

UNIVERSIDADE FEDERAL DE OURO PRETO
INSTITUTO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
DEPARTAMENTO DE JORNALISMO
CURSO DE JORNALISMO

DANIEL LÚCIO VIANA DE ALMEIDA

**“SEM VERGONHA, para você que está dentro ou fora do armário” - Blog
de conteúdo multimídia para jovens LGBTI+**

Produto Jornalístico

Mariana
2020

DANIEL LÚCIO VIANA DE ALMEIDA

**“SEM VERGONHA, para você que está dentro ou fora do armário” - Blog
de conteúdo multimídia para jovens LGBTI+**

Memorial descritivo de produto jornalístico apresentado ao curso Jornalismo da Universidade Federal de Ouro Preto, como requisito parcial para obtenção do título de Bacharel em Jornalismo. Orientador: Profª Drª Michele Tavares

Mariana
2020

SISBIN - SISTEMA DE BIBLIOTECAS E INFORMAÇÃO

A447s Almeida, Daniel Lucio Viana De .
“Sem vergonha, para você que está dentro ou fora do armário”
[manuscrito]: blog de conteúdo multimídia para jovens LGBTI+. / Daniel
Lucio Viana De Almeida. - 2020.
158 f.

Orientador: Prof. Dr. Michele da Silva Tavares.
Produção Científica (Bacharelado). Universidade Federal de Ouro
Preto. Instituto de Ciências Sociais Aplicadas. Graduação em Jornalismo .

1. Adolescência. 2. Homossexualidade. 3. Mídia social . 4. Minorias
sexuais. 5. Multimídia interativa. I. Tavares, Michele da Silva. II.
Universidade Federal de Ouro Preto. III. Título.

CDU 613.88



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
UNIVERSIDADE FEDERAL DE OURO PRETO
REITORIA
INSTITUTO DE CIÊNCIAS SOCIAIS E APLICADAS
DEPARTAMENTO DE JORNALISMO



FOLHA DE APROVAÇÃO

Daniel Lúcio Viana de Almeida

“SEM VERGONHA, para você que está dentro ou fora do armário” - Blog de conteúdo multimídia para jovens LGBTI+

Membros da banca

Profa. Dra. Michele da Silva Tavares (Orientadora/ DEJOR - UFOP)

Prof. Dr. Evandro José Medeiros Laia (DEJOR - UFOP)

Prof. Dr. Frederico de Mello Brandão Tavares (DEJOR - UFOP)

Versão final

Aprovado em 20 de outubro de 2020.

De acordo

Profa. Dra. Michele da Silva Tavares
(DEJOR - UFOP)



Documento assinado eletronicamente por **Michele da Silva Tavares, PROFESSOR DE MAGISTERIO SUPERIOR**, em 30/10/2020, às 20:29, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 6º, § 1º, do [Decreto nº 8.539, de 8 de outubro de 2015](#).



A autenticidade deste documento pode ser conferida no site http://sei.ufop.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0, informando o código verificador **0097756** e o código CRC **33D7D2DD**.

Referência: Caso responda este documento, indicar expressamente o Processo nº 23109.008264/2020-51

SEI nº 0097756

R. Diogo de Vasconcelos, 122, - Bairro Pilar Ouro Preto/MG, CEP 35400-000
Telefone: - www.ufop.br

AGRADECIMENTOS

Queridos,

A conclusão do blog “SEM VERGONHA” marca o fim de um ciclo, do qual levo mais do que um diploma, trago comigo um novo modo de viver e enxergar o mundo, mudança proporcionada pela Universidade, especificamente pela graduação de Jornalismo e seu corpo docente. Esses me mostraram, na prática, que todas as histórias são especiais e podem transformar, emocionar e entreter aqueles que estiverem com o coração aberto, acalanto para o adolescente que chegou à Ufop e esperança para o profissional que a deixa. E, por isso e muito mais, Universidade Federal de Ouro Preto, muitíssimo obrigado;

À minha família, que lutou pelos meus sonhos e educação, em especial, à minha querida mãe, Fernanda Rodrigues, que sempre apoiou meus objetivos, quaisquer que fossem, e tanto ouviu sobre minhas inseguranças, e ao meu pai, Patrício Neto, por todo o alicercie e ombro amigo, muitíssimo obrigado! Esta conquista também é de vocês, Fernanda, Patrício, Júnior, Tereza, Érica, Uillian, Isaac, João e Júlio;

À minha orientadora querida, Michele da Silva Tavares, por aceitar desenvolver este projeto extenso e pela compreensão e incentivo durante a produção do “SEM VERGONHA” em meio uma crise sanitária mundial, muitíssimo obrigado;

Aos professores convidados à banca de avaliação deste TCC, Evandro Medeiros e Frederico de Mello Brandão Tavares, ambos do departamento de Jornalismo da Ufop, que o leram com tanta atenção e carinho, muitíssimo obrigado;

À minha casa e família do coração, República Capitu, e a todos os calouros, alunos e ex-alunos, pelo acolhimento durante os maravilhosos 4 anos de aprendizado e diversão, e,

principalmente, pelos abraços carinhosos nos momentos em que pensei em desistir, em especial, à Marina, à Ana Clara e ao Cleverton, muitíssimo obrigado;

À minha amiga adorável, Ingrid Achiver, que esteve do meu lado durante toda a graduação, nos altos e baixos dessa jornada, mas também, à Nathalia da Docê Lar, ao Tormen da Cangaço, à Ariana Neves e a todos os amigos republicanos e universitários, muitíssimo obrigado;

À minha querida amiga, Luana Viana, que tanto me apoiou e me ensinou a tornar ideias em lindos artigos e podcasts, mas também escutou meus desabafos, muitíssimo obrigado;

Às jornalistas: Lígia Souza, Mariana Viana, Luana Viana e a toda equipe da ACI Ufop e da Assessoria de Imprensa da Prefeitura de Mariana, muitíssimo obrigado pela disposição de me ensinar e acolher durante a graduação, vocês também fizeram parte da construção do profissional que defende este TCC;

À minha professora de Língua Portuguesa da escola Eduardo Prado, do município de São Paulo, Andreza Salles, e à minha amiga de longa data, Gabriely Carolina da Silva, que há 10 anos torcem pelo meu sucesso, muitíssimo obrigado;

A adolescentes e jovens lésbicas, gays, bissexuais, transsexuais, travestis e intersexos (LGBTI+s) que, de qualquer forma, apoiaram-me durante a produção do “SEM VERGONHA”, muitíssimo obrigado;

E, por último, mas nada menos importante, a você, adolescente que está dentro ou fora do armário, muitíssimo obrigado, esse projeto é para você!

RESUMO

Este memorial registra a concepção do blog o “SEM VERGONHA, para você que está dentro ou fora do armário”. O produto foi desenvolvido a fim de levar de modo específico informação e entretenimento aos jovens queers, a partir do perfil de consumo deles. O SEM VERGONHA pauta questões que geram angústias em seu público-alvo. São exemplos dos assuntos que serão abordados: adolescência, orientação sexual, identidade de gênero, aceitação social, relacionamentos amorosos, sexo e etc. Tanto as discussões quanto ao formato blog, esses foram definidos a partir das respostas obtidas no formulário aplicados nos estudantes do 2º ano do ensino médio da Escola Estadual Dom Silvério em Mariana (MG) sobre adolescência, sexualidade e internet.

Palavras-chaves: Adolescência; Sexualidade; LGBTI+; Mídia; Multimídia.

ABSTRACT

This memorial records the concept of the blog “SEM VERGONHA”, para você que está dentro ou fora do armário”. The page was developed in order to specifically provide information and entertainment to young queers, based on their consumption profile. SEM VERGONHA shakes up questions that generate anguish in its target audience. Examples of subjects that will be covered are: adolescence, sexual orientation, gender identity, social acceptance, romantic relationships, sex and so on. Both the discussions and the blog format, these were defined from the responses obtained in the form applied to students of the 2nd year of high school at the Dom Silvério State School in Mariana (MG), Brazil, on adolescence, sexuality and the internet.

Keywords: Adolescence; Sexuality; LGBTQI +; Media; Multimedia.

LISTA DE FIGURAS

FIGURA 1 - Print do gráfico resposta do formulário online “Adolescentes e a Internet”.....	22
FIGURA 2 - Capa do livro digital “Do Escuro ao Infinito. Vivência e Resistências de Adolescentes LGBTs no Brasil”.....	34
FIGURA 3 - Print do arquivo online das edições publicadas da revista digital VIRAÇÃO.....	35
FIGURA 4 - Capa do documentário “Se Essa Escola Fosse Minha” no YouTube	36
FIGURA 5 - Print do perfil do canal do YouTube “Põe Na Roda”.....	37
FIGURA 6 - Print do perfil do canal do YouTube “Canal das Bee”.....	37
FIGURA 7 - Print do perfil do canal do YouTuber “Lucca Najjar”.....	38
FIGURA 8 - Print do perfil do canal da YouTuber “Bárbara Alves”.....	39
FIGURA 9 - Print do perfil do canal da YouTuber “Lana Almeida”.....	39
FIGURA 10 - Poster promocional da série “ <i>Special</i> ”.....	40
FIGURA 11 - Poster promocional da série “ <i>Sex Education</i> ”.....	41
FIGURA 12 - Poster promocional da série “ <i>Pose</i> ”.....	41
FIGURA 13 - Capa do podcast “Um MilkShake Chamado Wanda”.....	42
FIGURA 14 - Logomarca do blog “SEM VERGONHA”.....	57
FIGURA 15 – Ilustração Self Portrait Mariery Young.....	58
FIGURA 16 - “Burn Book”.....	58
FIGURA 17 - Imagem de fundo do blog “SEM VERGONHA”.....	59
FIGURA 18 - Homepage do blog “SEM VERGONHA”.....	59
FIGURA 19 - Expediente do blog “SEM VERGONHA”.....	59
FIGURA 20 - Seção “LEVANTE, LGBTI+!”.....	60
FIGURA 21 - Seção “ESCUTE SEM VERGONHA”.....	60
FIGURA 22 - Seção “É SOBRE VOCÊ!”.....	60
FIGURA 23 - Seção “A GENTE EXPLICA”.....	61
FIGURA 24 - Seção “THE BROKEN HEARTS CLUB”.....	61
FIGURA 25 - Seção “TUDO BAIXARIA”.....	61
FIGURA 26 - Print do post no grupo do Facebook “Assexuais”.....	66
FIGURA 27 - Print do post no grupo do Facebook “BuzzFeed Brasil – O GRUPO”.....	66
FIGURA 28 - Print do post no grupo do Facebook “Psicólogos e estudantes de Psicologia no Brasil”.....	67
FIGURA 29 - Comparação dos planos de filmagem do "TRETAS TNT" e do "LGBTI+, LEVANTE".....	68

FIGURA 30 - Comparação dos planos de filmagem do "Boletim TVUFOP" e "Jornal Globo" com o do "LGBTI+ LEVANTE"	68
FIGURA 31 - Capa do "ESCUTE SEM VERGONHA"	69
FIGURA 32 - “É SOBRE VOCÊ!” na playlist “ <i>Pride</i> ” do Spotify Brasil.....	71
FIGURA 33 - Total de execuções do podcast “É SOBRE VOCÊ!”.....	71
FIGURA 34 - Carta de Aceite do "É SOBRE VOCÊ!" no ExpoCom 2020.....	71
FIGURA 35 - Artboard "Não Diga! Mitos e falas bifóbicas para você excluir do seu repertório”	72
FIGURA 36 - Timeline "Transição de gênero: conheça personalidades do Brasil pioneiras nesse processo"	73
FIGURA 37 - Mapa Interativo.....	73

LISTA DE QUADROS

QUADRO 1 - Fração do perfil dos adolescentes.....	22
QUADRO 2 – Hábito dos adolescentes na Internet.....	23
QUADRO 3 – Quantificação dos resultados do mapeamento midiático.....	28
QUADRO 4 – Livros sobre Adolescência LGBTI+.....	32
QUADRO 5 – Esquematização das seções do “SEM VERGONHA”	54
QUADRO 6 - Esquema pauta e seção/editoria.....	64

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	12
PARTE 1. ADOLESCÊNCIA E SEXUALIDADE: OS PILARES EDITORIAS DO “SEM VERGONHA”	14
1.1 Os adolescentes e a pauta LGBTI+.....	14
1.2 A negligência da mídia e os adolescentes LGBTI+.....	27
PARTE 2. ADOLESCÊNCIA COMPARTILHADA E CONECTADA	44
2.1 Os adolescentes e os usos do ambiente digital.....	44
2.2 “SEM VERGONHA” no formato blog: características e potencialidades.....	48
PARTE 3. PLANO EDITORIAL	52
3.1.1. Produto.....	52
3.1.2. Conceito e nome.....	53
3.1.3. Princípios editoriais.....	53
3.1.4. Público pretendido.....	53
3.1.5. Linguagem.....	54
3.1.6. Estrutura editorial/ Seções do blog.....	55
3.1.7. Equipe/expediente.....	56
3.2. Plano Gráfico.....	57
3.2.1. Marca.....	57
3.2.2. Background e capa das editorias/seções.....	58
PARTE 4. PLANO DE TRABALHO E PAUTA ESTENDIDA	65
CONSIDERAÇÕES FINAIS	75
REFERÊNCIAS	77
APÊNDICE	80
I.FORMULÁRIO “ADOLESCENTES E A INTERNET”	80
II.PAUTAS	84
III.ROTEIROS	115

1. INTRODUÇÃO

A ideia de produzir o “SEM VERGONHA, para você que está dentro e fora do armário - Blog de conteúdo multimídia para jovens LGBTI+s”¹ surgiu de uma ausência presente na minha adolescência. Durante aquele tempo do meu desenvolvimento psicossocial, os conteúdos midiáticos sobre comportamento para adolescentes LGBTI+s eram escassos ou pouco divulgados. A falta de contato com produções destinadas a esse nicho, aproximou-me das revistas impressas para as adolescentes, como a *Capricho*.

Os assuntos abordados nas revistas me interessavam - cinema, seriados de tevê, astros adolescentes, moda e comportamento -, porém havia um limite: o da identificação. Diferente do público-alvo da revista *Capricho*, eu não era uma menina branca de classe média alta. Eu era um menino gay com inúmeras inseguranças e dúvidas quanto a minha orientação sexual, à aceitação familiar e social, a lidar com o *bullying* que sofria por ser afeminado, etc.

Durante a minha adolescência, na década de 2010, não tive acesso facilmente aos produtos destinados aos jovens diferentes do padrão “cisgênero heterossexual”, uma lacuna do mercado editorial que vem sendo preenchida com séries de tevê, livros e músicas, como será apresentado nesse memorial. A partir disso, o “SEM VERGONHA” nasce com o objetivo de contribuir para o melhor desenvolvimento psicossocial de meninos, meninas e não-binários - em suas mais diversas expressões e identidade de gênero - e aumentar a oferta de conteúdo que represente esse público, uma vez que o crescimento dessas produções ainda é pequeno.

Apesar de que, nos anos 2000, já existir certa abertura para se falar sobre a diversidade de orientação sexual nas mídias, o assunto era pouco debatido. Porém, quando a temática era discutida, o público-alvo eram os adultos, não os adolescentes. Havia também a questão do acesso, pois, muitas vezes, as obras que retratavam a comunidade LGBTI+ eram ofertadas à parcela da população mais abastada, com acesso à Tevê por assinatura e/ou internet.

Por isso, o blog “SEM VERGONHA, para você que está dentro ou fora do armário” é desenvolvido para falar de adolescência, sexualidade, saúde, comportamento, relacionamentos e entretenimento para adolescentes, mas principalmente, para as pessoas dessa faixa etária que se identificam como LGBTI+. O principal objetivo do produto deste memorial é ser o irmão mais velho, o melhor amigo e o conselheiro dos jovens que se sentem sozinhos pela coerção social aplicada àqueles que são diferentes do padrão “cisgênero-heterossexual”. Além disso, oferecer conteúdo jornalístico e de entretenimento através de textos, peças visuais, vídeos e podcasts a adolescentes LGBTI+s. E, para isso, as pautas serão produzidas a partir das

¹ Disponível em: <<https://almeidaniel.wixsite.com/semvergonha>>. Acessado em: 05 e outubro de 2020.

demandas específicas desse público, como: identidade e expressão de gênero, orientação sexual, primeiro amor, início da vida sexual, terapia hormonal, etc.

E com o objetivo de informar e entreter esse público-alvo pouco contemplado pelas grandes mídias, a elaboração do blog “SEM VERGONHA”, para você que está dentro ou fora do armário” se tornou imprescindível durante a pandemia da covid-19, na qual o distanciamento e o isolamento social foram medidas utilizadas para combater a transmissão do vírus. Essa configuração fez com que jovens e adolescente se distanciassem de seus núcleos e espaços onde se sentem à vontade para expressarem a própria orientação sexual e identidade de gênero, como escolas e grupos de amigos. E, para acalantar e acolher esses adolescentes, o desenvolvimento desse produto foi mantido, mesmo com todas as adversidades - sem acesso aos equipamentos e laboratórios de edição necessários para a produção do conteúdo audiovisual, sonoro, e a suspensão de atividades de diversos órgãos públicos, os quais seriam consultados no processo de apuração.

Por fim, este memorial está estruturado em quatro partes, são elas: 1) Adolescência e sexualidade: Pilares editoriais do “SEM VERGONHA” - no qual se discute o conceito de adolescência, o despertar da sexualidade e quais produtos são destinados aos adolescentes *queers*²; 2) Adolescência Compartilhada e Conectada - sobre o desenvolvimento da internet e os hábitos dos jovens nesse ambiente digital; 3) Plano Editorial - descrição do produto; e 4) Plano de Trabalho e Pauta estendida - esquematização da produção e relato do desenvolvimento do produto.

² Termo em inglês que faz referência às pessoas que são diferentes do padrão “cisgênero heterossexual”.

PARTE 1. ADOLESCÊNCIA E SEXUALIDADE: PILARES EDITORIAIS DO “SEM VERGONHA”

Como o público pretendido do blog “SEM VERGONHA, para você que está dentro ou fora do armário” são adolescentes LGBTI+s, faz-se necessário uma reflexão sobre o conceito de adolescência e as questões latentes durante esse momento do desenvolvimento psicossocial humano. Mas também, orientação sexual e identidade de gênero, características que influenciam nas vivências e no consumo dessa parcela da sociedade que visamos informar e entreter.

Além disso, torna-se imprescindível também pontuar o que é produzido para os adolescentes *queers*, para que possamos entender como são vistos e representados, a fim de traçar o perfil desses jovens - para isso, aplicamos um formulário online junto aos estudantes do 2º do ensino médio da escola Estadual Dom Silvério. Essas informações serviram de base para a elaboração do produto deste memorial e do conteúdo que nele será compartilhado, o objetivo é desenvolver o conteúdo mais adequado possível ao nosso público.

1.1 Os adolescentes e a pauta LGBTI+

Nesta primeira parte do memorial, abordamos as questões conceituais que permeiam a escolha temática do blog "SEM VERGONHA", para você que está dentro ou fora do armário" e o recorte de público pretendido, é preciso explicar o motivo pelo qual escolhemos adolescentes lésbicas, gays, bissexuais, transexuais e travestis, intersexo (LGBTI+) - ou de qualquer outra orientação sexual e/ ou identidade de gênero - de 12 a 18 anos como alvo do “SEM VERGONHA”, produto que exige este memorial.

É preciso pontuar que a faixa etária destacada é definida como “adolescência” pelo art. 2º do Estatuto da Criança e do Adolescente, (Lei n.8.069, de 13 de julho de 1990). (Brasil, 1990). Esse período do desenvolvimento psicossocial humano é marcado pelas mudanças e inseguranças sobre o próprio corpo, mente e aspectos sociais. A complexidade dessa fase pode ser mais difícil quando a própria identidade de gênero e a orientação sexual são questões latentes. Para compreendê-la, é necessário explicar o surgimento da infância, uma vez que é a partir dela que a classificação dos adolescentes surge na cultura ocidental.

De acordo com Calligaris, os conceitos de infância e de adolescência foram construídos vagarosamente na Modernidade e firmados a partir do final do século XVIII, momento no qual o contexto histórico, econômico e social foi alterado devido aos movimentos sociais da época e às experiências humanas com a morte e com o individualismo, as quais mudaram durante aquele período. Essas são diretrizes que correspondem a uma construção social, histórica e

cultural, ou seja, dependem da sociedade onde estão inseridas e do momento histórico em que funcionam ou são analisadas.

Entendendo aqui por infância não os primeiros anos da vida - que sempre existiram, obviamente -, mas a própria ideia de um tempo da vida bem distinto da idade adulta, misticamente feliz, protegido pelo amor dos pais e, sobretudo, não definido simplesmente pela espera apressada de se tornar adulto. Na modernidade, a infância se tornou objeto de preocupações, meditações, planos e projetos infinitos, tema inesgotável e autônomo de exploração e debate. Aliás, essa posição aos poucos parece ser herdada pela adolescência (CALLIGARIS, 2004, p. 2).

Quanto ao termo “Adolescência”, esse apareceu pela primeira vez na Literatura na obra “Os Trabalhadores do Mar”, de 1866, escrita por Victor Hugo. Nela, Victor descreve essa fase do desenvolvimento humano como: "A adolescência ou dom crepuscular confundida, o início de uma mulher com o fim de uma criança"³. A frase retrata o momento de transição entre deixar de ser criança e se tornar adulto. A palavra “adolescência” vem do latim "*adolescere*", que significa crescer.

O período “pré vida adulta” diz respeito, além de crescer e não ser mais criança nem ter chegado à idade adulta, ao início do processo de autoafirmação do sujeito em formação. Reconhecer-se como ser humano singular e como cidadão que integra uma sociedade são algumas das inquietações comuns nessa faixa etária, momento conturbado do desenvolvimento humano, no qual surgem dúvidas e angústias sobre aspectos físicos/corporais, psicológicos e sociais.

Em “Confrontação de Gerações”, Luís Kancyper, é descrito o processo da adolescência como um período de negação da infância e negação também do modelo dos pais para a vida adulta. O jovem não encontra em casa o adulto que quer ser e por isso não recorre a eles quando precisa da ajuda que só um amigo em que se confia pode dar (GELATTI; AMARAL, 2009, p.10).

Como abordado anteriormente, o período denominado adolescência é modificado pelo contexto histórico e cultural no qual está inserido, logo, ser adolescente no Brasil na década de 1940 é diferente de ser atualmente (FERREIRA; FARIAS; SILVARES, 2010). As experiências vividas por cada sujeito também influenciam no ser adolescente. Dessa forma, é seguro dizer que existem inúmeras formas de ser e viver essa fase do desenvolvimento humano, uma vez que o histórico social e econômico interfere na vida dos sujeitos.

³ Disponível em: <<http://www.lite.fe.unicamp.br/papet/el300/seminario6.htm>>. Acessado em: 24 de outubro de 2019.

No Brasil, de acordo com o Estatuto da Criança e do Adolescente (ECA), “Considera-se criança, para os efeitos desta Lei, a pessoa até doze anos incompletos, e adolescente aquela entre doze e dezoito anos.”⁴ Quanto à Constituição Brasileira, especificamente, essa enxerga os adolescentes como humanos em processo de desenvolvimento físico, psicológico e social. O documento garante “direito à liberdade, ao respeito e à dignidade como pessoas humanas em processo de desenvolvimento e como sujeitos de direitos civis, humanos e sociais garantidos na Constituição e nas leis.” (BRASIL, 1988)⁵.

O desenvolvimento biológico e o psicossocial tornam o corpo e os desejos das crianças, com o passar do tempo, cada vez mais semelhantes aos dos adultos. Inocência, despreocupação e anseios ditos infantis - como: pedir brinquedos de presente ou que contêm estórias para que possam dormir - são deixados de lado na adolescência. A influência social (*status*), o poder financeiro e, em alguns casos, o início da vida sexual, integram as inquietudes daqueles que não são crianças nem adultos. Sobre essa transição, Calligaris define que:

Os adolescentes ideais têm corpos que reconhecemos como parecidos com os nossos em suas formas e seus gozos, prazeres iguais aos nossos e, ao mesmo tempo, graças à mágica da infância estendida até eles, são ou deveriam ser felizes numa hipotética suspensão das obrigações, das dificuldades e das responsabilidades da vida adulta. Eles são adultos de férias, sem lei (CALLIGARIS, 2004, p. 2).

A citação de Calligaris fala de uma parcela específica dos adolescentes, daqueles que vivem essa fase de desenvolvimento sem precisar lidar com as consequências da desigualdade social. Os jovens das periferias brasileiras, de classes socioeconômicas menos favorecidas e negros, muitas vezes, estão à margem da sociedade e desta frase: “eles são adultos de férias, sem lei”, uma vez que adolescentes pobres trabalham e estudam aos mesmo tempo e lidam com a violência, estejam eles no meio urbano ou rural. De acordo com a *United Nations Children's Fund* (Unicef), em 2015, 11.403 adolescentes foram assassinados, ainda segundo o mesmo levantamento feito pela Fundação: “as vítimas de homicídios são, em sua maioria, meninos negros, que vivem nas periferias dos grandes centros, estão fora da escola e vêm de famílias com baixo poder aquisitivo”⁶.

Além disso, os impasses internos, como: as questões de identidade e de identificação com o mundo externo, somados a culturas mais sofisticadas, modernas e tecnológicas, exigem

⁴ Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/LEIS/L8069.htm#art266>. Acesso em: 25 de agosto de 2020.

⁵ Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Constituicao/Constituicao.htm. Acesso em: 25 de agosto de 2020.

⁶ Disponível em: <unicef.org/brazil/homicidios-de-criancas-e-adolescentes>. Acessado em: 13 de outubro de 2019.

estudo e especialização para o ingresso no mercado de trabalho. Esse processo resulta no prolongamento da “adolescência”. No texto “Direito da População Jovem: Um Marco para o Desenvolvimento”, do Fundo de População das Nações Unidas, a Organização das Nações Unidas aderiu como convenção o termo “Juventude” ao invés de “Adolescência”, a fim de enquadrar pessoas entre 15 e 24 anos⁷. Essa nomenclatura foi adotada em consequência do prolongamento desse período de transição, no qual as responsabilidades tidas como de “adulto” ainda não foram assumidas.

Postergou-se o matrimônio, ampliou-se a necessidade de permanecer no lar paterno (emancipação tardia), aumentou-se o número de nascimentos fora do matrimônio – fatores que levam o indivíduo a conviver com mais pessoas de diferentes idades e ambientes, sem laços consanguíneos com a maioria delas, com diferentes escalas de valores, ideias e crenças (Vargas & Nelson, 2001), e por mais tempo (FERREIRA; FARIAS; SILVARES, 2010, p. 232).

As experiências de vida daqueles que não são mais crianças, mas não chegaram à fase adulta, nem sempre receberam atenção. Os problemas ditos comuns desta faixa etária - negação dos padrões de conduta familiar e social, além da busca pela própria identidade - (CALLIGARIS, 2000) foram considerados relevantes apenas na Modernidade. Nela, a adolescência passou a ser discutida em textos acadêmicos, mas também em jornais, revistas, programas de tevê e rádio..

Na segunda década do século XX, período em que começaram a surgir os primeiros estudos sobre os adolescentes, a adolescência não era mais interpretada apenas como um momento de “...turbulência e contestação, constituindo-se em uma linha de fraturas e erupções vulcânicas no seio das famílias” (FERREIRA; FARIAS; SILVARES, 2010, p.230). Mas, sim, como uma transição da infância para a vida adulta, momento em que acontecem as inserções sociais, profissional e econômica, dos adolescentes na sociedade adulta.

No texto “Adolescência e Mídia”, de 2002, que fez parte do 6º seminário da Universidade Estadual de Campinas (Unicamp), depois da 2ª Guerra Mundial⁸, no ocidente, foram atribuídos aos adolescentes os títulos de “rebelde sem causa” e “alienados”, em consequência dos questionamentos e das angústias - busca por uma identidade e autoconhecimento, além da negação dos pais como modelo de conduta - presentes nessa fase

⁷ Disponível em: < http://www.unfpa.org.br/Arquivos/direitos_pop_jovem.pdf>. Acessado em: 05 de outubro de 2020.

⁸ Disponível em: <<http://www.lite.fe.unicamp.br/papet/el300/seminario6.htm>>. Acessado em: 24 de outubro de 2019. No texto, Ana Paula, Alcino, Edicléia, Jane e Marcos César fazem um resgate histórico sobre os preconceitos atribuídos à fase da vida denomina Adolescência.

do desenvolvimento psicossocial. Há ainda pessoas que insistem em defini-los nesses termos, (ANDI; VOTORANTIM. 2007) e a mídia, por muito tempo, colaborou para a cristalização desses estereótipos, uma vez que demorou para representar os adolescentes de modo mais amplo, indo na contramão dessas concepções. As gerações dos anos de 1960, 1970 e 1980 estavam engajadas na política e nos movimentos sociais que tinham como objetivo melhorar a vida em sociedade.

Entretanto, ao mesmo tempo em que o adolescente e o jovem começavam a ser reconhecidos como sujeitos de direitos, fortalecia-se a tendência de encará-los como consumidores. E foi particularmente no âmbito da mídia que a percepção de que a juventude representava um importante grupo consumidor ganhou maior visibilidade (ANDI, 2007 p. 7).

O debate sobre adolescência despertou o interesse da cultura de consumo ocidental. Ela voltou a sua atenção aos adolescentes a partir da década de 1950. Foi durante essa época que os produtos para essa parcela da sociedade foram desenvolvidos em larga escala. As grandes empresas notaram que existia uma parte numerosa da população com demandas específicas que não era contemplada pelo capitalismo, sem produtos destinados a ela.

Sua relevância está nas proporções do mercado dos adolescentes: eles são numerosos e dispõem de cada vez mais dinheiro. Mas interessam ao mercado também pela influência que exercem sobre a decisão e a consolidação de modas, que transformam os modelos de consumo de muitos adultos (CALLIGARIS, 2004, p. 2).

Apetrechos para o autocuidado, vestimentas e ídolos, como atores e cantores, foram desenvolvidos para os adolescentes, a fim de torná-los consumidores ativos. No continente americano, podemos destacar estrelas da cultura pop, como Marlon Brando e James Dean. Durante a década de 1950, ambos foram símbolos da juventude e da incompreensão dos adultos com os adolescentes. As jaquetas de couro, as camisetas brancas, as calças jeans utilizadas por eles, ditaram o que os adolescentes da época vestiriam naquele período.

Já dos anos 2010, podemos destacar duas artistas: Bella Thorne e Larissa Manoela, a estadunidense e a brasileira, respectivamente, possuem linhas de roupas e cosméticos que levam os seus nomes e são objetos de desejo de adolescentes. De acordo com Sabat (1999, p.30) “é por meio da mídia que diariamente observamos imagens de femininos e masculinos construídas com o objetivo de vender algum produto ou alguma ideia”. Para além de produtos, compramos modos de viver e se comportar no mundo por meio das narrativas midiáticas.

A mídia exerce determinada influência no agir dos adolescentes, por meio dos produtos textuais, sonoros e audiovisuais que lhes são ofertados. Conglomerados de empresas se

aproveitam da busca pelo autoconhecimento e pela construção de uma identidade para vender produtos com ideias de singularidade aos adolescentes que possuem essa inquietação. Segundo Schmidt (2006), é por meio da mídia que “aprendemos quem somos nós e quem são os outros ou, ainda, como são aqueles quem desejamos ser iguais ou de quem queremos ser diferentes”. Esses materiais que oferecem em tese a possibilidade do desenvolvimento de uma identidade única.

O resultado disso é que cada grupo impõe facilmente a seus membros uma conformidade de consumo bastante definida. Por isso mesmo, todos os grupos se tornam também grupos de consumo facilmente comercializáveis. Os adolescentes, organizados em identidades que eles querem poder reconhecer sem hesitação, se tornam consumidores ideais por serem um público-alvo perfeitamente definido. A adolescência e suas variantes são assim um negócio excelente. O próprio marketing se encarrega de definir e cristalizar os grupos adolescentes, o máximo possível (CALLIGARIS, 2004, p. 1)

Neste sentido, abordar a discussão sobre sexualidade na adolescência é primordial para este memorial, uma vez que o público pretendido do blog “SEM VERGONHA” são os adolescentes LGBTI+s. Faz parte da adolescência o desenvolvimento biológico, a curiosidade e o desejo por conhecer as sensações que se pode sentir e proporcionar. Além do aspecto físico, orientação sexual, identidade de gênero e relacionamentos amorosos e familiares são questões relevantes a esse público.

A adolescência também está relacionada ao desenvolvimento da personalidade a partir do progresso psicossocial daqueles que não são mais crianças nem chegaram à vida adulta. A mídia pode e influencia nesse processo de descoberta, levando ou censurando informações aos adolescentes. E, por muitas vezes, temas complexos, porém primordiais como sexualidade e sexo, foram ignorados pelos meios de comunicação, a fim de evitar possíveis conflitos com setores conservadores. Porém, essas questões fazem parte da vida humana e devemos abordá-los.

De acordo com Colaço, Germano e Miranda (2019), na infância, o desenvolvimento da sexualidade é um processo natural de descoberta e exploração do próprio corpo, a criança começa a perceber sensações e estímulos que podem sentir em seus membros. Existe também a curiosidade sobre papéis de comportamento, esses impulsos passam pelo desejo de brincar de “casinha” ou de “carrinho” pelas crianças. As descobertas da sexualidade estão em constante foco, uma vez que, nessa fase da vida, inúmeros conhecimentos sobre viver em sociedade e suas regras são apresentados às crianças.

Já na segunda fase, a da adolescência, o sujeito tem fantasias sexuais, propriamente ditas, consequência da puberdade, além do despertar de sensações e desejos sexuais até então desconhecidos. As inevitáveis mudanças corporais - acontecimento que gera estranhamento ao próprio corpo -, a busca por uma identidade e a negação dos pais como modelo de conduta, tornam essa fase ainda mais complexa. Esses são pontos que fazem a vivência da sexualidade desafiadora. Essa fase, muitas vezes, é marcada pela vergonha, insegurança, dúvida e medo da rejeição.

Um dos grandes desafios da adolescência é a vivência da sexualidade. É neste momento que o indivíduo vive suas primeiras experiências afetivosexuais, que participam na organização de sua vida e na sua construção subjetiva. Devemos salientar que essas primeiras experiências afetivosexuais são marcadas por dúvidas, inseguranças e dificuldades de lidar com o corpo, os sentimentos e com o outro. Mas é também um momento de experimentação para se autoconhecer e entender o que se passa (COLAÇO; GERMANO; MIRANDA, 2019, p. 320).

Todas as angústias e questões pontuadas se tornam mais complexas para os adolescentes que não são cisgêneros, ou seja, não se identificam com o gênero que lhes foram atribuídos ao nascimento, nem sentem atração pelo gênero oposto ao próprio. Na equação de jovens lésbicas, gays, bissexuais, transsexuais, travestis, intersexo (LGBTI+) é somado os questionamentos sobre identidade de gênero e orientação sexual à adolescência. Essas dúvidas são cercadas pelo medo da rejeição familiar e do preconceito presente em sociedade.

Diante do desafio de conceber e produzir um blog para adolescentes, optamos por nos aproximarmos do nosso público pretendido, no sentido de conhecer suas angústias. Como estratégia metodológica para delimitar o perfil editorial do blog, elaboramos o formulário online: o “Adolescentes e a Internet”, (APÊNDICE 1), que foi aplicado junto aos estudantes matriculados nas duas turmas do 2º ano do ensino médio da Escola Estadual Dom Silvério, em Mariana - MG. As questões foram respondidas virtualmente pelos alunos das turmas A e B, todos entre 15 e 18 anos, durante as manhãs dos dias 14 e 15 de novembro de 2019 (QUADRO 1). Para a coleta de informações, contamos com a autorização e o apoio da direção da escola, além da disponibilização do laboratório de informática do prédio para a aplicação do questionário.

É importante ressaltar que escolhemos os estudantes do 2º ano do ensino médio em 2019, porque seria possível contactá-los novamente na segunda fase do desenvolvimento deste trabalho - elaboração do produto -, a qual foi realizada no primeiro semestre de 2020. Apesar da estratégia de manutenção do contato, em consequência da pandemia da Covid-19, toda a

dinâmica de vínculo com os alunos e a produção do blog “SEM VERGONHA” foi alterada. Para respeitar as medidas de distanciamento social e combate a transmissão do novo coronavírus, todo o trabalho de coleta de dados e, até mesmo de apuração, foi realizado exclusivamente pela internet. Nesse ambiente, recorreremos aos grupos privados do Facebook, onde jovens *queers* de todo o país interage, para fazer consultas e pesquisas de opinião. Na pauta estendia há uma descrição completa desse processo de elaboração.

Quanto ao formulário aplicado presencialmente, este documento é composto por 23 questões, no QUADRO 1 destacamos quatro perguntas e respostas integrais - não parciais - dos alunos consultados. É importante esclarecer que, para garantir a privacidade e a identidade dos participantes, não foram registrados nessa pesquisa os nomes e a idade deles. Os adolescentes, que informaram a orientação sexual, receberam mais destaque, dos 10 que se definiram como “bissexual”, apenas um assinalou a opção “masculino”, os demais se intitularam “feminino”. Além disso, 54,1% deles definiram como passatempo favorito “mexer no celular”, 45, 9% afirmaram que o Instagram era a rede social que mais acessavam na web e 81,1% deles pontuaram o “entretenimento” como conteúdo que mais procuram na internet. Por fim, a partir das 37 respostas obtidas, foi possível também conhecer os assuntos pelos quais os adolescentes mais se interessavam, sendo eles: "a primeira relação sexual", "medo de aceitação social e familiar", "o primeiro amor", "violência física e moral", "bullying", "brigas familiares" e “inserção no mercado de trabalho”. O resultado completo está no APÊNDICE I.

Foi a partir dessas informações que escolhemos a linguagem simples, direta e objetivo - mas dentro dos limites da norma culta da Língua Portuguesa - utilizada nas redes sociais como modo de escrita oficial do blog e o uso de imagem em suas produções, uma vez que 45, 9% dos estudantes consultados definiram a mídia de fotos, Instagram, como a que mais acessavam. Além disso, o perfil do internauta modelo deste produto foi visualizado também por meio das respostas dadas ao formulário “Adolescentes e a Internet”.

Qual o seu passatempo favorito?

37 respostas

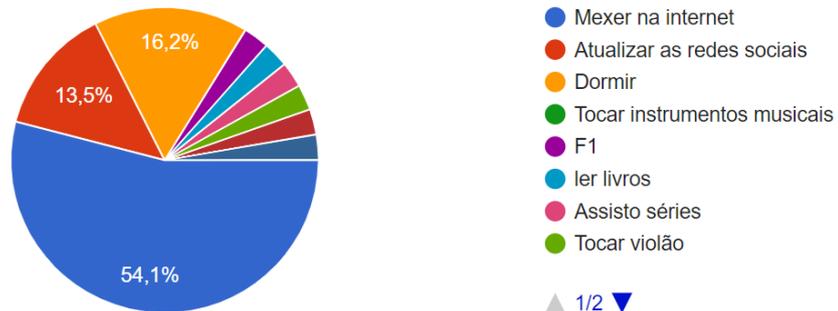


Figura 1: Gráfico que revelou o passatempo favorito dos alunos do 2º ano da Escola Dom Silvério.
Fonte: Elaboração própria.

É interessante destacar o interesse dos estudantes do 2º ano do ensino médio em responder o formulário e a curiosidade em saber o significado dos termos que nomeiam as diferentes orientações sexuais e identidades de gênero. Esse desconhecimento foi inspiração para a produção da primeira pauta do blog (APÊNDICE I), "Perceber-se LGBTI+ é as descobertas da sexualidade", na qual explicamos todas as nomenclaturas. O processo de aplicação e a influência do formulário na elaboração do "SEM VERGONHA", para você que está dentro ou fora do armário", está descrita na parte 4 deste memorial, "PLANO DE TRABALHO E PAUTA ESTENDIDA".

Perguntas	Alternativas	Respostas
Qual a sua orientação sexual?	1) Heteressexual 2) Bissexual 3) Homossexual 4) Pamssexual 5) Não quero responder.	25 - Heteressexual 10 - Bissexual 1 - Não quero responder 1 - Outros
Das temáticas abaixo, qual você tem mais dúvida? (Escolha uma)	1) Relacionamentos amorosos e familiares 2) Sexo 3) Inserção no mercado de trabalho 4) Outros	33 - Inserção no mercado de trabalho 4 - Relacionamentos amorosos e familiares
Como adolescente	1) A primeira relação	3 - Brigas familiares

LGBTQI+, o que gera mais angústia em você?	sexual 2) Brigas familiares 3) Bullying 4) Medo da não aceitação familiar ou/e social 5) O primeiro amor 6) Violência física ou moral	2 - Bullying 4 - Medo da não aceitação familiar e/ou social 2 - Primeiro amor 1 - Violência física ou moral
Caso sim, como está a sua saúde mental? O que a deixa instável? E estável?	Esta questão é dissertativa, logo, não possuía alternativas	Entre os adolescentes LGBTQI+, além da ausência de resposta, as mais comuns foram: “não está bem”, “me sinto deprimido” “sozinho”

Quadro 1: Fração do perfil dos adolescentes.

Fonte: Elaboração própria.

Foi possível observar também que na Escola Estadual Dom Silvério existem mais pessoas que se identificam como do gênero feminino e como bissexuais, essas meninas declararam estarem deprimidas e angustiadas. Entre elas, as inquietações pontuadas foram: “o medo da não aceitação familiar e/ou social” e o “bullying”. O primeiro incômodo também foi declarado pelo único adolescente do gênero masculino que se definiu como bissexual. Houve um jovem que preferiu não declarar por qual expressão sente atração, esse escolheu a alternativa “primeiro amor” como sua dúvida latente.

Os dados obtidos com a aplicação do questionário “Adolescentes e a Internet” serviram como base para a elaboração do conteúdo do blog. Com essas informações, além de ter conhecimento das angústias comuns entre os adolescentes LGBTI+s, foi possível saber também os hábitos dos jovens no espaço digital a partir de algumas questões específicas sobre: rede social mais acessada; tempo de acesso e navegação; e tipo de conteúdo consumido na web.

Perguntas	Alternativas	Respostas
Qual assunto mais o interessa?	1) Celebridade 2) Comportamento 3) Entretenimento (cinema/música/podcast) 4) Esporte 5) Relacionamentos amorosos	22 – Entretenimento 9 – Esporte 7 – Sexo 7 – Relacionamentos Amorosos 3 – Celebridades 3 – Comportamento 1 - Religião

	6) Religião 7) Saúde 8) Sexo	
Qual rede social você mais acessa?	1) Facebook 2) Instagram 3) Twitter 4) Tumblr 5) WhatsApp	17 - Instagram 10 - Facebook 8 - WhastApp 2 – Twitter
Quanto tempo você passa acessando as redes sociais?	Pergunta dissertativa	4 estudantes mensuram o tempo de navegação com as frases: "um terço do meu dia"; "metade do meu dia"; "quase o dia inteiro; e "pouco tempo".
Você procura por mais informações sobre qual assunto na internet?	1) Entretenimento 2) Educação 3) Política 4) Saúde 5) Relacionamento 6) Sexo	30 - Entretenimento 3 - Relacionamento 2 - Educação 1 - Saúde 1 – Sexo

Quadro 2: Hábitos dos adolescentes no espaço digital.

Fonte: Elaboração própria.

Considerando que as questões apontadas pelos jovens no questionário sobre a experiência e os conflitos da sexualidade não estão dissociadas dos enfrentamentos das pessoas adultas LGBTI+s de modo geral, optamos por observar as pautas dos movimentos nacionais de LGBTI+s, verificando quais delas envolvem especificamente os adolescentes. Entre elas, as paradas de 2019, realizadas nas capitais dos estados de Minas Gerais, São Paulo e Rio de Janeiro. Optamos por esses três eventos, uma vez que representam a resistência e a busca pela garantia dos direitos de lésbicas, gays, bissexuais, transexuais, travestis e intersexo, além da proximidade geográfica entre essas federações.

As Paradas do Orgulho LGBT de Minas Gerais⁹, de São Paulo¹⁰ e do Rio de Janeiro¹¹ tiveram como tema os 50 anos da Revolta de Stonewall, confronto entre civis e policiais estadunidenses que ocorreu em junho de 1969 em Nova Iorque. O embate aconteceu após mais uma das inúmeras “batidas” policiais realizadas no bar destinado a LGBTI+s. As “vitorias”

⁹ Disponível em: <<http://celosmg.org.br/parada-do-orgulho-lgbt-de-bh/>>. Acessado em: 10 de outubro de 2019.

¹⁰ Disponível: <<https://paradalgbtbh.com.br/historia/>>. Acessado em: 10 de outubro de 2019.

¹¹ Disponível em: <<http://www.arco-iris.org.br/>>. Acessado em: 10 de outubro de 2019.

violentas eram executadas em decorrência das inúmeras denúncias de cunho LGBTI+fóbico feitas pela população local à polícia da cidade.

As reivindicações feitas, por meio das três Paradas do Orgulho LGBT¹² de 2019, eram contra as ameaças dos políticos conservadores aos direitos adquiridos pela comunidade de LGBTI+s nas duas últimas décadas. Entre as conquistas, destacamos: o reconhecimento da união homoafetiva como entidade familiar, além da união estável e o casamento entre pessoas do mesmo gênero (2011); a adoção por casais homoafetivos (2015); a mudança do nome civil para o social (2016); a possibilidade de realizar o processo transexualizar, o qual conta com a cirurgia de readequação sexual, pelo Sistema Único de Saúde (SUS) (2008); e a eleição de candidatos assumidamente homossexuais (2006) - o estilista Clodovil foi eleito deputado federal por São Paulo e, em 2010, Jean Wyllys também gay assumido, para o mesmo cargo. O temor da perda dessas garantias surgiu a partir da candidatura ao cargo de Presidente da República do político de extrema-direita, Jair Bolsonaro, que se declarou publicamente homofóbico e foi eleito em 2018.

As pautas defendidas pelas três Paradas estão relacionadas, de modo geral, à vida adulta das pessoas que se reconhecem como LGBTI+s, mas nenhuma delas está ligada diretamente à adolescência. A invisibilidade dos adolescentes é menor nas cartilhas de Direitos dos LGBTs, temos como exemplo a do Plano Nacional de Promoção da Cidadania e Direitos Humanos de LGBT (Lésbicas, Gays, Bissexuais, Travesti e Transexuais)¹³, de 2009.

No Plano, existem políticas públicas direcionadas especificamente aos adolescentes que são LGBTI+s, porém elas abordam somente duas temáticas, a prevenção e o tratamento de Infecções Sexualmente Transmissíveis (ISTs) e os cuidados do Estado com aqueles que se encontram em situação de vulnerabilidade social. Essa abordagem se repete em outros documentos, como nas cartilhas do Ministério Público do Estado do Ceará¹⁴, do Rio de Janeiro¹⁵

¹² Os movimentos do orgulho LGBTI+ de Minas Gerais, São Paulo e Rio de Janeiro, realizados em 2019, utilizaram a sigla “LGBT” em seus nomes. Uma escolha controversa, uma vez que as manifestações são organizadas a fim de lutar pela integração e respeito de todos aqueles que não são heterossexuais nem se identificam com o gênero que lhes foi atribuído ao nascimento. Há siglas mais inclusivas que a “LGBT”. Apesar da contradição, vamos citá-los da forma que foram divulgados, o objetivo é deixar explícito que estamos falando dos eventos.

¹³ Disponível em: <https://docs.wixstatic.com/ugd/dcb2da_92b4231d8f8a4bf6888adcd066963786.pdf>. Acessado em: 10 de outubro de 2019.

¹⁴ Disponível em: <<http://www.mpf.mp.br/atuacao-tematica/pfdc/midiateca/nossas-publicacoes/o-ministerio-publico-e-a-igualdade-de-direitos-para-lgbti-2017>>. Acessado em: 10 de outubro de 2019.

¹⁵ Disponível em: <https://docs.wixstatic.com/ugd/dcb2da_92b4231d8f8a4bf6888adcd066963786.pdf>. Acessado em: 10 de outubro de 2019.

e do Ministério da Saúde¹⁶. É necessário ressaltar que, não hierarquizamos quais problemas são mais importantes de serem abordados, mas sim quais são ou não pautados.

Associações, coletivos e órgãos públicos buscam garantir que LGBTI+s sejam enxergados como cidadãos de direito perante a sociedade e a Constituição. Em sua maioria, as reivindicações pontuadas pelos movimentos são referentes à fase adulta de lésbicas, gays, bissexuais, transexuais, travestis e intersexo - entre outras orientações sexuais e identidade de gênero -, tais como: casamento, adoção e cirurgia de redesignação sexual pelo SUS, a qual só pode ser realizada pelo SUS por maiores de 21 anos que tenham cumpridos dois anos de acompanhamento psiquiátrico¹⁷; pelo sistema privado, o processo pode ser realizado aos 18 anos¹⁸. Já as demandas dos adolescentes que integram a comunidade são, por muitas vezes, invisíveis ou não escutadas.

Desenvolver-se em silêncio, sem expressar sua sexualidade ou identidade de gênero por medo de represália social, seja ela em casa, na escola ou em qualquer outro ambiente, é a realidade de inúmeros adolescentes que são LGBTI+s. No relatório da “Pesquisa Nacional sobre o Ambiente Educacional no Brasil em 2016: as experiências de adolescentes e jovens lésbicas, gays, bissexuais, travestis e transexuais em nossos ambientes educacionais”¹⁹, foi revelado que 60,2% dos estudantes entrevistados (1.016 jovens, entre 13 e 21 anos, de todo o país, com exceção do Tocantins) confessaram se sentirem inseguros na instituição educacional que frequentam em consequência de uma característica pessoal. Já 72,6% dos jovens que são LGBTI+s relataram que sofrem agressão verbal no ano da pesquisa.

É com o objetivo de combater os sentimentos de insegurança, invisibilidade e exclusão de adolescentes LGBTI+s, que foi necessário realizar a pesquisa sobre o que é adolescência e quais são suas questões, mas também o que é ser um jovem *queer* e quais angústias afligem essa população. E, foi a partir das informações obtidas pelo estudo desses conceitos e das respostas do formulário online aplicado, “Adolescentes e a Internet”, que elaboramos o blog “SEM VERGONHA, para você que está dentro ou fora do armário”.

Esse produto é baseado nos diferentes questionamentos relacionados a não ser cisgênero e heterossexual, os quais motivaram a criação das seções: “LEVANTE, LGBTI+”, a qual tem

¹⁶ Disponível em: <http://bvsmms.saude.gov.br/bvs/publicacoes/politica_nacional_saude_lesbicas_gays.pdf>. Acessado em: 10 de outubro de 2019.

¹⁷ Disponível em: <http://conselho.saude.gov.br/ultimas_noticias/2017/01jan30_VisibilidadeTrans.htm>. Acessado em: 13 de outubro de 2019.

¹⁸ Disponível em: <http://bvsmms.saude.gov.br/bvs/saudelegis/gm/2013/prt2803_19_11_2013.html>. Acessado em: 25 de agosto de 2020.

¹⁹ Disponível em: <<https://static.congressoemfoco.uol.com.br/2016/08/IAE-Brasil-Web-3-1.pdf>> Acessado em: 25 de agosto de 2020.

como primeira pauta “Perceber-se LGBTI+ e as descobertas da sexualidade”; “ESCUTE SEM VERGONHA”, entrevistas com personalidades *queers* que atuam em diferentes áreas do conhecimento e discutem a inserção no mercado de trabalho; “É SOBRE VOCÊ!”, que aborda sexo e o primeiro amor; “A GENTE EXPLICA”, saúde física e mental; “THE BROKEN HEARTS CLUB”, seção em que o desabado desses adolescentes são destaque; e “TUDO BAIXARIA”, espaço de dicas de entretenimentos.

A elaboração das seções, os temas dos conteúdos que são disponibilizados, o formato e a linguagem deles é fruto da reflexão teórica, da revisão das pautas defendidas pelos movimentos de LGBTI+s e da aplicação metodológica, por meio do formulário “Adolescentes e a Internet”. Todo esse movimento desenvolvido nessa parte do memorial foi executado a fim de elaborar um produto que enxergue e integre os jovens *queer*. E, para cumprir com essa proposta, é preciso saber se existem produtos ofertados, exclusivamente, a adolescentes LGBTI+s e, caso sim, quais assuntos são abordados neles, visando a elaboração produções consistas e nas medidas da adolescência *queer*.

1.2 A negligência da mídia e os adolescentes LGBTI+

Os acontecimentos que se desenrolam na transição entre infância e a vida adulta de adolescentes LGBTI+s nem sempre são abordados da forma correta ou com o devido cuidado pelas diversas instâncias da vida social, a exemplo da mídia. E, para não contribuir com esse descuido e conceber um plano de conteúdo para o blog “SEM VERGONHA”, elaboramos um mapeamento midiático para identificar as produções que são desenvolvidas para o público LGBTI+ adolescente, em emissoras de tevê, rádio, mídias impressas (jornais, revistas e livros) e no ambiente digital (vídeos, podcasts e séries para streaming de vídeo), no segundo semestre de 2019.

Em linhas gerais, o mapeamento revelou que na mídia televisiva, impressa e digital, há escassez de produtos desenvolvidos para LGBTI+s que pautem as questões dos adolescentes. Dos três meios de comunicação citados, foram encontrados apenas 82 produtos destinados a adolescentes LGBTI+. De modo geral, pouco é produzido e aquilo que é desenvolvido nem sempre aborda assuntos pertinentes aos adolescentes. O despertar da sexualidade, o conhecer o próprio corpo, além da busca por uma identidade e de um lugar no mundo não são o foco dos programas de tevê, rádio e livros de ampla visibilidade. Essa baixa oferta de conteúdo especializado inspira o desenvolvimento e a produção do blog “SEM VERGONHA”.

A partir do mapeamento (QUADRO 3) foi possível observar que, na tevê, das emissoras analisadas, as com mais tempo de atividade no país e populares, Tv Record (1953), Rede Globo

(1965) e o Sistema Brasileiro de Televisão (SBT) (1981), todas com mais de 40 atrações em suas grades de programação, apenas as duas primeiras transmitiam conteúdos a adolescentes LGBTI+. Na Globo, as novelas: 1) "Malhação"; 2) "Bom Sucesso"; e 3) "A Dona do Pedaço"; já no SBT, somente o *talkshow* "Programa da Maisa". Já nos impressos, os jornais de maior tiragem em Minas Gerais, de acordo com a pesquisa feita pelo Índice de Verificação de Circulação (IVC) em junho de 2019, o SUPER Notícia, o O Tempo e o Estado de Minas não possuíam seções destinadas a LGBTI+s e as pautas adolescentes dessa população; O mesmo se repetiu nas revistas de maior tiragem do país - Veja, Isto é CARAS -; no mercado editorial dos livros, as editoras Intrínseca, Companhia das Letras e Rocco possuem, respectivamente, 5, 50 e 15 títulos publicamente descritos como destinados ao público em questão. Na web, são destaque: 1) texto: a revista online "VIRAÇÃO" e o livro digital "Do Escuto ao Infinito"; 2) audiovisual: o documentário "Se Essa Escola Fosse Minha"; e os canais do YouTube: "Põe na Roda", "Canal das Bee", "Luccas Najjar", "Barbitch" e "Lana Almeida Oficial"; 3) *streaming* de vídeo (Netflix): os seriados "Special", "Sex Education" e "Pose"; E 4) sonoro: o podcast "Um Milkshake Chamado Wanda".

Meio de Comunicação	Linguagem	Agente de distribuição	Quantidade de Produtos encontrados
Televisivo	Audiovisual	1. Rede Globo 2. SBT 3. TV Record	1. 3 2. 1 3. 0
Impresso	Verbo textual	1. Jornal- • SUPER Notícia • O Tempo • Estado de Minas 1. Revista- • Veja • Isto É • CARAS 1. Livros/Editoras- • Intrínseca • Companhia das Letras • Rocco	1. 0 1. 0 1. 1. 5 2. 50 3. 15

Digital/Web	Verbo textual Audiovisual Áudio	1. YouTube 2. Netflix 3. Spotify	1. 6 2. 3 3. 1
-------------	--	--	----------------------

Quadro 3: Quantificação dos resultados do mapeamento midiático.

Fonte: Elaboração própria.

A) Televisão

A Rede Globo transmite 46 programas²⁰ diferentes e nenhum deles é destinado exclusivamente ao público LGBTI+ e apenas um tem os adolescentes como público-alvo: a “Malhação - Toda Forma de Amor”. Exibida de abril de 2019 ao mesmo mês de 2020, das 17h30 às 18h00, a 27ª temporada do seriado narra a história de Rita (Alanis Guillen), uma adolescente que tem sua filha recém-nascida dada por seu pai - o avô da criança - a uma família de classe média do Rio de Janeiro (RJ). Compõe o núcleo da novela, um jovem bissexual, Guga (Pedro Alves). Entre os dilemas do personagem, estão: como lidar com a atração que sente pelos gêneros femininos e masculinos, mas também o *cameout*²¹.

A “Malhação” é um seriado produzido para os adolescentes. Há outros produtos da Rede Globo com personagens LGBTI+s, porém todos são adultos. Na novela “Bom Sucesso”, exibida de junho de 2019 a janeiro de 2020, às 19h, há dois homens gays, Pablo (Rafael Infante) e William (Diego Montez). Já em “A Dona do Pedaço”, exibida entre maio e novembro de 2019, às 21h, Agno (Malvino Salvador) se descobre atraído por homens depois do matrimônio e da paternidade. Na mesma produção, há também a personagem Britney (Glamour Garcia), uma mulher trans que busca por respeito, emprego e um grande amor.

Na grade de programação da TVRecord não foram identificados programas direcionados aos adolescentes e a LGBTI+. O canal há mais tempo em atividade no país pertence ao fundador da Igreja Universal do Reino de Deus, Edir Macedo.

Quanto ao SBT²², a programação da emissora possui 40 atrações diferentes, delas apenas uma, o “Programa da Maisa”²³, é destinada ao público adolescente. Exibido todos os sábados na parte da tarde, o *Talkshow* é apresentado por Maisa Silva com a participação do humorista Óscar Filho. O programa é composto por 4 quadros: Banho de Sabedoria, SubMaisa,

²¹ Expressão inglesa que faz referência ao processo de assumir publicamente a própria orientação sexual e/ou identidade gênero.

²³ Disponível em: <<https://www.sbt.com.br/talkshow/programa-da-maisa>>. Acessado em: 10 de outubro de 2019.

Jó Ken Pô e Game do Dia. Por meio deles, Maisa debate assuntos que geram comoção na sociedade brasileira e nas redes sociais, como: feminicídio, LGBTI+fobia, bullying, etc.

Apesar do elenco fixo do “Programa da Maisa” não contar com um membro que seja assumido publicamente LGBTI+, muitas pessoas *queer* participam do programa como convidados especiais. Nele, a apresentadora já recebeu: Pablllo Vittar, Anitta, Hugo Gloss, Ludmila, etc, todos são ícones da comunidade LGBTI+ por integrá-la ou/e apoiá-la de forma pública e incisiva.

B) Mídia Impressa

Na mídia impressa de Minas Gerais de caráter jornalístico - jornal e revista -, a mesma configuração se repete, não existem seções em que a comunidade de LGBTI+s receba destaque, tão pouco as demandas dos adolescentes. O impresso mais lido no estado mineiro e no Brasil, o Super Notícia, é produzido pelo “Editora Sempre”, desde 2009. Referência no jornalismo massivo no país, o periódico conta com oito editorias, são: Editorial, Alô Redação, Painelço, Cozinhando com..., CD da Semana, Celestino Raposo, Américo Coelho e Reinaldo Cantagalo. O jornal mais vendido em Minas Gerais não conta com editorias destinadas a LGBTI+ nem aos adolescentes.

No segmento "jornais de referência", impressos que tomam como modelo a Folha de S. Paulo, o O Tempo se destaca. Esse é o segundo jornal mais lido no país e em Minas Gerais, sua tiragem é superior às 140 mil impressões diárias, de acordo com a pesquisa publicada pelo Índice de Verificação de Circulação (IVC), em junho de 2019²⁴. Em média, é composto por nove editorias, sendo elas: Opinião, Política, Economia, Cidade, Cultura, Sociedade, Conteúdo Especial, Shopping e Esporte. Quanto às temáticas LGBTI+ e adolescentes, ambas não ganham seções exclusivas no jornal.

Porém, o periódico se mostra a favor dos direitos e do respeito à diversidade de orientação sexual e identidade de gênero. É exemplo o texto publicado: “Crivella manda censurar HQ dos Vingadores na Bienal do Livro, no Rio²⁵”, do dia 6 de setembro de 2019. Produzido pela FOLHAPRESS, de modo sutil, a direção editorial do jornal deixa claro o posicionamento da empresa contrapondo a fala do prefeito do Rio de Janeiro no parágrafo: “A Prefeitura do Rio de Janeiro determinou que os organizadores da Bienal do Livro recolhessem

²⁴ Disponível em: <<https://www.otempo.com.br/economia/o-tempo-e-super-noticia-representam-90-do-mercado-de-jornais-em-minas-1.2201444>>. Acessado em 3 de setembro de 2019.

esse livro, que traz “conteúdo sexual para menores”, disse Crivella, em vídeo. O gibi traz imagens de dois rapazes trocando carícias e se beijando, completamente vestidos”²⁶.

O jornal Estado de Minas é o terceiro impresso mais comprado em Minas Gerais, ele conta com 10 editorias, são: Gerais - notícias sobre os últimos acontecimentos no estado -, Política, Economia, Nacional, Internacional, Cultura, Educação, Tecnologia, Emprego e Saúde. O periódico não possui uma seção exclusiva para LGBTI+s ou para adolescentes.

Ainda nos impressos, três revistas são destaque de circulação no país, são elas: Veja, Isto é - ambas semanais de informação - e CARAS - mensal sobre celebridades -, nenhuma delas contam com seções específicas para LGBTI+s ou adolescentes.

Não podemos deixar de citar a extinta Capricho imprensa, revista destinada às adolescentes e inspiração para o desenvolvimento do produto deste memorial, o blog “SEM VERGONHA”. Essa última, de 1952 até 2015, foi um dos periódicos quinzenais especializados mais bem sucedidos no Brasil, o qual ditava o que vestir, fazer, ouvir, assistir e até comer (FREIRE FILHO, 2006, p.103) de jovens brasileiras. “O editorial tem as características de uma coluna e se dirige ao público como se fosse uma conversa da irmã mais velha com a mais nova – a leitora. A editora-chefe normalmente conta algum fato da sua vida, de preferência da quinzena que passou” (GELATTI; AMARAL, 2009, p.6).

As adolescentes heterossexuais de classe média eram contempladas com tal periódico composto por editorias de comportamento, entretenimento e estilo de vida. Quanto às que sentiam atração pelo mesmo gênero ou não eram cisgênero, a Capricho não as contemplava, deixavam-nas à mercê da desinformação e da monotonia.

Optamos também por mapear o mercado editorial de livros, uma vez que de muitos impressos são desenvolvidos produtos - como filmes e séries - queridos pelos adolescentes – a série de filmes da Netflix “Para Todos os Garotos que Já Amei”, de 2018, é exemplo. Verificamos que encontrar títulos destinados ao público LGBTI+ e que abordem pautas adolescentes é extremamente difícil nesse nicho do mercado. Em três sites populares pela venda de livros - Amazon, Estante Virtual e Saraiva -, público-alvo e assunto abordado não são relacionados nas ferramentas de busca.

Com o objetivo de encontrar os espaços onde os adolescentes *queers* são representados ou/e integrados no mercado editorial de livros, visitamos as páginas de três editoras brasileiras (QUADRO 4): a Companhia das Letras, a Intrínseca e a Rocco. Semelhante às empresas que revendem os livros editados por elas, não há configurações ou ferramentas que

²⁶ Disponível em: <<http://otempo.com.br/politica/crivella-manda-censurar-hq-dos-vingadores-na-bienal-do-livro-no-rio-1.2232039>>. Acessado em: 3 de setembro de 2019.

façam buscas específicas, títulos destinados a LGBTI+s que abordem pautas adolescentes. Porém, no site das três existem artigos e listas enumerando os livros publicados para este público.

Intrínseca	Com Amor, Simon, de Becky Albertalli
	Esse Fosse a Gente?, de Becky Albertalli
	Me Chame Pelo Seu Nome, de André Aciman
	Boy Erased: Uma Verdade Anulada, Garrard Conley
	Apenas Uma Garota, Meredith Russo
Companhia das Letras	O Quarto de Giovanni, de James Baldwin
	A Lógica Inexplicável da Minha Vida, de Benjamin Alire Sáenz
	Ele: Quando Ryan Conheceu James, de Elle Kennedy e Sarina Bowen
	Fera, de Brie Spangler
	Diferentes, não desiguais, de Beatriz Accioly Lins, Bernardo Fonseca Machado e Michele Escoura
Rocco	Flores raras e banalíssimas, de Carmen L. Oliveira
	Lembra aquela vez, de Adam Silveira
	Lucas e Nicolas: Um Amor Adolescente, de Gabriel Spits
	Meu Nome é Amanda, de Amanda Guimarães
	As Vantagens de Ser Invisível, Stephen Chbosky

Quadro 4: Livros com temática LGBTI+ ou que abordem a comunidade.

Fonte: Elaboração própria.

A Intrínseca foi fundada em 2003, atualmente a editora conta com mais de 800 livros publicados, porém apenas cinco títulos são descritos como destinados aos jovens adultos com temática LGBTI+. As obras citadas no quadro foram retiradas do texto "Orgulho de publicar grandes histórias de amor"²⁷, compartilhado no dia 28 de junho de 2019, no site da empresa. O artigo não é assinado.

Já a editora Companhia das Letras, de 1986, listou os 50 títulos publicados pela empresa que foram escritos ou tenham um personagem LGBTI+s. O artigo "#LeiaComOrgulho: Mais de 50 livros LGBTI+" foi postado no site da Companhia no dia 7 de setembro de 2019 após o

²⁷ Disponível em: <<https://www.intrinseca.com.br/blog/2019/06/orgulho-de-publicar-grandes-historias-de-amor/>>. Acessado em: 10 de setembro de 2019.

prefeito do Rio de Janeiro solicitar o recolhimento de determinada HQ que continha um beijo entre dois personagens masculinos. O texto expressa o posicionamento da instituição contra a LGBTI+Fobia e a censura. É importante pontuar que os 50 livros destacados na matéria integram a lista dos 5.640 títulos publicados pela editora. A quantidade representa 0,8% do total de obras impressas.

A última editora que observamos, a Rocco, é conhecida pelos títulos destinados a adolescentes. No mercado editorial desde 1975, a empresa conta com mais de 3.000 obras publicadas em seu catálogo, porém, no site, não há como encontrar quais têm como público-alvo adolescentes LGBTI+s, limitação da plataforma da editora.

Ao ler a sinopse dos 15 títulos das três editoras, foi possível observar que os temas mais abordados nas obras são: o *comeout* e lidar com o primeiro relacionamento amoroso. Destacamos aqui o romance “Com amor, Simon”²⁸, de Becky Albertalli, editada e publicado pela Intrínseca no Brasil. A história gira em torno dos dilemas de um adolescente gay que está no ensino médio, entre os problemas discutidos estão: assumir-se gay, preconceito contra LGBTI+, medo de rejeição, bullying e lidar com o primeiro amor.

C) Ambiente Digital

No ambiente digital existem produtos semelhantes aos livros destinados a adolescentes LGBTI+, os quais são desenvolvidos exclusivamente para a internet. O livro digital “DO ESCURO AO INFINITO: Vivências e resistências de Adolescentes LGBTs no Brasil”²⁹ foi escrito pelas coordenadoras da Rede Nacional de Adolescentes LGBTs, Mariah Gama e Iana Mallmann. O texto foi publicado no site da rede em setembro de 2017, nele estão reunidas histórias, relatos, poesias e ilustrações de adolescentes LGBTI+s de 13 a 18 anos de 20 estados brasileiros. A obra é organizada pela Rede.

²⁸ Disponível em: <<https://www.intrinseca.com.br/livro/821/>>. Acessado em 10 de outubro de 2019.

²⁹ Disponível em: <<http://www.diversidadesexual.com.br/wp-content/uploads/2013/04/Adol-LGBT-Do-Escuro-ao-Inf.pdf>>. Acessado em 22 de setembro de 2019.

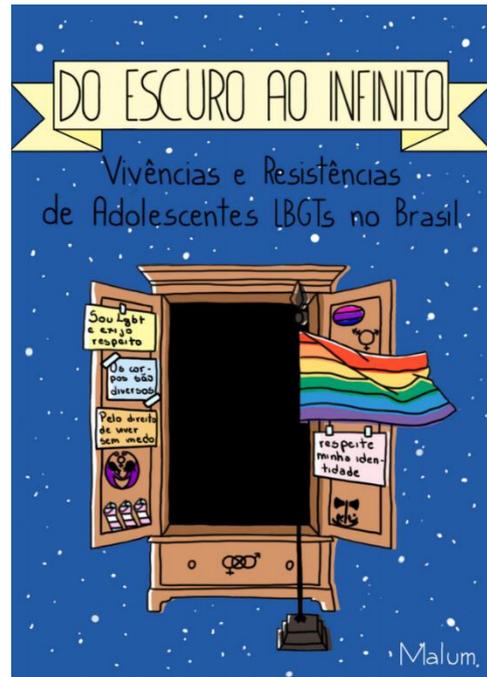


Figura 2: Do Escuro ao Infinito: Vivências e Resistência de Adolescentes LGBTQs no Brasil.
Fonte: Perfil da Rede Nacional de Adolescentes LGBTQ+ no Facebook.

É preciso citar a “VIRAÇÃO Educomunicação”, uma revista digital da organização da sociedade civil sem fins lucrativos de mesmo nome que o periódico criado em março de 2003. O produto é desenvolvido de modo colaborativo com adolescentes de 22 estados brasileiros. “VIRAÇÃO” é destinada exclusivamente a jovens, a revista tem as seguintes editorias: Manda Vê, No Escurinho, Quadrim, Galera Repórter e Rap Dez. Alguns dos assuntos abordados são: vida sexual na adolescência, Infecções Sexualmente Transmissíveis (ISTs), gravidez não planejada, educação - vida escolar e ingresso no ensino superior -, relacionamentos amorosos e familiares.

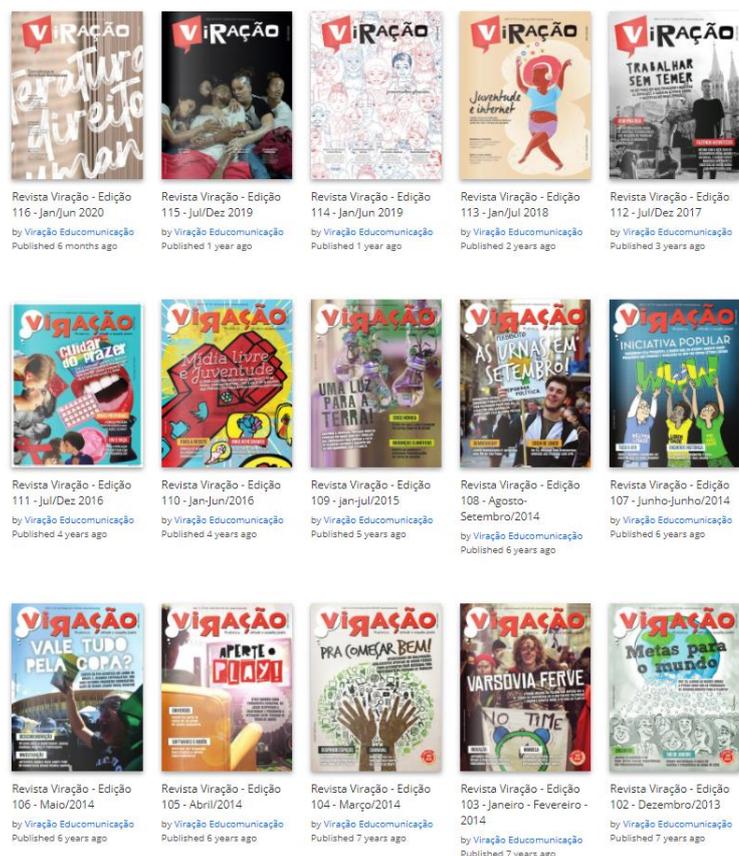


Figura 3: Arquivos online da Revista VIRAÇÃO.

Fonte: Perfil da VIRAÇÃO no ISSUS.

Quanto ao conteúdo audiovisual, destacamos o documentário “Se Essa Escola Fosse Minha”³⁰, desenvolvido por Felipe Marcelino e Letícia Leotti, alunos do curso de comunicação da Universidade de Brasília (UnB). No vídeo, a comunidade de LGBTI+s e os adolescentes que a compõem são protagonistas, o objetivo da obra é expor a complexidade e os impasses de ser um jovem *queer* no ambiente escolar. Entre as problemáticas abordadas pelos entrevistados estão: *comeout*, bullying, LGBTI+fobia e relacionamentos amorosos. Há relatos de descaso da administração da escola perante a casos de homofobia e transfobia.

Ainda no audiovisual, daremos mais atenção a esse formato, uma vez que é tão querido pelos adolescentes. Essa preferência é vista no Mídia Dados 2018³¹, produzida pelo Grupo de Mídia de São Paulo, no qual 37,8% dos entrevistados de todo o Brasil, entre 6 e 24 anos, afirmaram que assistem com frequência a vídeos na web. Esse número ganha mais credibilidade quando se considera as respostas dos alunos do 2º do ensino médio da Escola Estadual Dom

³⁰ Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=NHJMDuhruz8>>. Acessado em 28 de novembro de 2019.

³¹ Disponível em: <<http://midiadados.org.br/2018/Midia%20Dados%202018%20%28Interativo%29.pdf>>. Acessado em: 28 de agosto de 2019.

Silvério que participaram da pesquisa “Adolescentes e a Internet”³². O estudo revelou que 62,2% dos estudantes (23 de 37 alunos) assistiam a vídeos quando acessam à rede.



Figura 4: Canal do YouTube do documentário Se Essa Escola Fosse Minha.

Fonte: Canal do YouTube Se Escola Fosse Minha.

O YouTube ganha destaque por ser a maior plataforma online de hospedagem de vídeo, na qual é possível criar perfil para disponibilizar conteúdo audiovisual na rede. Partindo dos canais (perfis) e dos conteúdos dos *youtubers*, vamos pontuar algumas contas, as quais foram escolhidas a partir do resultado da pesquisa feita na própria plataforma utilizando as palavras-chave: “Adolescentes” e “LGBTQI+”. Para essa pequena análise, também nos baseamos no artigo “9 canais LGBT no YouTube que vão expandir a sua mente”³³ publicado em 26 de junho de 2018, no site de notícias *Huffpost*.

O primeiro deles é o “Põe na Roda”, canal com mais de 1,09 milhão de inscritos, destinado aos homens gays, o perfil é administrado pelo roteirista e *youtuber* Pedro HMC. Na lista de publicações, existem títulos destinados às pessoas que se identificam com outras letras da sigla LGBTI+. A adolescência *queer* é discutida nos vídeos e, de modo geral, o *cameout* é o assunto de destaque quando se trata desse público.

³² O formulário completo está disponível no anexo deste memorial, na seção Formulário **Adolescente e a internet**.

³³ Disponível em: https://www.huffpostbrasil.com/2018/06/26/9-canais-lgbt-no-youtube-que-vaio-expandir-a-sua-mente_a_23468772/?guccounter=1&guce_referrer=aHR0cHM6Ly93d3cuZ29vZ2x1LmNvbS8&guce_referrer_sig=AQAAADzWPClqVtgc01BsV4_HBfjBcemNc72FE4MqyXBAkzENnh3KIDt1h6zjJRWkhKJR2sx6EJLf226skbLY-8vEo_3MifWBD0h9xUBSq9onn9IXByMcEHC4tT45-e7aydzk2trUsarJFD8gyxWU6wtcQqLGYJxhtsCGccGyB57EdqM. Acessado em: 28 de novembro de 2019.

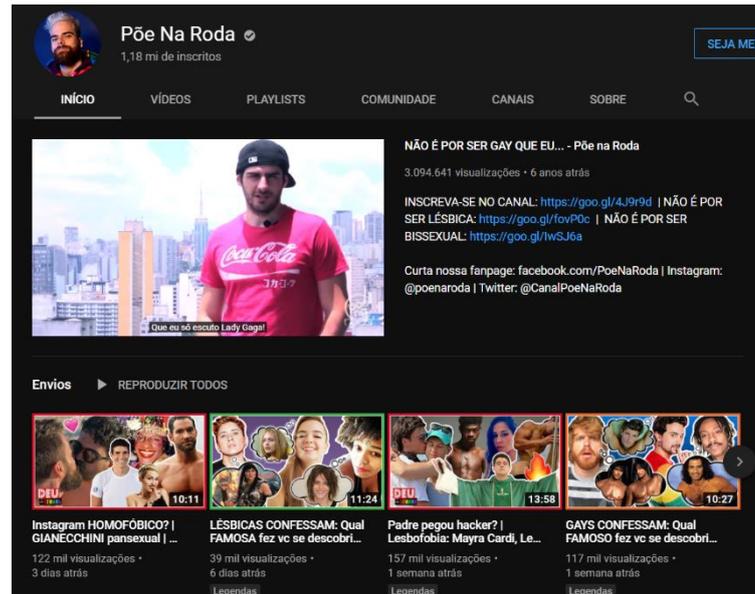


Figura 5: Canal do Põe na Roda no YouTube.

Fonte: Canal no YouTube do Põe Na Roda.

Já o “Canal das Bee”, apresentado por Fernanda Soares e Hebert de Castro, é direcionado a todas as orientações sexuais e identidades de gênero, o canal tem como objetivo ser “Não só um canal contra a homofobia. Um canal contra o preconceito, contra a transfobia, a bifobia, a lesbofobia, o machismo. Um canal a favor da diversão, do riso e de viver a vida do jeito que você quiser. E principalmente, sendo quem você é!”³⁴.

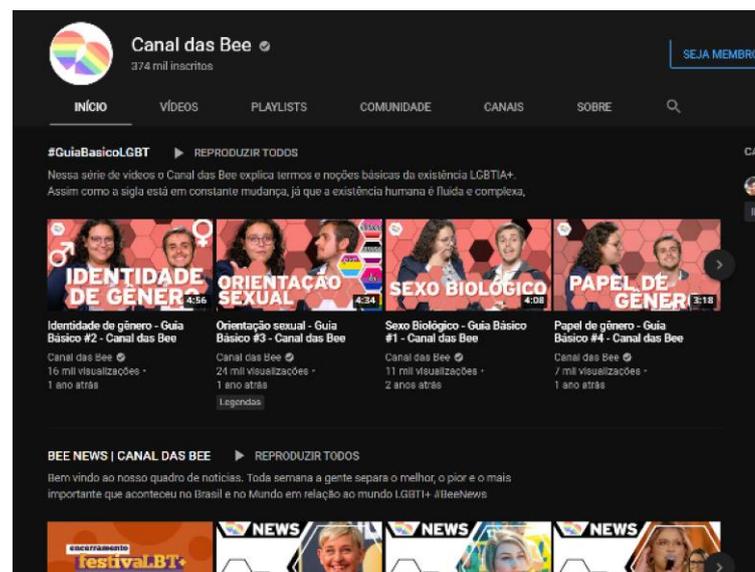


Figura 6: Perfil do Canal das Bee no YouTube.

Fonte: Canal no YouTube do Canal Das Bee.

No YouTube desde 2012, o “Canal das Bee” pauta assuntos diretamente relacionados à comunidade de LGBTI+s, entre os mais comuns estão: produtos do universo do entretenimento

³⁴ Disponível em: <<https://www.youtube.com/user/CanalDasBee/about>>. Acessado em 28 de novembro de 2019.

que abordam ou tenham personagens *queers*, os impasses da vida de LGBTI+s, saúde, além de dicas de shows, festas, filmes, músicas e séries. O perfil é seguido por mais de 372 mil pessoas.

No canal “Lucca Najar”³⁵, do *youtuber* de mesmo nome, Lucca aborda de modo intimista as vivências do homem trans. Entre os temas debatidos estão: transição de gênero, mastectomia - operação para retirada das mamas -, relacionamentos amorosos e mercado de trabalho. O perfil soma 96,7 mil inscritos.

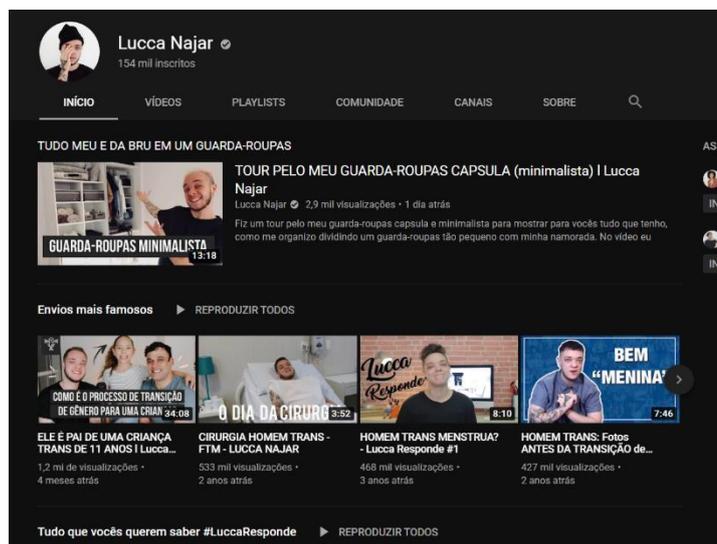


Figura 7: Canal do YouTube do Lucca Najar.

Fonte: Canal do YouTube do Lucca Najar.

Ainda sobre a produção de conteúdo LGBTI+ no YouTube, identificamos a presença de inúmeros perfis de mulheres trans nos vídeos relacionados dos canais citados. Por isso, vamos dar destaque para duas meninas que aparecem na seção de sugestão, são elas: Bárbara Alves, jovem de 18 anos que comanda o canal “Barbit”³⁶, e Lana Almeida, de 21 anos que compartilha o seu cotidiano com mais 400 mil inscritos no “Lana Almeida Oficial”³⁷. A primeira fala, entre outros assuntos, sobre transição de gênero, ambiente escolar para trans e travestis, mas também relacionamentos amorosos; Já a segunda, compartilha o próprio dia a dia com os espectadores do canal, entre as experiências registradas estão: o cotidiano da Lana na

³⁵ Disponível em: <https://www.youtube.com/channel/UC33ODj_jViL2YEkPM7yF0Iw/about>. Acessado em 28 de novembro de 2019.

³⁶ Disponível em: <<https://www.youtube.com/channel/UCExj6d0ruWKZdLQkLXIVqTg>>. Acessado em: 25 de setembro de 2019.

³⁷ Disponível em: <https://www.youtube.com/user/LanaAlmeidaOficial/about>. Acessado em: 26 de setembro 2019.

prostituição³⁸, os danos da aplicação de silicone industrial em seu corpo³⁹ e o fetiche que há sobre os corpos trans⁴⁰.

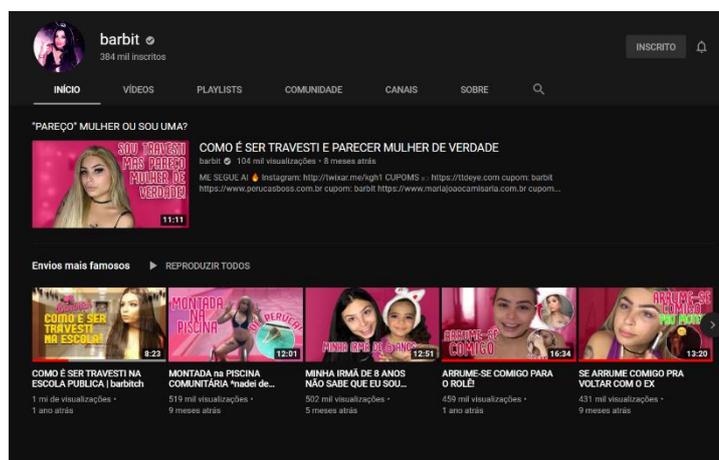


Figura 8: Canal do YouTube da Bárbara Alves, a Barbit.
Fonte: Canal do YouTube da Barbit.

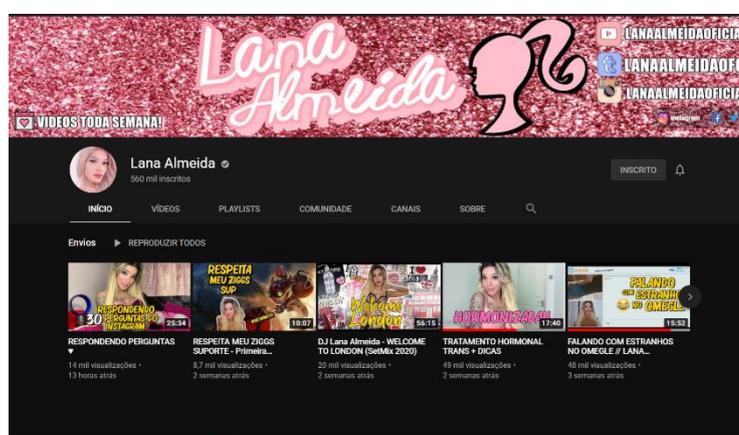


Figura 9: Canal do YouTube da Lana Almeida, a Lana Almeida Oficial.
Fonte: Canal do YouTube da Lana Almeida.

Ainda na linguagem audiovisual, é preciso abordar os serviços de *streamings* de vídeo que disponibilizam séries, filmes e documentários sob demanda. De acordo com o Mídia Dados de 2018, a Netflix foi o 6º endereço mais acessado no Brasil na categoria consumo de vídeo em computadores⁴¹. Essa plataforma oferece diversas produções ao público LGBTI+, e muitas

³⁸ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=PxsAPJe_quM>. Acessado em: 28 de novembro de 2019.

³⁹ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=FOMjeoBN_Q0&t=401s>. Acessado em: 28 de agosto de 2020.

⁴⁰ em: <<https://www.youtube.com/watch?v=Ctsrpr37gfl&t=437s>>. Acessado em 28 de agosto de 2020.

⁴¹ Disponível em: <<http://midiadados.org.br/2018/Midia%20Dados%202018%20%28Interativo%29.pdf>>. Acessado em: 28 de agosto de 2019.

discutem a adolescência dessa população. Entre os títulos, destacamos: “*Special*”⁴², “*Sex Education*”⁴³ e “*Pose*”⁴⁴.

A série “*Special*”, original da Netflix, destaca-se por ter como protagonista um jovem gay, Ryan Hayes (Ryan O’Connell), com paralisia cerebral que decide enfrentar o mundo em busca de independência. Os temas abordados são: identidade, sexo, inserção no mercado de trabalho, independência emocional, financeira e, no caso de Ryan, física.

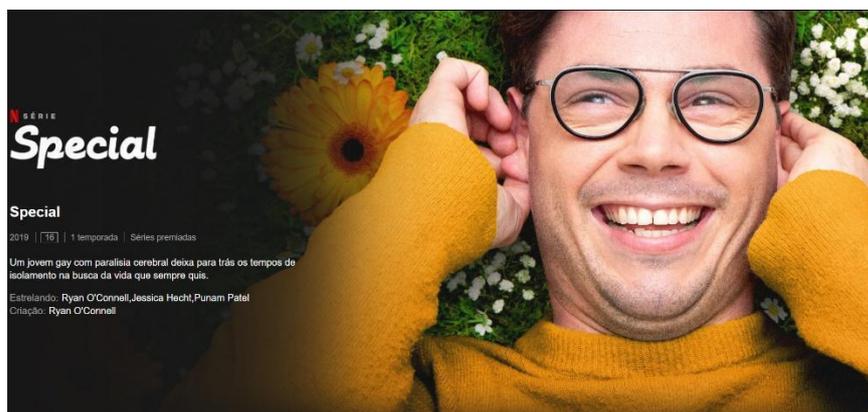


Figura 10: Poster da promocional da série *Special*.
Fonte: Netflix Brasil.

Já “*Sex Education*” retrata a vida de Otis Thompson (Asa Butterfield), filho de uma terapeuta sexual, Dra. Jean Thompson (Gillian Anderson). O enredo gira em torno dos primeiros passos para o início da vida sexual de Otis e de seus dois melhores amigos: Eric (Ncuti Gatwa) e Maeve (Emma Mackey). No seriado, temas como: orientação sexual, identidade de gênero, LGBTI+fobia, início da vida sexual e relacionamentos são assuntos abordados na obra original da Netflix.

⁴² *Special* é o seriado da Netflix sobre a vida de Ryan O’Connell, um jovem gay que sofre paralisia cerebral. A trama do gênero comédia acompanha as tentativas, sucessos e falhas de Ryan na vida adulta. Produzida e protagonizada por O’Connell, a primeira temporada da série estadunidense foi disponibilizada em abril de 2019 na plataforma de streaming.

⁴³ *Sex Education* é a série original da Netflix que narra o despertar da sexualidade e o início da vida sexual de estudantes do ensino médio a partir de Otis Milburn (Asa Butterfield), filho de um sexóloga famosa, Dra. Jean Milburn (Gillian Anderson), que abre um “consultório” de aconselhamento sexual para ajudar os outros alunos do colégio a lidar com o sexo e os relacionamentos amorosos. A trama britânica é produzida por Laurie Nunn e está na segunda temporada, a primeira foi disponibilizada em 11 de janeiro de 2019.

⁴⁴ *Pose* é a série de drama que narra as experiências de LGBTI+ de Nova Iorque (EUA) durante a década de 1980. O enredo aborda a cultura dos bailes queers nova-iorquinos, as casas de acolhimento LGBTI+, o *comeout*, o processo de transição de gênero e a luta contra o HIV. A história é contada a partir da transexual Blanca Rodrigues (Mj Rodriguez) e seus filhos adotivos, jovens que foram expulsos de suas famílias por serem LGBTI+, Angel (Indya Moore), Damon (Ryan Jamaal Swain) e Papi (Angel Bismark Curiel). O seriado produzido por Steven Canals, Brad Falchuk e Ryan Murphy é original da Fx e está na sua segunda temporada (2019).

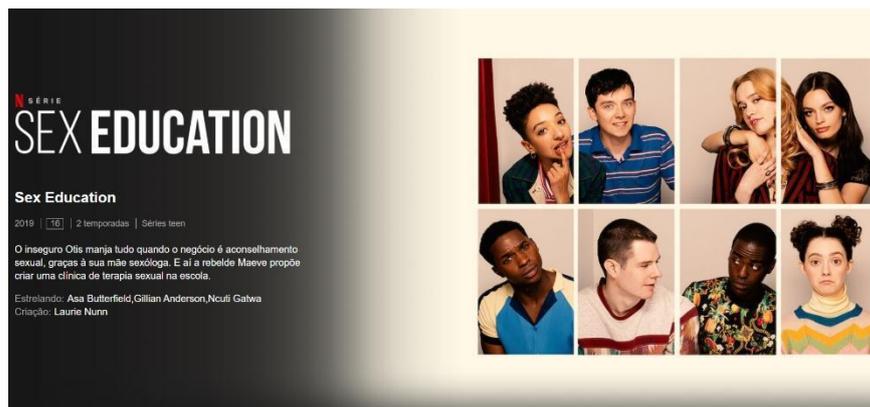


Figura 11: Poster da promocional da série *Sex Education*.
Fonte: Netflix Brasil.

Quanto à “*Pose*”, título original da emissora estadunidense Fx, essa série acompanha a vida da mulher trans Blanca (Mj Rodriguez), que abre a sua casa para homens gays e pessoas trans em condição de rua. Ambientada no final da década de 1980, conhecemos, por meio de *Pose*, a realidade da comunidade de LGBTI+ de Nova Iorque (EUA) e seus embates, desde se assumir gay ou trans até conviver com HIV.



Figura 12: Poster da promocional da série *Pose*.
Fonte: Netflix Brasil.

Para além do audiovisual, pesquisamos também por obras da linguagem sonoras, na qual não encontramos produtos no formato destinado exclusivamente à comunidade LGBTI+ que abordasse temas referentes à adolescência. Entretanto, produtos que discutem cultura pop, assunto quisto por esse público, foram encontrados. Entre os podcasts mais populares no *Spotify*, plataforma de *streaming* de áudio, estão: “Um Milkshake Chamado Wanda”⁴⁵; “Programa Lado Bi”; “Fora do Meio”; “Vida LGBT & Diversidade”; “Gayme Over”, etc.

⁴⁵ Disponível em: <<https://www.papelpop.com/podcast/>>. Acessado em: 10 de outubro de 2019.

O podcast “Um Milkshake Chamado Wanda” do site “PapelPop”⁴⁶ ganha destaque, porque em um de seus quadros, o “ME AJUDA, WANDA!”, convida os ouvintes a participarem do programa através de e-mail. No bloco em questão, o elenco discute textos que descrevem problemáticas cotidianas e, muitos deles são provenientes de LGBTI+ jovens, entre 18 a 27 anos. Os temas, em sua maioria, são sobre relacionamentos amorosos, familiares ou profissionais.



Figura 13: Capa do podcast "Um MilkShake Chamado Wanda" do site PAPERPOP.
Fonte: PAPERPOP.

É válido destacar que a MTV (*Music Television*), canal de tevê fechada, levou à tevê aberta nacional, em 2001, uma edição gay do programa “Fica Comigo”. Apresentado por Fernanda Lima, a atração tinha como objetivo formar casais. O episódio em questão, exibido no dia 8 de agosto de 2001, convidou um rapaz, apresentado como Conrado, aos estúdios para que ele pudesse conhecer um pretendente amoroso.

Estes fragmentos integram a apresentação da versão gay do fica comigo, veiculada pela MTV em agosto de 2001 um ponto final o programa gay sem ou polêmica, audiência e debate sobre a Sexualidade na mídia, o que parece ser o objetivo da emissora. Alguns consideram essa iniciativa como de Vanguarda; outros, como mais um passo na banalização das relações amorosas, que já vinha ocorrendo com o fica comigo heterossexual. A motivação para essa versão correspondeu a expectativa audiência gay da emissora aliada Ao estilo polêmico e ousado. A criação de uma versão voltada para o público homossexual já estava prevista desde o início do programa é, para concretizá-la, a MTV se associou a dois sites GLS assim de procurar candidatos com o perfil desejado (SOARES, 2019, p. 137).

⁴⁶ Disponível em: <papelpop.com>. Acessado em: 28 de novembro de 2019.

Na época, o “episódio gay” do programa foi considerado pioneiro, beijos e carícias entre pessoas do mesmo gênero na tevê aberta era um tabu maior do que é atualmente. Porém, não se pode deixar de pontuar que o “querido” - codinome dado à pessoa que participava do programa - em questão, Conrado, era um homem branco e com trejeitos másculos, assim como os demais rapazes que almejavam conhecê-lo.

A seleção do candidato foi pautada por uma preocupação em que se encontra uma pessoa dentro determinados padrões. "Querido ideal", como afirmou Rick Ostrower, diretor do programa, não podia ter muitos trejeitos: "queremos um cara normal, nós não queremos levar ao fica comigo aquele estereótipo do gay que geralmente é difundido na TV" (folha..., 2001), e Conrado, escolhido, foi a própria Encarnação do "bom-moço" (SOARES, 2019, p. 137).

Como vimos a partir desse mapeamento midiático, há pouco conteúdo destinado a adolescentes LGBTI+s. É importante lembrar que a adolescência é um momento no qual se entender como sujeito e como parte da sociedade é um questionamento constante, muitas vezes reforçado pela angústia e falta de conhecimento sobre a própria orientação sexual ou identidade de gênero. Pensando nessa lacuna, o “SEM VERGONHA” se propõe a auxiliar os adolescentes a sanar suas dúvidas sobre sexualidade, sexo, relacionamentos amorosos e familiares, como também a levar-lhes informações sobre o mundo do entretenimento.

Nesta primeira parte do memorial, nosso percurso de revisão conceitual sobre o que é a adolescência, combinado às informações levantadas a partir da aplicação do questionário junto aos estudantes e ao mapeamento midiático, foi possível apresentar as referências que fundamentam a proposta editorial do blog "SEM VERGONHA". Além disso, desenvolver este blog é também, de certa forma, suprimir a ausência que esteve presente durante a minha adolescência.

PARTE 2. ADOLESCÊNCIA COMPARTILHADA E CONECTADA

O ponto de partida desta parte do memorial é a reflexão sobre o ambiente digital e seus potenciais para dialogar com os adolescentes. O objetivo principal dessa seção é pontuar como a internet, o formato blog e suas possibilidades de disponibilização de conteúdo em diferentes linguagens podem facilitar na oferta de produções de cunho informativo e de entretenimento ao nosso público pretendido. Essa relação foi pensada considerando também os hábitos dos adolescentes brasileiros na internet, de acordo com o Mídia Dados de 2018 e 2019.

2.1 Os adolescentes e os usos do ambiente digital

Para entendermos a internet, seus formatos e os hábitos dos jovens na web, é preciso fazer uma breve revisão do surgimento da rede mundial de computadores e seus avanços tecnológicos que possibilitaram a disponibilização de conteúdo em diferentes linguagens e formatos, como vimos no mapeamento midiático (QUADRO 4). Esse processo influenciou na produção, compartilhamento e consumo de produtos destinados a adolescentes LGBTI+.

Quanto à internet, os primórdios dela ocorreram durante a década de 1960, Lévy (1996) período em que os militares estadunidenses trabalhavam no desenvolvimento de uma rede de comunicação descentralizada por onde fosse possível enviar mensagens a longas distâncias. O projeto nasceu do medo que as autoridades dos Estados Unidos tinham de que seu território fosse bombardeado pela extinta União das Repúblicas Socialistas Soviética (URSS), esse conflito e muitos outros marcam a Guerra Fria (1947 - 1991).

Lévy (1996) afirma também que no ano de 1965, os militares e pesquisadores estadunidenses conseguiram enviar mensagens e conectar computadores a uma rede comum. Com o feito, surgia a primeira versão da internet que conhecemos hoje, a qual diminuiu distâncias físicas e proporcionou mais interação entre àqueles que a utilizassem. Após a segunda metade da década 1980, o novo meio de comunicação foi disponibilizado à população civil.

Em 1993, a internet foi popularizada a partir da criação do *World Wide Web* (WWW), linha de transmissão que juntava texto e gráfico em uma só página. Contribuiu também para disseminação do serviço a disponibilização de conteúdo informativo por diversas empresas nessa plataforma, além do barateamento de computadores.

A conexão interdigital entre os dispositivos com acesso à internet, executada em 1965, é chamada de “ciberespaço” Lévy (1996). Essa nomenclatura descreve a relação na qual os usuários da rede podem trocar dados, isto é, qualquer tipo de arquivo. Vale pontuar que a rede

mundial de computadores tem como característica a arquitetura aberta, que é a capacidade ilimitada de armazenar conteúdo e a expansão constante do próprio serviço.

Uma das características do ciberespaço é sua arquitetura aberta, isto é, a capacidade de crescer indefinidamente. É fluido, em constante movimento - dados são acrescentados e desaparecem, conexões são criadas e desfeitas em um fluxo constante. Cada pessoa com acesso à internet faz parte do ciberespaço quando troca informações, compartilha dados, publica alguma informação, enfim, usa essa infraestrutura técnica. Embora seja possível estabelecer algumas distinções mais sutis, pode-se dizer que, ao se conectar à internet, o indivíduo está presente no ciberespaço (MARTINO, 2014, p. 29).

O “ciberespaço” de Lévy reúne produções artísticas e intelectuais nas mais diferentes linguagens – texto verbo visual, audiovisual e sonora - de pessoas de todo o globo, além de contribuir para a manutenção das relações sociais. Essas características compõem o conceito de “cibercultura”, o qual se refere ao conteúdo que é compartilhado na internet, seja ele: ideias, práticas, textos, vídeos, imagens, peças sonoras, etc. Nessa mesma rede, as complexidades da vivência humana são transpostas do mundo real para o virtual, onde qualquer um que possa se conectar a ela pode acessá-la.

Porém, a internet que conhecemos hoje, não é a mesma do final da década de 1990. O formato atual da plataforma é denominado de Web 2.0, a nomenclatura foi desenvolvida pelo filósofo e pesquisador da rede, Tim O’Reilly, em 2004. Nesta fase da Web, a principal característica da plataforma são as interfaces, nas quais o compartilhamento de informações se torna mais simples e ágil. Além disso, como consequência dessa dinâmica, a interação se tornar mais forte e diversificada. “Na verdade, a web 2.0 não representa nenhuma mudança tecnológica significativa, mas uma mudança de foco. Começou uma percepção de que os websites deveriam ser integrar, deixando de ser estanques e passando a trocar conteúdo” (MELO JÚNIOR, 2007, p. 8).

Na Web 2.0, as pessoas civis que não dominam as configurações da plataforma também podem utilizá-la, uma vez que o manusear e acessar à internet se tornou uma ação mais simples com a popularização dos sistemas operacionais e dos programas de navegação online. Essa dinâmica tornou os usuários da rede mais ativos. Durante essa fase, a web foi tomada pelos blogs e *wikis*, espaços no mundo digital em que qualquer internauta pode criar um perfil e publicar o conteúdo que deseje. Além da produção, a interação também ganhou destaque. Boa parte dos sites desenvolvidos naquela época possuíam seções de comentários e *chat* integrados a eles, essas ferramentas foram aprimoradas e permanecem até hoje em diversas páginas. Sobre as novas atribuições, Coutinho e Bottentuit (2007) listam:

- Interfaces ricas e fáceis de usar;
- Sucesso da ferramenta depende dos número de utilizadores, pois os mesmos podem ajudar a tornar o sistema melhor;
- Gratuidade na maioria dos sistemas disponibilizados;
- Maior facilidade de armazenamento de dados e criação de páginas online;
- Vários utilizadores podem aceder a mesma página e editar as informações;
- As informações mudam quase que instantaneamente;
- Os sites/softwarees estão associados a outros aplicativos tornando-os mais ricos e produtivos e trabalhando na forma de plataforma (união de vários aplicativos);
- Os softwares funcionam basicamente online ou podem utilizar sistemas off-line com opção para exportar informações de forma rápida e fácil para a web;
- Os sistemas param de ter versões e passam a ser actualizados e corrigidos a todo instante, trazendo grandes benefícios para os utilizadores;
- Os softwares da web 2.0 geralmente criam comunidades de pessoas interessadas em um determinado assunto;
- A actualização da informação é feita colaborativamente e torna-se mais fiável com o número de pessoas que acede e actualiza;
- Com a utilização de tags em quase todos os aplicativos, ocorre um dos primeiros passos para a web semântica e a indexação correcta dos conteúdos disponibilizados (COUTINHO; BOTTENTUIT JUNIOR. 2007, p. 200).

A Web 2.0 se consolidou por tornar a rede um ambiente social, onde as pessoas podem interagir e trocar informações como desejarem. O controle sobre o que será público e/ou oculto fica por conta do usuário, o qual decide se irá publicar ou restringir o acesso de outros internautas à informação que possui ou compartilha. Os conceitos de afinidade, identificação e afeição perpassam essas trocas controladas que são realizadas no ambiente digital e dessas diretrizes emergem as ideias de “ciberespaço” e “cibercultura”.

Quanto à identificação que se pressupõe existente na internet, essa perpassa pelo conceito de “interação”. Primo (2000) afirma que a questão da interatividade deveria abarcar a possibilidade de resposta autônoma, criativa e não prevista pela audiência. Essa seria uma relação de troca executada a partir da proatividade dos agentes que estão se comunicando, essa ação também, quando continuada, constrói o diálogo entre os emissores. Independentemente de quem fala, a interação pressupõe: o desejo do outro de interagir, atenção no que será dito e mesmo espaço e tempo para que a troca possa acontecer.

Podemos pensar em algo como multi-interação, no sentido que várias podem ser as interações simultâneas. Por exemplo, uma interação com outra pessoa pode se dar através da fala, de gestos, perfumes, etc. Além disso, cada um interage com seu contexto e intrapessoalmente. Em um chat, ao mesmo tempo que se conversa com outra pessoa, também se interage com a interface do software e também com o mouse, com o teclado. Nesse sentido, em muitos casos, tanto pode se estabelecer interações reativas quanto mútuas simultaneamente (PRIMO, 2000, p. 11).

Dentro ou fora do “ciberespaço”, a interação é realizada a partir de inúmeras ações executadas em conjunto, de modo voluntário ou não. Seja para deixar a informação que será enviada ao interlocutor mais clara ou para enriquecê-la com mais dados, a interação proporciona

contato com o público pretendido e pode ser realizada por meio de qualquer dispositivo conectado à internet. Essas foram as características que nos motivaram a escolher a web para hospedar o produto desse memorial e seus conteúdos.

Com o intuito de nos assegurarmos de que a web é o ambiente mais adequados para informar e entreter o público pretendido do “SEM VERGONHA”, recorremos à Pesquisa de Mídia Brasileira feita pela Secretaria Especial de Comunicação Social da Presidência da República⁴⁷, de 2016, e aos Mídia Dados dos anos de 2018⁴⁸ e 2019 (p.947)⁴⁹ do Grupo Mídia São Paulo, no qual é possível saber se os adolescentes brasileiros estão no "ciberespaço", se sim, quais os hábitos deles na web e como eles interagem nesse ambiente.

A pesquisa de 2016 da Secretaria Especial de Comunicação revelou que 65% dos jovens brasileiros entre 16 a 25 anos acessavam à internet seis dias da semana, por mais de 4h e aos finais de semana (o tempo gasto aumenta quase uma hora). Além disso, é no mundo virtual onde os jovens buscam por entretenimento, conversam com amigos, comentam sobre suas vidas, compartilham seus gostos e assistem a filmes, séries e shows; o mesmo estudo da Secretaria revelou também que 42,2% dos vídeos assistidos nas redes sociais são de música ou de shows musicais. Em relação ao tipo de acesso, 23% dos jovens de 15 a 24 anos utilizam desktops ou notebooks para acessar a rede.

Já no Mídia Dados de 2018 - o qual contempla de modo mais aprofundado os hábitos de consumo dos internautas brasileiros -, na seção “Mídias Digitais”, dos jovens de 14 a 24 anos entrevistados, 92% deles afirmaram utilizar o smartphone para acessar à rede (p.247)⁵⁰ e entre as atividades mais realizadas no dispositivo estavam: comunicação, entretenimento e compras (p.271)⁵¹. É importante pontuar que 52.299.135 pessoas participaram da consulta anterior. Na seção “Pesquisa de Mídia” está descrito também que os mais jovens acessam na internet com frequência: às redes sociais, a jogos online e aos *streaming* de vídeo (*Video On*

⁴⁷ Disponível em: <http://www.secom.gov.br/atuacao/pesquisa/lista-de-pesquisas-quantitativas-e-qualitativas-de-contratos-atuais/pesquisa-brasileira-de-midia-pbm-2016.pdf/@_@download/file/Pesquisa%20Brasileira%20de%20M%C3%ADdia%20-%20PBM%202016.pdf>. Acessado em: 17 de novembro de 2019.

⁴⁸ Disponível em: <<https://www.gm.org.br/midia-dados-2018>>. Acessado em: 01 de setembro de 2020.

⁴⁹ Disponível em: <<https://www.gm.org.br/midia-dados-2019>>. Acessado em: 01 de setembro de 2020.

⁵⁰ Disponível em: <<https://www.gm.org.br/midia-dados-2019>>. Acessado em: 01 de setembro de 2020.

⁵¹ Disponível em: <<http://midiadados.org.br/2018/Midia%20Dados%202018%20%28Interativo%29.pdf>>. Acessado em: 28 de agosto de 2019.

Demand) (p.126)⁵²; e que as mídias mais acessadas no país em 2017 (p. 259)⁵³ foram: Facebook, o Blogger, o Pintorest, o Wordpress e o LinkedIn.

Ainda de acordo com o Mídias Dados 2018, 32,6% dos usuários brasileiros de redes sociais têm entre 6 e 24 anos (p.263), o número faz parte da pesquisa sobre o perfil desses internautas, a qual é completada pela lista das mídias sociais que são mais acessadas no Brasil, as cinco primeiras plataformas são: 1) Facebook; 2) Blogger; 3) Pinterest; 4) WORDPRESS.COM; e 5) LinkedIn (p.259). Ainda sobre comportamentos, os games e os jogos online são as duas mídias que mais penetraram na população mais jovem - acima de 13 anos, no ano de 2017 (p.126).

Por fim, a partir dessas pesquisas observamos que: os jovens consomem notícias, fotos, vídeos de show e músicas no ambiente digital e que este consumo é majoritariamente realizado através de *smartphones* e, por isso, o “SEM VERGONHA” também estará disponível para dispositivos móveis. Por fim, esta parte do memorial foi escrita, a fim de nos assegurarmos que a web é o melhor ambiente para hospedar o blog, mas também de conhecer o que os adolescentes gostam de acessar na internet para assim ofertar lhes conteúdos que efetivamente consumam.

2.2. “SEM VERGONHA” no formato blog: características e potencialidades

O objetivo desta seção é destacar as potencialidades do formato blog e como ele pode nos ajudar no compartilhamento de conteúdo com nosso público pretendido - adolescentes entre de 12 a 18 anos que são LGBTI+. O formato em questão foi escolhido para hospedar as produções que foram e serão desenvolvidas para o “SEM VERGONHA”.

Quanto ao blog, especificamente, esse formato ganhou força e popularidade no final da década de 1990, início dos anos 2000. De acordo com Recuero (2003), esse formato se destaca pelos: layouts prontos, microconteúdos – produtos textuais/visuais/audiovisuais/sonoros concisos e separados em blocos - e atualizações frequentes. Além disso, essa plataforma privilegia a organização temporal - as últimas publicações estão no início do site e as mais antigas no fim dele - e a interação - seções onde os internautas podem opinar sobre as produções ali publicadas.

⁵² Disponível em: <<http://midiadados.org.br/2018/Midia%20Dados%202018%20%28Interativo%29.pdf>>. Acessado em: 28 de agosto de 2019.

⁵³ Disponível em: <<http://midiadados.org.br/2018/Midia%20Dados%202018%20%28Interativo%29.pdf>>. Acessado em: 28 de agosto de 2019.

Segundo Martino (2014), essas características chamaram a atenção dos jornalistas, muitos deles durante o início dos anos 2000 migraram para a web, o blog foi o formato escolhido para a publicação de conteúdo. Nesse ambiente, as produções desenvolvidas estavam distantes das diretrizes editoriais, dos estilos de escrita dos editores, dos contratos comerciais que influenciam nos espaços, nos textos, nos vídeos e em qualquer produção nas grandes empresas de comunicação.

O blog seria o espaço de sonho de qualquer jornalista, o lugar para usufruir apenas das vantagens da profissão, sem as limitações e os problemas inerentes. Em uma situação limite ideal-típica, os constrangimentos da rotina jornalística estão ausentes no blog — não há limite de espaço, não há caracteres a serem cortados. As pautas, definidas pelo autor, não correm o risco de cair diante de algo mais importante senão pelo julgamento de quem escrever. Não há, ou não haveria, um editor para cortar o texto, interferir, criticar ou reescrever, nem uma linha editorial que defina este ou aquele estilo. A ausência de custos também não submete a produção de informações no blog às intempéries financeiras que regem as empresas de comunicação - nenhum texto corre o risco de cair porque uma página de propaganda foi cortada ou, em algumas situações, porque determinada reportagem entrava em conflito com um dos anunciantes (MARTINO, 2014, p. 171).

Ainda de segundo Martino (2014), foi no blog que os jornalistas independentes encontraram o veículo de comunicação dos sonhos, onde a pauta escolhida seria aquela que os interessassem mais. Na liberdade desse formato, onde se pode hospedar textos verbais, imagens, vídeos e arquivos sonoros, muitos profissionais da comunicação conquistaram o seu espaço no mercado editorial publicando aquilo que acreditavam, assim oferecendo produtos jornalísticos diferentes dos quais os grandes conglomerados de comunicação publicavam.

O “SEM VERGONHA” será desenvolvido em blog justamente pela liberdade que o formato oferece. É importante lembrar que o produto deste memorial possui caráter jornalístico, isto é, objetiva informar a partir de dados apurados, checados e revisados, para facilitar o acesso a informações relevantes a adolescentes LGBTI+s e auxiliar no melhor desenvolvimento possível desses jovens. E. para isso, imagens, textos, vídeos e arquivos sonoros serão hospedados na plataforma em questão, a fim de ofertar conteúdo de jornalismo e de entretenimento, assim suprimindo a atual lacuna editorial da grande mídia, como já foi exposto neste memorial (Quadro 4).

Ainda sobre blog, suas potencialidades e o uso da internet, o desenvolvimento tecnológico permitiu que os internautas navegassem por sites, redes sociais e participassem de jogos online ao mesmo tempo, manipulação que pode ser realizada de modo síncrono e assíncrono pelos usuários. Partindo dessa ideia de troca - interatividade - chegamos ao

conceito de “convergência”, uma dinâmica de integração dos meios de comunicação na atualidade que alterou a produção do conteúdo midiático ofertado e o modo de consumi-los.

O conceito de “convergência”, o qual Jenkins amplia, a pesquisadora explica e reforça a ideia dessa evolução digital que coloca os meios de comunicação para interagirem - sejam eles impressos, radiofônicos, televisivos, digitais, etc. - uma relação que os fazem coexistirem sem que nenhum deles sejam substituídos pelo outros, mas sim complementados. No “SEM VERGONHA”, a convergência dos meios será vista na interação das linguagens - audiovisual, sonora e texto verbo visual – a qual será utilizada nos formatos dos conteúdos que serão disponibilizados no blog, a fim de informar e entreter aqueles “que estão dentro ou fora do armário”.

A convergência das mídias é mais do que apenas uma mudança tecnológica. A convergência Altera a relação entre tecnologias existentes, indústrias, mercados, gêneros e público. A convergência Altera a lógica pela qual a indústria midiática opera e pela qual os consumidores processam a notícia e entretenimento. Lembre-se disto: a convergência refere-se a um processo não há um ponto final. Não haverá uma caixa-preta que controlará o fluxo midiático para dentro de nossas casas. Graças à proliferação de canais e a portabilidade das novas tecnologias de informação e telecomunicações, estamos entrando numa era em que haverá mídias em todos os lugares. A convergência não é algo que vai acontecer um dia, quando tivermos banda larga suficiente ou quando descobriremos a configuração correta dos aparelhos. Pronto ou não, já estamos vivendo numa cultura de convergência (JENKINS. 2009, p. 43).

No cenário de convergência dos meios de comunicação de Jenkins, no qual o rádio, a tevê e a internet complementam suas narrativas, voltamos os nossos olhos ao conteúdo multimídia, comum no webjornalismo, Longhi (2010). Sobre ele, é preciso pontuar algumas características, uma vez que o “SEM VERGONHA” utilizará de diversas linguagens e formatos – textos, peças visuais, vídeos e podcast - para levar informação ao público pretendido da página.

É a partir da proposta de ofertar conteúdo em diferentes formatos que se faz necessário abordar o conceito de multimídia e as características dessa narrativa, as quais são reconhecidas principalmente pela combinação de pelo menos dois tipos de linguagem. Sobre o conteúdo em diferentes mídias, a pesquisadora do tema, Anabela Gradim, define:

...o multimédia, que usa uma combinação de textos, fotos, vídeo, áudio, animação e gráficos, apresentados num formato não linear e não redundante que intensifica as possibilidades de escolha do leitor. A interactividade e a possibilidade feed-back por parte do público permitem um apuramento da informação, e no conjunto os profissionais dispõem de um meio mais plástico e adequado a novas formas de expressão criativa (GRADIM. 2011, p.7).

Quanto a essa integração, para que ela auxilie no desenvolvimento de um produto diferente e atrativo para o público pretendido do blog, é preciso pontuar a dinâmica de complementaridade das mídias e como fazê-la de modo enriquecedor ao produto elaborado. Sobre isso, Salaverría (2014) enumera critérios de composição dessa narrativa, os quais: “...talvez seja conveniente indicar os critérios que facilitam a correta coordenação de elementos multimídia na composição de uma informação: 1) compatibilidade, 2) complementaridade, 3) ausência de redundância, 4) hierarquização, 5) ponderação e 6) adaptação”(SALAVERRÍA. 2014, p.40).

Na prática, o critério de 1) “compatibilidade” diz a respeito da relação enriquecedora que se pode desenvolver com as mídias, isto é, utilizar diferentes linguagens para narrar um conteúdo sem que um atrapalhe o outro; quanto ao de 2) “complementaridade”, esse aconselha que as produções multimídia tenham um tema em comum e que o espaço e o tempo delas sejam pensados estrategicamente, com o objetivo de evitar a elaboração de conteúdos demasiadamente longos que podem causar desinteresse exclusivamente por demandarem tempo demais. É baseado nesse direcionamento de Salaverría que optamos por podcasts de no máximo 25 minutos e textos curtos complementares a eles; o de 3) “ausência de redundância” alerta sobre a necessidade de repetições estratégicas nos formatos, ou seja, elas devem ter um motivo e, de preferência, complementar ou reforçar uma informação; Já a 4) “hierarquização” chama a atenção para o destaque que cada formato deve receber de acordo com a mensagem que se deseja transmitir; na mesma linha do critério de hierarquia, o de 5) “ponderação” traz o foco para o limite de conteúdo disponibilizado, orientando a disseminação prudente de produções que, preferencialmente, devem ser estruturadas nos limites da pirâmide invertida, em que as informações básicas estão no topo; e, por último, o de 6) “adequação”, o qual nos relembrar da importância da sujeição aos parâmetros formais e de estrutura já utilizados que, por muitas vezes, auxilia na recepção positiva da produção por parte do público pretendido.

Os critérios anteriores de composição de conteúdo multimídia guiaram e guiarão o conteúdo que foi/ será produzido para o “SEM VERGONHA”, uma vez que o objetivo é informar e entreter adolescentes LGBTI+s a partir da combinação de diferentes mídias. E, para isso, é preciso utilizar como ferramenta a configuração de composição para elaborar conteúdos que realmente sejam compatíveis e consumíveis pelo nosso público pretendido que está majoritariamente na internet.

PARTE 3. PLANO EDITORIAL

3.1.1. Produto

“SEM VERGONHA, para você que está dentro ou fora do armário” - blog de conteúdo multimídia destinado a jovens LGBTI+s.

3.1.2. Conceito e nome

Batizado de “SEM VERGONHA”, o nome foi atribuído ao blog partir da ressignificação desse adjetivo que, por muitas vezes, é utilizado para oprimir e ofender LGBTI+s. Esse movimento contrário ao uso pejorativo dessa frase tem como objetivo incentivar a autoaceitação e o empoderamento das pessoas que se identificam com orientações sexuais diferentes da heterossexualidade e com identidades de gênero não cisgêneras. Os ideais que desejamos transmitir com o título aos adolescentes no processo de construção da própria identidade é de orgulho e coragem.

Foi pensando também no nosso público pretendido que estabelecemos onde estaria e o formato do produto deste memorial, o qual foi definido como blog, as características e atribuições desse formato também auxiliaram na escolha da plataforma. Esses aspectos foram pontuados pelo pesquisador Martino (2014), o qual destacou a liberdade que a plataforma dá aos criadores de conteúdo de dispensar: os editores chefe e suas interferências nos assuntos abordados; os conflitos de interesses entre pautas e patrocinadores; além dos diversos limites das empresas de comunicação, os quais podem censurar produções. É nesse espaço livre que se pode publicar textos, peças visuais, vídeos e arquivos de áudio que o “SEM VERGONHA” será concebido, a fim de compartilhar informações nas mais diversas linguagens que possam ser consumidas por qualquer dispositivo conectado à internet.

E, para usufruir de todas as possibilidades desse formato, o “SEM VERGONHA” foi desenvolvido na plataforma WIX (<https://almeidaniel.wixsite.com/semvergonha>) de criação e edição de site, a qual oferece hospedagem e publicação de arquivos de modo gratuito. Além de possuir fácil manuseabilidade - a WIX dispõe de diversos layouts/templates prontos e a possibilidade de agregar ferramentas para a criação de peças visuais -, nessa página é possível disponibilizar e compartilhar conteúdos de todas as linguagens e reservar um espaço de interação entre internautas e redação, configuração que nos interessa para a manutenção de laços com nossos futuros internautas.

3.1.3. Princípios editoriais

Com o objetivo de informar e entreter os jovens *queers*, o blog "SEM VERGONHA, para você que está dentro ou fora do armário" será desenvolvido para explicar as angústias que o próprio público pretendido afirmou inquietá-lo, tais como: relacionamentos amorosos e familiares, sexo, saúde e entretenimento. Além disso, tem como interesse imediato escutar e sanar as angústias dos jovens *queers*, além de valorizá-los.

O blog também foi desenvolvido com o objetivo de produzir conteúdo jornalístico e de entretenimento sobre as questões da adolescência lésbica, gay, transexual, travesti, intersexo - entre outras identidades de gênero e orientações sexuais - para adolescentes LGBTI+s. E, para isso, nos comprometemos a ouvir essa população, apurar as questões apontadas por ela e produzir materiais de qualidade baseados na veracidade de fatos checados e revisados, de modo que as questões desses sujeitos sejam o foco.

Neste sentido, o "SEM VERGONHA" tem como visão se tornar uma referência de conteúdo informativo e de entretenimento para adolescentes LGBTI+s. Para isso, prezamos pelos seguintes valores: 1) Informar; 2) Entreter; 3) Valorizar e escutar adolescentes LGBTI+; 4) E incentivar o amor-próprio e a autoaceitação, reforçando o papel de "irmão mais velho" e confidente do "SEM VERGONHA", o qual o adolescente pode confiar, segurança que desejamos transmitir através do slogan: "para você que está dentro e fora do armário".

3.1.4. Público Pretendido

O público-alvo do "SEM VERGONHA" são adolescentes entre 12 e 18 anos que são lésbicas, gays, bissexuais, transexuais, travestis, intersexos - entre outras orientações sexuais e identidade de gênero - (LGBTI+) e enxergam a internet como um espaço para se informar e divertir. Para além do específico, o blog tem como objetivo também levar conhecimento a qualquer pessoa que se interesse pelas angústias da adolescência *queer* mas, principalmente, àqueles que não tiveram contato com essas discussões.

3.1.5. Linguagem

O "SEM VERGONHA" utiliza/ utilizará uma linguagem simples, com gírias normalmente compartilhadas nas redes sociais, porém respeitando a norma culta da Língua Portuguesa. O objetivo é aproximar a linguagem das produções o máximo possível ao modo como os adolescentes trocam informações entre eles, mas prezando pelo texto claro, objetivo e fluído do jornalismo. Para alcançar esse ideal, na redação dos conteúdos desenvolvidos e

publicados no blog favorecemos a ordem direta das frases e as palavras comumente usadas no dia a dia.

Também optamos por algumas particularidades textuais para tornar o texto do “SEM VERGONHA” o mais leve, fluído e descontraído possível. Para isso, utilizamos o título das retrancas como parte integrante da primeira oração que o segue e usamos gifs – imagens animadas – para complementar o conteúdo verbo textual das pautas.

Ainda sobre o modo de se comunicar, a redação do blog adota o uso da sigla "LGBTI+" para se referir a diversidade de orientação sexual e identidade de gênero, assim como os movimentos em prol dos direitos de lésbicas, gays, bissexuais, transexuais, travestis, intersexos - entre outras orientações sexuais e identidades de gênero, são exemplos: A Aliança Nacional LGBTI+ e a Movimento LGBTI+ e a Democracia. Essas Instituições utilizam a mesma nomenclatura, a qual foi definida com a mais adequada e atualizada para fazer referência à comunidade *queer*, de acordo com o Presidente da Aliança, Toni Reis.

3.1.6. Estrutura editorial/ seções do blog

Além da *home*/ página inicial, o "SEM VERGONHA" tem outras seis seções/ editorias, uma subseção e o expediente, as quais foram desenvolvidas a partir do objetivo de informar e entreter adolescentes LGBTI+s. A divisão das seções e o plano de conteúdo de cada uma também privilegia uma linguagem específica (QUADRO 5). Quanto aos formatos, esses foram escolhidos com base na linguagem dos assuntos que mais interessam os jovens que responderam ao formulário “Adolescentes e a Internet” (QUADRO 2), 22 (59,5%) dos consultados responderam cinema (audiovisual) e música/ podcast (áudio).

Seção/ subseção	Objetivo	Linguagem/ formato
HOME (página inicial)	Apresentação do blog	Peça visual/ slideshow – banner visual rotativo
LEVANTE LGBTI+	Seção destinada às matérias de destaque do blog de âmbito comportamental	Audiovisual/ vídeo
ESCUTE SEM VERGONHA	Entrevistas com LGBTI+s que produzem conteúdo ou façam trabalhos sobre a comunidade	Áudio/ Podcast
É SOBRE VOCÊ!	Subdivisão do “Escute Sem Vergonha”, na qual é disponibilizada a série de	Áudio/ Podcast

	podcast semi-fictícia “É Sobre Você”, a qual aborda o primeiro amor de jovens LGBTI+	
A GENTE EXPLICA	Peças visuais sobre saúde e relacionamentos;	Visual/ Peça visual
THE BROKEN HEARTS CLUB	Espaço de interação onde a angústia do leitor - O SEM VERGONHA - é pauta. A sugestão ou desabafo que pode ganhar destaque no blog é obtido pelos comentários nas publicações.	Verbo textual/ texto
TUDO BAIXARIA	Trabalho de curadoria, com indicações de: filmes, séries, livros, álbuns musicais, etc.	Verbo textual/ texto
EXPEDIENTE	Ficha técnica - Informa quem são os responsáveis pela produção do “SEM VERGONHA”	Verbo textual/ texto

Quadro 5: Esquema ilustrativo das seções do “SEM VERGONHA”.

Fonte: Elaboração Própria.

As seções/ editorias também possuem descrição sobre o conteúdo ofertado, as quais explicam o objetivo de cada divisão, o formato do conteúdo que será disponibilizado nela e os temas que serão abordados. O espaço destinado ao expediente do produto foge dessa configuração uma vez que a nomenclatura já deixa explícito do que será tratado na aba, o nome daqueles que produziram o “SEM VERGONHA”. Cada seção é apresentada ao público da seguinte forma:

ESCUTE SEM VERGONHA - É o podcast de entrevistas do SEM VERGONHA. Neste projeto você vai conhecer as histórias de LGBTI+s que decidiram fazer a diferença e representar a comunidade no mundo físico e digital. Então, pegue o fone de ouvido, ouça com atenção e lembre-se: você não está sozinho;

A GENTE EXPLICA - Pelos crescendo por todas as partes, paixões avassaladoras sem fim e vontade de morar fora todos os dias? Está confuso? Calma que a gente explica e ajuda. Aqui, falamos sobre saúde física, mental e sexo SEM VERGONHA;

É SOBRE VOCÊ! - É a série semi-fictícia de podcast sobre os conflitos existentes dentro das relações amorosas de adolescentes LGBTI+. Baseada nas fases do luto: negação, raiva, barganha, depressão e aceitação, o tema desta primeira temporada é o término do primeiro relacionamento amoroso. Então aperte o play e conheça as histórias de Gerson, Victor, Daniel, Helena Alessandra e Isadora;

THE BROKEN HEARTS CLUB - Se você já teve o coração partido em algum momento por qualquer motivo? Bem-vindo ao clube! Aqui, você lerá texto de LGBTI+ de todo o país que compartilharam os momentos de sofrimento deles;

TUDO BAIXARIA - Indicações de filmes, perfil de influencers, livros, músicas e séries que abordam a realidade do LGBTI+, sejam eles adolescentes ou adultos. Aqui a "baixaria" é de qualidade, então assista, escute e leia, SEM VERGONHA!

EXPEDIENTE – Ficha técnica e descrição do objetivo e da missão do blog.

3.1.7. Equipe/ expediente

Editor chefe: Daniel Almeida

Editor de seção: Daniel Almeida

Editor de texto: Daniel Almeida

Editor de imagem: Daniel Almeida

Editor de áudio: Daniel Almeida

Editor de vídeo: Daniel Almeida

Repórter: Daniel Almeida

3.2. Plano Gráfico

3.2.1. Marca

A logomarca do “SEM VERGONHA” é o próprio nome do blog grafado com a fonte “*Typo Round Regular Demo*”, a qual foi escolhida pelo seu design sem serifas com hastes longas, retas e sem ornamentos em suas extremidades. O delineado dessa letra está também alinhado com a ideia de modernidade e simplicidade que desejamos transmitir aos internautas.

Além dos traços da logomarca, o formato dela em gif – imagem animada – também é utilizado para conquistar o público pretendido – adolescentes LGBTI+s - os quais usam cotidianamente nas redes sociais essa ferramenta da comunicação em forma de memes ou de

pequenos vídeos de caráter cômico. A animação em questão, funciona como um letreiro que pisca entre as cores: amarela, rosa, vermelha, azul e lilás.

A logomarca do blog "SEM VERGONHA" é composta por duas palavras em uma fonte sans-serif, amarela e em caixa alta. "SEM" está na linha superior e "VERGONHA" está na linha inferior, ambas centralizadas horizontalmente.

Figura 14: Logomarca do blog “SEM VERGONHA”

Fonte: Elaboração própria.

A ideia de utilizar o formato de *gif* como atributo da logomarca surgiu da presença desta ferramenta nas redes sociais, no uso dela na criação de memes – linguagem quista por adolescentes – e nas produções textuais de blogs e portais direcionados ao público jovem, são exemplos: PAPELPOP, *Capricho* e POPline. É válido pontuar que, de acordo com Silva (2012), meme é todo tipo de ideia que se propaga rapidamente na internet em forma de expressão, desenho, animação e/ou vídeo que ganhe valores simbólicos coletivo para representar alguma situação ou sentimento de modo lúdico. Por fim, além do sucesso entre o público pretendido, a atração e a atenção que a animação conquista perante os olhos humanos também colaboraram na escolha dessa logo, a qual foi produzida por nós no aplicativo Adobe Photoshop 2020.

Quanto ao uso, é preferível que a logomarca esteja sempre no canto inferior direito do produto, essa indicação pode ser desconsiderada a depender do espaço e da quantidade de itens imagéticos dispostos em determinado conteúdo do “SEM VERGONHA”. Além disso, a animação presente nos vídeos deve ser integrada às peças visuais de modo estático na cor amarela, definida como tom líder das produções por transmitir a ideia de juventude, euforia, movimento, “alegria, espontaneidade, ação, poder, dinamismo, impulsividade” (FARINA, PEREZ e BASTOS, 2006, p. 101).

As descrições das cores são: amarela (E9DA01), rosa (FF6BC1), vermelho (FF675A), azul (285880), lilás (7F7DAF) e marrom (7F675B), todas em modo KGB de visualização, uma vez que as produções do “SEM VERGONHA” serão publicadas na internet. Essa paleta de cor foi inspirada no auto retrato animado da ilustradora panamenha Mariety Young, o qual faz referência aos tons vivos usados nas décadas de 1980 e 1990.



Figura 15: *Self Portrait*, Mariery Young.
Fonte: Perfil da Mariery no Behance.

3.2.2. Background e capa das editorias/seções

A plataforma de edição de sites e blogs que escolhemos, a WIX, tem o recurso de *background*/ imagem de fundo e de *slideshow*/ banner virtual rotativo, para os quais produzimos artes gráficas a fim de individualizar as seções e tornar a experiência do internauta mais intuitiva. As peças foram desenvolvidas a partir da palheta de cor anteriormente citada, porém o conteúdo foi baseado na estética da colagem de recortes, estilo presente em filmes e séries destinadas ao público adolescente (Figura 16).

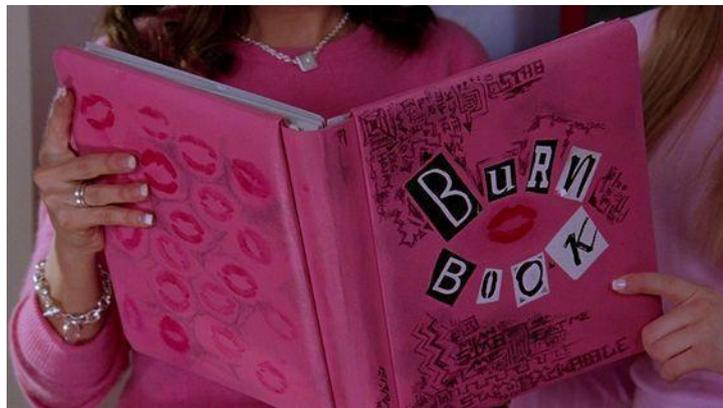


Figura 16: “*Burn Book*”, do filme estadunidense “*Mean Girls*”, de 2004.
Fonte: Blog MdeMulher.

Imagem de background da homepage e da aba “EXPEDIENTE”



Figura 17: Imagem de fundo do “SEM VERGONHA”
Fonte: Elaboração própria.

HOMEPAGE



Figura 18: Homepage do “SEM VERGONHA”.
Fonte: Blog “SEM VERGONHA”.

“EXPEDIENTE”

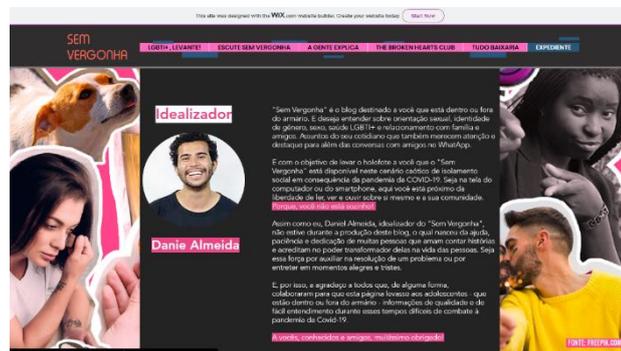


Figura 19: Seção “Expediente” do “SEM VERGONHA”
Fonte: Blog “SEM VERGONHA”.

“LGBTI+, LEVANTE!”

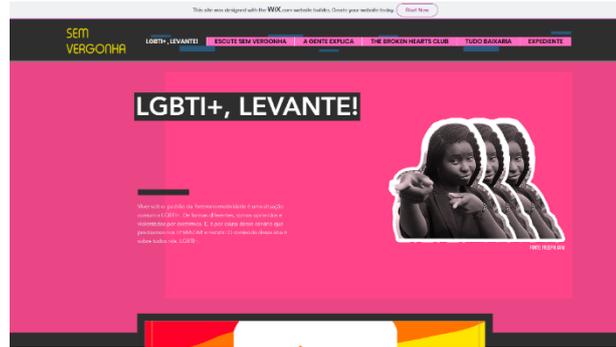


Figura 20: Seção “LGBTI+LEVANTE!” do “SEM VERGONHA”.
Fonte: Blog “SEM VERGONHA”.

“ESCUTE SEM VERGONHA”



Figura 21: Seção “ESCUTE SEM VERGONHA” do “SEM VERGONHA”.
Fonte: Blog “SEM VERGONHA”.

“É SOBRE VOCÊ!”



Figura 22: Seção “É SOBRE VOCÊ!” do “SEM VERGONHA”.
Fonte: Blog “SEM VERGONHA”.

“A GENTE EXPLICA”



Figura 23: Seção “A GENTE EXPLICA” do “SEM VERGONHA”.
Fonte: Blog “SEM VERGONHA”.

“THE BROKEN HEARTS CLUB”

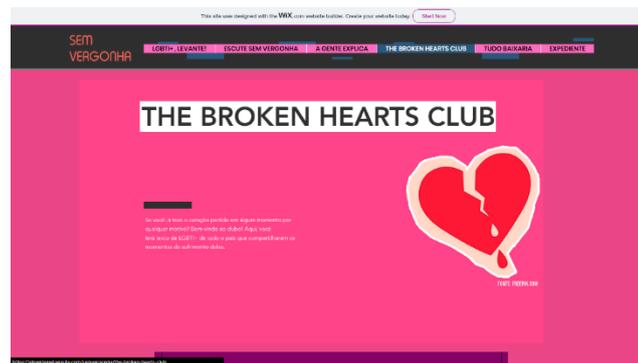


Figura 24: Seção “THE BROKEN HEARTS CLUB” do “SEM VERGONHA”.
Fonte: Blog “SEM VERGONHA”.

“TUDO BAIXARIA”



Figura 25: Seção “TUDO BAIXARIA” do “SEM VERGONHA”.
Fonte: Blog “SEM VERGONHA”.

As artes gráficas do "SEM VERGONHA" foram desenvolvidas a partir de uma imagem "matriz", elaborada com ilustrações e fotografias de pessoas, objetos e bebidas (Figura 17), a qual originou as outras cinco peças das seções: "LGBTI+, LEVANTE", "ESCUTE SEM VERGONHA", "A GENTE EXPLICA", "THE BROKEN HEARTS CLUB", "TUDO BAIXARIA" e "EXPEDIENTE".

VERGONHA", "A GENTE EXPLICA", "THE BROKEN HEARTS CLUB" e "TUDO BAIXARIA". As abas "EXPEDIENTE" e "É SOBRE VOCÊ!" fogem dessa configuração. A primeira, porque, com o objetivo de padronizar o blog, as divisões que abrem e fecham a página - homepage e expediente - possuem o mesmo fundo; e a segunda, pois utiliza a capa do podcast seriado semi-fictício "É SOBRE VOCÊ!" - também desenvolvido por nós com o apoio da doutoranda em Comunicação da Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF), técnica-administrativa e ex-aluna do curso de Jornalismo da Ufop, Luana Viana - como abre da editoria.

Todas as imagens utilizadas foram encontradas no banco de imagens gratuitas "freepik.com". Essas fotos foram editadas para que tivessem a estética de um recorte de revista colado em um papel rosa, assim como no "*Burn Book*", do filme "*Mean Girls*", de 2004. Para a edição final, optamos por artes gráficas que fizessem referência à diversidade sexual, de gênero e raça, além de retratar hábitos e ferramentas comuns no dia a dia dos jovens. Essa parte do projeto - o design aplicado à visualidade - foi criada no aplicativo Adobe Photoshop 2020.

PARTE 4. PLANO DE TRABALHO E PAUTA ESTENDIDA

A ideia de desenvolver um blog sobre as questões e angústias de adolescentes LGBTI+ nasceu da ausência das produções com essa temática destinadas a esse mesmo público, carência que também senti durante a minha adolescência. O produto deste TCC, o “SEM VERGONHA”, foi pensando por um gay recém-adulto para jovens que também se identificam como gay, lésbica, bissexual, trans, travesti, intersexo e/ou qualquer outra orientação sexual e identidade de gênero também marginalizada ou esnobada.

As questões da adolescência LGBTI+ são negadas ou omitidas na tevê, nas produções impressas e, um pouco menos, na web. Foi possível observar que diversidade sexual é um assunto ainda pouco discutido nos grandes meios de comunicação e que as histórias e personagens *queers* são utilizados para contar a mesma narrativa – assumir-se LGBTI+ ou encontrar um companheiro – como pudemos constatar através do mapeamento midiático. Na contramão dessas produções, o “SEM VERGONHA” é desenvolvido para abordar todas as outras angústias rejeitadas por esses meios, no espaço em que os jovens mais passam tempo: na internet.

Com o objetivo de desenvolver o produto mais sólido possível, buscamos por embasamento teórico sobre a adolescência, o despertar da sexualidade, as angústias de adolescentes e de LGBTI+s - uma vez que são o nosso público pretendido. Além disso, sobre a internet, seus formatos e os hábitos dos jovens na web.

Ao mesmo tempo em que a reflexão conceitual do “SEM VERGONHA” era construída, o mapeamento midiático e a pesquisa de opinião foram realizados com o intuito de conhecer o público pretendido e o que era produzido para e sobre ele. Através das respostas obtidas pelo formulário online “Adolescentes e a Internet”, conhecemos ainda mais os hábitos dos jovens no ambiente digital e definimos, com segurança, o formato mais adequado para hospedar o produto deste memorial.

A estrutura básica do projeto do “SEM VERGONHA”, composta pela revisão bibliográfica sobre os temas que permeiam o produto, a pesquisa de opinião e o mapeamento midiático, foi levada à banca de TCC1, em dezembro de 2019. Para a discussão, o professor Evandro Medeiros foi convidado, o qual sugeriu que o título “LGBTQIA+TEEN” - antigo nome do blog – fosse alterado, uma vez que essa sigla é atualizada e modificada por cada orientação sexual e identidade de gênero reconhecida pelas autoridades, meios de comunicação e regiões geográficas onde é utilizada.

Essa indicação finalizou a primeira parte da produção deste TCC, a qual foi retomada no 1º semestre de 2020 com a reunião de pauta. Para essa etapa, desenvolvemos 9 pautas

(QUADRO 6), pelo menos 2 por editoria, que abordassem as angústias apontadas pelos estudantes que responderam ao formulário online, mas também que contemplassem pelo menos uma orientação sexual ou identidade de gênero da sigla LGBTI+ (QUADRO 6).

Pauta	Seção/Editoria	Linguagem
Perceber-se LGBTI+ e as descobertas da sexualidade	LGBTI+, LEVANTE!	Audiovisual (Vídeo)
Confira as melhores notícias e ações desse mês do Orgulho LGBTI+	LGBTI+, LEVANTE!	Audiovisual (Vídeo)
Primeiro episódio do “ESCUTE SEM VERGONHA” com Priscila Guimarães está disponível	ESCUTE SEM VERGONHA	Sonora (Podcast)
Quadrinista Dani Franck é a segunda entrevistada do “ESCUTE SEM VERGONHA”	ESCUTE SEM VERGONHA ⁵⁴	Sonora (Podcast)
Não diga! Mitos e falas bifóbicas para você excluir do seu repertório	A GENTE EXPLICA	Visual (Peça Visual)
Beleza em doses: o que é e como se realiza a hormonioterapia	A GENTE EXPLICA	Visual (Peça Visual)
Preconceito e intolerância contra a demonstração de afeto entre LGBTI+s causam traumas	THE BROKEN HEARTS CLUB	Verbo textual (texto)
Assexuais também transam e precisamos conversar sobre isso!	THE BROKEN HEARTS CLUB	Verbo textual (texto)

Quadro 6: Esquematização das pautas de acordo com as editorias/ seções do “SEM VERGONHA”.

Fonte: Elaboração própria.

Antes de aprofundar na produção do conteúdo do “SEM VERGONHA”, é preciso pontuar que no decorrer dela e do ano de 2020, o desenvolvimento das pautas foi suspenso em decorrência da pandemia da covid-19, situação que também paralisou as atividades presenciais

⁵⁴ A aba “É SOBRE VOCÊ!” do podcast semi-fictício sobre o primeiro relacionamento amoroso de adolescentes LGBTI+ de mesmo nome, foi excluído do quadro uma vez que foge da dinâmica de produção remota, pois o produto foi desenvolvido no segundo semestre de 2019, antes da pandemia da covid-19 e das medidas de prevenção e combate a contaminação pelo coronavírus.

da Universidade. A decisão essencial para o combate ao novo coronavírus tornou opcional a continuidade da segunda etapa do TCC, uma vez que seria bloqueado o acesso aos equipamentos e aos espaços necessários com: câmera filmadora/ fotográfica e laboratórios de gravação de conteúdo audiovisual e sonoro, para a elaboração do conteúdo multimídia do “SEM VERGONHA”.

Para além disso, houve também a restrição de locomoção, a qual foi indicada pela Organização Mundial da Saúde (OMS)⁵⁵ - como método preventivo a transmissão e contaminação pelo novo coronavírus - e atendida por meio de decretos municipais de isolamento social. A nova configuração de interação influenciou também na produção de conteúdo do “SEM VERGONHA”, entrevistas e apurações foram realizadas integralmente através da internet.

Decidimos – orientando e orientadora - por continuar o desenvolvimento do projeto durante o isolamento social, porque tínhamos como objetivo ofertar informação e entretenimento aos adolescentes. Eles tiveram as aulas presenciais suspensas, ou canceladas, configuração que impactou diretamente na vida social desses jovens, os quais, por muitas vezes, enxergam nos amigos e na escola pontos de segurança para expressarem a própria identidade de gênero e/ou orientação sexual mais à vontade. E, com a missão de informar, entreter, escutar, acolher e representar esse público, a manutenção da produção do “SEM VERGONHA” se tornou imprescindível.

Sobre a produção, as pautas foram executadas integralmente de modo remoto, ou seja, toda a apuração e elaboração do conteúdo do “SEM VERGONHA” aconteceu “de casa” e pela web. A procura por fontes foi realizada, por muitas vezes, em grupos privados do Facebook destinados à interação de LGBTI+s, profissionais da saúde e da comunicação, são exemplos: “LGBTI+ Brasil”⁵⁶, “Assexuais”⁵⁷ (Figura 26), “Psicólogos e estudantes de Psicologia no Brasil”⁵⁸ (Figura 28) e “BuzzFeed Brasil – O GRUPO”⁵⁹ (Figura 27) ; as entrevistas foram realizadas pelo Skype ou por chamada de vídeo pelo WhatsApp; o trabalho de edição de imagem, áudio e vídeo foi executado pelos aplicativos dos pacotes: Adobe 2020 (Audition,

⁵⁵ Disponível em: <<https://www.saude.gov.br/noticias/agencia-saude/46862-ministerio-da-saude-apresenta-diretrizes-para-auxiliar-na-decisao-sobre-distanciamento-social>>. Acessado em 07 de setembro de 2020.

⁵⁶ Disponível em: <<https://www.facebook.com/groups/2664084650328286/>>. Acessado em: 07 de setembro de 2020.

⁵⁷ Disponível em: <https://www.facebook.com/groups/Assexuaisbrasil/?ref=group_header>. Acessado em: 07 de setembro de 2020.

⁵⁸ Disponível em: <https://www.facebook.com/groups/620428508045518/?ref=group_browse>. Acessado em: 07 de setembro de 2020.

⁵⁹ Disponível em: <<https://www.facebook.com/groups/BuzzFeedBrasil/>>. Acessado em: 07 de setembro de 2020.

Illustrator, Premiere e Photoshop) e Microsoft Windows (Skype Creator); já o desenvolvimento das peças visuais, como timelines e mapas interativos foram elaborados por meio das ferramentas digitais Prezi⁶⁰, Timeline Knightlab⁶¹ e Google My Map⁶².



Figura 26: Post feito no grupo “Assexuais”.
Fonte: Perfil do Daniel Almeida no Facebook.



Figura 27: Post publicado no grupo “BuzzFeed Brasil – O GRUPO”.
Fonte: Perfil do Daniel Almeida no Facebook.

⁶⁰ Disponível em: <<https://prezi.com>>. Acessado em: 09 de setembro de 2020.

⁶¹ Disponível em: <<http://timeline.knightlab.com/#make>>. Acessado em: 09 de setembro de 2020.

⁶² Disponível em: <<https://www.google.com/maps>>. Acessado em: 09 de setembro de 2020.



Figura 28: Post feito no grupo “Psicólogos e estudantes de Psicologia no Brasil”.
Fonte: Perfil do Daniel Almeida no FaceBook.

Quanta à execução das pautas, essa será descrita seguindo a ordem das seções/editoriais: “LGBTI+, LEVANTE!”, “ESCUTE SEM VERGONHA”, “A GENTE EXPLICA” e “THE BROKEN HEARTS CLUB”. Na primeira seção, cuja linguagem adotada para a produção é a audiovisual, o primeiro passo foi o desenvolvimento dos roteiros, os quais foram revisados e aprovados pela orientadora deste produto. Os vídeos foram gravados pelo meu *smartphone* e editados no meu próprio computador, no programa Adobe Premiere 2020.

A estética dos vídeos foi aprimorada com as gravações, mas também com o contato com novas referências. A inspiração mais forte da edição do “LGBTI+, LEVANTE!” foi nas produções do “TRETAS TNT” (Figura 29) do canal da “TNT BRASIL⁶³” no YouTube, no qual se discute cultura pop. Destinado ao público jovem, o TRETAS é apresentado pela jornalista Fernanda Soares e teve suas gravações também realizadas em casa, em consequência da pandemia da covid-19. Na contramão do conteúdo audiovisual jornalístico feito em *homeoffice*, marcado pela câmera estática, em apenas um plano, a equipe de edição da TNT deu movimento ao conteúdo a partir do deslocamento e aproximação – zoom in e zoom out - da apresentadora na tela.

⁶³ Disponível em: <<https://www.youtube.com/c/TNTbrasil/videos>>. Acessado em: 09 de setembro de 2020.

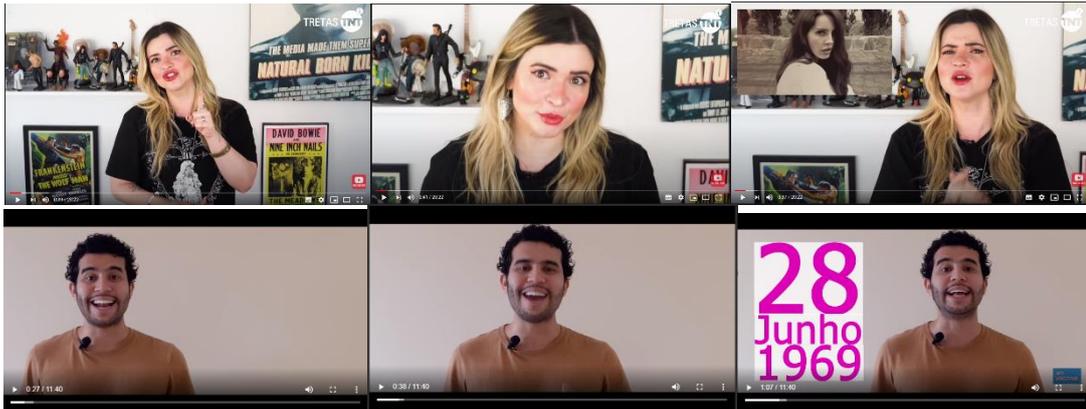


Figura 29: Comparação entre os enquadramentos dos vídeos do “TRETAS TNT” e do “SEM VERGONHA”.
Fonte: Canal do YouTube da “TNT Brasil” e blog “SEM VERGONHA”.

A edição do “TRETAS TNT” foi base para a elaboração do segundo vídeo da editoria “LGBTI+, LEVANTE!”, “Confira as melhores notícias e ações desse mês do Orgulho LGBTI+”⁶⁴. A estética do primeiro, “Perceber-se LGBTI+ e as descobertas da sexualidade”⁶⁵, difere-se da sua sucessora. Durante as gravações, trabalhávamos na construção do “tom” dessa seção/editoria e que, por fim, optamos pela descontração e movimento dos vídeos sobre entretenimento, como o do “TRETAS TNT”, ao invés do sério e estático do jornalismo diário (Figura 30).



Figura 30: Comparação entre os enquadramentos dos vídeos do “BOLETIM TVUFOP”, do “JORNAL DA GLOBO” e do “SEM VERGONHA”.
Fonte: Canais do YouTube da “TVUFOP”, “REDE GLOBO” e blog “SEM VERGONHA”.

Na decisão do “tom” da apresentação do conteúdo do “LGBTI+, LEVANTE!”, optamos também por vídeos mais longos, entre 6 e 15 minutos, que expliquem de modo aprofundado,

⁶⁴ Disponível em: < [https://almeidaniel.wixsite.com/semvergonha/post/confira-as-melhores-noticias-e-ações-desse-mês-do-orgulho-lgbti](https://almeidaniel.wixsite.com/semvergonha/post/confira-as-melhores-noticias-e-acoes-desse-mes-do-orgulho-lgbti)>. Acessado em: 09 de setembro de 2020.

⁶⁵ Disponível em: < <https://almeidaniel.wixsite.com/semvergonha/post/sem-vergonha-discute-perceber-se-lgbti>>. Acessado em: 09 de setembro de 2020.

simples e descontraído o assunto abordado. Os conteúdos audiovisuais sobre temáticas específicas como os dos canais “TRETAS TNT” e “The Take⁶⁶” têm como característica marcante a longa duração dos produtos e os inúmeros cortes que inspiraram a produção dessa seção/editoria.

Quanto à linguagem sonora, com a missão de apresentar: “Histórias de LGBTI+s que decidiram fazer a diferença e representar a comunidade no mundo físico e digital” para que adolescentes *queers* se inspirem, o “ESCUTE SEM VERGONHA” é o podcast de entrevistas do “SEM VERGONHA”. Entre 15 e 25 minutos de duração, o conteúdo sonoro do blog faz uso da linguagem descontraída do formato podcast, no qual o entrevistado fala sobre sua carreira, opiniões sobre o mundo e indicam outras personalidades LGBTI+s que desenvolvam produções que gostem.

Inspirado nos podcasts de entretenimento com convidados, buscamos referências nas seguintes produções: “Um MilkShake Chamado Wanda⁶⁷”, do PAPELPOP, e “Modern Love⁶⁸”, do *New York Times*. O “ESCUTE SEM VERGONHA” (Figura 31) também foi produzido de modo remoto. A gravação com os convidados foi realizada por videoconferência, com fone de ouvido equipado com microfone, pelo aplicativo Skype da Microsoft, o qual disponibiliza o conteúdo sonoro e visual para *download*. A edição foi feita no Adobe Audition 2020 e a publicação pelo site de elaboração e disseminação de podcasts “Anchor⁶⁹”.



Figura 31: Capa do podcast “ESCUTE SEM VERGONHA”.

Fonte: Elaboração própria.

⁶⁶ Disponível em: <<https://www.youtube.com/c/thetake>>. Acessado em: 09 de setembro de 2020.

⁶⁷ Disponível em: <<https://soundcloud.com/ummilkshakechamadowanda>>. Acessado em: 09 de setembro de 2020.

⁶⁸ Disponível em: <<https://www.nytimes.com/column/modern-love-podcast>>. Acessado em: 09 de setembro de 2020.

⁶⁹ Disponível em: <<https://anchor.fm/>>. Acessado em: 09 de setembro de 2020.

Já o “É SOBRE VOCÊ!”, subseção/editoria do “ESCUTE SEM VERGONHA”, o podcast semi-fictício sobre o primeiro relacionamento amoroso de adolescentes LGBTI+, foge da dinâmica de produção remota, uma vez que o produto foi desenvolvido no segundo semestre de 2019, antes da pandemia da covid-19 e das medidas de prevenção e combate à contaminação pelo coronavírus. A série com seis episódios, um piloto e outros cinco de narrativa, nasceu das respostas dos estudantes da Escola Estadual Dom Silvério ao formulário online “Adolescentes e a Internet”, no qual o tema “relacionamentos amorosos” apareceu como assunto de interesse desses jovens.

A procura por fontes que desejassem compartilhar a sua experiência quanto ao primeiro amor foi realizada também através de grupos privados do Facebook, neste caso, exclusivamente, utilizei o de estudantes da Universidade, chamado “UFOP”⁷⁰. As entrevistas, que foram realizadas presencialmente e por vídeo chamada, resultaram nos roteiros dos cinco episódios: “01# - TA TUDO BEM”, “02# - k – Risada dada de má vontade via WhatsApp”, “03# - eh pq a sdd dói”, “04# - eh normal” e “05# - quê que eu tava arrumando” – a ordem dos áudios seguem as fases do luto - negação, raiva, barganha, depressão e aceitação - conforme descrição da psiquiatra suíça, Elisabeth Kubler-Ross, na obra “Sobre a Morte e o Morrer”, de 1969, sentimentos que se aproximam das sensações trazidas pelo término de um relacionamento - subtema do “É SOBRE VOCÊ!”. O primeiro áudio “00# - O Começo do Fim” foge dessa configuração, porque faz exclusivamente um panorama da série.

As gravações e a edição contaram com o apoio da pesquisadora de Comunicação da Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF), ex-aluna do curso de Jornalismo e técnica administrativa da Ufop, Luana Viana, que auxiliou em todo o processo de roteirização e elaboração dos episódios. Para dar voz e interpretar as cinco histórias da primeira temporada, quatro alunos do curso, além de mim – orientando -, foram convidados: Lucas Mantovani, Mayron Brito, Karina Peres e Yasmine Feital.

O “É SOBRE VOCÊ!” foi adicionado à playlist dedicada à comemoração do orgulho LGBTI+ da plataforma *Spotify*, em junho de 2020 (Figura 32). O feito aumentou a visibilidade do podcast e, conseqüentemente, o número de ouvintes de cada episódio (Figura 33). Ainda sobre as conquistas com esse trabalho, a obra foi uma das cinco finalistas do Expocom 2020 sudeste, na categoria “Ficção em áudio e rádio - audiodramatização, peça radiofônica, radionovela e afins (avulso ou conjunto/série)” (Figura 34).

⁷⁰ Disponível em: <<https://www.facebook.com/groups/225076804212645/>>. Acessado em: 09 de setembro de 2020.

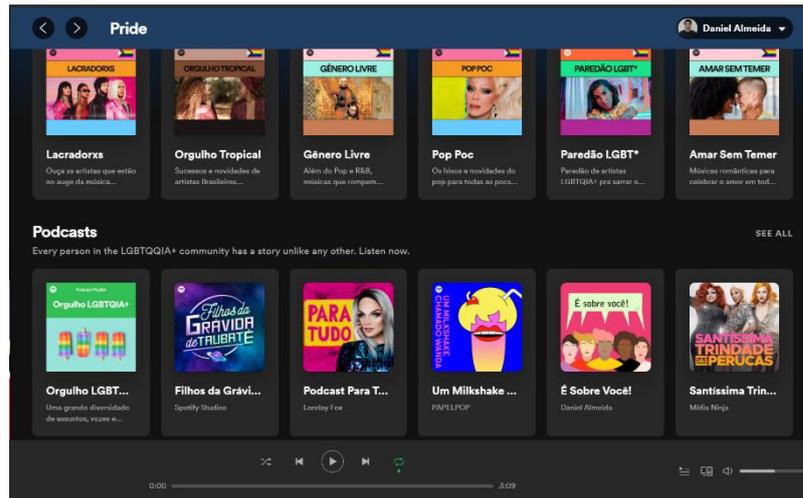


Figura 32: Capa do podcast “É SOBRE VOCÊ!” na playlist “Pride” do Spotify.
Fonte: Spotify Brasil.

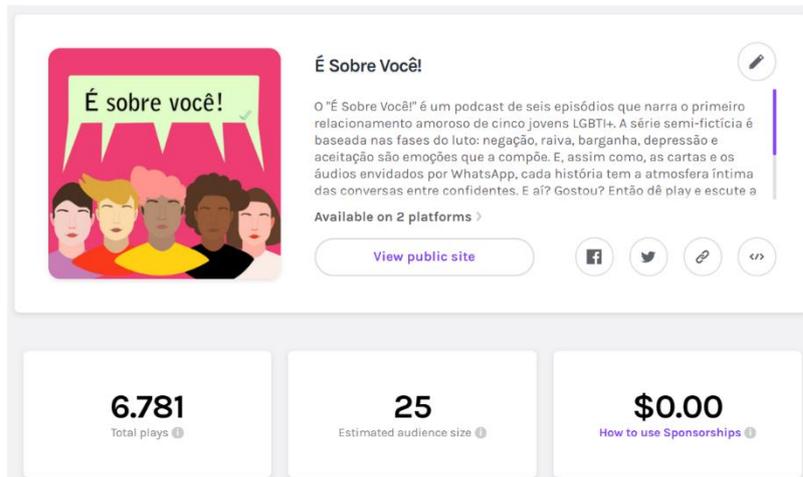


Figura 33: Contagem de players do “É SOBRE VOCÊ!” no Spotify em 22 de setembro de 2020.
Fonte: Anchor.



Encontro Inter-regiões - Sudeste
 Região Sudeste - Evento Virtual
 De 1 a 31 de outubro de 2020



[MENU PRINCIPAL]

Título do Trabalho: É sobre você - Um podcast composto por seis episódios sobre as histórias do primeiro relacionamento amoroso de adolescentes LGBTs.

Autor(a/es): Daniel Lúcio Viana de Almeida (Universidade Federal de Ouro Preto); Michele da Silva Tavares (Universidade Federal de Ouro Preto); Luana Viana e Silva (Universidade Federal de Ouro Preto)

Evento: XX Exposição de Pesquisa Experimental em Comunicação

Data: 25/9/2020

CARTA DE ACEITE

Temos a satisfação de informar que o trabalho, acima indicado, proposto para apresentação no **Encontro Inter-regiões - Sudeste**, promovido pela Intercom e Região Sudeste - Evento Virtual, a realizar-se de **De 1 a 31 de outubro de 2020**, foi **ACEITO**.

Excepcionalmente, neste ano de 2020, as apresentações serão gravadas e postadas no sistema. Para mais informações, consulte o link: portalintercom.org.br/premios_new/expocom1/apresentacao-em-video

Agradecemos desde já sua participação e contribuição acadêmica ao Congresso.

Cordialmente,

Intercom - Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação
 Secretária-geral do Encontro Inter-regiões - Sudeste

INTERCOM 2020 - Sistema de Gerenciamento de Evento On-line
 [Menu Principal] [Home] [Fale conosco: secretaria@intercom.org.br]

System by
 ADALTECH

Figura 34: Carta de Aceite do “É SOBRE VOCÊ!” no Expocom 2020 Sudeste.
Fonte: Intercom sudeste 2020.

A primeira temporada do “É SOBRE VOCÊ!” fecha a seção/editoria dedicada à linguagem sonora. A aba seguinte, “A GENTE EXPLICA”, tem como objetivo esclarecer dúvidas sobre “saúde física, mental e sexo SEM VERGONHA” de adolescentes LGBTI+s. Essa seção é marcada pelo uso da linguagem visual, especificamente peças visuais, dialogando com o formato e a estética dos produtos que são publicados nas redes sociais, ambiente digital favorito do nosso público pretendido. Para essa editoria, desenvolvemos – orientando e orientadora – duas pautas: 1) “Não Diga! Mitos e falas bifóbicas para você excluir do seu repertório”; e 2) “Beleza em Doses: o que é e como se realiza a hormonioterapia”. Para essa primeira, utilizamos o “Prezi”, plataforma de elaboração de peças visuais interativas, a qual possui diversas limitações quanto ao compartilhamento dos produtos elaborados nela. A hospedagem e o *download* dos arquivos criados são exclusivos para os usuários *premium* do site.



Figura 35: Artboard da pauta “Não Diga! Mitos e falas bifóbicas para você excluir do seu repertório”.
Fonte: Blog “SEM VERGONHA”.

Já na segunda matéria, “Beleza em Doses”, utilizamos as ferramentas de criação “Google My Maps”⁷¹ e “Timeline Knightlab”⁷², para a criação duas peças distintas respectivamente: o mapa interativo “Ambulatórios especializados na atenção à saúde de travestis e transexuais” (Figura 34) e a linha do tempo “Transição de gênero: conheça personalidades do Brasil pioneiras nesse processo” (Figura 33). Ambas são de fácil manuseio e permitem a hospedagem dos conteúdos elaborados nelas em outras plataformas. Os impasses causados pela pandemia da covid-19 na produção dessa pauta foram sentidos no processo de apuração. As fontes oficiais, como Prefeituras e Unidades Básicas de Saúde, que seriam

⁷¹ Disponível em: <www.google.com/maps>. Acessado em: 09 de setembro de 2020.

⁷² Disponível em: <<http://timeline.knightlab.com/>>. Acessado em: 09 de setembro de 2020.

consultadas para formular o mapa de identificação das unidades onde a hormonioterapia pode ser realizada no país, por muitas vezes, deixaram os questionamentos enviados por email sem resposta. Além disso, instituições como a Assessoria de Imprensa do Ministério Federal da Saúde e das Prefeituras de Rio Branco (AC) e Boa Vistas (RR), não atenderam os telefonemas feitos por mim - orientando.

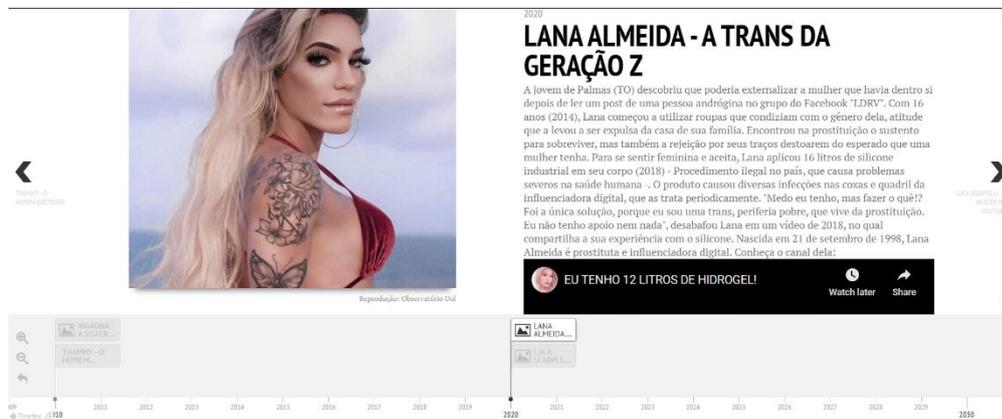


Figura 36: Timeline “Transição de gênero: conheça personalidades do Brasil pioneiras nesse processo”.
Fonte: Blog “SEM VERGONHA”.



Figura 37: Mapa interativo “Ambulatórios especializados na atenção à saúde de travestis e transexuais, da pauta “Beleza em doses: o que é e como se realiza a hormonioterapia”.
Fonte: Blog “SEM VERGONHA”.

A última aba que exigiu apuração e entrevistas realizada de modo remoto - pelo Skype e emails - foi a “THE BROKEN HEARTS CLUB”, destinada ao compartilhamento de textos de LGBTI+s sobre qualquer sofrimento pessoal. A seção é inspirada na coluna e no podcast do

jornal *New York Times*, “Modern Love”⁷³, no qual cidadãos nova-iorquinos escrevem sobre os infortúnios do amor moderno.

O conteúdo publicado na “THE BROKEN HEARTS CLUB” exigiu mais atenção e cuidado com as informações reveladas pelas fontes, uma vez que as situações que a seção almeja discutir são delicadas e podem gerar algum tipo de linchamento virtual. Para evitar que algo semelhante ocorra, os depoimentos foram editados e, caso fosse necessário, o nome do convidado a compartilhar a própria história poderia ter sido alterado - essa configuração será mantida para produções futuras. No primeiro conteúdo na seção, “Preconceito e intolerância contra a demonstração de afeto entre LGBTI+ causam traumas”⁷⁴ essa dinâmica de pseudônimo foi utilizada, a fim de garantir a segurança da fonte. Já no segundo, “Assexuais também transam e precisamos conversar sobre isso!”⁷⁵, apenas a edição de texto foi necessária.

A última seção do blog, intitulada “TUDO BAIXARIA”, foi criada com o objetivo de ofertar dicas de filmes, perfis de influenciadores, músicos e seriados que sejam feitos ou tenham em sua narrativa personagens LGBTI+s ao público pretendido do blog. O conteúdo ali disponibilizado é fruto da nossa curadoria – orientando e orientadora - sobre as produções culturais presentes na web que abordam a temática *queer* e adolescente. Nessa editoria não há entrevistados.

Por fim, o processo de desenvolvimento das pautas foi marcado pelas adversidades da pandemia da covid-19, porém foi durante esse momento que o desejo de produzir conteúdo para adolescentes LGBTI+s foi intensificado. Enxergamos no isolamento social uma oportunidade maior de informar e entreter nosso público pretendido que, como explicamos na reflexão conceitual e no mapeamento midiático, é carente de conteúdo específico e, para impedir que essa dinâmica se intensifique, a execução do projeto “SEM VERGONHA” foi realizada.

⁷³ Disponível em: <<https://www.nytimes.com/column/modern-love-podcast>>. Acessado em: 09 de setembro de 2020.

⁷⁴ Disponível em: <<https://almeidaniel.wixsite.com/semvergonha/post/preconceito-e-intolerancia-contra-a-demonstracao-de-afeto-entre-lgbti-s-causam-traumas>>. Acessado em: 09 de setembro de 2020.

⁷⁵ Disponível em: <<https://almeidaniel.wixsite.com/semvergonha/post/assexuais-tambem-transam-e-precisamos-conversar-sobre-isso>>. Acessado em: 09 de setembro de 2020.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Com as reflexões conceituais, o mapeamento de mídias e a pesquisa de opinião, foi possível estruturar o projeto do blog “SEM VERGONHA, para você que está dentro ou fora do armário” de modo que contemplasse adolescentes LGBTI+s e suas angústias, desejos e curiosidades. Nessa dinâmica, conseguimos também escutar e produzir conteúdo para esses jovens, valorizando-os e representando-os dentro do universo das produções jornalísticas e de entretenimento que os esnobam ou os retratam em moldes diferentes dos reais, contando as mesmas histórias sobre assumir-se LGBTI+ e encontrar um grande amor, inquietações rasas como constatamos a partir do que é adolescência e todo o processo de formação de identidade e de ser jovem LGBTI+.

Apesar da realização das pautas e o reconhecimento de algumas delas - como, por exemplo, o podcast “É SOBRE VOCÊ!”, o qual soma cerca de 6 mil execuções e foi adicionado à playlist de *Pride* do Spotify Brasil, e selecionado para concorrer ao Expocom 2020 sudeste - o esquema de execução das matérias do “SEM VERGONHA” foi adaptada diversas vezes devido à pandemia da covid-19, que, em consequência da fácil transmissão e alta mortalidade do vírus causador da doença, atrasou a elaboração do projeto e das suas pautas em consequência das medidas de segurança e combate ao novo coronavírus.

O plano de conteúdo do “SEM VERGONHA”, que contava com o apoio das ferramentas e dos laboratórios de audiovisual e de captação sonora da Universidade para a sua execução, foi integralmente ajustado e realizado no regime de distanciamento social por meio do meu próprio notebook e *smartphone*, nos quais gravei e editei vídeos, podcasts e imagens. Por isso, a estética, a resolução das imagens e a nitidez sonora idealizada no primeiro de produção deste TCC, segundo semestre de 2019, tiveram resultados diferentes do planejado, mas compatíveis ao da realidade do distanciamento social/ quarentena. É válido ressaltar que, os conteúdos finais estão equiparados aos das obras compartilhadas por diversos meios de comunicação durante esse mesmo período.

E, foi nesse mesmo cenário conturbado que encontramos a solidariedade de LGBTI+s que contribuíram de modo ágil e enriquecedor no conteúdo deste TCC, compartilhando suas angústias, conhecimentos e histórias de vida. Além disso, enxergamos também a oportunidade de suprir a carência anteriormente identificada, no período de distanciamento social/ quarentena em que nosso público pretendido pode se sentir desamparado e sozinho, sensações provenientes do regime de afastamento, das suspensões das aulas presenciais e da oferta e transmissão dos conteúdos específicos deles.

Por fim, inspirado pela boa receptividade do conteúdo do “SEM VERGONHA”, para você que está dentro ou fora do armário” e toda a liberdade e alcance que o formato blog e as produções jornalísticas multimidiáticas oferecem, o projeto será continuado após a defesa deste memorial. Assim, baseado na baixa elaboração de conteúdo destinado a adolescentes LGBTI+, que observamos por meio do mapeamento de mídia, torna-se ainda mais imprescindível a continuidade do projeto como forma de resistência, ativismo e responsabilidade social de um Trabalho de Conclusão de Curso, produzido em uma Universidade pública e de qualidade.

REFERÊNCIAS

ANDI (Agência de Notícias dos Direitos da Infância); VOTORANTIM, Instituto. **Relatório A Mídia dos Jovens**. 2007.

BRASIL. Presidência da República. Secretaria de Comunicação Social. **Pesquisa brasileira de mídia 2015: hábitos de consumo de mídia pela população brasileira**. Brasília: Secom, 2014. Disponível em: <<http://www.secom.gov.br/atuacao/pesquisa/lista-de-pesquisas-quantitativas-e-qualitativas-de-contratos-atuais/pesquisa-brasileira-de-midia-pbm-2015.pdf>>. Acessado em: 01 de setembro de 2020.

BRASIL. [Constituição (1988)]. **Constituição da República Federativa do Brasil de 1988**. Brasília, DF: Presidência da República, [2016]. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Constituicao/Constituicao.htm. Acesso em: 25 de agosto de 2020.

BRASIL. **Dispõe sobre o Estatuto da Criança e do Adolescente e dá outras providências**. Diário Oficial [da] República Federativa do Brasil, Brasília, DF, 16 jul. 1990. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/LEIS/L8069.htm#art266>. Acesso em: 25 de agosto de 2020

COUTINHO, C. P.; BOTTENTUIT JUNIOR, J. B. **Blog e wiki: os futuros professores e as ferramentas da web 2.0**. In: SIMPÓSIO INTERNACIONAL DE INFORMÁTICA EDUCATIVA – SIIE’2007, 9., 2007, Porto, Portugal. Actas 2007. Porto, 2007, p. 199-204. Disponível em: <<https://repositorium.sdum.uminho.pt/bitstream/1822/7358/1/Com%20SIIE.pdf>>. Acessado em: 8 de novembro de 2019.

CALIXTO, Thiago Guilherme; FRANÇA, Marlene Helena de Oliveira. **LGBTfobia no ambiente escolar: Desafios da prática docente**. III Congresso Nacional de Educação. Disponível em: <https://editorarealize.com.br/revistas/conedu/trabalhos/TRABALHO_EV056_MD4_SA11_ID5735_12082016183610.pdf>. Acessado em: 28 de setembro.

Direitos da População Jovem: Um Marco para o Desenvolvimento. -- 2. ed. -- Brasília: UNVPA-Fundo de População das Nações Unidas, 2010. p. 24

FARINA, M; PEREZ, C; BASTOS, D. **Psicodinâmica das cores em comunicação**. São Paulo. Editora Edgard Blucher, 2006.

FERREIRA, Teresa Helena Schoen; FARIAS, Maria Aznar; SILVARES, Edwiges Ferreira de Mattos. **Adolescência Através dos Séculos. Psicologia: Teoria e Pesquisa**, v. 26, n. 2, p. 227-234, 2010.

FREIRE FILHO, João. **Em cartaz, as garotas superpoderosas: a construção discursiva da adolescência feminina na revista Capricho**. Revista Fronteiras – estudos midiáticos, São Leopoldo, v.3, n.2, p. 102-111, maio/agosto 2006.

GELATTI, Juliana Reichembach; AMARAL, Márcia Franz. Estilo de vida e identidade juvenil: a revista *Capricho* sob uma perspectiva atual. In **Anais: X Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul**. Blumenau: Intercom, 2009.
GRUPO DE MÍDIA SÃO PAULO.

GRADIM, Anabela. (2011). **Os Gêneros e a Convergência: o Jornalista Multimídia do Século XXI**. [Em linha]. Disponível em: < www.labcom.ubi.pt/agoranet>. Acessado em: 24 de setembro de 2020.

GRANADO, Amanda; Bitencourt, Ana Paula do Nascimento; CARLI, Carolina Faustino. **REVISTA MARIA LENK: Jogue e se informe como quiser**. 2018. Trabalho de Conclusão de Curso - Instituto de Ciências Sociais Aplicadas (ICSA) da Universidade Federal de Ouro Preto, Mariana, 2018.

GRUPO DE MÍDIA SÃO PAULO. **Mídia dados Brasil 2018**. São Paulo, 2018. Disponível em: <<https://www.gm.org.br/midia-dados-2018>>. Acessado em: 01 de setembro de 2020.

GRUPO DE MÍDIA SÃO PAULO. **Mídia dados Brasil 2019**. São Paulo, 2020. Disponível em: <<https://www.gm.org.br/midia-dados-2019>>. Acessado em: 01 de setembro de 2020.

GUEDES, Maria da Consolação Resende. **Jornal popular-massivo: as estratégias utilizadas pelo super notícia para conquistar seu leitor** / Maria da Consolação Resende Guedes. Belo Horizonte, 2010.

LÉVY, Primo. **O que é o virtual**. São Paulo: Ed. 34, 2003.

LÉVY, Primo. **Cibercultura**. São Paulo: Ed. 34, 1999.

LOURO, Guacira Lopes, FELIPE, Jane; GOELLNER, Silvana V. (Org.). **Corpo, gênero e sexualidade: um debate contemporâneo na educação**. 9. ed. - Petrópolis, RJ: Vozes, 2013.

LONGHI, Raquel Ritter. **Formatos de linguagem no jornalismo convergente: a fotorreportagem revisitada**. Trabalho apresentado no VIII Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo – SBPJor, 2010, São Luís-MA. Disponível em: https://www.academia.edu/2284431/Formatos_de_Linguagem_no_Webjornalismo_Convergente_a_fotorreportagem_revisitada. Acessado em: 25 de setembro de 2020.

MARTINO, Luís Mauro Sá. **Teoria das Mídias Digitais : linguagens, ambientes, redes / Luís Mauro Sá Martino**. - Petrópolis, RJ : Vozes, 2014.

MELO JUNIOR, Cleuton Sampaio de. **Web 2.0 e Mashups: Reinventando a internet**. Cleuton Sampaio de Melo Junior. Rio de Janeiro: Brasport, 2007.

MIGUEL, Raquel de Barros Pinto; TONELI, Maria Juracy Filgueiras. **Adolescência, Sexualidade e Mídia: Uma Breve Revisão da Literatura Nacional e Internacional**. *Psicologia em Estudo*, v. 12, n. 2, p. 285-293, 2007.

MIRANDA RIBEIRO, Paula. **Papéis de gênero e gênero no papel: uma análise de conteúdo da revista Capricho, 2001-2002**. Ann Moore. Belo Horizonte: UFMG/Cedeplar, 2003.

PRIMO, Alex. **Interação mútua e reativa: uma proposta de estudo**. Revista da Famecos, n. 12, p. 81-92, jun. 2000.

QUEIROZ, Breno Afnes Silva. **LGBTeen! A revista mix doidinha pra sair do armário**. Trabalho de Conclusão de Curso. Universidade Estadual Paulista "Júlio de Mesquita Filho", Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação, Bauru, 2010.

RECUERO, Raquel da Cunha. **Warblogs, os blogs, a Guerra no Iraque e o jornalismo online**. In: INTERCOM. 2003. Disponível em: <<http://www.raquelrecuero.com/warblogs.pdf>>. Acessado em: 24 de setembro de 2020.

REDE NACIONAL DE ADOLESCENTES LGBT. **DO ESCURO AO INFINITO: Vivências e Resistências de Adolescentes LGBTs no Brasil**. Brasília, 2013. Disponível em: <<http://www.diversidadesexual.com.br/wp-content/uploads/2013/04/Adol-LGBT-Do-Escuro-ao-Inf.pdf>>. Acessado em: 23 de setembro de 2020.

RODRIGUES, Adriana Alves. **Jornalismo e educomunicação: a produção de narrativas multimídia no ensino aprendizagem**. Revista Mediação, Belo Horizonte, v. 15, n. 17, jul./dez. de 2013.

SALAVERRÍA, Ramón (2014) “**Multimedialidade: informar para cinco sentidos**”. In: João CANAVILHAS (org.) Webjornalismo: 7 características que marcam a diferença. Covilhã, Portugal: LabCom, Livros LabCom.

SILVA, Guilherme de Léo. **Arte e Cultura dos Memes**. (2012). Disponível em: <<https://www.e-publicacoes.uerj.br/ojs/index.php/polemica/article/view/2999/2176>>. Acessado em: 24 de setembro de 2020.

UNFPA. **Direitos da População Jovem: Um Marco para o Desenvolvimento**. Brasília: UNFPA, 2010 Disponível: <http://www.unfpa.org.br/Arquivos/direitos_pop_jovem.pdf>. Acessado em: 05 de outubro de 2020.

APÊNDICE

I. Formulário on-line: “Adolescentes e a Internet”

***Legenda - Todas as perguntas antecipadas por um asterisco não eram de resposta obrigatória.**

***1) Qual o seu nome?**

2) Você está em qual série?

3) Com qual expressão de gênero você se identifica?

Alternativas

- Masculino
- Feminino
- Genderfluid
- Não -Binário
- Queer

4) Qual o seu passatempo favorito?

Alternativas

- Mexer na internet
- Atualizar as redes sociais
- Dormir
- Tocar instrumentos musicais

5) O que você faz na internet?

Alternativas

- Procura por notícias
- Procura por entretenimento - vídeos no youtube, filmes e séries em streaming como netflix
- Aplicativos de paquera/ o famoso Tinderzão

6)* Qual a sua série de televisão favorita?

7)* E o seu músico favorito?

8)* Você tem ídolo? Se sim, qual?

9)* Qual site você mais acessa?

10) Qual tipo de conteúdo você considera ruim, o famoso lixão, mesmo assim consome?

(Vale o perfil do/da crush)

11) Por meio de qual dispositivo você acessa à internet?

Alternativas

- Smartphone
- Computador de mesa
- Notebook
- Tablet

12) Qual rede social você mais acessa?

Alternativas

- Facebook
- Instagram
- Twitter
- Tumblr
- Whatsapp

13) * Qual perfil, além do seu, você costuma acessar com frequência? Coloque o @.

14) Quais são os motivos para que você acesse tanto essa rede social? E o que você faz nela? Conversa com os amigos? Procura por informações? E por quanto tempo?

15) Você procura por informações nas redes sociais?

Alternativas

- Sim
- Não

16) Você procura por mais informações sobre qual assunto?

Alternativas

- Entretenimento
- Educação
- Política
- Saúde
- Relacionamento
- Sexo

18) Qual assunto mais te interessam?

Alternativas

- Celebidades
- Comportamento
- Entretenimento (Cinema, música, seriados de tevê)
- Esportes
- Relacionamento amoroso
- Religião
- Saúde
- Sexo

19) Qual a sua orientação sexual?

Alternativa

- Heterossexual
- Bissexual
- Homossexual
- Panssexual

20) Das temáticas abaixo, qual você tem mais dúvida? (Escola uma)

Alternativas

- Relacionamentos amorosos e familiares
- Sexo
- Inserção no mercado de trabalho
- Outras

21) Você se considera membro da comunidade LGBTQI+?

Alternativas

- Sim
- Não

22)* Como adolescentes LGBTQI+, o que gera mais angústias em você?

Alternativas

- A primeira relação sexual
- Brigas familiares
- Bullying
- Medo de aceitação social e familiar
- O primeiro amor
- Violência Física e Moral

23)* Você já ouviu falar de 'saúde mental'?

Alternativas

- Sim
- Não

24) * Caso sim, como está a sua saúde mental? O que a deixa instável? E estável?

II. PAUTAS



UNIVERSIDADE FEDERAL DE OURO PRETO
Instituto de Ciências Sociais Aplicadas
Departamento de Jornalismo
DEJOR

PAUTA - TCC

I. Celebrações do mês do Orgulho LGBTI+ durante o Isolamento Social

II. Foco e enfoque

Fazer um balanço dos eventos e ações de celebração do mês do Orgulho LGBTI+ durante o isolamento social.

III – Histórico

No mês de junho é celebrado o Orgulho LGBTI+. As comemorações surgiram da Revolta de Stonewall, na qual LGBTI+s de Nova Iorque (EUA), que frequentavam o Bar Stonewall Inn, cansados das revistas violentas da polícia local, confrontaram os opressores. O confronto aconteceu no dia 28 de junho de 1969, e, desde então, é celebrado como um marco da luta por direitos da população Queer de todo o mundo.

Porém, em consequência da pandemia da covid-19, as comemorações do Orgulho LGBTI+ foram canceladas em diversas partes do globo. A atitude é uma medida de segurança devido à fácil disseminação do vírus causador da doença, o novo coronavírus. A transmissão do microorganismo pode ocorrer pelo ar, contato entre pessoas e superfícies contaminadas. Com o objetivo de combater e diminuir o número de casos de covid-19 no país, a OMS, que é a Organização Mundial da Saúde, recomendou o isolamento social como tática de prevenção e enfrentamento à situação.

O isolamento social força o distanciamento físico entre as pessoas. A medida sanitária fez com que muitos eventos presenciais fossem cancelados para preservar a saúde e o bem-estar da

população evitando assim aglomerações. Na lista dos cancelados e adiados estão as comemorações do mês do Orgulho LGBTI+, realizadas tradicionalmente no mês de junho.

Sem as populares Paradas do Orgulho LGBTI+, as quais são marcadas pelos desfiles de carros alegóricos comandados por ícones da comunidade de LGBTI+ que arrastam multidões, o mês de Junho foi repleto de ventos online. Os “substitutos” dos aglomerados encontros presenciais, contaram com cantores, atores, influencer do Brasil e de outros países, além do apoio de várias marcas. É sobre esses acontecimentos que esta pauta se propõe fazer um balanço.

IV - Pré-apuração

Eventos -

- O Congresso Nacional, em Brasília, ganhou a projeção do arco-íris, símbolo mundialmente conhecido por representar a comunidade LGBTI+. A ação foi uma iniciativa da organização [Orgulho Brasília](#), que realiza a Parada do Orgulho LGBTI+ na capital.

- [Global Pride](#), Parada Mundial do Orgulho LGBTI+ que acontece tradicionalmente em New York, foi realizada no formato de live no dia 27 de junho. O evento que durou 24h contou com a apresentação de músicos e ativistas que se identificam como LGBTI+. A nossa Pablio Vittar representou o Brasil cantando os hits "Amor de Quê" e "Parabéns". A ideia de criar e realizar a Global Pride surgiu das inúmeras Paradas canceladas ou adiadas devido à pandemia do novo coronavírus.

- A tradicional [Parada de SP](#) também foi adiada. Conhecida como a maior Parada do Orgulho LGBTI+ do mundo, a comemoração ganhou uma versão inteiramente online, a Parada SP Ao Vivo, que foi realizada no dia 14 de junho. O evento teve como tema ‘solidariedade’, além de celebrar o Orgulho LGBTI+, o objetivo foi arrecadar doações para as pessoas LGBTI+ em situação de vulnerabilidade social.

Ações -

- Das capitais estaduais, apenas cinco realizaram ações em comemoração e apoio ao dia mundial do Orgulho LGBTI+, são de: Curitiba, Porto Alegre, Manaus, Rio de Janeiro e Salvador. Além delas, publicaram texto sobre a data e as conquistas da população de lésbicas, gays, bissexuais,

transsexuais e interssexuais, os governos de Belém, Brasília e São Paulo. As demais prefeituras das 18 capitais brasileiras mantiveram a omissas sobre o assunto.

- A AmBev, multinacional brasileira de bebidas, lançou a campanha o [#OrgulhoNaoPara](#) nesse mês do Orgulho LGBTI+, na qual a cada história de orgulho twittada com a hashtag, a empresa iria doar R\$ 1 para as ONGs de acolhida Casa 1, Casarão Brasil e Casinha.

- A Burger King, rede estadunidense de lanchonetes, criou a campanha "[Quem Lacra Não Lucra \(Mesmo\)](#)" em respostas aos comentários LGBTI+fobico que recebeu ao publicar em suas redes sociais o conteúdo em comemoração ao mês do Orgulho LGBTI+. Com a nova ação, todos os lucros provenientes da venda de lanches no dia 28 de julho, dia mundial do Orgulho LGBTI+, foram direcionados às ONGs de apoio à causa LGBTI+.

- [A Havaianas](#), fabricante de sandálias, pela primeira vez lançou uma linha de produtos em homenagem ao mês do Orgulho LGBTI+. Os calçados são estampados com a bandeira de arco-íris que representa o movimento mundialmente. Para além das sandálias, a partir de setembro deste ano, a marca vai retirar do próprio site as opções "masculino" e "feminino" na ferramenta de busca. O ação tem como objetivo desconstruir a atribuição de gênero que existe sobre cores e produtos.

- [O Tinder](#), aplicativo de relacionamento, vai ter mais identidade de gênero dentro das opções de configurações do app. Ao todo, serão adicionadas mais 24 expressões. A novidade vai estar disponível para os usuários brasileiros a partir de julho.

- [Jari Jones](#), uma mulher trans negra estadunidense, estrelou a nova campanha da marca de roupas Calvin Klein junta da Drag Queen brasileira Pablló Vittar.

Notícias

- O [Ceará](#) é o primeiro estado brasileiro a aceitar a doação de sangue de homens que fazem sexo com outros homens. O governo cearense passou a cumprir a decisão do Supremo Tribunal Federal (STF) que retira a restrição dos hemocentros de aceitar doação de homossexuais do gênero masculino. Vale lembrar que decisão histórica do STF é de maio deste ano.

- A prefeitura de Salvador disponibilizou uma cartilha sobre cuidados durante a pandemia direcionada ao público LGBTI+. Para além de informar, o conteúdo foi publicado também a fim de celebrar o dia internacional do Orgulho LGBTI+. <https://bit.ly/cartilha-sms-lgbt>

- [Bob Esponja Calça Quadrada](#) é oficialmente membro da comunidade de LGBTI+. A emissora Nickelodeon, que criou o personagem, publicou um tweet no qual comemora o mês do Orgulho LGBTI+ com as figuras do canal que representam a comunidade dentro das telinhas. A publicação foi ao ar, no dia 13 de junho.

V. Modalidades

Audiovisual

VI – Fontes

Welton Trindade - Co-coordenador do Orgulho Brasília - contato@orgulhobrasilia.lgbt

Transemprego - transempregosbrasil@gmail.com

Roteiro

CABEÇA

- O novo coronavírus quase “gongou” o mês do Orgulho LGBTI+. Paradas, festivais de cinema e circuito de palestras que celebram a Diversidade foram cancelados, mas encontramos uma solução na internet. Espaço adequado para celebrar o nosso Orgulho e reivindicar pelos nossos direitos, mas sem infringir as medidas sanitárias de enfrentamento à pandemia da Covid-19. Veja neste vídeo as melhores ações, notícias e posicionamentos no mês do Orgulho LGBTI+.

VINHETA

PASSAGEM

No mês do junho comemoramos o Orgulho LGBTI+. A celebração nasceu da Revolta de Stonewall, que foi o ato de resistência da população Queer de Nova Iorque contra repressão e as batidas violentas da polícia nova-iorquina no Bar Stonewall Inn. A rebelião aconteceu no dia

28 de junho de 1969 e, desde então, lésbicas, bissexuais, gays, transsexuais e travestis celebram a data durante o mês de junho com as tradicionais Paradas do Orgulho LGBTI+.

Porém neste ano, o mês de junho teve suas comemorações canceladas ou adiadas em consequência da pandemia do novo coronavírus. Nada de ruas cheias de pessoas vestindo as cores do arco-íris e muito glitter, a indicação da OMS, Organização Mundial da Saúde, foi de evitar aglomerações e contato físico. Sendo assim, a celebração do mês do Orgulho LGBTI+ e dos 51 anos da Revolta de Stonewall deste ano foi realizada por meio de eventos online.

A Parada de SP, a maior do mundo, foi realizada no formato de live no canal da organização no Youtube e no Facebook, no domingo 14 de junho, dia em que o evento seria realizada na Avenida Paulista, com o apoio da Prefeitura do município de São Paulo. O evento ‘Parada de SP Ao Vivo’, reuniu um time de peso de youtuber, influencer e artistas. Entre os apresentadores estavam: Fih e Edu, do canal Diva Depressão, Lorelay Fox, Mandy Candy entre outras. Já como atração musical, nomes como Gloria Groover, Daniela Mercury e Pepita agitaram o transmissão que durou 8h. E olhem que legal, a ‘Parada de SP Ao Vivo’ também integrou a ‘Parada Ao Vivo’, o programa que fez parte da série de conteúdos em comemoração ao mês do orgulho LGBTI+ do canal fechado GNT, que é da rede Globo de Televisão. Quanto a edição ‘presencial’ da Parada de SP, com aquela aglomeração gostosa, que a gente ama, está prevista para o dia 22 de novembro. Então, já marque no calendário.

Vale destacar que, além da Prefeitura de São Paulo, apenas as prefeituras de Curitiba, Manaus Porto Alegre, Rio de Janeiro e Salvador realizaram ações em comemoração e apoio ao dia mundial do Orgulho LGBTI+. Destaque para a Prefeitura do Rio, que inaugurou o Centro Provisório de Acolhimento dedicado à população LGBTI+, no próprio domingo, 28 de junho. Os governos de Belém e Brasília, apesar de não realizarem ações no dia, publicaram textos nos quais faziam retrospectivas das últimas conquistas da comunidade. As demais prefeituras das outras 18 capitais brasileiras mantiveram a omissas sobre o assunto.

Voltando às paradas, o Brasil foi um dos mais de 100 países que tiveram a Parada do Orgulho LGBTI+ cancelada. E com objetivo de suprir a ausência desses eventos, a European Pride Organisers Association, em parceria outras instituições LGBTI+, realizou a **Global Pride 2020 - Exist, Persist, Resist**. A live que durou 24h foi realizada entre os dias 27 e 28 de junho. E contou com artistas de todo o mundo, entre eles, a Pabllo Vittar, que mais uma vez - fez tudo - e representou o Brasil cantando o seu hino “Tímida”, música que tem a participação da Thalía

Agora do mundo virtual para o real. No dia do Orgulho, 28 de junho, o Congresso Nacional, que fica em Brasília, ganhou a projeção das cores do arco-íris, símbolo mundialmente conhecido por representar a nossa comunidade LGBTI+. A ação foi uma iniciativa da organização Orgulho Brasília, que realiza a Parada do Orgulho LGBTI+ na capital do país.

Essa foi a primeira vez na história de Brasília, que o prédio ganhou as cores da bandeira LGBTI+. O modo pioneiro de comemorar a data e de reforçar a luta por direito de lésbicas, gays, bissexuais e transsexuais foi uma proposta de Welton Orgulho, coordenador da Brasília Orgulho, e de Igor Albuquerque, produtor do Bar Biroasca.

Sonora

Para além das lives e das projeções, aconteceram outros episódios durante esse mês do Orgulho que também devem ser lembrados e comemorados. Como, o estado do Ceará, que foi o primeiro estado brasileiro a aceitar a doação de LGBTIs. O governo cearense passou a cumprir a decisão do Supremo Tribunal Federal que retira a restrição dos hemocentros de aceitar doação de homossexuais. A decisão histórica do STF é de maio deste ano. Esse é uma das conquistas da comunidade LGBTI+ no Brasil.

Em uma breve retrospectiva das conquistas de direitos de LGBTI+ no Brasil, em 2013 conseguimos o reconhecimento da união estável entre pessoas do mesmo sexo; E a reafirmação da possibilidade de adoção por LGBTI+s; Já em 2016, temos a asseguaração do direito ao uso do nome social; E 2017, a autorização da inclusão do nome social no CPF de pessoas trans e travesti. Todas conquistas da comunidade LGBTI+, você conferir na cartilha o Ministério Público e a Igualdade de Direitos para LGBTI+, criada pelo Ministério Público do Ceará,.

Do sangue para a pele. Jari Jones, a modelo trans negra estadunidense, estrelou a nova campanha da marca de roupas Calvin Klein (kelvin Clain) ao lado da nossa Drag Queen, Pablio Vittar. Essa foi primeira vez que uma modelo trans negra plus size e uma Drag Queen protagonizaram uma campanha da marca.

E, agora, do corpo para aquilo que o veste. A Havaianas, a marca brasileira de sandálias, pela primeira vez lançou uma linha de produtos em homenagem ao mês do Orgulho LGBTI+. Os itens são estampados com a bandeira de arco-íris, que representa o movimento mundialmente. Para além das sandálias, a partir de setembro deste ano, a marca vai retirar do seu site as opções

"masculino" e "feminino" da ferramenta de busca. A ação tem como objetivo contribuir para a desconstrução da atribuição de gênero a cores e produtos.

E a Havaianas não foi a única empresa que se posicionou a favor da Diversidade durante o mês do Orgulho LGBTI+, a Burger King, rede de lanchonetes, criou a campanha "Quem Lancha Não Lucra (Mesmo)" em resposta aos comentários LGBTI+fóbico que recebeu em suas redes sociais ao publicar o conteúdo de comemoração ao mês do Orgulho. Com a nova ação, todos os lucros provenientes da venda de lanches no dia 28 de julho, dia mundial do Orgulho LGBTI+, foram direcionados às ONGs de apoio à causa LGBTI+.

Empenhados, né!? Se posicionar publicamente a favor da Diversidade e realizar políticas de inclusão de pessoas LGBTI+ no mercado de trabalho é uma ação necessária no Brasil. Vale lembrar que discriminação e o preconceito, coloca 90% da população de travestis e transexuais na prostituição, de acordo com a Antra, Associação Nacional de Travestis e Transexuais. Pensando nessa marginalização, Marcia Rocha, Maite Schneider e Laerte Coutinho, que são mulheres trans, fundaram a Transempregos, projeto que tem como objetivo inserir pessoas trans no mercado de trabalho formal. A iniciativa se tornou o maior banco de currículos de pessoas trans do país. O link de acesso está no conteúdo escrito dessa matéria.

E para finalizar com bom humor, o Bob Esponja Calça Quadrada foi confirmado oficialmente como membro da comunidade de LGBTI+. A emissora Nickelodeon, que criou o personagem, publicou um tweet no qual celebra o mês do Orgulho, e adivinha quem estava na lista? Sim, ele mesmo, o nosso queridíssimo Bob Esponja. A publicação foi ao ar no dia 13 de junho. Representatividade é importante para todos, independentemente da idade.

VINHETA

PÉ

As comemorações do mês do Orgulho LGBTI+ foram adaptadas à quarentena. Respeitando as medidas sanitárias de distanciamento social, as celebrações aconteceram na internet. Espaço onde muitas empresas se posicionaram a favor da causa LGBTI+ e se comprometeram ser mais inclusivas. Espaço também onde foram realizadas as lives que garantiram as festas e as discussões sobre empoderamento, respeito e a luta por direitos de lésbicas, gays, bissexuais, transsexuais, travestis, intersexuais e outras orientações sexuais e identidade de gênero.

É preciso se orgulhar e lutar pelos nossos direitos sempre, porque ser LGBTI+ não é levantar uma bandeira em determinado mês do ano, é viver debaixo dessa bandeira a vida inteira.

Referências

<https://antrabrazil.files.wordpress.com/2018/02/relatc3b3rio-mapa-dos-assassinatos-2017-antra.pdf>

<http://www.mpf.mp.br/atuacao-tematica/pfdc/midiateca/nossas-publicacoes/o-ministerio-publico-e-a-igualdade-de-direitos-para-lgbti-2017>

https://business.linkedin.com/content/dam/me/business/pt-br/talent-solutions-lodestone/body/pdf/ProudAtWork_eBook_VF_LinkedIn.pdf

<https://www.transempregos.org/transempregos>

<https://prefeitura.poa.br/smdse/noticias/campanha-do-agasalho-arrecada-300-mil-pecas-e-ganha-parceria-do-gremio>

<https://www.curitiba.pr.gov.br/noticias/prefeitura-trabalha-em-defesa-dos-direitos-da-populacao-lgbti/56446>

<http://www.capital.sp.gov.br/noticia/sem-a-tradicional-parada-dia-do-orgulho-lgbtqi-chama-a-atencao-para-a-luta-por-direitos-mesmo-durante-a-pandemia>

<https://prefeitura.rio/assistencia-social-direitos-humanos/prefeitura-do-rio-inaugura-centro-provisorio-de-acolhimento-dedicado-a-populacao-lgbt/>

<https://www.agenciabrasilia.df.gov.br/2020/06/28/dia-internacional-do-orgulho-lgbt-e-comemorado-neste-domingo/>

<http://www.manaus.am.gov.br/noticia/prefeitura-de-manaus-apoia-entidades-lgbtqi-durante-pandemia-com-aco-es-sociais-e-de-saude/>

<http://www.comunicacao.salvador.ba.gov.br/index.php/todas-as-noticias/56720-populacao-lgbt-e-orientada-pela-prefeitura-sobre-prevencao-a-covid-19>



UNIVERSIDADE FEDERAL DE OURO PRETO
Instituto de Ciências Sociais Aplicadas
Departamento de Jornalismo
DEJOR

PAUTA - TCC

I. A comunidade LGBTI+ tem rosto, nome e gírias, você conhece suas irmãs e irmãos?
(Perceber-se LGBTI+)

II. Foco e enfoque

Com o objetivo de aproximar os adolescentes da comunidade da qual se identificam como membros e despertar o sentimento de pertencimento neles, esta pauta será desenvolvida a partir da apresentação das diferentes orientações sexuais e identidades de gêneros aos jovens. Além de explicar o significado das letras que compõem a sigla LGBTI+.

III – Histórico

Os homens gays cisgêneros possuem mais visibilidade quando assuntos sobre comunidade de LGBTI+s são pauta. Uma conclusão fácil de ser obtida ao observar as frases comuns como: “Parada Gay” ou “Dia do Orgulho Gay”. Ambas equivocadas, uma vez que o evento e a data citados dizem a respeito da comunidade formada por lésbicas, gays, bissexuais, transsexuais, intersexuais entre outras orientações sexuais e identidade de gênero, e não, exclusivamente, dos gays.

Essa relação de “privilégio” dentro da comunidade dos “desprivilegiados/oprimidos” foi muito bem explicada pelo ativista gay, Irian Giusti, em entrevista dada ao blog “Universa” da Uol, na publicação do dia 1º de julho de 2020. "Ao longo das décadas, ainda que a luta tenha se expandido, o protagonismo realmente se concentrou entre esses mesmos homens gays brancos —e cis em especial— porque a nossa própria estrutura social é machista e patriarcal", explicou o ativista. Ele também relacionando o protagonismo dos homossexuais masculinos à fundação do “Grupo Somos” da Universidade de São Paulo (USP), o qual foi criado no final da década de 70, majoritariamente, por homens brancos gays que lutavam pelos direitos dos

homossexuais, sem distinguir ou dar espaço aos transsexuais ou qualquer outra orientação ou identidade dentro da sigla LGBTI+.

A visibilidade que se é dada a cada orientação sexual e/ou identidade de gênero foi inspiração para o artista gráfico, Ribs, que produziu uma arte na qual a letra “G”, que faz referência aos homossexuais masculinos cisgêneros, aparece maior que todas as demais abreviações da sigla ‘LGBTI+'. O conteúdo foi disponibilizado pelo próprio artista no seu perfil no Instagram, no dia 13 de maio.

A partir dessa relação desigual que dá mais visibilidade para uma identidade do que para outra, proponho produzir uma vídeoreportagem sobre as identidades presentes na sigla LGBTI+ a fim de dar destaque as mais variadas orientações sexuais e identidades de gênero.

IV - Pré-apuração

De acordo com a Maíra Mee, 40, lésbica e uma das organizadoras da Caminhada de Mulheres Lésbicas e Bissexuais, as mulheres lésbicas e bissexuais têm ficado invisíveis nas reivindicações LGBTs. Citação indireta retirada da entrevista que a Maíra deu ao site Universa, da Uol em junho de 2018.

Já o youtuber Luca, homens trans, no vídeo “SOMOS BISSEXUAIS - Feat. André Tastaldi”, publicado em agosto de 2018, afirma sofrer preconceito dentro da comunidade LGBTI+ devido à sua identidade de gênero. “Às vezes o boyzinho não quer ficar comigo, porque diz preferir “homem mesmo””, lembrou o comentário transfóbico.

A companheira de profissão de Lucas, Thalita Piacentini desabafo no vídeo "Como é ser ASSEXUAL ! NÃO gosto? Não faço?-" no qual fala sobre sua orientação sexual, assexual, que não se sente representa dentro da comunidade. Ao contrário de representada, Thalita afirma se sentir excluída. O conteúdo foi publicado em agosto de 2019.

Esses trechos de reclamações são comuns em muitas páginas e conta de youtuber de orientações sexuais e identidades de gênero diferentes de homens gays. Por isso, optei por abordar o assunto, o objetivo é ir à contra-mão e dar visibilidade a essas pessoas.

V. Modalidades

Linguagem audiovisual. O vídeo deve se aproximar da estética do conteúdo produzido pelos youtubers, uma vez que os adolescentes são os maiores consumidores desses profissionais. O objetivo é falar diretamente com os jovens por meio da linguagem que mais consomem.

VI – Fontes

Presidente da Aliança Nacional LGBTI - Toni Rei

tonireisctba@gmail.com

Telefone.

Constanza Salvatori

constylinson@gmail.com

<https://www.facebook.com/constanza.salvatori>

Anderson Farias

andersonfariasj@gmail.com

<https://www.facebook.com/andersonfariasj>

João Octávio Araújo

canal.oktavio@gmail.com

<https://www.facebook.com/joaooctavio>

Geovana Hethal

herthal-@outlook.com

<https://www.facebook.com/geovana.herthal>

Diego Ribeiro

https://www.instagram.com/di.ribeiroo_/?hl=pt-br

Vitoria Moon

vitoriamoon89@gmail.com

Theodoro Cavalcanti

theocpessoa@gmail.com

<https://twitter.com/theodetheo>

Barbara Regina Gonçalves

barbareitor.701@hotmail.com

<https://www.facebook.com/barbararegina.goncalves>

Paulo Henrique Carvalho

<https://www.instagram.com/paulo.h.carvalho/?hl=pt-br>

Lucas Claro

lucasclaro222@gmail.com

<https://www.facebook.com/lucas.claro22>

https://www.instagram.com/p/BxII174gs_c/

<https://www.uol.com.br/universa/noticias/redacao/2018/06/01/nao-e-so-gay-as-mulheres-por-tras-da-semana-da-visibilidade-lgbt.htm>

<https://www.uol.com.br/universa/noticias/redacao/2020/07/01/qual-e-o-tamanho-de-cada-minoria-na-sigla-lgbt.htm>

<https://www.youtube.com/watch?v=fuxJjZiBlCk>

<https://www.youtube.com/watch?v=T1VY2fFRNK4&t=5s>

<http://portalintercom.org.br/anais/sul2019/resumos/R65-0955-1.pdf>

<https://www.facebook.com/estadao/videos/497926977784748/>

Perguntas

Para fontes que não compartilhar suas histórias pessoais

- Qual a sua orientação sexual? E a sua identidade de gênero? Qual é a definição?
- Com essa identificação, qual conselho você daria aos jovens adolescentes que estão neste processo de auto entendimento?
- Você se sente orgulho de ser e assumir que você é? Por quê?
- Você acha importante falar sobre sexualidade e adolescência?
- Alívio cômico, existe alguma gíria ou atividade comum entre as pessoas que também se identificam com a mesma orientação ou identidade que você?

Fontes oficiais

- Quais são as letras da sigla oficial da comunidade? E por quê? (Preciso que você explique o significado dessas palavras)
- Quais são as identidades de gênero reconhecidas no Brasil?
- Qual conselho você daria aos adolescentes que estão neste processo de ‘Perceber-se’ LGBTI+?



UNIVERSIDADE FEDERAL DE OURO PRETO
Instituto de Ciências Sociais Aplicadas
Departamento de Jornalismo
DEJOR

PAUTA - TCC

I. Escute Sem Vergonha entrevista Priscila Guimarães

II. Foco e enfoque

Foco das entrevistas é a presença da youtuber Priscila Guimarães na plataforma Youtube e como a identidade de gênero dela impacta nessa presença e na produção de conteúdo para o seu canal. O enfoque da produção é a importância da presença de LGBT+s dentro do site.

III. Histórico

Priscila Guimarães é uma mulher trans de 27 anos que produz conteúdo para Youtube desde 2015. Além de youtuber, a belo-horizontina também é influencer de life style, que está presente nas redes sociais: Facebook, Instagram e Tik Tok. Nelas, a jovem discute sua vivência trans, moda sustentável, cultura pop e assuntos que estão em destaque nas redes.

Priscila Guimarães se destacou no Youtube por produzir conteúdo que vão além da sua identidade de gênero. A youtuber recebeu destaque na plataforma com os seus vídeos sobre moda sustentável, os quais a consolidaram como influencer de life style. O empenho e o posicionamento da jovem em se rebelar aos rótulos impostos o conteúdo que as identidades LGBTI+s devem produzir para a plataformas são os motivos pelos quais Priscila será a primeira entrevista do 'Escute Sem Vergonha'. Vale lembrar que o objetivo do podcast em si é contar histórias de LGBTI+s que fazem a diferença no mundo real e no digital.

IV - Pré-apuração

Priscila Guimarães produz vídeo para o Youtube desde 2015, atualmente conta com 13,8 mil inscritos e mais de um 1 milhão de visualizações. Mulher trans, o seu conteúdo aborda pautas da vivência trans, life style, moda sustentável, beleza e cultura pop.

Perguntas norteadoras

- 1) De onde surgiu a ideia de fazer o canal no youtube? E quando foi?
- 2) Mas por que um canal no youtube? Qual era o seu objetivo, você tinha um?
- 3) Você fala muito sobre as suas experiências de vida, certo? Por que compartilhar a sua vida?
- 4) Você deseja de alguma forma ajudar a comunidade trans?
- 5) Pri, qual foi o tema mais difícil de gravar? Existe algum assunto que você deseja abordar e ainda não produziu conteúdo?
- 6) Quanto ao isolamento social, como ele impactou na sua produção e em você?
- 7) O que podemos esperar para os próximos vídeos?
- 8) Você tem alguma dica ou conselho para quem quer começar a produzir conteúdo para internet?

V - Modalidade

Áudio - Podcast.

VI - Fontes

Priscila Guimarães -

contatopriscilaguimaraes@gmail.com

<https://www.youtube.com/user/priscilaguimaraes>

<https://www.instagram.com/priguimaraes/>



UNIVERSIDADE FEDERAL DE OURO PRETO
Instituto de Ciências Sociais Aplicadas
Departamento de Jornalismo
DEJOR

PAUTA - TCC

I. Quadrinista Dani Franck é a segunda entrevistada do “Escute Sem Vergonha”

II. Foco e enfoque

Foco da entrevista é a carreira da quadrinista Dani Franck e os seus trabalhos - HQs - que narram o amor lésbico na adolescência.

III. Histórico

Dani Franck é ilustradora e quadrinista que aborda em sua arte o amor entre lésbicas e o processo de autoidentificação como LGBTI+. A paulistana de 25 anos está presente no mundo das HQs desde 2017, quando lançou o seu quadrinho “Deu Ruim Na Cozinha”, que foi seguidos dos trabalhos “Crushes” - integrado à coletânea “Melaço” - e da webcomic “A Vida de Nina”. Essa última é publicada semanalmente no perfil da Dani no Instagram, a qual possui mais de 2 mil seguidores.

Dani começou a desenhar ainda na infância, mas foi durante a graduação de Animação que começou a produzir seus quadrinhos. As narrativas são inspiradas na própria vida da paulistana, que começou a desenhar suas percepções sobre o próprio processo de identificação como mulher lésbica. Os desejos e as questões sobre a sua sexualidade foram base para a criação da Nina e de todas as outras HQs.

E foi durante esse processo de autoconhecimento e produção, que Dani percebeu que a oferta de conteúdos sobre o amor LGBTI+ entre adolescentes era escasso e pouco acessível. “Eu comecei a produzir aquilo que eu queria ver. Histórias fofinhas sobre gays”, explica Dani.

V - Pré-apuração

Dani Franck é autora das obras “Deu Ruim Na Cozinha”, “Crushes”, que faz parte da coletânea “Melaço”, e da webcomic “A Vida de Nina”, quadrinhos que abordam o amor LGBTI+ entre adolescentes. A paulistana de 25 anos atua como quadrinista desde 2017 e já discutiu sua produção em eventos consagrados do universo dos quadrinhos, como: Comiccon, PocCon e FiQ. Atualmente, Dani divulga o seu trabalho em seu perfil no Instagram, conta que possui mais de 2 mil seguidores.

Perguntas norteadoras

- 1) Dani, há quanto tempo você está no ramo das ilustrações?
- 2) E de onde surgiu o interesse em atuar no mundo das HQs?
- 3) Quanto às pautas do seu trabalho, por que as vivências LGBTI+?
- 4) Qual seria o impacto desse tipo de conteúdo - sobre perceber-se LGBTI+ e viver o primeiro amor como adolescente LGBTI+ - na Dani adolescente? Seria positivo?
- 5) Da obra para a venda dela, como é atuar profissionalmente em um nicho em que homens heteros são maioria? Como você lida com isso?
- 6) Sobre pessoas e trabalhos que inspiram você, quais você destacaria e indicaria aos ouvintes da "Escute Sem Vergonha"?

V - Modalidade

Áudio - Podcast

VI - Fontes

Dani Franck

<https://www.instagram.com/danifranck/>



UNIVERSIDADE FEDERAL DE OURO PRETO
Instituto de Ciências Sociais Aplicadas
Departamento de Jornalismo
DEJOR

PAUTA - TCC

I. O “B” não é de biscoito, não, tá?

II. Foco e enfoque

Discutir a bissexualidade a partir da vivência de adolescentes, sejam eles cisgêneros ou transgêneros. O objetivo é quebrar as ideias pré-concebidas, como: “é só uma fase”, “você está confuso” e/ou “você é promíscuo” por meio do depoimento dessas pessoas, a fim de expor os preconceitos que sofrem dentro e fora da comunidade LGBTI+.

III – Histórico

As pautas bissexuais recebem pouco destaque nas reivindicações da comunidade LGBTI+. Pouco se fala sobre a eterna ideia preconcebida de que os bissexuais são indeciso ou não têm coragem suficiente para se assumirem como homossexuais. Pior, que supostamente se relacionar com uma pessoa trans, que não passou pela cirurgia de readequação de sexo, seria o relacionamento mais adequado para eles, uma vez que a genitália faria referência ao corpo e a expressão de gênero a outro.

Essas ideias carregadas de preconceito oprimem e negligenciam toda a singularidade e desejos das pessoas bissexuais. É impossível uma ser externa saber, sem que alguém conte, o interesse do outro. Essa relação opressora sobre a bissexualidade afeta pessoas cis e transgênero.

IV - Pré-apuração

Definição de conceitos:

- Identidade de gênero: A identidade de gênero se refere à experiência de uma pessoa com o seu próprio gênero

- Orientação sexual: Gênero pelo qual o indivíduo se sente atraído
- Bissexualidade: É a pessoa que se relaciona afetiva e sexualmente com pessoas de ambos os sexos/gênero, de acordo com o Manual de Comunicação LGBTI+ 2018.

V. Modalidades

Pensando nesse silenciamento, proponho a produção de uma peça visual com depoimento de pessoas de diferentes identidades de gênero que se definem como bissexuais.

VI – Fontes

Julia Cabral, 21 anos, São Paulo - SP - “Ninguém quer namorar com bissexual porque é poço de doença e, óbvio, que sempre vai trair.”

<https://www.facebook.com/juliacabral14.7>

Jéssica Côrrea, XX anos, Rio de Janeiro - RJ - “Você é bi, quer fazer menage?”

<https://www.facebook.com/eujotacorrea>

Murilo Alves Dias, 21 anos, São Paulo - “Tá namorando mulher só porque não conseguiu se assumir gay.”

<https://www.facebook.com/murilowdias><https://nacoesunidas.org/voce-sabe-o-que-e-identidade-de-genero/>

<http://www.adolescencia.org.br/site-pt-br/orientacao-sexual>

https://www.instagram.com/p/B-W7mQRHSx-/?utm_source=ig_web_copy_link

<https://www.facebook.com/groups/BuzzFeedBrasil/permalink/925711281207100/>



UNIVERSIDADE FEDERAL DE OURO PRETO
Instituto de Ciências Sociais Aplicadas
Departamento de Jornalismo
DEJOR

PAUTA - TCC

I. Beleza em doses: os perigos da terapia hormonal sem acompanhamento médico

II. Foco e enfoque

A importância do acompanhamento médico na terapia hormonal de pessoas trans.

III – Histórico

As maçãs do rosto, os ombros, o quadril e os pêlos são componentes de todos os corpos humanos, porém o volume, a largura e a quantidade deles são atribuídos a determinados gêneros. Um homem cisgênero, que se identifica com o gênero atribuído ao seu nascimento, por produzir determinado hormônio, possui os ombros mais largos e uma quantidade maior de pêlos que uma mulher cis. Já o quadril e as maçãs do rosto mais volumosas são características atribuídas às garotas.

O volume e a quantidade de determinadas partes do corpo são características marcantes e tradicionalmente atribuídas também a determinado gênero. Sendo assim, é uma busca comum entre homens e mulheres trans as tentativas de aproximação aos padrões estéticos da expressão de gênero com a qual se identificam. Existem inúmeros motivos para essa busca, entre eles se destacam: o sentimento de não identificação com próprio corpo perante ao gênero com o qual se identifica – disforia de gênero - ou pelos privilégios sociais que uma pessoa com características físicas atribuídas ao gênero com o qual se identifica tem em sociedade - passabilidade.

Com o objetivo de possuir as formas e as curvas comumente atribuídas aos gêneros com os quais se identificam, mulheres e homens trans precisam fazer terapia hormonal, uma vez que são os hormônios que dão as características físicas atribuídas aos gêneros feminino e masculino. Porém, o acesso à terapia não é fácil. Pelo SUS, a demora para realizar uma consulta com o

médico especialista em hormônios ou em saúde mental, desmotiva a procura pelo acompanhamento. Já por meio do sistema privado, o alto custo para reservar um atendimento ou realizar um procedimento constrói uma barreira financeira e social em reais que separa pessoas de suas curvas.

O acesso dificultoso à terapia hormonal leva homens e mulheres trans a se automedicarem, isto é, consumir hormônios sintéticos por conta própria, sem acompanhamento médico. Nas redes sócias, é possível encontrar grupos onde pessoas transgêneros trocam experiências sobre os efeitos positivos e negativos de determinado hormônio, como utilizá-los, e com quem comprá-los.

A aplicação de hormônio sintético sem acompanhamento médico, a partir de experiência de outra pessoa com o medicamento, é uma atitude perigosa, uma vez que, cada corpo responde a determinado remédio de modo diferente. A composição química, a quantidade da dose que se deve tomar e o período de tempo pelo qual se deve ingeri-lo depende do metabolismo de cada pessoa.

Uma terapia hormonal é composta por um conjunto de medicamentos que bloqueiam, incentivam ou introduzem determinado hormônio no metabolismo da pessoa. A composição da terapia é pensada a partir de exames pelos quais o endocrinologista responsável conhece o corpo do paciente, sendo assim, tomar o remédio e a dose na frequência de outra sujeito pode causar efeitos colaterais fatais, como: acidente vascular cerebral (AVC), trombose, entre outros.

Pensando nesta problemática, proponho uma pauta sobre o acesso adequado à terapia hormonal para a transição de gênero. As perguntas que irão direcioná-la são: 1) o que é hormônio terapia?; 2) quem pode fazê-la?; 3) como deve ser feita?; 4) onde as pessoas podem ter acesso a ela?; 5) quais são os riscos de fazê-la sem acompanhamento médico?; 6) como se deve abordar a hormônio terapia na mídia?

IV - Pré-apuração

No youtube, existem inúmero relatos de homens e mulheres trans que aplicam/ram em si mesmos hormônios em doses superiores ao necessário e/ou consomem/miram o medicamento mais forte do que o indicado, em um número maior de vezes. A youtuber com mais de 300 mil

inscritos em seu canal, Bárbara Álvez, disse ter começado o tratamento sozinha também, no vídeo “VAMOS FALAR SOBRE HORMÔNIOS!”, publicado em março de 2019.

No vídeo, Bárbara afirmar ter buscado assistência médica para dar continuidade ao tratamento, além de ter ressaltado a eficácia dos medicamentos na modelagem das curvas de seu corpo. Nesse mesmo conteúdo, a youtuber repete inúmeras vezes a importância de procurar um médico, uma vez que cada metabolismo funciona com uma dosagem hormonal diferente. “Se ela desenvolveu peito em dois meses e você em seis, ok! O seu corpo precisou de seis meses para isso, cada corpo funciona de um jeito”, afirma Bárbara no vídeo.

WEBFARMA - A venda de receitas e medicamentos com hormônios sintéticas é uma realidade em grupos no facebook. É possível identificá-los por meio de comentários no youtube ou no twitter sobre terapia hormonal. Neles, há textos descrevendo os resultados e os efeitos colaterais dos remédios.

A atitude que pode ser encarada como irresponsável por indiretamente incentivar a automedicação fala mais sobre as imposições da sociedade sob o corpo trans. Nos vídeos da Bárbara Álvez, Lana Almeida - mulheres trans - e Luca - homem trans -, eles abordam a redução das dificuldade e preconceito que é adquirida com os efeitos dos medicamentos. A semelhança com a imagem do cisgênero é denominada de passabilidade.

A médica em endocrinologia, Antonella Catanina, da Sociedade Brasileira de Endocrinologia e Metabologia Regional São Paulo (SBEM-SP), reforça a necessidade de supervisão durante a terapia hormonal, a fim de evitar danos a saúde da pessoa. “Existem determinadas condições que o indivíduo precisa se hormonizar com um tratamento específico, com doses mais baixas e controlando os efeitos colaterais”, explica Antonella em vídeo publicado no perfil da Instituição no youtube.

V. Modalidades

O conteúdo será integrado à seção “A GENTE EXPLICA”, que é composto por peças visuais.

VI - Fontes

Ambulatório Trans do Hospital Eduardo de Menezes. Tel: 3328-5000

Sociedade Brasileira de Endocrinologia e Metabologia - Regional Minas Gerais - 3247-1600

Thamara Matos - farmacêutica pela UFPB

Nadine - endocrinologista pelo SUS em Mariana -

[https://ufmg.br/busca/?q=N%C3%BAcleo%20de%20Direitos%20Humanos%20e%20Cidadania%20LGBT%20\(NUH/UFMG\)&tag=true](https://ufmg.br/busca/?q=N%C3%BAcleo%20de%20Direitos%20Humanos%20e%20Cidadania%20LGBT%20(NUH/UFMG)&tag=true)

<https://www.uol.com.br/universa/noticias/redacao/2019/05/10/trans-fazem-terapia-hormonal-por-conta-propria-medicos-alertam-para-riscos.htm>

<https://www.youtube.com/watch?v=IMdYYEbrHbk>

<https://www.youtube.com/watch?v=23NM5rmy6NE>

<https://www.uol.com.br/universa/noticias/redacao/2019/05/10/trans-fazem-terapia-hormonal-por-conta-propria-medicos-alertam-para-riscos.htm>

<https://g1.globo.com/mg/minas-gerais/noticia/2019/11/28/primeiro-ambulatorio-para-atendimento-a-populacao-trans-pelo-sus-em-bh-completa-2-anos.ghtml>

<https://www.youtube.com/watch?v=YFLOcny2VoU>https://antrabrazil.files.wordpress.com/2020/03/transexualidade_travestilidade_saude.pdf

<https://azmina.com.br/especiais/como-e-feito-um-aborto-seguro/>

Atendimento multiprofissional

<http://www2.ebserh.gov.br/documents/17082/3273413/Protocolo+do+Ambulat%C3%B3rio+Multiprofissional+para+o+Atendimento+de+Travestis+e+Transexuais.pdf/9e83c999-98ee-4a72-86eb-2f020f9f80cb>

<https://www.nexojornal.com.br/expresso/2019/09/03/Como-funciona-o-tratamento-hormonal-para-adolescentes-trans>

Outras indicações:

<https://www.sbmfc.org.br/noticias/cuidado-de-pessoas-transexuais-e-travestis/>

<https://drauziovarella.uol.com.br/reportagens/como-funciona-o-sus-para-pessoas-transexuais/>

Terapia hormonal - p.37:
https://www.wpath.org/media/cms/Documents/SOC%20v7/SOC%20V7_Portuguese.pdf

Bloqueadores hormonais: <https://www.bbc.com/portuguese/geral-51097594>

Entrevista com a farmacêutica Thamara

- Qual a utilidade oficial do silicone industrial?
- Do que ele é composto?
- Quando aplicado em humanos, o que acontece com o corpo de quem recebe esse produto?
- E como o produto, o que acontece com ele dentro do corpo humano?
- Caso o produto cause alguma reação, qual o procedimento deve ser feito?
- É reversível?

Entrevista com a endocrinologista Nadine Marcia de Fária endocrinologista do previne mariana

- Por que se deve fazer a hormonioterapia com acompanhamento médico?
- O uso indiscriminado e não acompanhado de hormônios pode causar algum tipo de problema? Quais?
- Caso a pessoa tome hormônios por conta própria e sofra alguma reação, o que ela deve fazer?

É preciso suspender o uso imediato e procurar o serviço de urgência

Como as pessoas trans e travesti podem realizar a hormonioterapia em Mariana?



UNIVERSIDADE FEDERAL DE OURO PRETO
Instituto de Ciências Sociais Aplicadas
Departamento de Jornalismo
DEJOR

PAUTA - TCC

I. As consequências do amor LGBTI+: vítimas de LGBTI+fobia escrevem cartas aos seus agressores

II. Foco e enfoque

O foco será nos sentimentos gerados em pessoas LGBTI+ que sofreram algum tipo de violência, seja física ou psicológica, por (demonstrado) afeto em lugares públicos. O objetivo desta pauta é dar voz às vítimas, incentivar a fala sobre emoções entre os membros da comunidade e incentivar a busca por apoio jurídico e psicológico em casos ofensas ou ameaça à integridade físicas de LGBTQIA+.

III – Histórico

É comum ler, assistir ou ouvir relato de pessoas LGBTI+ que sofreram algum tipo de violência por demonstrarem afeto em lugares públicos. Descrições que deixam muitos de boca aberta poucas vezes contemplam o sentimento e os traumas daqueles que foram agredidos psicologicamente ou fisicamente. Mas como essas pessoas se sentem com esses crimes? Quais foram as consequências dessa agressão na vida desses sujeitos? Essas questões são a base desta pauta.

O objetivo desta matéria é dar voz aos agredidos, os quais vão escrever uma carta aberta àqueles que os violentaram por demonstrarem o afeto pela pessoa amada em público. Os textos serão ancorados num artigo sobre como se deve agir em situação semelhante às descritas nas cartas, quais direitos são assegurados pela Constituição e quais órgãos devem ser acionados em momentos como esses.

IV - Pré-apuração

De acordo com a pesquisa “Viver em São Paulo: Diversidade” realizada pela Rede Nossa São Paulo, em maio de 2018, 43% da população paulistana eram contra a demonstração pública de afeto entre casais homoafetivos. Na mesma publicação, 51% dos entrevistados afirmaram terem vivenciado ou presenciado situações de preconceito contra LGBTI+.

V. Modalidades

Textual. A matéria sobre “A dor de amar, as agressões que LGBTI+ sofrem por demonstrarem afeto em público” será acompanhada de cartas abertas de vítimas de LGBTI+fobia aos seus agressores.

VI – Fontes

Estudante de psicologia, Camila Barros (<https://www.facebook.com/luhkaz>) - Lésbica

Professora de inglês na rede particular de ensino do estado de São Paulo, Luana Amaral. (<https://www.facebook.com/luana.amaral.336>) - Bissexual

A ajudante geral belo-horizontina, Evelyn Miranda (<https://www.facebook.com/missmirandalyn>) - Mulher trans

Referências

<https://agenciabrasil.ebc.com.br/direitos-humanos/noticia/2015-07/casais-homoafetivos-ainda-enfrentam-limitacoes-para-demonstrar>

<https://veja.abril.com.br/brasil/43-dos-paulistanos-sao-contra-beijos-entre-gays-em-publico/>

<http://especiais.g1.globo.com/sao-paulo/2017/o-mapa-da-homofobia-em-sp/>

https://www.huffpostbrasil.com/2018/05/22/mais-da-metade-dos-paulistanos-ja-viveu-ou-presenciou-cenas-de-preconceito-contra-lgbts_a_23440079/

<https://www.nossasaopaulo.org.br/2018/05/21/51-dos-paulistanos-ja-vivenciaram-ou-presenciaram-situacoes-de-preconceito-contra-lgbt/>

<https://claudiagalodumitru.jusbrasil.com.br/artigos/341574939/demonstracao-de-afeto-homoafetivo-em-publico>

<https://super.abril.com.br/comportamento/chegadesilencio-mais-154-relatos-de-leitores-que-sofreram-abuso-sexual-eou-estupro/>

<https://www.bbc.com/portuguese/geral-47981859>

<https://theintercept.com/2018/12/19/abuso-sexual-denuncia/>



UNIVERSIDADE FEDERAL DE OURO PRETO
Instituto de Ciências Sociais Aplicadas
Departamento de Jornalismo
DEJOR

PAUTA - TCC

I. Assexuais também transam e precisamos conversar sobre isso!

II. Foco e enfoque

As experiências sexuais de uma pessoa que se identifica com a assexualidade. O objetivo é explicar a orientação sexual em questão e desmistificar ideias preconceituosas sobre ela.

III – Histórico

A assexualidade é pouco discutida, o “A” da sigla LGBTQIA+ recebe pouquíssima atenção e quando é abordada, o desinteresse pelo sexo ganha os holofotes. E, de modo secundário, associações de senso comum também, como: assexuais são solitários, evitam relacionamentos amorosos ou possuem desequilíbrio hormonal, são algumas delas.

Esses são preconceitos fruto da desinformação e da pouca visibilidade que os assexuais têm dentro da comunidade LGBTQIA+. Em uma busca simples no youtube feita a partir da palavra “assexual”, todos os títulos presentes na primeira página estão relacionados à prática sexual. “Assexuais não gosta de sexo?”, “Assexuais se masturbam?”, “Tudo o que você não sabe sobre a assexualidade”, são alguns títulos. Pouco se vê, vídeos nos quais são abordados relacionamento entre pessoas assexuais e hetero ou homossexuais.

Além disso, em uma sociedade sexonormativa, muitas vezes o prazer é relacionado exclusivamente ao sexo. Porém os assexuais não sentem interesse nem/ou satisfação com a prática sexual. Há quem diga que prefere um bolo de cenoura com cobertura de chocolate ao invés da “pegação”.

IV -Pré-apuração

De acordo com o Programa de Estudo da Sexualidade (ProSex), do Instituto de Psiquiatria do Hospital das Clínicas da Faculdade de Medicina da USP, 7,7% das mulheres e 2,5% dos homens brasileiros se desinteressam por sexo. A pesquisa feita com pessoas de 18 a 80 anos foi publicada em 2018. Os números complementam um dado antigo dos estudos do biólogo estadunidense Alfred Kinsey realizada na década de 1940, o qual estima que cerca de 1% da população mundial teria baixo ou quase nenhum interesse por sexo.

Sobre as preferências dos assexuais, muitas vezes são relacionadas à falta de libido, ao desequilíbrio hormonal ou, até mesmo, a traumas da infância. De acordo com o psicólogo especialista em sexualidade Breno Rosostolato, de São Paulo, para o site Uol Tab, essas suposições são descartadas por meio da escuta atenta aos relatos daquele que o procuram. “O paciente vem à consulta e relata sua frustração de alguma forma. Uns com mais facilidade que outros, claro.”, esclarece Breno.

Para entender mais sobre o assunto, conversei com a estudante de medicina veterinária da PUC Minas, Sarah Marques, 20, que conheceu a definição da sua sexualidade na internet. Sarah ressalta a importância de se discutir a assexualidade. "Caso eu tivesse descoberto que o modo como eu me sentia e me sinto é normal e comum em pelo menos 1% da população mundial, muitas situações traumáticas que vive, poderiam ser evitadas", desabafa Sarah que tem a lembrança do seu primeiro beijo e da sua primeira relação sexual com certo arrependimento.

Quanto ao prazer, Sarah reforça a máxima famosa nos grupos de internet composto por assexuais: "eu prefiro bolo a sexo". "E gosto de sexo, como disse. Quero lembrar que me defino como assexual, demisssexual e romântica. Não tenho interesse em fazer sexo, mas quando tenho sentimento por alguém, faço. Eu gosto desse momento de conexão, carinho e atenção. Gosto de ver meu namorado se esforçando para que tenhamos prazer", explica Sarah que namora um rapaz há dois anos.

Sarah explica que na sua lista de prazer, os dias de autocuidado estão no topo. "Eu gosto de cuidar da minha pele, sobrancelha e cabelo. Eu vejo o resultado e me dá muito prazer e satisfação, me faz muito bem. Acredito que essa seja a minha fonte de maior prazer", comenta a graduanda.

V. Modalidades

Texto. O conteúdo será integrado à seção “The Break Hearts Club”, para a qual, Sarah escrever um texto sobre suas experiências sexuais e amorosas como assexual.

VI - Fontes

Sarah Marques, 20, assexual hetero, demissexual - sente atração sexual caso haja conexão sentimental -, romântica. - <https://www.facebook.com/pudimhobbit>

Júlia Luchiari Fioretti, organizadora da 1ª Parada Assexual do Brasil - https://www.facebook.com/julia.luchiari?eid=ARDip4hyGz-TuDF8Fi2aszqbAdyDQFXepzKj-QmkTjbe69mHPOzi8N1jXP9f6V9v8z54ZvsHWG_ycH37

<http://assexualidadebrasil.blogspot.com/>

<https://www.facebook.com/groups/203816133117331/>

<https://super.abril.com.br/comportamento/eles-nao-pensam-naquilo/>

<https://tab.uol.com.br/assexuais/#>

<https://www.revistaencontro.com.br/canal/atualidades/2016/09/voce-prefere-sexo-ou-bolo-alguns-escolhem-o-bolo-e-sao-chamados-asse.html>

<https://www.revistaencontro.com.br/canal/atualidades/2016/09/voce-prefere-sexo-ou-bolo-alguns-escolhem-o-bolo-e-sao-chamados-asse.html>

https://img.estadao.com.br/thumbs/640/resources/jpg/0/8/1507204014280.jpg?xcd_image_optimization=false

https://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1984-64872013000200012#tx18

Grupo de assexuais no facebook - https://www.facebook.com/groups/Assexuaisbrasil/?fref=gs&dti=203816133117331&hc_location=group

<https://emails.estadao.com.br/noticias/comportamento,assexualidade-pouco-discutida-mais-comum-do-que-se-imagina,70002028481>

https://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/48/48134/tde-11052015-102351/publico/ELISABETE_REGINA_BAPTISTA_DE_OLIVEIRA_rev.pdf

<https://www.bbc.com/portuguese/geral-45634242>

<https://revistagalileu.globo.com/Sociedade/Comportamento/noticia/2020/03/o-que-e-assexualidade-5-pontos-para-entender-esta-orientacao-sexual.html>

<https://tab.uol.com.br/assexuais/>

<https://istoe.com.br/confira-tudo-o-que-voce-precisa-saber-sobre-assexualidade/>

<https://medium.com/todxs/o-que-e-ser-assexual-d44b11f3a6ac>

https://revistapolen.com/assexualidade-um-manual-para-nao-ser-babaca/?fbclid=IwAR2clqH9c8iQBpHhGjnjX-DHB5nxjch_nEH_jSt-54CCwoNd4ogM0HI4_Zo

<http://www.conversacult.com.br/2015/10/minha-identidade-assexual-e-um-pouco-de.html>

<http://www.conversacult.com.br/search/label/assexualidade>

<https://orientando.org/>

<https://orientando.org/como-ajudar/guia-de-estilo/>

<https://orientando.org/o-que-e-orientacao-romantica/>

https://brasil.elpais.com/brasil/2016/09/25/estilo/1474774500_292073.html

<https://www.geledes.org.br/por-que-os-assexuais-querem-ser-reconhecidos-como-membros-da-comunidade-lgbtq/>

<https://www.assexualidade.com.br/>

III.ROTEIROS

REPORTAGEM		
Título: Perceber-se LGBTI+		
<p>REPÓRTER/ APRESENTADOR DANIEL ALMEIDA ARQ1</p>	CAB	<p>PERCEBER-SE LGBTI+// ESSE É O TEMA DESTE VÍDEO// MEU NOME É DANIEL ALMEIDA/ REPÓRTER DO BLOG SEM VERGONHA//</p> <p>ANTES DE DISCUTIR O ‘PERCEBER-SE LGBTI+’ É PRECISO DEFINIR CADA UMA DAS LETRAS DA SIGLA// E/ PARA ISSO/ CONVERSEI COM TONI REIS QUE É O PRESIDENTE DA ALIANÇA NACIONAL LGBTI+ SOBRE O ASSUNTO//</p>
<p>TONI REIS/ PRESIDENTE DA ALIANÇA NACIONAL LGBTI+ ARQ2</p>	SON1	<p>PRIMEIRO/ TODO MUNDO SE DENOMINAVA HOMOSSEXUAIS/ DEPOIS VEIO/ GLS/ DEPOIS GLBT// DEPOIS NÓS TIVEMOS UMA CONFERÊNCIA NACIONAL/ NA QUAL INVERTEMOS A SIGLA/ COLOCAMOS O 'L' NA FRENTE/ PARA PRIVILEGIAR A LUTA DAS MULHERES/ DAS MULHERES LÉSBICAS E MULHERES BISSEXUAIS// E TIVEMOS VÁRIAS CONFERÊNCIAS E SEMINÁRIOS/ NOS QUAIS AS NAÇÕES UNIDAS PEDIRAM PARA A GENTE INCLUIR O 'I' POR DEMANDA DAS PESSOAS INTERSEXUAIS// ENTÃO/ HOJE É LGBTI+// ESSE 'MAIS' TAMBÉM TEM OUTRAS ORIENTAÇÕES SEXUAIS E OUTRAS EXPRESSÕES E IDENTIDADES DE GÊNERO/ QUE SÃO AS PESSOAS/ PANSSEXUAIS/ AS PESSOAS ASSEXUAIS/ AS PESSOAS NÃO-BINÁRIAS/ AS PESSOAS A-GÊNERO/ ENFIM//</p>

<p>APRESENTADOR/ REPÓRTER ARQ3</p>	<p>PASS</p>	<p>DEFINIÇÃO FEITA/ É PRECISO PONTUAR QUE/ LGBTI+ É UMA DAS DIVERSAS NOMENCLATURAS QUE SÃO UTILIZADAS PARA SE FAZER REFERÊNCIA A COMUNIDADE FORMADA POR GAY/ LÉSBICAS/ BISSEXUAIS/ TRANSSEXUAIS/ TRAVESTIS/ ENTRE OUTRAS ORIENTAÇÕES SEXUAIS E IDENTIDADE DE GÊNERO//</p> <p>E POR FALAR EM ORIENTAÇÃO SEXUAL E IDENTIDADE DE GÊNERO/ É PRECISO DEFINIR ESSES TERMOS// ENTÃO VAMOS LÁ QUE EU VOU EXPLICAR// DE ACORDO COM O MANUAL DE COMUNICAÇÃO LGBTI+ DESENVOLVIDO PELA ALIANÇA NACIONAL LGBTI+ E PELO GRUPO GAY LATINO/ ORIENTAÇÃO SEXUAL É DIZ A RESPEITO DA PROFUNDA ATRAÇÃO AFETIVA/ EMOCIONAL E SEXUAL QUE UM INDIVÍDUO PODE DESENVOLVER POR OUTRO//</p> <p>JÁ IDENTIDADE DE GÊNERO/ FALA SOBRE A PERCEPÇÃO QUE O INDIVÍDUO TEM DE SI MESMO COMO PERTENCENTE DO GÊNERO MASCULINO/ FEMININO/ DE ALGUMA COMBINAÇÃO DOS DOIS OU DE NENHUM DELES// VALE LEMBRAR QUE / IDENTIDADE DE GÊNERO É INDEPENDENTE DA GENITÁLIA COM A QUAL O INDIVÍDUO NASCE//</p> <p>AGORA OS HOLOFOTES SÃO DO MOMENTO EM QUE SE TEM NOÇÃO DA PRÓPRIA IDENTIDADE DE GÊNERO OU ORIENTAÇÃO SEXUAL// E/ PARA ISSO/ EU CONVERSEI COM JOVEM DE DIVERSOS LUGARES DO BRASIL PARA QUE ELES PUDESSEM COMPARTILHAR COM VOCÊ/ UM POUCO SOBRE O MOMENTO EM QUE ELES SE PERCEBERAM LGBTI+//</p>
--	-------------	--

<p>CONSTAZA SALVATÓRI, FONTE1 ARQ4</p>	<p>SON2</p>	<p>EU NÃO GOSTAVA MUITO DE MENINOS ASSIM/ JÁ/ EU NÃO GOSTAVA MUITO DE NINGUÉM DA MINHA TURMA DA ESCOLA/ VAMOS COMEÇAR POR AÍ// MAS EU ERA MUITO PRÓXIMA DAS MENINAS/ E EU SENTIA...EU TINHAS 'UNS CRUSHES' MUITO GRANDES EM ALGUMAS COLEGAS MINHAS/ MAS NA ÉPOCA/ EU NÃO ME DAVA CONTA// E EU ERA MUITO OBCECADA POR CELEBRIDADES FEMININAS/ ATRIZES E CANTORAS// ENTÃO EU PASSAVA HORAS E HORAS PESQUISANDO/ FOTOS/ VÍDEOS E ENTREVISTAS// E FAZENDO UM MILHÃO DE COISAS/ SABE?// AÍ EU PERCEBI/ OPA/ TALVEZ TENHA ALGUMA COISA AÍ!?!//</p> <p>MAS EU SÓ FUI ENTENDER/ JÁ MAIS VELHO/ COM TREZE ANOS DE IDADE// NUMA AULA DE NATAÇÃO/ UM MENINO FOI TOMAR BANHO E ELE TIROU A SUNGA/ E FICOU NÚ// E/ EU DO OUTRO LADO DO VESTIÁRIO TOMANDO BANHO TAMBÉM/ E EU OLHEI AQUI/ DEU UM 'TREM' ESTRANHO EM MIM/ UM CALOR ESTRANHO E EU FALEI ASSIM/ EU ACHO QUE GOSTO DISSO// FOI MUITO ESTRANHO PARA MIM/ MAS FOI NESSE MOMENTO QUE EU PERCEBI/ EU SOU GAY//</p>
<p>ANDERSON FARIAS, FONTE2 ARQ4</p>	<p>SON3</p>	<p>TEVE UMA SITUAÇÃO/ UMA VEZ EM QUE EU FALEI QUE QUERIA TER UM NAMORADO// ACONTECEU QUE UMA PESSOA DA MINHA FAMÍLIA DISSE QUE "NÃO!" QUE "AQUILO" ERRADO/ QUE ERA FEIO/ QUE OUVI AQUELE BLOQUEIO DENTRO DE MIM//</p> <p>O QUÊ TEVE PARA MIM FOI UMA SITUAÇÃO GATILHO QUE FEZ EU ME ASSUMIR/ PORQUE EU SEMPRE ME</p>

<p>DIEGO RIBEIRO, FONTE3 ARQ5</p>	<p>SON4</p>	<p>ENTENDI COMO MULHER/ EU SEMPRE ME VI COMO MULHER/ MAS TEVE UM MOMENTO DA MINHA VIDA EM QUE EU DECIDI ME ASSUMIR E ISSO FOI POR CAUSA DE UM PROGRAMA DE TEVÊ/ UM REALITY SHOW/ UM DOCUMENTÁRIO/ MAIS OU MENOS// QUE É O KATLYN/ DO ENTRETENIMENT SOBRE A "PÃEM"/ COMO CHAMAM AS KARDASHIAN/ DA KENDALL E DA KYLEY// EU ASSISTI MUITO AQUELE DOCUMENTÁRIO/ E O REALITY SHOW/ E AQUILO ME FEZ REFLETIR MUITO NA ÉPOCA/ QUE EU NÃO QUERIA ESPERAR A MINHA VIDA INTEIRA PARA ME ASSUMIR// EU QUERIA VIVER E SER FELIZ//</p>
<p>VITORIA MOON, FONTE 4 ARQ6</p>	<p>SON5</p>	<p>EU SEMPRE PERGUNTAVA PORQUE EU NÃO TINHA NASCIDO MENINO/ É/ ENFIM/ E ISSO MARTELOU NA MINHA CABEÇA POR MUITO TEMPO// TEVE UM MOMENTO EM QUE EU SIMPLEMENTE IGNOREI "ISSO"/ E AÍ EU DEIXEI PARA LÁ// QUANDO EU CORTEI O CABELO CURTO EM 2016/ TODO ESSE SENTIMENTO ACABOU VOLTANDO E FOI O MOMENTO EM QUE EU ACABEI ME ENTENDENDO COMO HOMEM TRANS//</p>
	<p>SON6</p>	<p>EU SEMPRE SOUBE QUE EU ERA UMA PESSOA LGBTQ+/ DESDE PEQUENO/ EU SEMPRE SOUBE QUE EU TINHA FASES ONDE EU ME SENTIA MAIS FEMININO/ E FASE EM QUE EU ME SENTIA MAIS MASCULINO// ÀS VEZES/ DURANTE O MESMO DIA/ EU ME SENTIA MASCULINO E FEMININO// E ISSO NUNCA FOI UM "IMPEDIMENTO" PARA MIM/ NUNCA ME SENTI INFERIOR/ TRISTE OU ALGUMA COISA "ASSIM"// EU SEMPRE SOUBE/ FOI UMA COISA MUITO NATURAL PARA MIM/ ASSIM COMO A MINHA SEXUALIDADE//</p>

<p>THEO CAVALCANTI, FONTE5 ARQ7</p> <p>LUCAS CARLOS, FONTE6 ARQ 8</p> <p>APRESENTADOR/ REPÓRTER ARQ 9</p>	<p>SON7</p> <p>PÉ</p>	<p>VIU? VOCÊ NÃO ESTÁ SOZINHO// E SE VOCÊ QUISER ACOMPANHAR MAIS CONTEÚDO DESENVOLVIDO PARA VOCÊ/ ADOLESCENTE QUE É LGBTI+/ ACESSE O BLOG SEM VERGONHA//</p>
---	-----------------------	---

REPORTAGEM		
Título: PAUTA BALANÇO		

CONTATO FÍSICO// SENDO ASSIM/ A CELEBRAÇÃO DO MÊS DO ORGULHO LGBTI+ E DOS 51 ANOS DA REVOLTA DE STONEWALL DESTE ANO FOI REALIZADA POR MEIO DE EVENTOS ONLINES//

A PARADA DE SP/ A MAIOR DO MUNDO/ FOI REALIZADA NO FORMATO DE LIVE NO CANAL DA ORGANIZAÇÃO NO YOUTUBE E NO FACEBOOK/ NO DOMINGO 14 DE JUNHO/ DIA EM QUE O VENTO SERIA REALIZADA NA AVENIDA PAULISTA// O EVENTO “PARADA DE SP AO VIVO”/ REUNIU UM TIME DE PESO DE YOUTUBER/ INFLUENCER E ARTISTAS// ENTRE OS APRESENTADORES ESTAVAM: FIH E EDU/ DO CANAL DIVA DEPRESSÃO/ LORELAY FOX/ MANDY CANDY ENTRE OUTRAS// JÁ COMO ATRAÇÃO MUSICAL/ NOMES COMO GLORIA GROOVER/DANIELA MERCURY E PEPITA AGITARAM O TRANSMISSÃO QUE DUROU 8H// E OLHEM QUE LEGAL/ A “PARADA DE SP AO VIVO” TAMBÉM INTEGROU A “PARADA AO VIVO”/ O PROGRAMA QUE FEZ PARTE DA SÉRIE DE CONTEÚDOS EM COMEMORAÇÃO AO MÊS DO ORGULHO LGBTI+ DO CANAL FECHADO GNT, QUE É DA REDE GLOBO DE TELEVISÃO// QUANTO A EDIÇÃO “PRESENCIAL” DA PARADA DE SP/ COM AQUELA AGLOMERAÇÃO GOSTOSA/ QUE A GENTE AMA/ ESTÁ PREVISTA PARA O DIA 22 DE NOVEMBRO// ENTÃO/ JÁ MARQUE NO CALENDÁRIO//

VALE DESTACAR QUE/ ALÉM DA PREFEITURA DE SÃO PAULO/ APENAS AS PREFEITURAS DE CURITIBA/ MANAUS PORTO ALEGRE/ RIO DE JANEIRO E SALVADOR REALIZARAM AÇÕES EM COMEMORAÇÃO E APOIO AO DIA MUNDIAL DO ORGULHO LGBTI+// DESTAQUE PARA A PREFEITURA DO RIO/ QUE INAUGUROU O CENTRO PROVISÓRIO DE ACOLHIMENTO

	<p>DEDICADO À POPULAÇÃO LGBTI+/ NO PRÓPRIO DOMINGO/ 28 DE JUNHO// OS GOVERNOS DE BELÉM E BRASÍLIA/ APESAR DE NÃO REALIZAREM AÇÕES NO DIA, PUBLICARAM TEXTOS NOS QUAIS FAZIAM RETROSPECTIVAS DAS ÚLTIMAS CONQUISTAS DA COMUNIDADE// AS DEMAIS PREFEITURA DAS OUTRAS 18 CAPITAIS BRASILEIRAS MANTIVERAM A OMISSAS SOBRE O ASSUNTO//</p> <p>VOLTANDO ÀS PARADAS/ O BRASIL FOI UM DOS MAIS DE 100 PAÍSES QUE TIVERAM A PARADA DO ORGULHO LGBTI+ CANCELADA// E COM OBJETIVO DE SUPRIR A AUSÊNCIA DESSES EVENTOS/ A EUROPEAN PRIDE ORGANISERS ASSOCIATION/ EM PARCERIA OUTRAS INSTITUIÇÕES LGBTI+/ REALIZOU A GLOBAL PRIDE 2020 - EXIST, PERSIST/ RESIST// A LIVE QUE DUROU 24H FOI REALIZADA ENTRE OS DIAS 27 E 28 DE JUNHO// E CONTOU COM ARTISTAS DE TODO O MUNDO/ ENTRE ELES/ A PABLO VITTAR/ QUE MAIS UMA VEZ - FEZ TUDO - E REPRESENTOU O BRASIL CANTANDO O SEU HINO “TÍMIDA”/ MÚSICA QUE TEM A PARTICIPAÇÃO DA THALÍA//</p> <p>AGORA DO MUNDO VIRTUAL PARA O REAL// NO DIA DO ORGULHO/ 28 DE JUNHO/ O CONGRESSO NACIONAL/ QUE FICA EM BRASÍLIA, GANHOU A PROJEÇÃO DAS CORES DO ARCO-ÍRIS/ SÍMBOLO MUNDIALMENTE CONHECIDO POR REPRESENTAR A NOSSA COMUNIDADE LGBTI+// A AÇÃO FOI UMA INICIATIVA DA ORGANIZAÇÃO ORGULHO BRASÍLIA/ QUE REALIZA A PARADA DO ORGULHO LGBTI+ NA CAPITAL DO PAÍS//</p> <p>ESSA FOI A PRIMEIRA VEZ NA HISTÓRIA DE BRASÍLIA/ QUE O PRÉDIO GANHOU</p>
--	--

		<p>AS CORES DAS BANDEIRA LGBTI+// O MODO PIONEIRO DE COMEMORAR A DATA E DE REFORÇAR A LUTA POR DIREITO DE LÉSBICAS/ GAYS/ BISSEXUAIS E TRANSSEXUAIS FOI UMA PROPOSTA DE WELTON ORGULHO/ COORDENADOR DA BRASÍLIA ORGULHO/ E DE IGOR ALBUQUERQUE/ PRODUTOR DO BAR BIROSCA//</p> <p>PARA ALÉM DAS LIVES E DAS PROJEÇÕES/ ACONTECERAM OUTROS EPISÓDIOS DURANTE ESSE MÊS DO ORGULHO QUE TAMBÉM DEVEM SER LEMBRADOS E COMEMORADOS// COMO/ O ESTADO DO CEARÁ/ QUE FOI O PRIMEIRO ESTADO BRASILEIRO A ACEITAR A DOAÇÃO DE LGBTIS// O GOVERNO CEARENSE PASSOU A CUMPRIR A DECISÃO DO SUPREMO TRIBUNAL FEDERAL QUE RETIRA A RESTRIÇÃO DOS HEMOCENTROS DE ACEITAR DOAÇÃO DE HOMOSSEXUAIS// A DECISÃO HISTÓRICA DO STF É DE MAIO DESTE ANO// ESSE É UMA DAS CONQUISTAS DA COMUNIDADE LGBTI+ NO BRASIL//</p> <p>EM UMA BREVE RETROSPECTIVA DAS CONQUISTAS DE DIREITOS DE LGBTI+ NO BRASIL/ EM 2013 CONSEGUIMOS O RECONHECIMENTO DA UNIÃO ESTÁVEL ENTRE PESSOAS DO MESMO SEXO// E A REAFIRMAÇÃO DA POSSIBILIDADE DE ADOÇÃO POR LGBTI+S// JÁ EM 2016/ TEMOS A ASSEGURAÇÃO DO DIREITO AO USO DO NOME SOCIAL// E 2017/ A AUTORIZAÇÃO DA INCLUSÃO DO NOME SOCIAL NO CPF DE PESSOAS TRANS E TRAVESTI// TODAS CONQUISTAS DA COMUNIDADE LGBTI+/ VOCÊ CONFERIR NA CARTILHA O MINISTÉRIO PÚBLICO E A IGUALDADE DE DIREITOS PARA LGBTI+/ CRIADA PELO MINISTÉRIO PÚBLICO DO CEARÁ//</p>
--	--	---

DO SANGUE PARA A PELE// JARI JONES/ A MODELO TRANS NEGRA ESTADUNIDENSE/ ESTRELOU A NOVA CAMPANHA DA MARCA DE ROUPAS CALVIN KLEIN (KELVIN CLAIN) AO LADO DA NOSSA DRAG QUEEN/ PABLO VITTAR// ESSA FOI PRIMEIRA VEZ QUE UMA MODELO TRANS NEGRA PLUS SIZE E UMA DRAG QUEEN PROTAGONIZARAM UMA CAMPANHA DA MARCA//

E/ AGORA/ DO CORPO PARA AQUILO QUE O VESTE// A HAVAIANAS/ A MARCA BRASILEIRA DE SANDÁLIAS/ PELA PRIMEIRA VEZ LANÇOU UMA LINHA DE PRODUTOS EM HOMENAGEM AO MÊS DO ORGULHO LGBTI+// OS ITENS SÃO ESTAMPADOS COM A BANDEIRA DE ARCO-ÍRIS/ QUE REPRESENTA O MOVIMENTO MUNDIALMENTE// PARA ALÉM DAS SANDÁLIAS/ A PARTIR DE SETEMBRO DESTE ANO/ A MARCA VAI RETIRAR DO SEU SITE AS OPÇÕES "MASCULINO" E "FEMININO" DA FERRAMENTA DE BUSCA// A AÇÃO TEM COMO OBJETIVO CONTRIBUIR PARA A DESCONSTRUÇÃO DA ATRIBUIÇÃO DE GÊNERO A CORES E PRODUTOS//

E A HAVAIANAS NÃO FOI A ÚNICA EMPRESAS QUE SE POSICIONOU A FAVOR DA DIVERSIDADE DURANTE O MÊS DO ORGULHO LGBTI+/ A BURGER KING/ REDE DE LANCHONETES/ CRIOU A CAMPANHA "QUEM LACRA NÃO LUCRA (MESMO)" EM RESPOSTAS AOS COMENTÁRIOS LGBTI+FOBICO QUE RECEBEU EM SUAS REDES SOCIAIS AO PUBLICAR O CONTEÚDO DE COMEMORAÇÃO AO MÊS DO ORGULHO// COM A NOVA AÇÃO/ TODOS OS LUCROS PROVENIENTES DA VENDA DE LANCHES NO DIA 28 DE JULHO/ DIA MUNDIAL DO ORGULHO LGBTI+/ FORAM DIRECIONADOS ÀS ONGS DE APOIO À CAUSA LGBTI+//

EMPENHADOS/ NÉ!? SE POSICIONAR PUBLICAMENTE A FAVOR DA DIVERSIDADE E REALIZAR POLÍTICAS DE INCLUSÃO DE PESSOAS LGBTI+ NO MERCADO DE TRABALHO É UMA AÇÃO NECESSÁRIO NO BRASIL// VALE LEMBRAR QUE DISCRIMINAÇÃO E O PRECONCEITO/ COLOCA 90% DA POPULAÇÃO DE TRAVESTIS E TRANSEXUAIS NA PROSTITUIÇÃO/ DE ACORDO COM A ANTRA/ ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE TRAVESTIS E TRANSEXUAIS// PENSANDO NESSA MARGINALIZAÇÃO/ MARCÍA ROCHA/ MAITE SCHNEIDER E LAERTE COUTINHO/ QUE SÃO MULHERES TRANS/ FUNDARAM A TRANSEMPREGOS/ PROJETO QUE TEM COMO OBJETIVO INSERIR PESSOAS TRANS NO MERCADO DE TRABALHO FORMAL// A INICIATIVA SE TORNOU O MAIOR BANCO DE CURRÍCULOS DE PESSOAS TRANS DO PAÍS// O LINK DE ACESSO ESTÁ NO CONTEÚDO ESCRITO DESSA MATÉRIA//

E PARA FINALIZAR COM BOM HUMOR/ O BOB ESPONJA CALÇA QUADRADA FOI CONFIRMADO OFICIALMENTE COMO MEMBRO DA COMUNIDADE DE LGBTI+// A EMISSORA NICKELODEON/ QUE CRIOU O PERSONAGEM/ PUBLICOU UM TWEET NO QUAL CELEBRA O MÊS DO ORGULHO/ E ADIVINHA QUEM ESTAVA NA LISTA? SIM/ ELE MESMO/ O NOSSO QUERIDÍSSIMO BOB ESPONJA// A PUBLICAÇÃO FOI AO AR NO DIA 13 DE JUNHO// REPRESENTATIVIDADE É IMPORTANTE PARA TODOS/ INDEPENDENTE DA IDADE//

AS COMEMORAÇÕES DO MÊS DO ORGULHO LGBTI+ FORAM ADAPTADAS À QUARENTENA// RESPEITANDO AS MEDIDAS SANITÁRIAS DE

	PÉ	<p>DISTANCIAMENTO SOCIAL/ AS CELEBRAÇÕES ACONTECERAM NA INTERNET// ESPAÇO ONDE MUITAS EMPRESAS SE POSICIONARAM A FAVOR DA CAUSA LGBTI+ E SE COMPROMETERAM SER MAIS INCLUSIVAS// ESPAÇO TAMBÉM ONDE FORAM REALIZADAS AS LIVES QUE GARANTIRAM AS FESTAS E AS DISCUSSÕES SOBRE EMPODERAMENTO/ RESPEITO E A LUTA POR DIREITOS DE LÉSBICAS/ GAYS/ BISEXUAIS/ TRANSSEXUAIS/ TRAVESTIS/ INTERSEXUAIS E OUTRAS ORIENTAÇÕES SEXUAIS E IDENTIDADE DE GÊNERO//</p> <p>É PRECISO SE ORGULHAR E LUTAR PELOS NOSSOS DIREITOS SEMPRE/ PORQUE SER LGBTI+ NÃO É LEVANTAR UMA BANDEIRA EM DETERMINADO MÊS DO ANO/ É VIVER DEBAIXO DESSA BANDEIRA A VIDA INTEIRA//</p>
--	----	---

ROTEIRO PODCAST ESCUTE SEM VERGONHA		
<p>Título: ESCUTE SEM VERGONHA ENTREVISTA PRISCILA GUIMARÃES</p>		
<p>APRESENTADOR</p> <p><u>SOBE E DESCE BG</u></p> <p>APRESENTADOR</p>	CAB	<p>OLÁ/ COMEÇA AGORA O PRIMEIRO EPISÓDIO DO “ESCUTE SEM VERGONHA”/ O PODCAST DO BLOG “SEM VERGONHA” FEITO PARA VOCÊ QUE ESTÁ DENTRO OU FORA DO ARMÁRIO//</p> <p>AQUI VOCÊ VAI CONHECER PESSOAS DE DIFERENTES ORIENTAÇÕES SEXUAIS E IDENTIDADES DE GÊNERO PARA VOCÊ/ ADOLESCENTE LGBT+/ SE INSPIRAR E</p>

<p><u>SOBE E DESCE BG</u></p> <p><u>VINHETA DE ABERTURA</u></p> <p>APRESENTADOR</p> <p>ENTREVISTADA</p> <p>APRESENTADOR</p> <p>ENTREVISTADA</p>		<p>SABER QUE/ VOCÊ PODE E DEVE OCUPAR QUALQUER ESPAÇO// EU SOU O DANIEL ALMEIDA/ RESPONSÁVEL PELA CONDUÇÃO DA NOSSA CONVERSA//</p> <p>PRECISO DIZER QUE ESTAMOS NO INSTAGRAM/ GALERA// ENTÃO/ SIGA A GENTE/ O 'ARROBA' É/ BLOGSEMVERGONHA/ TUDO MINÚSCULO//</p> <p><u>SOBE E DESCE BG</u></p> <p>E PARA A GENTE SAIR DO ARMÁRIO DE UMA VEZ/ EDIÇÃO/ ESTREIA A VINHETA//</p> <p>NESTE PRIMEIRO EPISÓDIO/ EU TENHO A HONRA DE ENTREVISTAR A YOUTUBER BELO-HORIZONTINA/ PRISCILA GUIMARÃES/ DE VINTE-SETE ANOS//</p> <p>OI/ PRI! TUDO BEM?</p> <p>OI! OI/ GENTE// COMO VOCÊS ESTÃO?</p> <p>EU ESPERO QUE VOCÊS ESTEJAM BEM E EM CASA! ESTAMOS EM UMA QUARENTENA// NÃO É MESMO/ PRI?</p> <p>EXATAMENTE/ GENTE// ISOLAMENTO SOCIAL/ FIQUEM EM CASA!// EU SEI QUE JÁ FAZ UM TEMPO/ EU SEI QUE JÁ ESTÁ TENSO DE LEVAR/ MAS/ ASSIM/ PERSEVERANÇA/ GENTE!// É POR UMA BOA CAUSA!//</p> <p>A PRÍ É UMA MULHER TRANS QUE PRODUZ CONTEÚDO PARA O YOUTUBE DESDE DOIS MIL E QUINZE/ NÃO É PRI!?!//</p> <p>ISSO/ DESDE DOIS MIL E QUINZE// MEU CANAL NO YOUTUBE É UMA CRIANCINHA DE CINCO ANOS// TÁ AÍ/ PARA QUEM DISSE QUE EU NÃO PODERIA SER MÃE// EU "GERIR" ESSA CRIANÇA// EU TENHO ESSA MANIA DE BRINCAR COM OS MEUS AMIGOS QUE EU TENHO UM ÚTERO ASTRAL// MEU</p>
---	--	---

<p>APRESENTADOR</p>		<p>CANAL NO YOUTUBE É O MEU PRIMOGÊNITO//</p>
<p>ENTREVISTADA</p>		<p>ENTÃO/ VAMOS LÁ/ PRI// EU QUERO SABER DE ONDE SURTIU ESSA IDEIA DE CRIAR UM CANAL NO YOUTUBE/ QUANDO FOI ESSE MOMENTO E POR QUE VOCÊ DECIDIU FALAR SOBRE A SUA EXISTÊNCIA/ RESISTÊNCIA/ CULTURA E BELEZA//</p>
<p>APRESENTADOR</p>	<p>PGT1</p>	<p>ENTÃO/ NA VERDADE/ O DESEJO SEMPRE EXISTIU// EU SEMPRE TIVE ESSA VEIA/ EU NÃO SEI SE DIGO ARTÍSTICA OU COMUNICATIVA/ OU UM POUCO DOS DOIS/ EU ACREDITO// SÓ QUE EU SEMPRE TIVE MUITA INSEGURANÇA/ MUITAS DELAS VEM DO 'BACKGROUND' QUE A GENTE TEM COMO IDENTIDADE TRANS// A GENTE [TRANS] RECEBEMOS MUITA REJEIÇÃO DESDE MUITO CEDO/ EM CASA/ ESCOLA E TAL// MAS/ EU ESTAVA EM UM MOMENTO DA MINHA VIDA EM QUE EU JÁ ESTAVA TRABALHANDO HÁ ALGUM TEMPO FORA E ESTAVA COMEÇANDO A ME INTERESSAR POR MÍDIA/ COMUNICAÇÃO// E O BUM DO YOUTUBE ESTAVA COMEÇANDO A REALMENTE A GANHAR FORÇA AQUI NO BRASIL//</p>
<p>ENTREVISTADA</p>		<p>EU JÁ ACOMPANHAVA UMA MENINA TRANS QUE INSPIROU MUITO A MINHA TRANSIÇÃO [DE GÊNERO] PESSOAL/ QUE É A CANTORA ALEMÃ KIM PETRAS// MAS EU TAMBÉM GOSTAVA MUITO DE UMA INFLUENCIADORA/ AINDA GOSTO/ BRASILEIRA/ CIS-GÊNERA// NADA ASSIMILADA MUITO A MIM/ QUE É A NINA SECRET// E EU SEMPRE FUI VAIDOSA/ LIBRIANA/ É CLARO//</p> <p>ENTÃO/ EU PENSEI/ POR QUE EU NÃO POSSO FAZER UMA COISA DESSA? EU TAMBÉM POSSO FAZER// E EU COMECEI O CANAL/ ASSIM/ DO JEITO QUE DAVA// GRAVANDO NO MEU CELULAR/ NO MEU QUARTO/ FAZENDO AS MINHAS PAUTAS// EU PENSAVA/ EU SEMPRE QUIS SER UMA INFLUENCIADORA DE LIFESTYLE/ MAS EU SABIA QUE JÁ EXISTIA UM PADRÃO// ALGO</p>

<p>ENTREVISTADA</p>		<p>COMO/ SE VOCÊ É UMA PESSOA 'X'/ VOCÊ TEM QUE SE APRESENTAR DE MANEIRA 'X' E PRODUIR O CONTEÚDO 'X'// NO SENTIDO DE QUE/ SE JÁ EXISTIAM PESSOAS TRANS/ GRANDES/ INFLUENCIANDO DENTRO DA PLATAFORMA [YOUTUBE]// TINHA UM CERTO CONTEÚDO/ UM CERTO NICHOS/ QUE VOCÊ DEVERIA FALAR QUE SERIA O IDEAL PARA VOCÊ CRESCER// ENTÃO EU PERCEBI QUE MUITO DO MEU CONTEÚDO SOBRE HORMONIZAÇÃO/ TERAPIA HORMONAL/ ESSE TIPO DE VIVÊNCIA MUITO ESPECÍFICA DE MULHERES TRANS/ ATRAÍA MAIS O PÚBLICO/ OBVIAMENTE/ PORQUE É UM POUCO MAIS ESCASSO/ MAS EU TAMBÉM COMECEI A PERCEBER QUE/ EU SENTI QUE ERA UMA PADRONAGEM/ UMA CAIXINHA NA QUAL O PÚBLICO JÁ TINHA COMEÇADO A ME COLOCAR E QUE EU NEM SEMPRE ACEITEI//</p>
<p>ENTREVISTADA</p>		<p>POR ISSO QUE O MEU CANAL CONSEGUI CRESCER SIGNIFICATIVAMENTE COM ESSE CONTEÚDO [ESPECÍFICO PARA MULHERES TRANS]/ MAS EU NUNCA PERMITI QUE FOSSE O ÚNICO CONTEÚDO//</p> <p>PRISCILA/ MAS POR QUE UM CANAL NO YOUTUBE? O QUE TE MOTIVA ESTAR NA PLATAFORMA?</p> <p>EU ENTENDI QUE EU TINHA UMA FERRAMENTA QUE ME DAVA UM OPORTUNIDADE MUITO LEGAL DE TRAZER UMA REALIDADE TALVEZ MAIS FLEXÍVEL PARA MENINAS COMO EU// NA MINHA IDADE [ANTES DA TRANSIÇÃO DE GÊNERO] EU NÃO TINHA MUITO COM QUEM ME ESPELHAR/ EXEMPLOS PRÓXIMOS DE MIM/ SOBRE O QUÊ FAZER/ A QUEM RECORRER DE MANEIRA SEGURA PARA COMEÇAR A MINHA TRANSIÇÃO//</p> <p>EU SEI QUE NESSE MOMENTO/ SURTEM MUITAS DÚVIDAS/ SE TEM POUQUÍSSIMO APOIO EM CASA/ DOS PAIS/ E A GENTE TAMBÉM NÃO SABE O QUÊ SE PODE OU NÃO PODE// EM SENTIDO DE DIREITO/ COMO SER HUMANO// ENTÃO/ EU PENSEI/ SE EU</p>

ENTREVISTADA		<p>POSSO USAR ESSA FERRAMENTA PARA SOBRETUDO/ ALÉM DE FAZER O QUÊ EU AMO/ FACILITAR A VIDA DAS MENINAS TRANS QUE ESTÃO COMEÇANDO AGORA/ E TALVEZ MUDAR UM POUCO A PERSPECTIVA/ DA MAIOR DAS MULHERES TRANS QUE É AINDA MUITO DIFÍCIL EM NOSSO PAÍS// ENTÃO/ EU VOU USAR SIM ESSA FERRAMENTA PARA ISSO//</p> <p>ENTÃO/ EU ACHO QUE O MAIOR OBJETIVO/ HOJE EM DIA/ DO CANAL É ESSE// PODER SER UMA REFERÊNCIA PARA AS MENINAS DE MANEIRA SEGURA/ DE MANEIRA RESPONSÁVEL//</p>
<p>APRESENTADOR</p> <p>ENTREVISTADA</p>	PGT2	<p>EU SEMPRE DEIXO MUITO CLARO EM TODOS OS MEUS VÍDEOS RELACIONADOS À TERAPIA HORMONAL/ QUE É UMA COISA SÉRIA/ QUE AS PESSOAS DEVEM PROCURAR ASSISTÊNCIA MÉDICA/ QUE EU NÃO TENHO NENHUMA FORMAÇÃO// ISSO É MUITO IMPORTANTE// EU NÃO TENHO NENHUMA FORMAÇÃO EM MEDICINA/ ENFERMAGEM/ EM NADA DO TIPO// ENTÃO/ EU NÃO TENHO NENHUMA RESPONSABILIDADE PARA PASSAR RECEITA PARA NINGUÉM/ ATÉ PORQUE CADA ORGANISMO VAI AGIR DE UMA FORMA/ MANEIRA DIFERENTE/ ENTÃO O QUÊ FUNCIONA PARA MIM/ PODE NÃO FUNCIONAR PARA QUEM ESTÁ ME ASSISTINDO DO OUTRO LADO DA TELA E VICE-VERSA//</p>
ENTREVISTADA		<p>ESSE ASSUNTO SEMPRE FOI UMA CONSTANTE/ E EU ACREDITO QUE SEMPRE VAI SER/ SEMPRE QUE EU FALAR EM TERAPIA HORMONAL/ A GENTE VAI TER UM VOLUME GRANDE DE COMENTÁRIOS DE MENINAS PEDINDO TERAPIAS HORMONAIS/ PEDINDO DICAS DE DE REMÉDIO 'X' COM MEDICAMENTO 'Y'/ OU SE ELA PODE CONJUGAR COM COM 'ISSO' OU COM 'AQUILO'// OU SE AQUILO VAI DAR MAIS BUMBUM PARA ELA/ SE AQUILO VAI DAR MAIS PEITO// AS MENINAS PRECISAM ENTENDER TAMBÉM/ QUE TERAPIA HORMONAL NÃO É SÓ ISSO/ É ADEQUAR O</p>

ENTREVISTADA		<p>SEU BEM-ESTAR/ FÍSICO E EMOCIONAL AO GÊNERO/ NEM SEMPRE ISSO É SOBRE A APARÊNCIA//</p> <p>EU ACREDITO QUE ISSO/ INCLUSIVE/ DEVERIA SER CADA VEZ MENOS SOBRE A APARÊNCIA E MAIS SOBRE VOCÊ SE SENTIR CONFORTÁVEL COM O QUÊ VOCÊ JÁ TEM//</p>
ENTREVISTADA		<p>EU PERCEBO QUE/ ASSIM COMO TERAPIA HORMONAL/ MUITOS ASSUNTOS PESSOAIS SÃO PAUTAS NO SEU CANAL// E EU QUERO SABER/ DE AONDE VEM ESSE DESEJO OU COMO VOCÊ LIDA COM ESSA EXPOSIÇÃO DE 'COMPARTILHAR A SUA VIDA' NO YOUTUBE// EM ALGUM MOMENTO ESSA EXPOSIÇÃO JÁ CAUSOU ALGUMA DIFICULDADE OU CONTRATEMPO NA SUA VIDA//</p> <p>EU ACREDITO QUE NÃO/ PELO MENOS AINDA NÃO// EU TENHO UMA AUTONOMIA MUITO GRANDE SOBRE O CONTEÚDO QUE EU COMPARTILHO NA INTERNET/ O QUE EU DECIDO MOSTRAR PARA AS PESSOAS/ NÃO DIZENDO QUE É TUDO CEM POR CENTO FILTRADO/ MAS COMO QUALQUER PESSOA COM UMA PRESENÇA MAIS SIGNIFICATIVA NA INTERNET/ EU TENHO ESSE CONTROLE DE PODER FILTRAR E ENTREGAR O CONTEÚDO QUE EU ACREDITO QUE É VIÁVEL/ CONVENIENTE PARA AS PESSOAS/ SEM COLOCAR EM RISCO TAMBÉM MUITO DA MINHA INTIMIDADE E ETC//</p>
ENTREVISTADA		<p>EU JÁ TIVE GRANDES DEBATES SOBRE MOSTRAR OU NÃO MOSTRAR RELACIONAMENTOS QUE EU VENHA TER AO LONGO DO TEMPO// HOJE EM DIA EU PENSO QUE É 'OK' DESDE QUE EU SAIBA QUE O RELACIONAMENTO NO QUAL ESTOU/ ESTÁ SÓLIDO// ENTÃO/ EVENTUALMENTE/ QUANDO EU ESTOU COM ALGUÉM/ TENDO UMA RELAÇÃO SÓLIDA/ A PESSOA APARECE NAS MINHAS REDES SOCIAIS/ PROBLEMA NENHUM// EU JÁ TIVE MUITO PROBLEMA COM ISSO/ MAS NÃO HOJE EM DIA//</p>

ENTREVISTADA		<p>MAS TAMBÉM PARTINDO DO PRESSUPOSTO QUE EU QUERO SE PARA ALÉM DE UMA GUIA DE SOBREVIVÊNCIA TRANS// EU QUERO CONTINUAR A TENDO A MINHA PERSONA DE INFLUENCIADORA DIGITAL DE LIFESTYLE/ INDEPENDENTE DA MINHA POSIÇÃO OU DA MINHA IDENTIDADE// ENTÃO É ESPERADO QUE EU COMPARTILHE A MINHA VIDA TAMBÉM//</p> <p>NESSE SEU COMPARTILHAR/ EXISTE ALGUM ASSUNTO EM QUE VOCÊ TEM MAIS DIFICULDADE EM PRODUZIR CONTEÚDO/ QUE VOCÊ REALMENTE SE SENTIU DESCONFORTÁVEL/ MAS MESMO ASSIM TEVE QUE ABORDAR NO SEU CANAL?</p>
APRESENTADOR	PGT3	<p>ENTÃO/ EU ACHO QUE OS ASSUNTO QUE SÃO MAIS DESCONFORTÁVEIS DE FALAR SÃO AQUELES EM QUE EU ME SINTO MAIS EXPOSTA OU/ TALVEZ/ OS QUE EU TENHA MENOS DOMÍNIO// COMO EU MESMO EDITO OS MEUS PRÓPRIOS VÍDEOS/ EU TENHO TENDÊNCIA A OBSERVAR O MEU COMPORTAMENTO E EU SEMPRE TRAVO/ EU DOU UMA ATROPELADA NAS PALAVRAS QUANDO EU ESTOU FALANDO DE UMA COISA EM QUE NÃO TENHO CEM POR CENTO DE DOMÍNIO//</p>
ENTREVISTADA		<p>MAS É MUITO BOM PARA APRENDER A APERFEIÇOAR O CONTEÚDO/ A ESTRUTURA DOS MEUS VÍDEOS//</p> <p>EM RELAÇÃO A ESSA CULTURA DE CANCELAMENTO/ EXISTE ALGUM ASSUNTO O QUAL VOCÊ TEM MEDO DE TOCAR POR CAUSA DO CANCELAMENTO?</p> <p>ATÉ ENTÃO/ EU NÃO TIVE// EU TINHA MUITO MEDO DE QUE/ CONFORME O MEU CANAL FOSSE CRESCENDO DENTRO DA INTERNET EU ME TORNA-SE MUITO VULNERÁVEL A COMENTÁRIOS NEGATIVOS//</p> <p>EU PERCEBI QUE/ PELO MENOS NA MINHA PLATAFORMA/ O MEU PÚBLICO É MUITO</p>

ENTREVISTADA		<p>FIEL/ ELE GOSTA DO MEU CONTEÚDO// E EXISTE UMA PORCENTAGEM/ SE EU FOR FALAR DE MANEIRA LEIGA/ SEI LÁ/ DE 85 A 90% DE COMENTÁRIOS POSITIVOS E O RESTO DE COMENTÁRIOS NEGATIVOS//</p> <p>ENTÃO/ EU FAÇO ESSE EXERCÍCIO DE SEMANALMENTE ENTRAR NO MEU 'ANALITICS' DO YOUTUBE E NA MINHA ABA DE COMENTÁRIOS E FICAR ALI/ UMA MEIO HORA/ QUARENTA E CINCO MINUTOS FILTRANDO OS COMENTÁRIOS E RESPONDENDO// ENTÃO/ APARECE SIM ALGUNS COMENTÁRIOS NEGATIVOS/ MAS NÃO É ALGO QUE CONSEGUE ME ATINGIR// NÃO PENSO 'NOSSA NÃO VOU MAIS CONSEGUIR FALAR SOBRE ISSO OU TENHO MEDO DE ME POSICIONAR SOBRE AQUILO/ PORQUE ATÉ ENTÃO AINDA NÃO ACONTECEU//</p>
ENTREVISTADA		<p>A MAIOR DOS COMENTÁRIOS NEGATIVOS QUE EU TENHO VEM DE HOMENS CISGÊNEROS/ QUE VESTEM A CARAPUÇA DO QUE FALO SOBRE O COMPORTAMENTO NEGATIVO DE HOMENS CISGÊNEROS// ENTÃO/ NESSE CASO NÃO É MUITO PROBLEMA MEU/ É MAIS UM REFLEXO DE QUEM ELES SÃO DE VERDADE/ ELES TENTAM ME ATINGIR EMITINDO ISSO// TEM UMA OU OUTRA CRÍTICA/ MAS SÃO SEMPRE CRÍTICAS CONSTRUTIVAS/ ENTÃO/ EU CONSIGO LIDAR MUITO BEM!//</p>
APRESENTADOR	PGT4	<p>VOCÊ TRABALHA NA FILTRAGEM DOS SEUS POSTS/ CERTO? PORQUE NA INTERNET AS PESSOAS DIZEM O QUÊ QUEREM SEM PENSAR QUE DO OUTRO LADO DA TELA EXISTE UMA PESSOA/ UM SER HUMANO/ COM SENTIMENTOS// ENTENDER ESSA CONFIGURAÇÃO DO QUE É COMENTÁRIOS CONSTRUTIVOS E DO QUE É NEGATIVO/ É MUITO BOM PARA OS PRODUTORES DE CONTEÚDO/ PORQUE QUANDO VOCÊ DEITA/ 'AQUILO' NÃO CUSTA TÃO CARO A SUA CABEÇA//</p>
ENTREVISTADA		

<p>ENTREVISTADA</p>		<p>ESSA RESPONSABILIDADE PRECISA EXISTIR DOS DOIS LADOS!// MUITO SE FALA SOBRE OS COMENTÁRIOS/ PODE SER ATÉ INUSITADO EU TRAZER ISSO À TONA/ MAS É UMA COISA QUE EU OBSERVO NOS CRIADORES DE CONTEÚDO QUE EU ACOMPANHO// É MUITO IMPORTANTE A GENTE PENSAR/ SIM/ NA RESPONSABILIDADE DE COMO A GENTE SE COMUNICA NA INTERNET/ SOBRETUDO COMO PESSOAS PÚBLICAS/ E A MANEIRO COMO A GENTE COBRA/ CANCELA OU NÃO CANCELA E ETC/ MAS EU ACHO QUE O CRIADOR DE CONTEÚDO/ A PESSOA QUE ESTÁ ALI NO FOCO/ ELA PRECISA PENSAR TAMBÉM QUE NO FINAL DO DIA/ ELA É A PESSOA QUE ESTÁ PROVENDO O CONTEÚDO PARA AS PESSOAS//</p>
<p>APRESENTADOR</p>	<p>PGT5</p>	
<p>ENTREVISTADA</p>		<p>EU VEJO TAMBÉM MUITAS RESPOSTAS AGRESSIVAS AOS COMENTÁRIOS/ ÀS VEZES DO INFLUENCIADOR MESMO// EU ACHO QUE COMO ESPECTADORA/ ESSE TIPO DE ATITUDE ME AFASTA UM POUCO DESSE PRODUTOR DE CONTEÚDO// EU ACREDITO QUE TEM UM JEITINHO DE FALAR/ DOS DOIS LADOS/ SABE!? ENTÃO/ ASSIM/ SE VOCÊ SENTE QUE O PÚBLICO ESTÁ SENDO UM POUCO AGRESSIVO/ OU SEI LÁ/ ESTÁ SENDO UM POUCO INVASIVO/ TEM UM JEITO CERTO DE VOCÊ FALAR// E TAMBÉM É MUITO INJUSTO DA MINHA PARTE COMO CRIADORA GENERALIZAR// PEGAR AQUELE 'X' PESSOA QUE ME ASSISTEM/ E POR CAUSA DE UM/ DOIS OU CINCO COMENTÁRIOS MUITO MALDOSOS/ MUITO DESRESPEITOSOS/ FALAR AQUILO NO COLETIVO// "AÍ GENTE/ EU ESTOU ME SENTINDO MAL/ POR CAUSA DISSO/ DISSO/ DISSO E VOCÊS ESTÃO FALANDO ISSO"// NÃO!// NÃO É "VOCÊS ESTÃO FALANDO ISSO"/ É UMA PEQUENA PARTE QUE ESTÁ FAZENDO ISSO//</p>
<p>ENTREVISTADA</p>		
<p>ENTREVISTADA</p>		<p>EU FALO ISSO PORQUE EU VEJO MUITOS INFLUENCIADORES FICANDO DE SACO CHEIO E DESABAFANDO NA INTERNET DE MANEIRA IRRESPONSÁVEL// VOCÊ [INFLUENCIADOR] TEM ESSA RESPONSABILIDADE TAMBÉM//</p>

ENTREVISTADA		<p>SE VOCÊ QUISER RESPEITO DO SEU PÚBLICO/ VOCÊ PRECISO CRIAR UMA DINÂMICA DE RESPEITO MÚTUO// SE VOCÊ FOR COBRAR UMA ATITUDE CIVILIZADA/ LEGAL/ DELES/ VOCÊ TAMBÉM PRECISA DAR ISSO DE VOLTA PARA ELES// ENTÃO/ EU PROCURO SEMPRE TER ESSE SENSO DE EQUILÍBRIO// EU SOU LIBRIANA/ ENTÃO...//</p> <p>VOCÊ FALOU DE PRÓXIMO MÊS E EU QUERO SABER COMO O ISOLAMENTO SOCIAL IMPACTOU NA SUA PRODUTIVIDADE E COMO ESTÁ A SUA RELAÇÃO COM A PAUSA NO CANAL// EU VI QUE VOCÊ PRODUZIU MENOS CONTEÚDO AGORA//</p>
APRESENTADOR	PGT6	<p>EU VIM DE UM BACKGROUND DE TRABALHO/ NOS ÚLTIMOS MESES/ MAIS INTENSO// EU PRODUZI MUITO CONTEÚDO ANO PASSADO/ SOBRETUDO EM DEZEMBRO// GERALMENTE EM DEZEMBRO EU PUBLICO VÍDEO TODOS OS DIAS DO MÊS// ENTÃO/ É UM VOLUME DE TRABALHO MUITO GRANDE// DEPOIS EU VIAJEI DE FÉRIAS/ EU VOLTEI UM POUCO CANSADA/ EU COMECEI DOIS MIL E VINTE UM POUCO DEBILITADA/ NA VERDADE/ EU ESTAVA COM UM POUCO DE 'BURNOUT' QUE É QUANDO VOCÊ SE CANSA UM POUCO NO AMBIENTE DE TRABALHO/ POR CAUSA DA DINÂMICA DO AMBIENTE DE TRABALHO//</p>
ENTREVISTADA		<p>PORQUE/ PARA QUEM TRABALHA COM CONTEÚDO DE INTERNET/ TEM QUE ENTENDER QUE É MUITO TRABALHO/ É MUITO INVESTIMENTO E O RETORNO É À LONGUÍSSIMO PRAZO/ ELE VEM A PASSO DE FORMIGUINHA// ENTÃO VOCÊ TEM QUE TER MUITA PACIÊNCIA// NÃO É UMA COISA QUE VOCÊ VAI FAZER 'AH/ SEI LÁ/ UMA HORA POR SEMANA EU VOU GRAVAR UM VÍDEO/ PRODUZIR UM CONTEÚDO E É ISSO AÍ// EU VOU CRESCER EM UM MÊS'// NÃO/ NÃO!// NÃO É ASSIM/ TEM FATORES/ ESTATÍSTICAS E PROBABILIDADES/ É UM MUNDO MATEMÁTICA DENTRO DAS REDES SOCIAIS// ENTÃO ACABA FICANDO</p>

ENTREVISTADA	<p>CANSATIVO/ PORQUE VOCÊ DOA MUITO/ VOCÊ PRODUZ MUITO/ E O RETORNO É UM POUCO MENOR// NÃO QUE ISSO SEJA O MAIOR FATOR PARA ME DESMOTIVAR OU PARA ME FAZER DAR UMA PAUSA/ MAS EU SENTI QUE TINHA NECESSIDADE DE PARAR UM POUCO E EU ENTENDI ESSE ISOLAMENTO SOCIAL COMO O MOMENTO DE DESACELERAR/ NO SENTIDO DE QUE O MUNDO TODO ESTAVA DESACELERANDO// EU PENSEI 'POR QUE EU TENHO QUE IR CONTRA ISSO?'</p> <p>MUITOS CRIADORES DE CONTEÚDO FORAM BEM AO OPOSTO/ COMEÇARAM A PRODUZIR EM MASSA/ PORQUE PERCEBERAM UMA POSSIBILIDADE/ ALGO COMO/ "AS PESSOAS ESTÃO FICANDO MAIS EM CASA/ ENTÃO VÃO CONSUMIR MAIS// " E/ ASSIM/ EU ACHO ISSO MUITO LEGAL/ EU ACHO QUE A PESSOA TEM QUE SER PRODUTIVA MESMO/ MAS EU NÃO QUERO SER REFÉM DISSO// EU NÃO QUERO SER REFÉM DESSAS LINHAS DE PENSAMENTO MUITO CAPITALISTA DO TIPO/ "APROVEITE SEMPRE TODAS AS OPORTUNIDADES OU VOCÊ VIU ESSA OPORTUNIDADE AQUI? ENTÃO AGARRE E SE MATE POR ISSO"// NÃO/ NÃO É POR AÍ QUE EU ACREDITO QUE SEJA// EU ACREDITO QUE A GENTE TEM SIM O DIREITO DE PODER PARA E FAZER O CONTEÚDO COM A GENTE ESTIVER MELHOR/ PORQUE/ TALVEZ/ SE EU NÃO TIVESSE PARADO/ EU TERIA PRODUZIDO UM CONTEÚDO DE MENOR QUALIDADE// EU NÃO ENTREGARIA UM CONTEÚDO TÃO INTERESSANTE//</p> <p>SOBRE OS PRÓXIMOS VÍDEOS QUE VOCÊ ESTÁ PRODUZINDO E EDITANDO/ O QUE A GENTE PODE ESPERAR?'</p> <p>ENTÃO O MEU CONTEÚDO ELE SEMPRE GIRA EM TORNO DO QUE O PÚBLICO QUER QUE EU FALE E TAMBÉM DO QUE ESTOU INSPIRADA A FALAR NO MOMENTO// ENTÃO O LIFESTYLE SEMPRE VAI EXISTIR/ MODA SUSTENTÁVEL QUE FOI UM ASSUNTO QUE SURTIU NOS MEUS ANOS DE CONTEÚDO E</p>
ENTREVISTADA	

<p>APRESENTADOR</p>		<p>TEVE UMA RESPOSTA MUITO BACANA/ QUE ME DEIXOU MUITO FELIZ/ E ME VALIDOU COMO CRIADORA DE CONTEÚDO// EU PENSEI/ “POXA/ É UM NICHU QUE EU GOSTO DE FALAR E NÃO ESTÁ ATRELADO A MINHA IDENTIDADE/ SABE!?”// QUALQUER PESSOA PODE FALAR SOBRE MODA SUSTENTÁVEL/ E AS PESSOAS ESCOLHERAM O MEU CONTEÚDO SOBRE ISSO// ENTÃO É MUITO PRECISOS PARA MIM// É/ EU ACHO QUE É ISSO!//</p> <p>EU ACOMPANHO CERTAS YOUTUBERS TRANS TAMBÉM/ E O QUÊ EU VEJO/ NÃO NA PLATAFORMA YOUTUBE EM SI/ MAS NOS STORIES DO INSTAGRAM/ ALGO COMO UMA CERTA SATURAÇÃO DAS PRÓPRIAS INFLUENCIADORAS SOBRE O ASSUNTO/ A PAUTA/ DE VIVÊNCIA TRANS// DE DIZER “MEU/ EU SÓ FALO DISSO/ EU NÃO QUERO MAIS FALAR SOBRE ISSO/ TEM PLAYLIST NO MEU CANAL SOBRE O ASSUNTO// EU TENHO OUTRO TIPO DE INFORMAÇÃO PARA LEVAR A VOCÊS!// ENTÃO/ ASSIM...//</p>
<p>ENTREVISTADA</p>	<p>PGT7</p>	<p>EXATAMENTE/ A GENTE CONSEGUE SE REBELAR CONTRA A CAIXINHA NA QUAL A SOCIEDADE COLOCA A GENTE// E DIZER/ “EU NÃO VOU ME LIMITAR SOMENTE A ISSO!”// O QUE É A COISA MAIS LEGAL DE VOCÊ PRODUZIR CONTEÚDO PARA A INTERNET// CRIAR PÚBLICOS MAIS INDEPENDENTES E/ AO MESMO TEMPO/ MAIS FLEXÍVEIS// TEM AS MENINAS TRANS QUE CRIAM CONTEÚDO E SÃO ‘GAMERS’ E ÓTIMOS// ELAS CRESCERAM MUITO NA PLATAFORMA/ E ISSO É MARAVILHOSO PARA AS ELAS E PARAS AS MENINAS QUE SE ESPELHAM NELAS/ QUE GOSTAM DESSE NICHU/ QUE GOSTAM DE TECNOLOGIA/ OU GOSTAM SIMPLEMENTE DE VIDEOGAME MESMO// TEM AS MENINAS DO LIFESTYLE E DE BELEZA...// EU GOSTO MUITO DESSA DIVERSIDADE/ EU GOSTO DE CONSUMIR O CONTEÚDO DESSAS PESSOAS/ PRINCIPALMENTE DA PEPITA/ EU A ACHO MARAVILHOSA// EU AMO COMO ELA</p>
<p>ENTREVISTADA</p>		

<p>ENTREVISTADA</p>	<p>CONSEGUE TRAZER UMA PAZ PARA VOCÊ// ELA CONSEGUE RECARREGAR A SUA ENERGIA E DEIXAR VOCÊ LÁ EM CIMA//</p> <p>ELA É UM EXEMPLO DE CRIADORA DE CONTEÚDO DA COMUNIDADE/ QUE CONSEGUIU ROMPER COM MUITOS ESTIGMAS/ MUITOS PRECONCEITOS DA SOCIEDADE// SÃO NESSES TIPOS DE EXEMPLO NOS QUAIS EU ME ESPELHO PARA CRIAR UM CONTEÚDO CADA VEZ MAIS SINGULAR// CADA VEZ MAIS PRISCILA/ E MENOS 'A FULANA TRANS DO YOUTUBE'//</p> <p>EU AMO A PEPITA TAMBÉM!// EU AMO TAMBÉM O CONTEÚDO DA LANA ALMEIDA// EU ACREDITO QUE ELE SEJA MUITO IMPORTANTE PARA INTERNET PORQUE ELE FALA DE UMA REALIDADE/ QUE MUITAS VEZES É VISTA APENAS DE UM LADO DA MOEDA/ O LADO DA MARGINALIDADE// E A LANA MOSTRA UM OUTRO LADO/ O LADO HUMANO QUE FALA MUITO DA QUESTÃO DO 'EU ESTOU NESTA POSIÇÃO PORQUE A SOCIEDADE ME COLOCOU AQUI/ NÃO FUI EU QUE ESCOLHI ESTAR AQUI!'// EU AMO ESSE CONTEÚDO DA LANA!//</p> <p>O OBJETIVO DESSA CONVERSA É MOSTRAR REPRESENTATIVIDADE AOS ADOLESCENTES LGTBTS E EU QUERO SABER QUAIS SÃO AS INFLUÊNCIAS! VOCÊ PODE FALAR?</p> <p>EU GOSTO MUITO DA GALERA GRINGA/ ENTÃO/ SORRY/ MENINAS// NÃO TEM NO BRASIL// TEM A PEPITA É CLARO/ O INSTAGRAM DELA É MUITO RICO/ TEM MUITO CONTEÚDO TODOS OS DIAS/ ENTÃO/ É ENTRETENIMENTO PARA VOCÊ SE TRANSBORDAR// E ALÉM DE TER UM CONTEÚDO LEVE E DIVERTIDO/ AO MESMO TEMPO ELE É MUITO NECESSÁRIO E DIDÁTICO E DE FÁCIL ENTENDIMENTO// ENTÃO/ CLARO QUE EU COLOCO A PEPITA NO TOPO DESSA LISTA//</p>
---------------------	---

<p>APRESENTADOR</p> <p>ENTREVISTADA</p>	<p>PGT8</p>	<p>EU GOSTO MUITO DE INFLUENCIADORAS COMO A NIKITA DRAGUN/ UMA INFLUENCIADORA NORTE AMERICANA/ TRANS TAMBÉM// E ELA TEVE TODA A TRANSIÇÃO DE GÊNERO DOCUMENTADA NO YOUTUBE/ ELA COMEÇOU O CANAL ANTES DA TRANSIÇÃO// ENTÃO/ TODO AQUELE CONTEÚDO QUE MUITA GENTE GOSTA DE ASSISTIR/ QUE A GENTE SABE QUE É MASSANTE/ QUE É DENTRO DA CAIXINHA/ MAS MUITA GENTE GOSTA/ ESTÁ LÁ// CIRURGIAS/ HORMÔNIOS E TAL ESTÁ LÁ//</p> <p>TEM A GIGI GORGEOUS TAMBÉM/ O QUÊ MUITO INTERESSANTE NA GIGI É QUE ELA É TRANS E LÉSBICA// ELA TEM UM RELACIONAMENTO COM UMA MENINA HÁ ALGUNS ANOS/ INCLUSIVE SE CASARAM RECENTEMENTE// E É MUITO INTERESSANTE PORQUE ABRE AINDA MAIS A CAIXINHA/ ABRE UM POUCO MAIS A CABEÇA DAS PESSOAS QUE TEM MUITA DIFICULDADE DE ENTENDER O QUÊ É SER UMA PESSOA TRANS E O QUÊ É SER UMA PESSOA COM ORIENTAÇÃO SEXUAL GAY/ LÉSBICA E ETC//</p> <p>E/ TALVEZ/ A MINHA DIVA PRINCIPAL/ QUE EU AMO/ E NUNCA ME CANSO DE ENALTECER NA MINHA VIDA, QUE É A CANTORA ALEMÃ, A KIM PETRAS// VOCÊ CONHECE O TRABALHO DELA?</p> <p>CONHEÇO!// ELA LANÇOU RECENTEMENTE UM VIDEOCLIBE COM A PABLO E COM DEMI...//</p> <p>EXATAMENTE/ EU ACHO QUE ISSO VAI AJUDAR MUITO NA CARREIRA DELA// NA VERDADE/ EU PODERIA FAZER UM PODCAST SÓ SOBRE A KIM PETRAS/ PORQUE EU SOU PHD EM KIM// MAS PARA RESUMIR/ SEM TOMAR O TEMPO DA GALERA/ MAS EU COMECEI A MINHA TRANSIÇÃO POR CAUSA DA KIM PETRAS// EU A CONHECI POR UM PROGRAMA DE TV E FIQUEI APAIXONADA/ EU PENSEI/ ENTÃO TUDO O QUE EU QUISER SER EU POSSO SER/ PORQUE EU SOU IGUAL A ESSA MENINA// ELA É IGUAL A MIM!// EU</p>
--	-------------	--

<p>APRESENTADOR</p>		<p>CONSEGUI ME CONECTAR MUITO COM ELA/ COM A PERSONA KIM PETRAS// A GENTE JÁ INTERAGIU ALGUMAS VEZ/ E EU TENHO A HONRA DE FALAR ISSO// E EU FICO MUITO FELIZ DELA SER A PRIMEIRA ARTISTA TRANS A ROMPER O MAINSTREAM NO POP/ QUE É UM SEGMENTO MUITO NICHADO// ESTAMOS FALANDO DE UM SEGMENTO QUE TEM COMO ÍDOLO A TAYLOR SWIFT// SABE?// NADA CONTRA/ EU AMO A TAYLOR/ MAS/ ASSIM/ ELA É A MENINA CISCÊNERO/ A GAROTINHA AMERICANA PERFEITA!// E É MUITO DIFÍCIL ROMPER ESSE CENÁRIO E TRAZER UM MENINA TRANS PARA ELE//</p>
<p>ENTREVISTADA</p>		<p>ENTÃO/ EU COM CERTEZA INDICO A KIM PETRAS/ ELA TRABALHOU MUITO DURO PARA CHEGAR ONDE ELA CHEGOU/ E ELA ESTÁ SOZINHA HÁ MUITO TEMPO! COMO CANTORA INDEPENDENTE O QUE ELA CONQUISTOU FOI MUITO GRANDE!//</p> <p>PRISCILA FOI UM PRAZER CONVERSAR COM VOCÊ E SABER UM POUQUINHO MAIS SOBRE A FORMA COMO VOCÊ PRODUZ CONTEÚDO PARA A INTERNET// EU QUERO QUE VOCÊ VOCÊ FALE O SEU NOME NO YOUTUBE E SEU “ARROBA” NO INSTAGRAM/ PARA O PESSOAL ACOMPANHAR O SEU TRABALHO QUE É MUITO BEM PENSADO E MUITO BEM FEITO//</p> <p>AH/ OBRIGADA! EM PRIMEIRO LUGAR/ OBRIGADA POR ABRIR ESSE ESPAÇO/ PORQUE EU SEMPRE QUIS FALAR EM UM PODCAST E EU ME SENTI MUITO BEM/ A CONVERSA FLUIU MUITO BEM!//</p> <p>ENTÃO/ MENINAS!// PARA QUEM ESTIVER INTERESSADA EM CONSUMIR O MEU CONTEÚDO/ O MEU “ARROBA” NO INSTAGRAM É ARROBAPRIGGUIMARAES/ ESSE É O MEU INSTAGRAM/ É O MESMO “ARROBA” DO TIK TOK TAMBÉM/ E NO YOUTUBE/ ONDE EU TENHO UMA PLATAFORMA MAIOR E UM CONTEÚDO MAIS</p>

<p>ENTREVISTADA</p>		<p>ELABORADO/ É PRISCILA GUIMARÃES!// TEM CONTEÚDO TODA SEMANA!!!</p> <p>ENTÃO É ISSO PESSOAL! PRI/ MUITO OBRIGADO/ FOI UM PRAZER CONVERSAR COM VOCÊ!// ENTÃO PESSOAL/ SIGAM A PRI/ ASSISTAM O CONTEÚDO DELA NO YOUTUBE PORQUE É DE QUALIDADE/ É MUITO BOM!//</p> <p>AH/ OBRIGADA GENTE/ OBRIGADA PARA VOCÊ TAMBÉM!// BEIJO GENTE!//</p> <p>BEIJOS! FIQUEM EM CASA!//</p>
<p>APRESENTADOR</p>		<p>O 'ESCUTE SEM VERGONHA' É O PODCAST DO BLOG 'SEM VERGONHA'// PRODUZIDO POR DANIEL ALMEIDA/ ESTUDANTE DE JORNALISMO DA UNIVERSIDADE FEDERAL DE OURO PRETO// O CONTEÚDO INTEGRA A PARTE PRÁTICA DA DISCIPLINA DE TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO II/ OFERTADA NO PERÍODO LETIVO DE 20.1// O ROTEIRO/ A LOCUÇÃO E A EDIÇÃO DESTE PODCAST FORAM FEITAS POR DANIEL ALMEIDA SOB ORIENTAÇÃO DA PROFESSORA MICHELE TAVARES</p>
<p>APRESENTADOR</p>	<p>PGT9</p>	
<p>ENTREVISTADA</p>		

ENTREVISTADA

ENTREVISTADA

ENTREVISTADA

ENTREVISTADA		<p>DANI/ EU QUERO SABER PRIMEIRO DE ONDE SURTIU O SEU DESEJO POR ATUAR NO MUNDO DAS ILUSTRAÇÕES E DAS HQS//</p> <p>ENTÃO/ COMO QUALQUER CRIANÇA/ SEMPRE COMEÇA A DESENHAR QUANDO PEQUENO E CURTE ISSO/ EU APENAS NUNCA PAREI DE DESENHAR/ NÉ!? AS PESSOAS QUANDO CRESCEM VÃO PARANDO//</p>
APRESENTADOR	PGT2	<p>EU SEMPRE CONSUMI MUITO QUADRINHOS QUANDO PEQUENA/ COMO “TURMA DA MÔNICA”/ “GARFIELD” E FOI NESSE MESMO MOMENTO QUE EU COMECEI A LER QUADRINHOS JAPONESES E EU NUNCA PAREI DE DESENHAR//</p>
ENTREVISTADA		<p>SEMPRE FOI UMA COISA QUE EU PENSEI: “PUTS! É ISSO QUE EU QUERO!...É A ÚNICA COISA QUE SEI FAZER BEM!”// E FOI AÍ QUE EU COMECEI A ESTUDAR ANIMAÇÃO/ MAS NÃO ME DEI MUITO BEM COM ALGUMAS COISAS E/ COMO EU SEMPRE TIVE MAIS FACILIDADE COM QUADRINHOS E ILUSTRAÇÕES//</p>
ENTREVISTADA		<p>ENTÃO/ MEIO QUE NATURALMENTE FOI SEGUINDO ESSE CAMINHO//</p> <p>E ESSE CONTEÚDO SEU/ DE MODO GERAL/ ATÉ ONDE TIVE ACESSO/ ELE É DIRECIONADO AO PÚBLICO LGBTI+ E ADOLESCENTES// E EU QUERO SABER/ DE ONDE SURGE O DESEJO DE ABORDAR ESSES ASSUNTOS//</p>
ENTREVISTADA		<p>ENTÃO/ VEM BASTANTE DE MIM MESMA/NÉ!? A NINA [DO “O MUNDO DE NINA”]/ QUANDO EU ENTREI NA FACULDADE E ABRACEI COMPLETAMENTE QUEM EU ERA E ME ENTENDI COMO MULHER LÉSBICA/ EU FUI PROCURAR MUITO DESSE CONTEÚDO E EU NÃO ACHAVA COISAS QUE ME SATISFAZIAM MUITO BEM//</p> <p>EU SEMPRE QUIS HISTÓRIAS BONITINHAS QUE TERMINASSEM COM FINAL FELIZ/ QUE</p>

ENTREVISTADA		
APRESENTADOR	PGT3	<p>AS MENINAS SE DASSEM BEM/ QUE AS PESSOAS NÃO MORRIAM SEMPRE// ENTÃO/ EU ACABEI FAZENDO AQUELA COISA: “CRIANDO O QUÊ EU QUERIA VER”/ SABE!?</p> <p>PORQUE NÃO TINHA AS COISAS DA FORMA EM QUE EU QUERIA//</p>
		<p>NÃO CRITICANDO, TEM FILMES MUITO BONS POR AÍ/ MAS EU QUERIA ALGO MAIS ADOLESCENTE MESMO!</p>
ENTREVISTADA		<p>ENTENDI, MAS VAMOS PONTUAR QUE “A VIDA DE NINA” É UM SUCESSO NO INSTAGRAM E NO FACEBOOK! EU QUERO MUITO ABORDÁ-LA/ PORQUE É MUITO INTERESSANTE COMO VOCÊ NARRA O PRIMEIRO AMOR/ O DESPERTAR DA AFETIVIDADE DA NINA COM A OLIVIA// EU GOSTO MUITO! EXCELENTE TRABALHO//</p>
		<p>OBRIGADA!</p>
ENTREVISTADA		<p>A NINA VEM DE MUITAS EXPERIÊNCIAS MINHAS/ DO COLEGIAL E DOS MOMENTOS EM QUE EU FICAVA SENTADA PENSANDO: “HUM/ OLHA SÓ PARA ISSO! QUE PENSAMENTO INTERESSANTE!”// APOSTO QUE TODOS DEVEM PENSAR ISSO/ MAS NÃO! ENTÃO/ ASSIM SURTIU A NINA//</p>
		<p>A NINA COMEÇOU COM A PARTIR DE UMA LIÇÃO DE CASA DE UM CURSO DE QUADRINHO QUE EU FIZ// EU SABIA QUE EU QUERIA FAZER UMAS TIRINHAS BONITINHAS E GAYS! E/ NA ÉPOCA/ EU TINHA UMA LISTA NO MEU CELULAR DE QUANDO EU ESTAVA ME ENTENDENDO COMO LÉSBICAS DE MOMENTOS EM QUE EU CONSTATAVA “ISSO NÃO É UM PENSAMENTO HETERO!”//</p>
APRESENTADOR		<p>EU ACABEI PEGANDO ITENS DESSA LISTA/ QUE SERVIA PARA EU ME AUTOAFIRMAR/ E ACABEI FAZENDO TIRINHAS SOBRE ELES//</p>
		<p>ANTES DA GENTE CONTINUAR CONVERSANDO SOBRE A NINA É IMPORTANTE INFORMAR QUE “A VIDA DE NINA” GANHA TIRINHAS NOVAS TODA</p>

ENTREVISTADA		<p>SEMANA LÁ NO INSTAGRAM DA DANI/ O ARRÔBA DA DANI É O ARRÔBADANIFRANCK COM “CÊ” “CÁ”/ CERTO?</p>
ENTREVISTADA		<p>ISSO, ISSO MESMO!</p> <p>DANI, SOBRE O SEU CONTEÚDO QUE RETRATA O AMOR LÉSBICO NA ADOLESCÊNCIA/ SE VOCÊ TIVESSE ACESSO A ESSE CONTEÚDO DURANTE A SUA FASE DE DESCOBERTAS/ NO DESPERTAR DA SUA AFETIVIDADE/ COMO ISSO TERIA IMPACTADO NA DANI ADOLESCENTES? VOCÊ TEM ALGUMA IDEIA?</p>
ENTREVISTADA		<p>EU ACHO QUE TERIA FEITO UMA GRANDE DIFERENÇA/ PORQUE SE VER NAS COISAS É MUITO IMPORTANTE// A GENTE CRESCE SÓ VENDO RELAÇÕES DE AMOR QUE NÃO CONSEGUIMOS NOS IDENTIFICAR//</p>
ENTREVISTADA		<p>EU SÓ VI AS MULHERES FICANDO COM HOMENS E OS HOMENS INCRÍVEIS OU O PROTAGONISTA MASCULINO ENCABULADO DE FALAR COM A MENINA// E/ ISSO/ NÃO ERA ALGO QUE “BATIA” DA MESMA FORMA PARA MIM/ SABE!?</p>
APRESENTADOR		<p>EU QUERIA A HISTÓRIA DE UMA MENINA GORDINHA QUE GOSTASSE DE ALGUÉM E FICASSE: “MEU DEUS/ E AGORA!?”// É IMPORTANTE FALAR QUE AS PESSOAS GORDAS EM FILMES E NA MÍDIA/ SEMPRE ACABAM SENDO UM TANTO QUANTO RIDICULARIZADAS/ E ISSO É UMA COISA QUE EU TENTO BATER FORTE TAMBÉM! EU SEMPRE TENTO FAZER OS MEUS PERSONAGENS COM CORPOS DIFERENTES E FORMAS DIFERENTES PARA QUE VÁRIAS PESSOAS POSSAM SE IDENTIFICAR E DIZER: “ESTÁ TUDO BEM SER ASSIM/ ESTÁ TUDO BEM SER EU!”//</p>
ENTREVISTADA		<p>É UMA FORMA DE ABORDAR REPRESENTATIVIDADE MESMO/ OLHAR E DIZER AO OUTRO: “TEMOS DIVERSIDADE/</p>
APRESENTADOR	PGT4	

ENTREVISTADA		<p>NÃO É SÓ UM PADRÃO QUE EXISTE NESSE MUNDO!"</p> <p>É/ É ISSO// EU JÁ RECEBI MENSAGENS DE ALGUMAS MENINAS DIZENDO: "OI/ EU SOU MENOR DE IDADE E EU LEIO A NINA// É MUITO BOM E FAZ EU ME SENTIR MUITO BEM!"// E EU SEMPRE FICO/ EMOCIONADA E MUITO FELIZ!</p> <p>PORQUE/ EU ACHO QUE NA MINHA ÉPOCA/ ESSE CONTEÚDO FARIA MUITA DIFERENÇA PARA MIM COM 15 OU 14 ANOS/ LENDO HISTÓRIAS ASSIM!//</p>
ENTREVISTADA		<p>SABER QUE VOCÊ NÃO ESTÁ SOZINHA E QUE MAIS PESSOAS PASSAM PELA MESMA SITUAÇÃO QUE VOCÊ/ NÉ!?</p> <p>É!</p>
ENTREVISTADA		<p>EU SUPER ENTENDO/ PORQUE A GENTE TEM MAIS OU MENOS A MESMA IDADE/ EU TENHO 23 ANOS AGORA/ E QUANDO EU ESTAVA NESSE PROCESSO DE ME DESCOBRIR E ENTENDER/ FALTAVA MUITO DESSE CONTEÚDO// SEMPRE EM QUE EU BUSCAVA ESSE CONTEÚDO NA INTERNET/ EU NUNCA ENCONTRAVA UM CONTEÚDO BRASILEIRO QUE CONTASSE A REALIDADE QUE O ADOLESCENTE QUE ESTÁ SE DESCOBRINDO/ TENDO OS SEUS PRIMEIROS DESEJOS E CONTATOS// E/ É MUITO LEGAL COMO VOCÊ ABORDA ISSO/ NO CASO DA NINA/ POR EXEMPLO/ É ALGO SENSÍVEL/ FOGE COMPLETAMENTE DESSA LINGUAGEM DA HQ/ QUE MUITAS VEZES/ VÊ A MULHER DE MODO MAIS SEXUALIZADO</p>
APRESENTADOR		<p>CAINDO NESSE PONTO/ EU QUERO CONVERSAR COM VOCÊ SOBRE A SUA ATUAÇÃO NO UNIVERSO E NO MERCADO DAS HQS// EU QUERO ENTENDER COMO VOCÊ SE SENTE TRABALHANDO NESSE</p>

ENTREVISTADA		<p>NICHO/ OFERTANDO CONTEÚDO A ELE/ NESSA CONFIGURAÇÃO QUE PREVALECE OS HOMENS, CIS E HETEROS// E VOCÊ COMO MULHER LÉSBICA/ COMO VOCÊ SE VÊ NESSE ESPAÇO?</p>
ENTREVISTADA		<p>OLHA/ PARA FALAR A VERDADE EU ACABO NÃO TENDO CONTATO COM OS HOMENS CIS E HETEROS/ PORQUE EU ACABO FICANDO NO MEU NICHO// E EU FICO CONTENTE/ PORQUE CADA VEZ MAIS APARECE CELEBRAÇÕES DESSE NOSSO NICHO LGBT// EXEMPLO/ ANO PASSADO/ TEVE A “POC COM”/ FOI UMA FEIRA AQUI EM SÃO PAULO SÓ PARA O PÚBLICO LGBT/ E FOI A PRIMEIRA FEIRA/ E LOTOU O LUGAR/ TEVE FILA POR HORAS PARA AS PESSOAS ENTRAREM//</p>
APRESENTADOR		<p>FOI MUITO BOM/ PORQUE O EVENTO INTEIRO TEVE APENAS ARTISTAS LGBT/ E FOI SUPER “UAL/ ENTÃO É ASSIM QUE ELES SE SENTEM NORMALMENTE!” E FOI MUITO INCRÍVEL//</p>
ENTREVISTADA		
APRESENTADOR		<p>NORMALMENTE EU TRABALHO MAIS INDEPENDENTE MESMO/ ÀS VEZES FAÇO UM FREELA LÁ E AQUI/ MAS O MEU TRABALHO DE QUADRINHOS É INDEPENDENTE// ENTÃO/ EU SEMPRE PARTICIPO DE FEIRAS INDEPENDENTES/ JÁ FUI NA “COMIC COM”/ JÁ FUI EM UMA FEIRA DE QUADRINHOS EM CURITIBA/ EM VÁRIOS LUGARES/ JÁ FUI NO “FIC” TAMBÉM/ QUE É A FEIRA DE QUADRINHOS QUE TEM EM BELO HORIZONTE// E/ EU SEMPRE ACABO FICANDO DO MEU LADO COM VÁRIOS AMIGOS E COLEGAS LGBT+S QUE TAMBÉM PRODUZEM CONTEÚDOS MUITO BONS// ENTÃO EU ACABO FOCANDO MAIS NESSAS PESSOAS//</p> <p>EU TENHO ACOMPANHADO MUITO DO CONTEÚDO QUE É PRODUZIDO POR PESSOAS LGBT+S E CADA VEZ MAIS SURGE ESSE COMENTÁRIO “EU PREFIRO TRABALHAR NA MINHA BOLHA/ É MAIS SEGURO/ EU NÃO PRECISO EXPLICAR AQUILO QUE EU SEMPRE TENHO QUE</p>

<p>APRESENTADOR</p>	<p>PGT5</p>	<p>EXPLICAR E EU ME SINTO MAIS ACOLHIDO!"</p> <p>É BEM ISSO TAMBÉM/ EU TAMBÉM NÃO TENHO MUITA ENERGIA// ÀS VEZES QUANDO EU RECEBO UM COMENTÁRIO MALDOSO / EU NÃO TENHO MUITA ENERGIA PARA IR E DISCUTIR COM A PESSOA/ EXPLICAR E ENSINAR// EU FICO MEIO QUE "AH/ TÁ BOM! TÁ!" DEPOIS EU DELETO O COMENTÁRIO/ PORQUE/ SEI LÁ/ EU NÃO VOU DAR PALCO PARA MALUCO!</p>
<p>ENTREVISTADA</p>		<p>EU ACHO JUSTÍSSIMO/ E EU QUERO ENTENDER MAIS! COMO VOCÊ FAZ ESSA GESTÃO COM O TIPO DE "HATE" QUE RECEBE? VOCÊ CONSEGUE CANALIZÁ-LO PARA A SUA ARTE?</p> <p>ENTÃO/ É PORQUE AS MINHAS HISTÓRIAS SÃO BEM FOFINHAS// ENTÃO/ POR EXEMPLO NO INSTAGRAM E NO TWITTER/ EU NÃO RECEBO NADA// EU RECEBI ALGUNS COMENTÁRIOS NADA A VER NO FACEBOOK/ E EU ACABEI PARANDO DE USÁ-LO PORQUE ELE NÃO DAVA O ENGAJAMENTO QUE EU QUERIA//</p>
<p>ENTREVISTADA</p>		<p>MAS ÀS VEZES APARECIA UMAS PESSOAS FAZENDO UNS COMENTÁRIOS NADA A VER! OU ÀS VEZES AS PESSOAS COMENTANDO NOS MEU QUADRINHOS/ ALGO COMO: "EU ME SINTO ASSIM/ MAS EU SOU SUPER HETERO!"/ MEIO QUE SE AFIRMANDO// E EU FICAVA: "TIPO/ OK! VOCÊ PENSAR ISSO NA SUA CASA/ NÃO PRECISA COMENTAR NA MINHA PUBLICAÇÃO!"</p>
<p>ENTREVISTADA</p>		<p>MAS DEFINITIVAMENTE/ EU RECEBO MAIS COMENTÁRIOS POSITIVOS MESMO/ MUITOS DE CRIANÇAS DIZENDO QUE ESTÃO SE IDENTIFICANDO/ QUE ESTÃO PASSANDO POR ESSE PROCESSO DE SE ENTENDER E QUE AS MINHAS TIRINHAS AS FAZEM ENTENDER ALGUMA COISA// E PESSOAS FALANDO TAMBÉM QUE "SE EU TIVESSE ISSO QUANDO EU ERA PEQUENO TERIA SIDO ÓTIMO!"</p>

<p>APRESENTADOR</p> <p>ENTREVISTADA</p>		<p>EU SEMPRE RECEBO COMENTÁRIOS POSITIVO MESMO/ É SEMPRE MUITO FELIZ// NO COMEÇO EU FICAVA NERVOSA DE POSTAR AS TIRAS/ MAS AGORA EU FICO ANIMADA PARA VÊ O QUÊ AS PESSOAS VÃO ACHAR//</p> <p>SIM/ É UM CONTEÚDO MUITO LEGAL/ PORQUE TEM ESSE DESPERTAR/ NÉ!? VOCÊ VÊ A NINA COMEÇANDO A GOSTAR/ COMEÇANDO A SE ENTENDER/ E NO MEIO DISSO TUDO/ ELA FINALMENTE CONSEGUE BEIJAR A OLIVIA// ESSE FOI UM MOMENTO EM QUE EU FIQUEI MUITO ANIMADO E AGONIADO/ EU PENSAVA: “ESSE BEIJO VAI CHEGAR? ELE VAI ACONTECER?”</p> <p>E É UMA SITUAÇÃO QUE A GENTE PASSA E NÃO VEMOS MUITO/ NÓS NÃO NOS VEMOS REPRESENTADOS NESSE TIPO DE SITUAÇÃO/ É SEMPRE DESLOCADO/ A GENTE NÃO ESTÁ NESSES ESPAÇOS/ A GENTE NÃO ESTÁ NA MÍDIA// É MUITO LEGAL VOCÊ TRAZER ESSE TIPO DE CONTEÚDO NOVO//</p> <p>E NESSE NOVO QUADRINHO/ QUE ESTÁ EM FASE DE PRODUÇÃO/ O QUE VOCÊ VAI ABORDAR?</p>
<p>APRESENTADOR</p> <p>ENTREVISTADA</p>	<p>PGT6</p>	<p>ENTÃO/ ELE FAZ PARTE DE UMA COLETÂNEA DE UMA AMIGA/ ESSE QUE EU VOU PARTICIPAR É O VOLUME DOIS// O VOLUME UM CHAMA: “HISTÓRIAS QUENTINHAS SOBRE SAIR DO ARMÁRIO” E ESSE VOLUME DOIS/ O QUAL EU PARTICIPO/ SE CHAMA: “HISTÓRIAS QUENTINHAS SOBRE EXISTIR”// E PARA ELE/ EU ACABEI FAZENDO UMA HISTÓRIA BEM LEVE TAMBÉM SOBRE UMA MENINA INDO AO SEU PRIMEIRO ENCONTRO AMOROSO COM OUTRA MENINA//</p> <p>EU GOSTO BASTANTE DELE/ PORQUE MOSTRA A MENINA MEIO QUE SURTANDO ANTES DE IR AO ENCONTRO/ MEIO QUE NERVOSA/ MAS VIA SEGUINDO O “DATE” E DÁ TUDO CERTO// MAS TAMBÉM TEM UMA</p>

ENTREVISTADA		<p>DRAMA DO “SERÁ QUE VAI BEIJAR?” OU “SERÁ QUE NÃO VAI BEIJAR?”</p> <p>SEMPRE/ NÉ!? AQUELE FRIO NA BARRIGA DO QUE VAI ACONTECER! MA/ AQUI/ CONTA PARA GENTE/ COMO FOI O SEU PRIMEIRO DATE?</p> <p>O MEU PRIMEIRO ENCONTRO/ ENCONTRO MESMO/ EU ACHO QUE EU PERCEBI QUE FOI UM ENCONTRO SÓ DEPOIS NA TERAPIA// SEI LÁ/ FOI UM MOMENTO LEGAL QUE TIVE COM UMA MENINA E DEPOIS NA TERAPIA EU COMENTEI COM A MINHA TERAPEUTA E ELA FICOU “OK...ENTÃO DANI/ ISSO NA MINHA VISÃO É UMA COISA/ MAS...ENFIM!”</p>
ENTREVISTADA		<p>MUITO BOM!</p> <p>EU ESTOU AQUI PARA REPRESENTAR O DIREITO DA MULHER LÉSBICA DE SER TROUXA E NÃO PERCEBER!</p> <p>EXISTE ATÉ UM MITO DENTRO DA COMUNIDADE LGBTI+ QUE “SAPATÃO” É EMOCIONADA// O QUE VOCÊ PENSA SOBRE ISSO?</p> <p>EU ACHO QUE DEFINITIVAMENTE/ EU SOU EMOCIONADA/ MAS TENHO AMIGAS QUE NÃO SÃO TANTO QUANTO EU E TÁ TUDO BEM!</p>
ENTREVISTADA		<p>AH/ NÃO/ ÓTIMO! AGORA/ EU QUERO QUE VOCÊ FALASSE UM POUQUINHO SOBRE AS PESSOAS QUE INSPIRAM VOCÊ/ SOBRE REPRESENTATIVIDADE DENTRO DESSE UNIVERSO HQ// VOCÊ TERIA ALGUMAS PESSOAS OU TRABALHOS PARA INDICAR AOS ADOLESCENTES QUE ESTÃO NESSE PROCESSO DE SE DESCOBRIR/ DE SE CONHECER?</p>
APRESENTADOR		<p>TENHO SIM! EU VOU COMEÇAR FALANDO DO TRABALHO DE UMA AMIGA MINHA, A ARRÔBA “@ILUSTRALU”/ ELA TAMBÉM TEM UM QUADRINHO SOBRE UM MENINO GAY SE DESCOBRINDO E NAVEGANDO SOBRE TUDO</p>

<p>APRESENTADOR</p>		<p>ISSO// O TRABALHO SE CHAMA “ARLINDO”/ E ELA POSTA DUAS PÁGINAS DELE POR SEMANA E É MUITO BOM MESMO!</p>
<p>APRESENTADOR</p>	<p>PGT7</p>	<p>ESSE É UM QUE EU LEIO E FICO ESPERANDO O PRÓXIMO ANSIOSA//</p> <p>EU VOU COMENTAR TAMBÉM SOBRE UM OUTRO AMIGO MEU/ O ARRÔBA DELE É: “@OSMEUSOLHOSSAOCASTANHOS” O NOME DELE É JOHN// ELE TEM ILUSTRAÇÕES MUITO BONITAS DE CASAIS DE HOMENS/ SÃO INCRÍVEIS AS ILUSTRAÇÕES DELE/ EU FICO BABANDO!</p>
<p>ENTREVISTADA</p>		<p>TEM TAMBÉM A ARRÔBA “@ELLIEIRINEU”, OS QUADRINHOS DELA SÃO FANTÁSTICOS/ ELA É MUITO BOA!</p> <p>E A ARRÔBA “@DIKAARAUJO”/ OS TRABALHOS DELA TAMBÉM ME DEIXAM SOFRENDO/ EU QUERO SER A DICA QUANDO EU CRESCER NA ARTE/ E ELA TAMBÉM TEM QUADRINHOS MUITO BONS! DICA ARAÚJO COM “CÁ”//</p> <p>BOM/ DANI/ ENTÃO É ISSO! FOI UM PRAZER CONVERSAR COM VOCÊ! QUEM QUISER ACOMPANHAR O SEU TRABALHO/ ACOMPANHAR O MUNDO DE NINA/ ACHA VOCÊ ONDE?</p>
<p>ENTREVISTADA</p>		<p>NO INSTAGRAM E NO TWITTER/ O ARRÔBA É “DANIFRANCK” COM “CÊ” “CÁ”//</p> <p>ENTÃO, OH, PESSOAL! FIQUEM EM CASA/ ESTAMOS EM UM MOMENTO DE QUARENTENA/ TEMOS QUE RESPEITAR O DISTANCIAMENTO SOCIAL/ LAVAR AS MÃOS/ USAR ÁLCOOL GEL!</p> <p>A MÁSCARA!</p> <p>A MÁSCARA É REALMENTE MUITO IMPORTANTE! EU ESQUECI DA MÁSCARA! MAS NÃO ESQUEÇAM, USEM A MÁSCARA!</p>
<p>APRESENTADOR</p>		

<p>ENTREVISTADA</p>		<p>DANI MUITO OBRIGADO/ FOI UM PRAZER CONVERSAR COM VOCÊ!</p> <p>OBRIGADA EU!</p> <p>ENTÃO É ISSO PESSOAL, ATÉ O PRÓXIMO EPISÓDIO!</p> <p><u>SOBE E DESCE BG</u></p> <p><u>CRÉDITOS</u></p> <p>O “ESCUTE SEM VERGONHA” É O PODCAST DO BLOG “SEM VERGONHA”/ DESENVOLVIDO POR DANIEL ALMEIDA/ ESTUDANTE DO CURSO DE JORNALISMO DA UNIVERSIDADE FEDERAL DE OURO PRETO// O CONTEÚDO INTEGRA A PARTE PRÁTICA DA DISCIPLINA DE TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO DOIS OFERTADA EM DOIS MIL E VINTE PONTO UM//</p>
<p>APRESENTADOR</p>		<p>O ROTEIRO/ A LOCUÇÃO E A EDIÇÃO DESSE PODCAST FORAM FEITAS POR DANIEL ALMEIDA SOB ORIENTAÇÃO DA PROFESSORA MICHELE TAVARES//</p>
<p>ENTREVISTADA</p>		<p><u>SOBE BG</u></p>
<p>APRESENTADOR</p>		
<p>ENTREVISTADA</p>		
<p>APRESENTADOR</p>	<p>PGT8</p>	

ENTREVISTADA		
ENTREVISTADA	PÉ	
ENTREVISTADA		
APRESENTADOR		
ENTREVISTADA		

APRESENTADOR		
APRESENTADOR		
APRESENTADOR		
APRESENTADOR	CRED	
ENTREVISTADA		
APRESENTADOR		
<u>SOBE E DESCE BG</u>		
<u>CRÉDITOS</u>		