

RELATO DE EXPERIÊNCIA DE GRUPO DE ESTUDOS SOBRE REPRESENTATIVIDADE MIDIÁTICA DO GRUPO LGBTQIA+

*Experience report of the study group on media representation of the LGBTQIA+
group*

Francisco Jocelino Oliveira de Sousa

Universidade Estadual do Ceará, ORCID: org/0000-0002-6680-1041,
jocelino.oliveira@aluno.uece.br

Bárbara Morais Gomes

Universidade Estadual do Ceará, ORCID: org/0000-0002-2544-501X,
barbara.morais@aluno.uece.br

Marina Cristina Lopes Costa

Universidade Estadual do Ceará, ORCID: org/0000-0002-7003-8106,
marina.costa@aluno.uece.br

Hanna Helen Gadelha de Souza Othon

Universidade Estadual do Ceará, ORCID: org/0000-0002-4657-542X
hanna.helena@aluno.uece.br

Fernanda da Fonseca Giasson

Universidade Estadual do Ceará, ORCID: org/0000-0003-4998-1762,
fer.giasson@uece.br

Resumo

A representação midiática de indivíduos LGBTQIA+ pela indústria da moda apresenta algumas problemáticas. Assim, o Núcleo de Apoio Psicossocial (NAPSI) à comunidade da Universidade Estadual do Ceará (UECE) criou um grupo de estudos a fim de abordar este tema. Nesse sentido, o presente artigo tem o objetivo de relatar e debater as experiências advindas dessa atividade. A pesquisa possui caráter qualitativo e se propôs a realizar uma revisão narrativa de literatura. A partir disso, discorreu-se acerca da falta de representatividade e da apropriação da causa LGBTQIA+ como estratégia de marketing. Ademais, foi destacada a necessidade de haver rodas de conversas no meio acadêmico acerca das diversidades de gêneros e de identidades dos indivíduos, já que este é um ambiente de formação de futuros profissionais. Por fim, sugere-se que, com base nesse e outros estudos, sejam realizadas mais pesquisas sobre o tema.

Palavras-chaves: LGBTQIA+, Representatividade Midiática, Grupo de Estudos.

Abstract

The media representation of LGBTQIA+ individuals by the fashion industry presents some problems. Thus, the Psychosocial Support Nucleus (NAPSI) to the community of the State University of Ceará (UECE) created a study group to address this issue. In this sense, this article aims to report and discuss the experiences arising from this activity. The research has a qualitative character and was proposed to carry out a narrative literature review. From this, it discussed the lack of representation and the use of the LGBTQIA+ cause as a marketing strategy. Furthermore, the need for conversation circles

in the academic environment about the diversity of genders and identities of individuals was highlighted, as this is an environment for training future professionals. Finally, it is suggested that, based on this and other studies, further research on the subject to be carried out.

Keywords: LGBTQIA+; Media representation, Study Group.

1 Introdução

As discussões e pesquisas científicas que acontecem dentro da universidade desempenham uma função relevante não só na produção de novos conhecimentos, mas também na sua capacidade de tornar acessíveis aos seus integrantes os avanços contínuos do saber. Assim, a importância da universidade torna-se evidente quando os membros da instituição buscam ativamente avançar nesses saberes.

Nesse contexto, é indiscutível que as questões das lutas sociais devem ser debatidas no ambiente universitário, pois é onde esses saberes podem ganhar o devido destaque e relevância. Nesse sentido, este trabalho irá apresentar as experiências do Núcleo de Apoio Psicossocial (NAPSI) à comunidade da Universidade Estadual do Ceará (UECE), na realização de um grupo de estudos, por meio de rodas de conversas, voltado para o corpo discente da UECE. As temáticas debatidas no grupo foram aspectos históricos da luta da comunidade LGBTQIA+ e a relevância da representatividade midiática dessa parcela da população.

A partir disso, o objetivo geral deste trabalho é discutir de que forma o debate sobre a representatividade LGBTQIA+ no âmbito universitário pode contribuir para a formação acadêmica e cidadã dos discentes. Para isso, os objetivos específicos propostos são elucidar as principais questões relacionadas a representatividade midiática na moda e sujeitos LGBTQIA+, além discutir a relevância em trazer conversas acerca dessa temática para o âmbito universitário.

2 Metodologia

A pesquisa realizada é de natureza qualitativa e, para alcançar os objetivos traçados, realizou-se uma revisão narrativa baseada na literatura nacional. Durante a escolha do material teórico foram utilizadas como fonte de pesquisa as plataformas digitais *Scielo* e *Google Acadêmico*. A partir disso, buscou-se pelas expressões descritivas: LGBT, LGBTQIA+, representações midiáticas no meio LGBTQIA+ e

importância da universidade para a sociedade. Para embasamento teórico, foram utilizados dois artigos e dois Trabalhos de Conclusão de Curso (TCC), escolhidos com o critério de apresentar um modelo teórico sólido acerca do assunto analisado.

Em seguida, esses artigos foram utilizados para embasar as discussões nas rodas de conversas, organizadas de modo que dois membros do NAPSI foram responsáveis por mediar o assunto de modo crítico e cultural ao longo de dois encontros, com duração de uma hora e trinta minutos cada. Tais rodas foram orientadas por meio de slides informativos para, desse modo, haver interação entre os participantes.

O segundo encontro contou com a participação de uma convidada que é uma mulher transexual, inserida neste contexto de movimentos sociais que clamam por mudanças estruturais e igualdade de direitos. Tal encontro foi realizado por meio de uma entrevista semiestruturada, utilizando-se de perguntas-chaves com finalidade de promover o diálogo.

3 Resultados e Discussão

No primeiro encontro realizado, foi debatido com os participantes do grupo de estudos sobre a existência da diversidade na comunidade LGBTQIA+. Essa sigla, a qual será discutida ao longo do texto, engloba os respectivos grupos: lésbica “l”, gay “g”, bissexual “b”, travesti, transexual e transgênero “t”, *queer* “q”, intersexo “i”, assexual “a” e “+”, o qual abriga novas orientações sexuais e identidades de gênero.

O esclarecimento sobre a diferença entre o que seria orientação sexual e identidade de gênero foi uma pauta importante para iniciar o primeiro encontro, de modo a discorrer sobre a pluralidade de existências e identidades dos indivíduos que compõem a comunidade LGBTQIA+. Assim, foi apresentado que a orientação sexual é “inerente ao sentido do desejo sexual, sendo direcionado a pessoas do sexo oposto, do mesmo sexo, e, até mesmo, para ambos os sexos” (OLIVEIRA, 2018, p. 28). Já no debate sobre identidade de gênero, ressaltou-se que esta é reconhecida como um processo de autoconstrução, tendo como base o mundo social.

Discutir sobre essa diversidade existente na comunidade LGBTQIA+ fez-se necessária para que os integrantes do grupo de estudo pudessem ter a noção de que os indivíduos pertencentes a essa coletividade necessitam reafirmar suas existências e identidades, considerando estarem inseridos em uma sociedade que possui a

heterossexualidade e cisgeneridade como regime padrão.

Destacou-se a importância da moda para a representatividade de indivíduos LGBTQIA+, possibilitando a compreensão de que essa indústria tem um papel fundamental no que se refere a proporcionar liberdade de escolha, não só com respeito à vestimenta, mas também do estilo de vida e das atitudes, como afirma Lipovetsky (*apud* CARVALHO; LISBOA, 2019). Nesse cenário, a luta da comunidade LGBTQIA+ de obter destaque em meio a hegemonia da binaridade de gênero continua, haja vista que, na atualidade, esse grupo ainda está insuficientemente presente em campanhas publicitárias da indústria da moda. Esse fator se dá, segundo Carvalho e Lisboa (2019, p. 677), por esta mídia ainda retratar, predominantemente, a hegemonia étnico-racial branca, do sexo masculino e de orientação heterossexual, que desfruta de maior visibilidade e poder de representação.

No entanto, quando a comunidade LGBTQIA+ é representada em meios midiáticos da moda, muitas vezes isso ocorre por ser uma estratégia de marketing de grandes marcas, principalmente devido a estudos terem apontado que esse é um grupo que vem ganhando uma maior capacidade de poder aquisitivo (MATOS; PAULA; DOMINGUES, 2017). Dessa forma, um dos questionamentos levantados durante as discussões no grupo de estudos, foi a dificuldade para discernir quais empresas possuem uma política interna realmente voltada para a diminuição de preconceitos, e quais se utilizam de aspectos publicitários visando apenas o lucro. A partir disso, concluiu-se que é necessário analisar a marca como um todo para definir a veracidade do seu posicionamento, incluindo o histórico publicitário, a posição política e as práticas internas, como contratação de funcionários LGBTQIA+ para cargos de liderança.

O grupo de estudos oportunizou também a expressão de sujeitos LGBTQIA+. A existência de um local de fala como este, dentro da universidade, é importante, visto que, os ambientes educacionais podem ser locais de reprodução de preconceitos, sejam eles velados ou não, dificultando, assim, a permanência de grupos culturalmente marginalizados (SANTOS, 2017).

Seguindo esta perspectiva, durante o segundo encontro do grupo, convidou-se uma mulher transexual ativista da causa LGBTQIA+ para contribuir com o debate. Tal participação foi de extrema relevância, pois a contribuição de uma integrante do movimento LGBTQIA+ permitiu tanto a livre expressão de sujeitos marginalizados

socialmente, quanto o aprendizado mais aproximado, a partir do compartilhamento de vivências reais.

Por fim, a proposta de um grupo de estudos sobre a temática LGBTQIA+ proporcionou a abertura de um canal de comunicação e de discussão que complementa a formação dos discentes. E, sendo o NAPSI um projeto de extensão vinculado ao curso de Psicologia, a maior parte dos inscritos são graduandos neste curso. Dado o exposto, é importante citar que, segundo o Conselho Federal de Psicologia (2019), a formação acadêmica da psicologia possui uma carência de discussões sobre diversidade, o que, conseqüentemente, revela profissionais despreparados para lidar com problemáticas relacionadas ao tema. Nesse sentido, é notória a relevância em se investir em atividades complementares que impulsionem a formação dessa categoria, a fim de melhorar sua atuação.

4 Considerações Finais

Através dos processos trabalhados dessa atividade e também das discussões levantadas durante a elaboração dos encontros, nota-se a elucidação de muitas dúvidas sobre assuntos que repercutem na sociedade e nas mídias sociais quanto a comunidade LGBTQIA+. Dessa forma, a atividade usou-se de problematizações e casos recorrentes, de forma articulada com diálogos livres e discorridos em ambientes que promovam debates saudáveis.

Por fim, o presente relato suscita a necessidade de trazer questões relacionadas à visão midiática sobre a comunidade LGBTQIA+. E, ao fomentar diálogos com estudantes de graduação, notou-se que o debate atravessa esses corpos discentes e agrega conhecimentos sobre a importância de levar informação acerca desse grupo social que sofre com estereótipos, preconceitos e também são subjugados através do olhar mercantilista de entidades privadas. Sugere-se além da discussão levantado com discentes que, também, novas pesquisas sejam motivadas e elaboradas através da elucidação de problemas que esse grupo minoritário é atravessado.

Referências

CARVALHO, Luciomar de; LISBOA FILHO, Ferreira Flavi. Representações LGBTQIA+ e estudos culturais: invisibilidades da diversidade de gênero em

audiovisuais publicitários de moda. **Revista Eletrônica de Comunicação, Informação e Inovação em Saúde**, Rio de Janeiro, v. 13, n. 3, p. 672-680, jul-set. 2019. Disponível em: <https://www.reciis.icict.fiocruz.br/index.php/reciis/article/view/1726> . Acesso em: 23 jun. 2021.

de OLIVEIRA, Mayane Laisa. **Orientação sexual e identidade de gênero: a busca por direitos e o combate à discriminação**. 2018. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Direito) Centro Universitário Antônio Eufrásio de Toledo, Presidente Prudente. 2018. Disponível em:

<http://intertemas.toledoprudente.edu.br/index.php/Direito/article/view/7514/67647977> .

Acesso em: 28 jun. 2021.

MATOS, Giovanna Lisita Célico; PAULA, Pedro Henrique da Silva de;

DOMINGUES, Rosely Mana. Campanhas Publicitárias para o Público LGBT:

posicionamento de marca ou oportunidade de mercado. In: **CONGRESSO DE**

CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO NA REGIÃO SUDESTE. 2017. Disponível em:

<https://portalintercom.org.br/anais/sudeste2017/resumos/R58-0043-1.pdf> . Acesso em:

22 jun. 2021.

SANTOS, Jailson B. dos. **Os desafios da permanência de estudantes LGBT na**

universidade: uma perspectiva da diversidade sexual no curso de Pedagogia-Educação

do Campo. 2017. Trabalho de conclusão de curso (Graduação em Pedagogia) - Curso de

Pedagogia-Educação do Campo, Centro de Educação, Universidade Federal da Paraíba,

João Pessoa, 2017. Disponível em:

https://repositorio.ufpb.br/jspui/handle/123456789/14735?locale=pt_BR . Acesso em:

22 jun. 2021.

CONSELHO FEDERAL DE PSICOLOGIA. **Referências Técnicas para a atuação de psicólogos(os) em políticas públicas de diversidade sexual**. Brasília: CFP, 2019.