visibilidade lgbtqia+ e as mídias alternativas: estudo de caso sobre a produtora dia estúdio

**Resumo**

**Este Projeto de Pesquisa visa abordar a temática sobre visibilidade para o meio LGBTQIA+ e as mídias alternativas, fazendo um estudo de caso sobre uma produtora de conteúdos audiovisuais. A empresa escolhida é a Dia Estúdio que realiza trabalhos que são divulgados na plataforma *YouTube*, além das redes sociais *Facebook* e *Instagram*. Realiza trabalhos para *influencers* e *youtubers* LGBTs e tem como principal atividade e um dos seus maiores eventos, a transmissão, ao vivo, da Parada LGBTQIA+ de São Paulo, no Brasil, proporcionando visibilidade, representatividade e interações neste meio entre os *influencers*, *youtubers* e o público da comunidade. Tem por objetivo principal abordar o meio midiático alternativo voltado para essa comunidade crescente e que está presente na internet. Baseia-se em referências teóricas e bibliográficas, assim como documentos acerca da produtora.**

**Palavras-chave:** Visibilidade; LGBTQIA+; Mídias Alternativas; Produtora; Sociedade.

**ABSTRACT**

**This Research Project aims to address the issue of visibility for LGBTQIA+ and alternative media, making a case study about a producer of audiovisual content. The company chosen is *Dia Estúdio*, which carries out works that are advertised on the YouTube platform, in addition to the social networks Facebook and Instagram. Performs work for LGBT influencers and youtubers and has as its main activity and one of its biggest events, the live broadcast of the LGBTQIA+ Parade in *São Paulo*, Brazil, providing visibility, representativeness and interactions in this medium between influencers, youtubers and the community audience. Its main objective is to approach the alternative media focused on this growing community that is present on the internet. It is based on theoretical and bibliographic references, as well as documents about the producer.**

**Keywords**: Visibility; LGBTQIA+; Alternative Media; Producer; Society.

1. INTRODUÇÃO

A internet é, atualmente, o meio mais rápido para todo e qualquer tipo de situação. Como tecnologia, facilita a vida humana desde sua criação e proporciona qualidade de vida, a fim de agilizar e contribuir para a evolução. É por meio da internet que a globalização pode efetivar-se de maneira intensa e eficaz. O mundo está conectado, vinte e quatro horas por dia, sete dias por semana, do oriente ao ocidente, de norte a sul.

O tema proposto neste Projeto de Pesquisa se reflete diretamente no âmbito da internet, acentuado na vivência LGBTQIA+ dentro das redes sociais, no ambiente virtual da rede mundial de computadores, de forma a estar alinhado com o estudo de caso de uma empresa e produtora de conteúdos audiovisuais denominada Dia Estúdio, que produz materiais direcionados a essa comunidade, especificamente nas mídias alternativas, como a plataforma *YouTube*.

Tem por objetivos, abordar a temática de visibilidade e representatividade dando espaços a essa comunidade, analisar a produtora, apresentar meios de diálogo entre os indivíduos da sociedade, por meio da internet. Tem sua relevância a partir do ponto em que se trata de um tema socialmente divergente e atual, proporcionando discussões amplas acerca do assunto.

A leitura destina-se a todos interessados, para que possam debater e compreender o mundo real em que os indivíduos estão inseridos. Destina-se também aos profissionais da área de comunicação social, garantindo reflexões dentro das abrangências e vertentes temáticas. Constando, evidentemente, toda a particularidade da produtora, que acrescenta práticas objetivas e técnicas para facilitar o entendimento de todos os trabalhos realizados por ela.

É abordado de forma teórica, com pesquisas bibliográficas em materiais publicados eletronicamente e livros físicos dentro de algumas áreas relacionadas à sociedade e como ela se constitui. Analisam-se também documentos da produtora escolhida para ser objeto de estudo.

Traz como problematização, nicho da pesquisa, a maneira possível de analisar uma produtora de conteúdos audiovisuais inserida nas mídias alternativas destinada à comunidade LGBTQIA+, assim como suas interações, *feedback*, divulgação e meios para alcançar esse público efetivamente, oferecendo conteúdo verídico, de qualidade, livre e acessível.

1. METODOLOGIA

Este Projeto de Pesquisa, tratando-se de estudo de caso, será desenvolvido de acordo com as referências bibliográficas analisadas. Por meio de referenciamentos teóricos, publicados em meios de divulgação eletrônicos na internet, como artigos científicos, TCCs, monografias e dissertações, além da leitura de livros, permitindo assim, maior compreensão do tema e reinterpretação de teorias existentes.

Para o projeto também foram lidos artigos e matérias em jornais com altos índices de credibilidade e reconhecidos internacionalmente pelo compromisso com a verdade e a informação. Destaca-se as notícias sobre a comunidade, como também variados dados, fontes e significados no meio LGBTQIA+ e a sua relação com a sociedade em geral.

É importante o reconhecimento do tema, a partir de autores correspondentes que, às épocas, escreveram e divulgaram seus estudos científicos, assim como a leitura prévia. Será abordada a parte documental, também, tratando analiticamente da produtora Dia Estúdio.

1. RESULTADOS ESPERADOS

O Projeto de Pesquisa visa apurar e discutir resultados alcançados pela produtora Dia Estúdio acerca da visibilidade da comunidade LGBTQIA+ na internet, em suas formas de ocorrência e todos os processos necessários desde a criação de pautas até o conteúdo final disseminado nas plataformas. Busca apresentar tanto o lado das mídias alternativas quanto o corporativismo da comunicação de massa.

Observa-se que a comunidade vem ganhando força e espaço de efetiva atuação dentro do meio corporativo empresarial. A pauta desse tema expande-se a cada dia, visto que os indivíduos que estão inseridos na sociedade compreendem a importância da discussão acerca desse ponto inerente às questões como vivência comunitária, qualidade de vida e cultura social. É possível compreender a extrema importância quando analisamos os dados do site Politize (2018). O site considera os dados levantados pela ONG Grupo Gay da Bahia (GGB) que comprovam uma morte de um LGBTQIA+, no Brasil, a cada 20 horas.

Além desse dado alarmante, o site também cita a violência com a comunidade dentro dos locais de trabalho, pelo assédio moral, e dentro das residências, no meio familiar, pelo assédio psicológico.

Segundo a Pesquisa Nacional sobre o Ambiente Educacional no Brasil (2016), elaborada pela Secretaria de Educação da ABGLT – Associação Brasileira de Lésbicas, Gays, Bissexuais, Travestis e Transexuais – e publicada no site do governo federal, Agência Brasil, 73% dos estudantes LGBTQIA+ entrevistados já foram agredidos verbalmente e 36% fisicamente.

É necessário que se olhe ao entorno dessas situações, para que soluções sejam propostas e executadas. Uma das formas com que a comunidade pode garantir sua postura e dialogar com a sociedade civil, os poderes públicos e outros grupos (organizados ou não) é por meio da representatividade e visibilidade nos meios de comunicação.

3.1 Visibilidade e representatividade na internet

Muito se conhece acerca da rede mundial de computadores, a internet, e estudos para o desenvolvimento de novas ferramentas, *softwares* e tantos outros aparatos e formas, não cessam, porque a cada dia são inovados os padrões de utilização e, assim, há transformação. A transformação está diretamente ligada aos estilos de vida dos indivíduos, cada um em sua particularidade, buscando e efetivando a evolução.

As mídias sociais e digitais, assim como a internet, têm se desenvolvido cada vez mais, dia a dia, e impulsionam os indivíduos que têm acesso para que migrem de plataformas tradicionais para esse meio contemporâneo de acesso. Criam-se, assim, diferentes tipos de comportamentos sociais, principalmente entre o meio jovem, que é destinado à maior conexão e são os principais utilizadores (VIEIRA; LUZ, 2020).

A criatividade é intrínseca à visibilidade, seja qual for e em qualquer recorte social. Essa garante que a mensagem desenvolvida e emitida seja recebida pelo destinatário, o público pelo qual foi gerada.

De acordo com Nogueira e Marques (2012, p. 151), é nítido que a internet garante visibilidade às pessoas, assim como garante representatividade, pois proporciona espaços abertos de diálogos e de opiniões para que todos se façam visíveis, construam e partilhem juntos suas experiências, fortalecendo contatos e interações.

Pode-se observar que a visibilidade ganha força com o avanço dos anos, os conteúdos são pensados e programados de forma direta. Empresas, associações, gestores de marketing, já garantem em seus trabalhos a adaptação necessária que corresponda à visibilidade. A internet é responsável pela disseminação massiva dessa mensagem de visibilidade, como canal condutor irrestrito e eficiente.

A rapidez do percurso da mensagem, desde sua publicação até o momento em que chega aos aparelhos digitais, *smartphones*, *tablets*, computadores, nos *feeds* das redes sociais, corresponde ao anseio dos indivíduos pela busca insaciável de mais informações.

O conceito de representatividade deve ser discutido dentro e fora do meio corporativo, afinal, as grandes empresas geram os conteúdos/produtos para a massa consumir e dentro dessa massa existem os recortes sociais visíveis que necessitam ser pautados em discussões plurais e diversificadas das suas realidades. Marques e Nogueira (2012, p. 142) afirmam que a sociedade civil é plural em sua essência, multifacetada e, através dela, é possível experimentar a vivência democrática e participativa. A atividade recorrente de um ativismo representativo na internet, considerando a visibilidade, pode se encaixar no ciberativismo. “Com o propósito de driblar os meios de comunicação tradicionais, os ciberativistas usam a internet para se manifestarem e ampliarem o espaço de difusão de suas ideias, superando fronteiras.” (MARQUES; NOGUEIRA, 2012, p. 145).

* 1. Comunidade LGBTQIA+ nos meios de comunicação

Segundo a revista ÉPOCA (2018), “dar visibilidade ao debate sobre gênero a partir do contexto de violações de direitos constando diariamente em relatos e em evidências estatísticas é papel das instituições democráticas”.

Muitas vezes a ideia de “instituições democráticas” priva-se única e exclusivamente às instituições dos poderes legislativo, executivo e judiciário (Fóruns, Câmaras, Prefeituras, Congresso, Palácio da República etc.) ou às entidades público-privadas que buscam dialogar com a sociedade. Os objetivos dessas instituições também correspondem a esses anseios, entretanto, tantos ramos e tantas áreas necessitam garantir esse diálogo, assim como os meios de comunicação.

Essa representatividade e visibilidade de grupos e dos variados recortes sociais existentes é necessária, dentro dos meios de comunicação, tanto aos convencionais, quanto aos alternativos. O rádio, a TV, a internet, as diversas plataformas de mídias e redes sociais, assumem, nesta sociedade contemporânea, o lugar como de um palco para que os grupos que não têm sua voz devidamente respeitada e, de fato, ouvida, possam expressar-se de forma justa e igualitária.

São esses meios que marcam a presença e difundem a real experiência da comunidade. O Brasil, no geral, é um país carregado de preconceitos, seja racial, religioso, sexista, de orientações sexuais e identidades de gênero. Os indivíduos vivem como em bolhas sociais construídas dentro de seus próprios mundos internos, característica marcante nos escritos de Zygmunt Bauman, autor do livro Modernidade Líquida (2001).

Fora desses meios, nas ruas e vielas, na realidade vivida cotidianamente, existe a dificuldade da criação de laços e fortalecimento de vínculos, porque não há aberturas para diálogos e conversas. A discussão sadia, o debate de ideias e o confronto de pontos de vista, em sentidos amplos e dialógicos, são irrefutáveis para a construção da sociedade. Os meios de comunicação se apossam dessa função de manter o equilíbrio e o diálogo, uma vez que a individualidade cresce na sócio-cultura contemporânea, especialmente com e na internet.

Segundo Bauman, em entrevista para o site do jornal El País (2017), “tudo é mais fácil na vida virtual, mas perdemos a arte das relações sociais e da amizade”.

* 1. Produtora Dia Estúdio

Um evento como a Parada LGBTQIA+ de São Paulo, maior parada do mundo, com grande visibilidade e notoriedade, concentra quantidade de empresas que patrocinam e são incentivadoras da causa, como exemplo, Burger King, Uber, Avon, Mercado Livre, entre outras.

Em entrevista para a revista Meio&Mensagem (2019), Renato Viterbo, vice-presidente da APOGLBT-SP (Associação da Parada do Orgulho GLBT de São Paulo) diz que “todas essas empresas têm políticas de diversidade dentro delas”. Comenta que “quando resolvem apoiar o evento, estão mostrando para a sociedade que aquilo que tem dentro da empresa como um valor está a mostra para o mundo exterior”.

A produtora Dia Estúdio, que transmite pela plataforma *YouTube*, em formato de *live* (ao vivo), a Parada LGBTQIA+ de São Paulo, mostra que as empresas são capazes de construírem, junto à sociedade, pontes e caminhos de interlocução da mensagem de respeito, além da forma de concretização para um diálogo que pode e deve existir. Rafa Dias, CEO da produtora Dia Estúdio, em entrevista para uma matéria do próprio site da produtora (c. 2018) disse que:

“Com esse evento poderemos reunir ativistas, empresas, instituições, apoiadores, *influencers*, artistas e principalmente a sociedade em geral, para que possam celebrar com o mundo a diversidade, além de ajudar e dar visibilidade para a comunidade com discussões e debates importantes para a luta LGBT” (RAFA DIAS, c. 2018).

Neste tempo, não cabe às empresas apenas dizerem que apoiam as causas, elas precisam mostrar o apoio de forma real, solidificada, dinâmica e concreta para que transmitam a mensagem de forma eficiente aos mais variados públicos.

A Dia Estúdio tem em sua grade de trabalho os mais variados *influencers* e *youtubers.* Ela assessora e produz conteúdos para canais de entretenimento, de informação, para pessoas heterossexual, homossexuais, bissexuais, drag queens, negros, brancos, homens, mulheres, transexuais, pansexuais, de maneira descontraída.

“A Dia Estúdio promove a criatividade conectando influenciadores, marcas e o público em uma rede de conteúdo” (DIA ESTÚDIO, c. 2018).

A pluralidade e a diversidade fazem com que os efeitos e os resultados sejam alcançados de forma leve e rápida, porque o contato com o diferente transforma a vida individual e monótona. Por vezes, esse contato pode causar estranhamento, uma vez que as novidades têm a capacidade de retirar as pessoas da zona de conforto. Porém, o contato com o novo é necessário e sadio para a vida social, seja por qualquer situação: diferentes tipos de raças, culturas, religiões e não seria diferente com as questões de gênero e orientações sexuais. Esse dinamismo sócio-cultural humano faz com que o mundo seja diversificado.

Para Gyssele Mendes, jornalista, que escreveu ao site do jornal CartaCapital, em 2017:

“Imaginem quantas vidas seriam poupadas ou quantas pessoas não poderiam ter suas visões de mundo ampliadas se a mídia optasse por representações mais humanas, inclusivas, focadas na construção de empatia entre os diferentes e não em publicidade ou lucro? Essa pode não ser a solução, mas certamente é um caminho que a grande mídia poderia tomar, caso estivesse interessada em erguer uma sociedade que saiba reconhecer e conviver com as diferenças” (GYSSELE MENDES, 2017).

Portanto, esse Projeto de Pesquisa não se trata de um sonho utópico ou objetivo inalcançável. Trata-se de parte de uma luta contínua, dentro e fora da internet, dos meios de comunicação e das mídias alternativas, na busca por elementos tangíveis de igualdade, equidade e justiça social. Não deve haver privilegiados, todos são iguais, entretanto que todos sejam ouvidos, respeitados e inseridos como pessoas humanas dignas da vida e do amor.

**REFERÊNCIAS**

Dia Estúdio e APOGLBT realizam a 1ª Parada Virtual do Orgulho LGBTQIA+ de São Paulo em parceria com o YouTube Brasil. **Dia Estúdio**, c. 2018. Disponível em: <https://www.diaestudio.com/2020/06/11/paradaspaovivo2020/>. Acesso em: 14 de out. de 2020.

VIEIRA, Manuela do Corral; LUZ, Matheus Henrique Cardoso. Rita Von Hunty e o canal Tempero Drag: infotenimento, representatividade e mobilização. **Aturá - Revista Pan-Amazônica de Comunicação**, Palmas: UFT, vol. 4, nº 1, p. 162-181, jan-abr/2020. Disponível em: <https://doi.org/10.20873/uft.2526-8031.2020v4n1p162>. Acesso em: 30 de set. 2020.

MARQUES, Ângela Cristina Salgueiro; NOGUEIRA, Erika Cristina Dias. Estratégias de visibilidade utilizadas por movimentos sociais na internet. **Revista Comunicação Midiática**, Universidad de la Rioja: Dialnet, vol. 7, nº 2, p. 138-161, maio-ago/2012. Disponível em: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4413085>. Acesso em: 30 de set. 2020.

NOVE frases memoráveis para lembrar Zygmunt Bauman. **EL PAÍS**. Madri, 10 de jan. de 2017. Disponível em: <https://brasil.elpais.com/brasil/2017/01/09/cultura/1483983882\_874557.html>. Acesso em: 16 de out. de 2020.

MORAIS, Pâmela; FIGUEIREDO, Danniel. LGBTFOBIA no Brasil: fatos, números e polêmicas. **Politize!**. Brasil, 05 de out. de 2018. Disponível em: <https://www.politize.com.br/lgbtfobia-brasil-fatos-numeros-polemicas/#toggle-id-1>. Acesso em: 14 de out. de 2020.

MENDES, Gyssele. Representação de LGBTs na mídia: entre o silêncio e o estereótipo. **CartaCapital**. Brasil, 18 de maio de 2017. Disponível em: <https://www.cartacapital.com.br/blogs/intervozes/representacao-de-lgbts-na-midia-entre-o-silencio-e-o-estereotipo/>. Acesso em: 15 de out. de 2020.

STRANO, Salvador.Parada LGBTQ+ é oportunidade para patrocínio B2B. **Meio&Mensagem**. Brasil, 21 de jun. de 2019. Marketing. Disponível em: <https://www.meioemensagem.com.br/home/marketing/2019/06/21/parada-lgbtq-e-oportunidade-para-patrocinio-b2b.html>. Acesso em: 14 de out. de 2020.

TOKARNIA, Mariana. Mais de um terço de alunos LGBT sofreram agressão física na escola, diz pesquisa. **Agência Brasil**. Brasília, 22 de Nov. de 2016. Educação. Disponível em: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/educacao/noticia/2016-11/mais-de-um-terco-de-estudantes-lgbt-ja-foram-agredidos-fisicamente-diz#:~:text=Os%20%C3%ADndices%20caem%20entre%20aqueles,frequentaram%20a%20escola%20em%202015.&text=A%20frase%20foi%20dita%20por,17%20anos%2C%20de%20S%C3%A3o%20Paulo.>. Acesso em: 14 de out. de 2020.

BIANCONI, Giulliana. Para que saber o que é Pajubá?. **ÉPOCA**. Brasil, 10 de nov. de 2018. Disponível em: <https://epoca.globo.com/para-que-saber-que-pajuba-23227005>. Acesso em: 13 de out. de 2020.

BAUMAN, Zygmunt. *Modernidade Líquida*. Tradutor: Plínio Dentzien. Rio de Janeiro: Zahar, 2001.

DIMBLEBY, Richard; BURTON, Graeme. Mais do que palavras: uma introdução à teoria da comunicação. Tradutor: Plínio Cabral. São Paulo: Summus Editorial, 1990.

WOLF, Mauro. Teorias das comunicações de massa. Tradutora: Karina Jannini. Ed. 4ª. São Paulo: WMF Martins Fontes, 2009.