia também um bom vídeo, caso tivesse sido possível.

Para o *post* da série “A Gente Quer Saber”, escolhi um vídeo que eu já conhecia, que retrata um trecho da entrevista que a apresentadora Hebe Camargo fez para o programa Roda Viva, da TV Cultura em 1987, onde ela defende questões relacionadas à homossexualidade, diante de uma bancada de jornalistas. “Quem eram os grandes aliados do Movimento LGBTI+ do passado?” é o título do vídeo, que rendeu, até hoje, o maior (e surpreendente)

alcance do “Gente de Toda Cor”. De maneira orgânica, o vídeo tem atualmente 1337 curtidas, 33 comentários, 334 compartilhamentos e 15.149 visualizações, ao todo foram alcançadas 13.674 contas. A figura a seguir mostra um panorama dessa informação e foi gratificante ver tantas pessoas gostando e compartilhando esse conteúdo tão interessante, numa fala de 1987 e que permanece tão atual.

Figura 12 - Percepções do vídeo com maior alcance do perfil “Gente de Toda Cor”



Fonte: Instagram @gente.de.toda.cor.lgbti

O carrossel, postado também em 23 de novembro, ao longo de seis *cards*, trouxe informações sobre a “Gerontofobia - o medo de envelhecer”, com base em informações coletadas pelos jornais O Tempo e G1. Para o vídeo da série “A Gente na História”, busquei falar sobre uma das principais inspirações para o desenvolvimento deste trabalho: o jornal “*Lampião da Esquina*”. Com 1min25seg de duração, o conteúdo traz dados e fotos sobre esse importante produto de comunicação voltado ao público LGBTI+ do passado.

Postado no dia 26 de novembro, o meme da semana trouxe um idoso com óculos de grau, seguido da seguinte frase “Eu colocando meus óculos, porque não consigo ouvir o que estão dizendo”. Na legenda, com base em informações do portal Uol Notícias, discorri sobre

o chamado Etarismo, que é a aversão contra pessoas idosas, e a importância em combater também esse tipo de discriminação.

No “A Gente Indica”, vinculado nos *stories*, trouxe as indicações do filme “*Greta*”, dos documentários “*Divinas Divas*” e “*Falas do Orgulho*” e da indicação dos perfis informativos da @institutoboavistape @tfamiliaslgbt, @toni_reis e @andrefiscer, como sugestão para os seguidores.

Na visão geral da conta, na semana em que se falou sobre envelhecimento LGBTI+, o “Gente de Toda Cor” obteve 2.681 contas alcançadas, isso porque, só na semana seguinte, que o vídeo da série “A Gente Quer Saber”, ganhou mais alcance e notoriedade.

6. RESULTADOS ALCANÇADOS

O perfil @gente.de.toda.cor.lgbti obteve, de acordo com dados fornecidos pelo Instagram profissional, entre 15 de outubro 11 de dezembro, data da tubulação de dados para este relatório, 41,5 mil contas alcançadas, 3085 contas com engajamento e um total de 575 seguidores. Como já mencionado aqui, o vídeo postado no dia 23 de novembro, da série “A Gente Quer Saber”, com a apresentadora Hebe Camargo, foi o mais visto e compartilhado do perfil. Sem qualquer tipo de impulsionamento, ele foi o que teve o maior alcance, chegando a uma marca de 14.066 usuários que não seguem o perfil.

Figura 13 - Visão Geral do alcance do perfil “Gente de Toda Cor”



Fonte: Instagram @gente.de.toda.cor.lgbt

Entre o público alcançado, a maior faixa etária é de 25 a 34 anos (38,8%), seguida de 35 a 44 (31,7%), 45 a 54 (14%) e 18 a 24 (8,9%). Recife-PE, São Paulo-SP e Jaboatão dos Guararapes-PE foram as cidades com o maior público do perfil.

Um outro fato que também merece destaque, são as “publicações colaborativas”, o recente *collabs*, ferramenta lançada em janeiro de 2022, que permite um único *post* de *feed* tenha mais de um autor, sendo assim exibida em dois perfis. Este recurso foi imprescindível para o alcance e captura de mais contas, visto que quase todos os entrevistados tanto do vídeo longo, quanto os especialistas, tiveram os *posts* do “Gente de Toda Cor” compartilhados também em seus perfis pessoais, estimulando que amigos e conhecidos também recebessem as informações.

A publicação com maior número de comentários, foi o vídeo da entrevista com o casal que adotou uma criança, postado no dia 24 de outubro, com 68 no total, seguido do trailer de anúncio com 60. Em publicações como estas, pode-se perceber o quanto a interatividade é importante para a manutenção dos usuários. Nos *stories* também foi possível manter essa atividade. Nos dias 24 de outubro e 14 de novembro, foram abertas “caixinhas de perguntas”, onde os seguidores poderiam escrever quais temas gostariam de ver no perfil, essas sugestões

inclusive, vinham através de mensagens diretas, com indicação de temáticas que poderiam ser abordadas no “Gente de Toda Cor”. Algo interessante e dito pelos autores acerca de jornalismo na era digital, é pela rapidez no consumo de informações. Pude perceber que justamente os *posts* no estilo carrossel, por conterem mais texto, tinham menos repercussão, entre curtidas, compartilhamentos e comentários. Porém os vídeos mais longos, até por despertarem a curiosidade entre os seguidores, foram os que mais se destacaram no projeto.

No final, todas as publicações e *stories* podem ser visualizados na seção “destaques”, dentro do próprio perfil, o que concede ainda a oportunidade de novos usuários verem esses arquivos, mesmo após as 24h que eles estiveram efetivamente no ar.

7. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Produzir o “Gente de Toda Cor” foi um dos trabalhos mais desafiadores e prazerosos que já fiz na vida. Esse projeto teve início num período de autoconhecimento e foi desenvolvido ao longo da trajetória no mestrado, onde cada disciplina apresentou-me um ou mais elementos que pude levar para o produto final.

A percepção do mundo hiperconectado, no qual as informações precisam ser curtas, porém assertivas, que chamem a atenção do leitor e gere nele, sobretudo, identificação, me deixou ainda mais fascinado em produzir um conteúdo nesse formato. A expressão “todos os jornais no bolso”, trouxe à tona algo que já experimentava há algum tempo e é atualmente minha principal fonte de informação. O caráter híbrido que a “quarta tela” nos proporciona, em se ao mesmo tempo, para comunicação pessoal, mas também um meio de informação da vida em sociedade, me faz pensar no quão desafiador ainda será nos próximos anos, para que jornalistas produzam notícias, matérias, entrevistas, que captem o usuário e o desperte interesse diante da celeridade do cotidiano.

Conhecer teóricos *queer*, suas críticas à heteronormatividade da sociedade, o rompimento dos padrões impostos e a ruptura das normas estabelecidas que esses estudos sugerem, deram combustível para o desenvolvimento dos temas abordados. Falar sobre empregabilidade de pessoas trans, sobre envelhecimento LGBTI+, abordar a forma como outras culturas viam e tratavam a homossexualidade ao longo dos séculos, a importância do movimento lésbico, reverenciar lutas e personagens do passado, foi impulsionado muito pela leitura e percepção desses “corpos estranhos” no mundo.

O trabalho desenvolvido pelos jornalistas do *Lampião da Esquina*, bem como de toda imprensa LGBTI+ daquela época, me fez questionar o porquê de só agora fazendo essa pesquisa, conheci um jornal tão importante para a História da Imprensa brasileira, mesmo que na universidade eu tenha tido uma disciplina focada nesse assunto. Lembro-me de ter estudado periódicos como *O Pasquim* e o *Opinião* que tinham em sua essência às críticas ao Regime Militar e serem grandes expoentes da imprensa alternativa, mas o *Lampião* não foi mencionado, mesmo sendo um jornal contemporâneo a estes citados, e que também impunha críticas políticas e sociais à época. É interessante perceber essas invisibilidades que são impostas às homossexualidades de um modo geral e tentar criar um caminho para romper esse obscurantismo.

Portanto, levar para mais pessoas o que gostei tanto de aprender, contar histórias que eu não via sendo retratadas de uma maneira respeitosa na minha infância, repassar informações na rapidez de um “clique”, a motivação em tornar o “Gente de Toda Cor” um trabalho que pode ser visto por qualquer um, e que ele “saltasse” os muros da Universidade. Recebi mensagens diretas das pessoas elogiando a proposta do perfil, sugerindo entrevistas, e comentários do tipo “*Caramba, eu não sabia disso!*” que me deram muita satisfação, tanto profissional quanto pessoal.

O alcance do perfil foi maior do que eu esperava. É interessante ver um trabalho fruto de tanta dedicação, chegar a pessoas próximas que podem opinar, tecer suas críticas e elogios ao que produzi, mas também a pessoas distantes, que receberam os *posts* de maneira orgânica, e resolveram seguir, interagir e se identificaram com o produto.

O “Gente de Toda Cor”, ao final, cumpriu seu papel diante do que era proposto. Conseguimos usar o Instagram como mais uma ferramenta para fazer jornalismo sem precisar que o usuário seja direcionado para outras plataformas para receber a informação por completo e trouxemos à luz histórias pouco contadas habitualmente. A ideia é que o perfil continue também em blocos semanais a partir do primeiro semestre de 2023, não com a mesma frequência de postagens, no entanto, com responsabilidade em trazer conteúdo de qualidade para o público.

8. REFERÊNCIAS

ABIAHY, Ana Carolina de Araújo. **O jornalismo especializado na sociedade da**

informação. Universidade Federal da Paraíba, 2005.

CANAVILHAS, João. **Jornalismo móvel e Realidade Aumentada: o contexto na palma da mão.** São Leopoldo, RS: Ed. Verso e Reverso, 2013.

CANAVILHAS, João (Org.). **Webjornalismo: 7 características que marcam a diferença.** Covilhã (Portugal): LabCom, 2014.

CANAVILHAS, João; FIDALGO, António. *Todos os jornais no bolso: pensando no jornalismo na era do celular.* In: Carla Rodrigues (org). **Jornalismo Online: modos de fazer.** Rio de Janeiro. Ed. PUC-Rio - Editora Sulina, 2009.

CARVALHO, André Nazaro de, LIMA, Andrea Meireles de Freitas, SILVA, José Laerte Cerqueira. **A Comunicação Pública No Combate A LGBTfobia: Uma Análise Da Abordagem Do Tema No Canal Do Instagram Da Prefeitura De Recife No Mês De Junho De 2021.** Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. 44º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – VIRTUAL – 4 a 9/10/2021.

CASTELLS, Manuel. **A Sociedade em Rede.** 11 ed. São Paulo: Paz e Terra, 2008. pp. ISBN

DEJAVITE, Fábila Angélica. **A notícia light e o jornalismo de infotimento.** Universidade Presbiteriana Mackenzie e Universidade Anhembí Morumbi. Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. XXX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. São Paulo: Santos, 2007.

CHARAUDEAU, Patrick. **Discurso das mídias.** 2. ed. São Paulo: Contexto, 2015.

FACCHINI, Regina. *Múltiplas identidades, diferentes enquadramentos e visibilidade: um olhar para os 40 anos do movimento LGBTI.* In: GREEN, James N; QUINALHA, Renan; CAETANO, Márcio; FERNANDES, Marisa (orgs.). **História do Movimento LGBT no Brasil.** 1 ed. - São Paulo, Editora Alameda, 2018.

FIGUEIREDO, N.M.A. **Método e metodologia na pesquisa científica.** 2a ed. São Caetano do Sul, São Paulo, Yendis Editora, 2007

FIRMINO DA SILVA, Fernando. **Jornalismo móvel digital: uso das tecnologias móveis digitais e reconfiguração das rotinas de produção da reportagem de campo.** Tese de

Doutorado em Comunicação. Universidade Federal da Bahia, Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura Contemporâneas, 2013.

FRIER, Sarah. **Sem filtro: os bastidores do Instagram: como uma startup revolucionou nosso estilo de vida**. Sarah Frier, tradução Sandra Martha Dolinsky - São Paulo: Planeta, 2021.

GARCÍA CANCLINI, Néstor. **Leitores, espectadores e internautas**. São Paulo: Iluminuras, 2008.

KOLINSKI MACHADO, F. V. **Homens que se veem: masculinidades nas revistas Junior e Mens Health Portugal**. Ouro Preto: Editora UFOP, 2018.

LOURO, Guacira Lopes, **Um Corpo Estranho** – Ensaio sobre sexualidade e Teoria *Queer*. Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2004, 92.

MISKOLCI, Richard. **Teoria Queer: um aprendizado pelas diferenças**. I Richard Miskolci Belo Horizonte: Autêntica Editora : UFOP · Universidade Federal de Ouro Preto, 2012. (Série Cadernos da Diversidade; 6).

MORAES, Bruna Carvalho de. **Instagram: Uma nova modalidade do jornalismo**. Goiânia, 2021.

MOTT, Luiz, OLIVEIRA, José Marcelo Domingos de (orgs). **Mortes violentas de LGBT+ no Brasil: relatório 2021/1**. ed. -- Salvador : Editora Grupo Gay da Bahia, 2022. (Relatórios do Grupo Gay da Bahia ; 1)

PÉRET, Flávia. **Imprensa Gay no Brasil**. São Paulo: Publifolha, 2011

QUINALHA, Renan. **Movimento LGBTI+: uma breve história do século XIX aos nossos dias**. Belo Horizonte, Autêntica, 2022.

RECUERO, R. *Redes Sociais na Internet, Difusão de Informação e Jornalismo: Elementos para discussão*. In: SOSTER, D. de A.; FIRMINO, F. (Org.). **Metamorfoses jornalísticas 2: a reconfiguração da forma**. Santa Cruz do Sul: UNISC, 2009b. p. 1-269.

RODRIGUES, Jorge Caê. *A imprensa gay do Brasil*. In: GREEN, James N; QUINALHA, Renan; CAETANO, Márcio; FERNANDES, Marisa (orgs.). **História do Movimento LGBT no Brasil**. 1 ed. - São Paulo, Editora Alameda, 2018.

RUBIN, Gayle. **Pensando o Sexo: Notas para uma Teoria Radical das Políticas da Sexualidade**. UFSC. 2012.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do jornalismo. A tribo jornalística - uma comunidade interpretativa transnacional** - Florianópolis: Insular, 2005

TRINDADE, Ronaldo. *A invenção do ativismo LGBT no Brasil: intercâmbios e ressignificações*. In: GREEN, James N; QUINALHA, Renan; CAETANO, Márcio; FERNANDES, Marisa (orgs.). **História do Movimento LGBT no Brasil**. 1 ed. São Paulo, Editora Alameda, 2018.

SÁ-SILVA, J. R.; ALMEIDA, C. D. de; GUINDANI, J. F. Pesquisa documental: pistas teóricas e metodológicas. **Revista Brasileira de História & Ciências Sociais**, [S. l.], v. 1, n. 1, 2009. Disponível em: <https://periodicos.furg.br/rbhcs/article/view/10351>. Acesso em: 18 jul. 2022.

SANTANA, Eder Luís, **LGBT como pauta do jornalismo: visibilidades e limitações**. 1ª ed. Salvador, BA. Editora Devires, 2018.

ZORRA TOTAL. **Memória Globo**. Disponível em:

<<https://memoriaglobo.globo.com/entretenimento/humor/zorra-total/noticia/zorra-total.ghtml>

> Acesso em 12 de novembro de 2022.

9. APÊNDICES - ROTEIROS DAS ENTREVISTAS

Roteiro de Entrevista - Semana 1 Mário Daniel Fernandes

1 Pra começar Daniel, eu queria que você me falasse seu nome completo, profissão e orientação sexual.

2 Você consegue lembrar quando você se reconheceu como(orientação sexual do entrevistado) ?

3 Há quanto tempo você vive com o vírus e como foi receber o diagnóstico positivo?

4 Em qual momento você teve esse *start*, de que poderia falar disso abertamente, sem pudores ou vergonha?

5 Já aconteceu algum episódio em que você sentiu uma discriminação direta de alguém por saber que você vive com HIV?

6 - E ao longo desses anos, como foram suas relações? Elas foram alteradas por conta da vivência com o vírus? Eu falo de relações diversas, sejam amorosas, familiares e entre amigos mesmo.

7 - Existe algo que o Daniel de agora diria para aquele Daniel em (**ano do diagnóstico**) quando recebeu o diagnóstico? Era o que você diria para alguém que recebeu essa notícia recentemente?

8 - Eu queria que além dessa reflexão, você também olhasse para o Daniel da fotografia que você trouxe, e me dissesse o que você contaria para esse menino lá atrás. Do que ele vai precisar enfrentar, das situações que vai atravessar. Vamos fingir que viajamos no tempo e você vai falar com ele, que conselho, dica, sermão, você daria;

Entrevista com Dra Kaline Calheiros - Métodos de prevenção, principais problemas enfrentados, dúvidas sobre o PREP.

Roteiro de Entrevista - Kaline Calheiros - Médica de Família e Comunidade

1 - Quanto tempo trabalhando no hospital e em específico com a saúde LGBT, e o que te fez se interessar e se especializar nessa área?

2 - Sobre lidar diretamente com pessoas LGBTs que estão sendo testadas e descobrem o diagnóstico. Acredito que você já tenha revelado o diagnóstico positivo para muitas pessoas. Como é ser essa porta-voz ?

3 - Você já precisou lidar com algum tipo de discriminação por trabalhar com pessoas que vivem com HIV+?

4 - A respeito dos métodos de prevenção, como você avalia a difusão desse tipo de informação para o público em geral?

5 - Sobre as profilaxias - PREP e PEP, você pode me falar as diferenças entre ambas?

6 - Sobre a vivência com a doença, você já teve/tem algum paciente que se recusou a tomar os medicamentos indicados, como foi essa situação??

7 - Enquanto médica que trabalha diretamente com esses pacientes, o que você acha que ainda precisamos melhorar , seja a nível municipal ou nacional, na luta contra a transmissão e prevenção do HIV?

Roteiro de Entrevista - Semana 2 - Felipe, Maxwell e Gabriel Vignoli

1 Pra começar Felipe e Maxwell, eu queria que vocês me falassem seus nomes completos, profissões e orientação sexual.

2 Há quanto tempo vocês estão juntos, incluindo namoro e casamento?

3 - Ser pai era um desejo dos dois, ou partiu primeiro de um, e acabou despertando também no outro?

4 - Em que momento houve realmente esse desejo de adoção? Me falem como foi o processo. Desde o momento da decisão em adotar, a procura pelos meios legais para que isso acontecesse.

5 - Vocês lembram o momento em que viram o Gabriel pela primeira vez? Como foi esse encontro ?

6 - Quais as mudanças na rotina de vocês, a adoção trouxe?

7 - Vocês já passaram por alguma situação constrangedora ou mesmo preconceituosa por serem um casal homossexual que tem um filho? Seja com familiares, na escola, ou na rua? Como lidaram com isso?

8 - Para vocês, o que é mais prazeroso em terem adotado e serem pais Gabriel?

9 - Existe algo que vocês enquanto casal de agora diriam para o Felipe e Maxwell lá de trás, de quando vocês pensaram em adotar uma criança ? Vamos fingir que viajamos no tempo e vocês vão falar com eles, que conselho, dica, sermão, vocês dariam pra vocês mesmos?

Perguntas para Gabriel Vignoli

1 - Gabriel, quantos anos você tem ? Em qual ano você está na escola?

2 - E o que você mais gosta de fazer com seus pais?

3 - Você tem muitos amigos? O que você mais gosta de fazer com eles ?

4 - Algum deles já perguntou por quê você tem dois pais? O que você respondeu pra ele?

5 - E por último, me conta o que é mais legal em fazer parte dessa família.

Roteiro de Entrevista - Sérgio Pessoa - Advogado e professor universitário

1 - Queria que você dissesse seu nome, idade, profissão.

2 - Há quanto tempo você trabalha nesta área do Direito LGBTI+, e o que te fez querer seguir também por esse lado de sua profissão ?

3 - Pra você o que é mais desafiador e o que mais prazeroso em trabalhar, também no Conselho LGBT.

4 - Você pode me contar um caso marcante que você tenha atuado na promoção de Direitos LGBT, e que possa falar aqui?

5 - Eu queria que você me falasse também sobre adoção por casais LGBTs. Você já esteve à frente de algum caso assim? Como foi?

6 - Na sua opinião a comunidade LGBT ainda é leiga quanto aos direitos que possui? Como você acha que isso pode ser melhorado ?

7 - Já teve alguma situação aqui em seu trabalho que você se sentiu inferiorizado por ser da comunidade, ou mesmo descredibilizado por parte de seus colegas de profissão, por trabalhar com Direitos LGBTs?

8 - E por último, me fala a respeito do Conselho Municipal, qual a importância dele pra comunidade e o que vocês esperam pra daqui em diante.

Roteiro de Entrevista - Semana 3 - Gustavo Lobo

1 Pra começar Gustavo, eu queria que você me falasse seu nome completo, idade, profissão e orientação sexual.

2 - Você consegue me dizer quando se entendeu enquanto (orientação sexual do entrevistado) ??

3- Como é sua relação com sua família? Me fala um pouco sobre seus pais, se tem irmãos, como foi pra eles saber da sua sexualidade.

4 - Você consegue lembrar qual foi a primeira vez que você se viu diante de uma atitude preconceituosa? Um olhar, alguma palavra ou xingamento?

5- Eu cheguei até você através de uma indicação acerca de um episódio específico de LGBTfobia que você sofreu, que chegou até agressão física. Você pode me contar como foi esse episódio em sua vida, se foi mais de uma vez, e o que você lembra desse dia.

6 - Você após esse episódio, se sentiu amparado pelas autoridades policiais? Chegou a registrar boletim de ocorrência?

7 - E o pós violência, como tem sido pra você? Como esse episódio refletiu na sua vida mesmo após (xxxx) anos?

8 - Existe algo que o Gustavo de hoje diria pra o Gustavo de de uns 15 anos atrás? Quando ainda era uma criança e ainda não imaginava que poderia passar por situações tão difíceis como essas? Que conselho, bronca, sermão, você daria pra ele?

Roteiro de Entrevista -Gi Carvalho - Ativista e Presidente do Mães da Resistência

1 - Queria que você dissesse seu nome, idade, profissão.

2- Como você conheceu o Mães da Resistência e o que te fez realmente participar do coletivo?

3 - Queria que você me falasse como é a acolhida para mães novas aqui no movimento. Como elas se apresentam, como é a inserção de um novo membro.

4 -Ao longo desse tempo participando do Mães, acredito que você já tenha ouvido, acompanhado até mesmo presenciado situações de LGBTfobia. Pode me falar a respeito disso?

5- Nesse tempo em que você participou, qual foi a situação mais desafiadora que já enfrentou?

6 - As violências LGBTfóbicas elas se apresentam de muitas formas, e muitas vezes o primeiro lugar é justamente nas famílias. Queria que você me falasse como o “Mães da Resistência” atua nessa frente, de combate ao preconceito junto às famílias.

Roteiro de Entrevista - Semana 4 -Alice Portela

1 Pra começar Alice, eu queria que você me falasse seu nome completo, profissão e orientação sexual.

2 - Você consegue me dizer quando se entendeu enquanto lésbica?

3- Como é sua relação com sua família? Me fala um pouco sobre seus pais, se tem irmãos, como foi pra eles saber da sua sexualidade.

4 - Eu cheguei até você graças ao Coletivo de Mulheres Periféricas. Eu queria que você me falasse um pouco sobre como chegou até o coletivo e pra você o que é ser uma mulher lésbica, preta e da periferia e a importancia do movimento feminista em sua vida.

5- Muitas mulheres lésbicas falam acerca dos estereótipos de Mulher Lésbica, sapatão, ser masculinizada ou até mesmo algumas críticas a quem parece feminina demais.. Queria que você me falasse um pouco acerca dessas questões relacionadas à estereótipos.

6 - Alguma vez você sofreu algum preconceito seja pela cor da sua pele, orientação sexual ou classe social. Se sim, como foi?

7 - Em nosso dia-dia costumeiramente precisamos lidar com comentários machistas, misóginos LGBTfóbicos, e em algum momento você já ouviu algo assim, mas preferiu se calar, seja porque foi no trabalho, ou com alguém em casa?

8 - Existe algo que a Alice de hoje diria pra Alice de uns 15 anos atrás? Quando ainda era uma criança. Que conselho, bronca, sermão, você daria pra ela?

Roteiro de Entrevista - Dayanne Alves - Coordenadora de políticas de saúde da população LGBTI+

1 - Eu queria que você me dissesse seu nome completo, idade e profissão.

2 - Me conta um pouco sobre como é o seu trabalho aqui na Coordenação.

3 - Em que momento de sua profissão você se percebeu gostando de trabalhar nessa área, e pra você o que é mais prazeroso e mais desafiador em trabalhar aqui.

4- Na sua vivência nesse tempo que está na coordenação, quais as principais demandas das mulheres, em especial as mulheres lésbicas na questão da saúde?

5 - Tem um tipo de violência que acontece especificamente com mulheres lésbicas, que eu gostaria que você falasse sobre, que é o chamado "estupro corretivo". Vocês aqui já receberam alguma mulher que tenha passado por algo desse tipo? Como vocês lidam com essa questão?

6- Na área da saúde a gente infelizmente vê ainda alguns casos de LGBTfobia, seja por parte de médicos, enfermeiros, ou planos de saúde. Essas questões passam por aqui? Como vocês lidam com elas?

Roteiro de Entrevista - Semana 5 - Fabianna Melo

1 - Para começar Fabiana, eu queria que você me falasse seu nome completo, profissão e orientação sexual.

2- Em que momento você entendeu que era uma pessoa transexual? Como foi esse processo?

3 - Me fala um pouco como foi sua infância. Casa onde morava, como eram as escolas que estudava, amigos da época.

4 - E ao longo desses anos, como foram suas relações? Elas foram alteradas por conta do fato de ser mulher trans? Eu falo de relações diversas, sejam amorosas, familiares e entre amigos mesmo.

5 - A comunidade trans é, dentro da comunidade LGBTI+ um das que mais sofre discriminação e preconceito. Tem algum episódio que você lembra que realmente te marcou negativamente?

6 - E positivamente, quando ou quais pessoas e lugares você se recorda com gratidão? Pessoas e lugares que te fazem sentir bem consigo mesma?

7 - Existe algo que a Fabiana de agora diria para aquela Fabiana lá de trás, de quando se imaginou enquanto pessoa trans? Vamos fingir que viajamos no tempo e você vai falar com ela, que conselho, dica, sermão, você daria;

Roteiro de Entrevista - Rayanne Romanelly - Coordenadora de assistência social da AMOTrans-PE

1 - Rayane, queria que você me falasse seu nome completo, idade e profissão?

2 - Há quanto tempo você trabalha na AMO TRANS e como chegou até aqui?

3 - Me fala como é o dia dia aqui no Instituto e o que você vê de mais prazeroso e mais desafiador.

4 - Como você percebe hoje a recepção das pessoas, instituições e empresa quanto precisam recorrer a algum pedido de auxílio financeiro, ou apoio em algum projeto?

5 - Eu sei do programa de empregabilidade que vocês tem aqui na ONG. Me fala um pouco mais sobre ele e a importância dessa inserção de homens e mulheres trans nesses cursos de capacitação.

6 - O que você também, enquanto mulher trans, acha que é mais desafiador em ser uma mulher trans em nosso país?

Roteiro de Entrevista - Semana 6 - Glayceanne Andrade

1 - Pra começar, eu queria que você me diga seu nome, profissão e sua orientação sexual.

2 - Você é natural de Recife? Me fala um pouco sobre sua história de vida. Já morou em outras cidades? Já trabalhou em outros lugares?

3 - Como uma mulher trans de 52 anos você viveu diversas fases, tanto do Brasil, quanto do próprio Movimento LGBT. E eu acredito que deva ser bem diferente, ser uma mulher trans no Brasil de 2022 e ser trans no país em meados dos anos 80 e 90. Me fala o que você vê de avanços e retrocessos, se você fizer uma pequena retomada ao passado.

4 - Você é uma pessoa que se preocupa com sua saúde? Faz exames regulares, tem acompanhamento médico? Como você enxerga esse acolhimento do sistema de saúde, seja você como uma pessoa mais velha, ou como mulher trans?

5 - Queria falar contigo sobre afeto. Muito se fala sobre afetividade das mais variadas formas, seja no campo amoroso e sexual, familiar, e de amigos mesmo, para com pessoas Trans e pessoas trans mais velhas. Me fala sobre como você lida com isso. Você é casada ou namora? Tem uma relação próxima com seus familiares?

6 - Eu te conheci através da AMO Trans, por conta do núcleo de mulheres idosas que você faz parte. Me fala como é esse grupo, e como é estar em contato com pessoas mais ou menos da sua faixa etária, o que vocês discutem, como são esses encontros?

7 - Eu queria agora que fizéssemos uma viagem no tempo e você me falaria se encontrasse a mesma Glayceane uns 30 anos atrás, quando tinha apenas 21 anos. Que conselho, bronca, sermão você daria a ela?

Roteiro de Entrevista - Acioli Neto - Coordenador do Instituto Boa Vista

1 - Acioli, queria que você me falasse seu nome completo, idade e profissão.

2 - Há quanto tempo você atua no Instituto Boa vista e como chegou até aqui

3 - Me fala como é o dia dia aqui no Instituto e o que você vê de mais prazeroso e mais desafiador.

4 - Como você percebe a comunidade LGBTI+ em relação ao envelhecimento, você percebe um temor maior, um cuidado maior com a saúde?

5 - Um dos maiores medos da velhice é a solidão, e isso afeta pessoas hetero e homossexuais. Como você percebe, que histórias e medos você já ouviu sobre isso?

6 - E pra você que também está envelhecendo, o que acha que é mais desafiador em envelhecer em nosso país ?