

Em Cores: Revista LGBT+ Em Multimeios¹

André Souza Nascimento MACEDO²

Cristiane da Silveira lima³

Universidade Estadual de Maringá, Maringá, PR

RESUMO

Projeto desenvolvido para a matéria de Planejamento e Produção em Multimeios, do quarto ano da graduação em Comunicação e Multimeios da Universidade Estadual de Maringá com a proposta de produzir uma revista em multimeios cujo objetivo é a conscientização de questões relacionadas com o público LGBT+. A produção da revista foi feita nos formatos mural e em blog em formato piloto e em sua versão final digital.

PALAVRAS-CHAVE: revista em multimeios, estudos LGBT+, mídia.

1 INTRODUÇÃO

No projeto, encaramos as portas e paredes de banheiro como um meio de comunicação eficiente dentro do universo da comunidade LGBT+. Percebe-se nos banheiros da universidade a presença de mensagens de cunho sexual que convida a outros homens homossexuais a enviar mensagem para combinar encontros fortuitos e casuais com pessoas do mesmo gênero, se valendo ou não do próprio espaço do banheiro como referência para esse encontro. A dinâmica comunicacional pode nos remeter a ideia de mídia locativa, que é “um conjunto de tecnologias e processos info-comunicacionais cujo conteúdo informacional vincula-se a um lugar específico” (LEMOS, 2008). Assim, as mensagens no banheiro falam de realidades locais, que fazem sentido dentro daquele universo espacial. As mensagens no banheiro se aproximam de uma dinâmica do jornal mural.

O jornal mural pode ser definido como um formato de publicação jornalística cujo objetivo é transmitir informações de forma objetiva e acuradas especificamente para o local de sua fixação.

O estudo sobre a eficiência e validade desse meio informal de comunicação são realizados por nós para a criação de um produto que considere as dinâmicas de interação mediadas on-offline a partir desses ambientes. Nada disso é efetivamente novo no mundo LGBT+. Fugindo de comportamentos violentos e discriminatórios, grupos combinavam encontros em ruas e becos específicos. Cidades tinham “locais” nos quais o grupo tinha conhecimento de ser pontos de encontros entre possíveis parceiros. Banheiros também servem a essa lógica, com suas paredes e portas fazendo papel de mídia.

¹ Trabalho submetido ao XXIII Prêmio Expocom 2016, na Categoria Produção Transdisciplinar, modalidade Revista Customizada.

² Aluno líder do grupo e estudante do 4º do Curso de Comunicação e Multimeios da Universidade Estadual de Maringá (UEM) email: dre.s.macedo@gmail.com

³ Orientadora do trabalho. Professor do Curso de Comunicação e Multimeios da Universidade Estadual de Maringá (UEM) email: crislimail@gmail.com.

Essas mídias seriam usadas como plataformas de divulgação para o produto final do projeto, uma publicação híbrida entre o jornal mural e revista (ou, mais especificamente, zine).

As zines podem ser definidas como publicações caseiras, de pequena tiragem e, normalmente, sem lucro. Nos tempos anteriores a internet, as zines ficaram populares graças ao movimento anarcopunk, que usava o formato de publicação para informar fãs e integrantes do movimento sobre novas bandas, discos, shows e suas resenhas. Com o tempo, o formato foi adquirindo cada vez mais caráter político, como por exemplo a zine do movimento Riot Grrrl que abrangia, além da zine, festivais, bandas de hardcore punk rock e feminismo.

2 OBJETIVO

O Projeto Em Cores é uma tentativa de conscientizar a população acadêmica sobre o universo LGBT+, explorando o potencial midiático de ambientes comumente usados por homens homossexuais na instituição para encontrar possíveis parceiros casuais: as portas e paredes de banheiro.

Nossa proposta é de unir os formatos já citados, trazendo a ideia política, caseira das zines com uma preocupação com os elementos visuais das revistas e também a característica locativa e informativa do jornal mural.

3 JUSTIFICATIVA

Foucault, em seu livro “A História da Sexualidade” (1988), fala que o considerado ilícito foge do normativo e por isso sofre repressão. Existe uma lógica de que o indivíduo não é proibido de fazer algo ilícito, mas deve praticá-lo longe do olhar de outras pessoas:

“Explicam-nos que, se a repressão foi, desde a época clássica, o modo fundamental de ligação entre poder, saber e sexualidade, para superá-la seria necessário uma transgressão das leis, uma suspensão das interdições, uma restituição do prazer ao real e toda uma nova economia dos mecanismos do poder, pois a menor eclosão de verdade é condicionada politicamente. Portanto, não se pode esperar tais efeitos de uma simples prática médica, nem de um discurso teórico, por mais rigoroso e científico que ele seja.”(Foucault, 1988, p.11)

Esse conceito serve para justificarmos as mensagens deixadas de forma anônima majoritariamente por um público que não assumiu sua sexualidade de forma pública, assim como motéis em sua maioria são localizados em lugares afastados da cidade.

Por volta do século XVIII, nasce uma incitação política, econômica e técnica ao se falar de sexo, mas ainda com muita vergonha e repúdio. Foucault afirma que se deve falar do sexo publicamente sem maniqueísmos, e ir além de permitir ou proibir; o sexo deve ser regulado e estudado. Ao analisarmos as mensagens escritas nos suportes estudados, vemos um certo engrandecimento de características heteronormativas, como não ser afeminado ou não frequentar lugares LGBT, conhecido como não ser “do meio gay”. Os textos encontrados nas paredes comprovam esse conteúdo, sendo comum encontrar termos como “discreto”, “fora do meio”, “sigilo”.

Kosofsky Sedgwick (2007) define o armário como um regime de controle da sexualidade que mantém a divisão binária hetero-homo, com um conjunto de regras que não são sempre explícitas, mas mesmo assim instituídas, que delimita o espaço público como um espaço heterossexual, relegando o público que foge da norma para espaços como guetos, literais ou não.

Os grupos que quebram a heteronormatividade procuram espaços seguros para sua expressão, o que condiciona a criação de formas alternativas de comunicação. Seja segmentando parte de mídias tradicionais como revistas, canais de televisão, rádios, etc. ou com mídias alternativas como os escritos em paredes de banheiro, o público LGBT+ historicamente procura por formas de expressão com uma segurança relativa.

Afirmar que os guetos existem hoje apenas para pessoas não assumidas ignora a expansão do conceito e seus status mercadológico atual. A partir do momento que comportamentos, gostos e aparências são marcados como parte da identidade de uma pessoa fora do padrão heteronormativo, essas coisas têm potencial de mercadoria. Bons exemplos disso são baladas LGBT, música dance pop, alguns estilos da moda, etc. Características conhecidas como “de gay” ou ainda “um pouco gay” criam esteriótipos que constroem a identidade do grupo. Como assume Júlio Assis Simões (2005), o conceito de gueto não se limita a um espaço físico delimitado, também abrangendo uma dimensão política e cultural. Esses guetos se configuram como espaços para encontros e de comunicação seguros entre indivíduos LGBT.

4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

O produto final do projeto foi feito em três formatos diferentes: a matéria impressa em mural, sua expansão para o digital e a revista completa digital. Tanto a revista completa quanto a matéria impressa foram produzidas no software InDesign, da empresa Adobe.

A importância da expansão da revista mural para a internet deve-se ao fato do formato híbrido exigir uma leitura breve. Por isso, o aprofundamento dos temas tratados na revista será feito na internet.

O tema escolhido para a primeira edição foi “Além do Arco-Íris”, que refletirá sobre identidades pouco divulgadas na mídia.

A escolha dos redatores foi feita por meio de nossos contatos com pessoas cuja identidade sexual e de gênero falta representatividade na grande mídia. Pensando nisso, chegamos em cinco nomes, além do idealizador do projeto.

Os redatores escolhidos foram: André Macedo, Thaís Malaquias (assexual), Cristiano Rantin (gay e pagão), Denis Pinheiro (pansexual), Guilherme Noah (bissexual) e Lorayne Fernandes (bissexual).

A proposta foi que cada convidado produziria uma matéria sobre sua vivência e identidade, que seriam adaptados nos formatos diferentes pelo idealizador da revista, que fez trabalho de editor-chefe para tal.

Todas as matérias foram entregues, com exceção da sobre bissexualidade que seria escrita por Lorayne, que veio a falecer no período, o que deu lugar a uma homenagem à mesma na revista.

5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

Quando o projeto ainda era um rascunho, seu nome seria “UEM Em Cores” e seria focado apenas na comunidade acadêmica maringaense, porém a importância do tema e a possibilidade de alcance digital nos fez refletir e expandir nosso público, mudando o nome do projeto para apenas “Em Cores”.

Para criar a identidade visual, foi usado o software Photoshop, da empresa Adobe. a a fonte Roboto Light com círculos com alguns exemplos de bandeiras de orgulho com transparência em 70%, para simbolizar as identidades sexuais e de gênero como conceitos não finais, não opacos.



Imagem 01: Identidade visual final do projeto. Fonte: elaborado pelo autor.

A matéria escolhida para ser usada de piloto e exemplo da parte mural do projeto foi “O que é assexualidade? ”, escrita por Thaís Malaquias. Adaptamos o texto para o formato, que foi impresso em A3 e fixado nos blocos E34, E46, I12 e cantina do R.U da Universidade Estadual de Maringá (UEM).



Foto 02: matéria em cartaz afixada em pontos da universidade. Fonte: elaborado pelo autor.

A divulgação da matéria foi feita por meio de adesivos colados nas paredes de banheiros próximos, contendo uma chamada para o assunto e os locais de leitura, além do link para a página oficial do projeto no Facebook⁴.

O caminho proposto é de que o leitor em potencial veria o adesivo, leria a matéria e visitaria o link indicado tanto na matéria quanto no adesivo, da página no Facebook, que conteria uma expansão da matéria na plataforma Medium . A visita pode gerar uma “curtida” na página, onde o leitor receberia novas matérias e a revista completa posteriormente.

Por que devemos
incluir a
ASSEXUALIDADE
nas discussões
LGBT+?

Leia sobre nos blocos E34, E46
e nas cantinas Central e R.U. ou no
site fb.com/EmCoresRevista

EM CORES

Foto 03: Adesivo afixado nos banheiros da universidade. Fonte: elaborado pelo autor.



O que é assexualidade?

Matéria por *Thaís Malaquias*

Vivemos em uma sociedade em que, uma hora ou outra, devemos corresponder a uma expectativa sexual e afetiva em termos de relacionamentos amorosos. Por um lado, temos a expectativa que esses relacionamentos sejam heterossexuais, por outro, há a expectativa que todos os relacionamentos amorosos envolvam sexo e “amor” necessariamente.

Por causa disso, uma relação que não envolva os dois (principalmente o sexo) não é considerada legítima. Essa deslegitimação acontece devido à superestimação e supervalorização de tudo que gira em torno do sexo. Ser sexual é o normal, ser sexual é o correto. E é nas discussões e no meio da comunidade assexual que essas percepções são desmistificadas e discutidas a partir da vivência de ser um assexual.

Foto 04: Matéria divulgada no Medium. Fonte: elaborado pelo autor.

A capa da revista é minimalista, contendo apenas a arte do tema da edição e seu título. O título deverá chamar a atenção e despertar a curiosidade do leitor. As inspirações para a capa foram as revistas Paper Magazine, Corpus Magazine e Interview.

EM CORES



Além do arco-íris

Foto 05: Capa da revista. Fonte: elaborado pelo autor.

A arte da capa foi elaborada por Denis Pinheiro, que também colaborou com uma matéria e a ilustração da mesma.

A diagramação da revista foi feita com base no tema “Colors Magazine”, disponibilizado gratuitamente para projetos não comerciais, e no software InDesign.

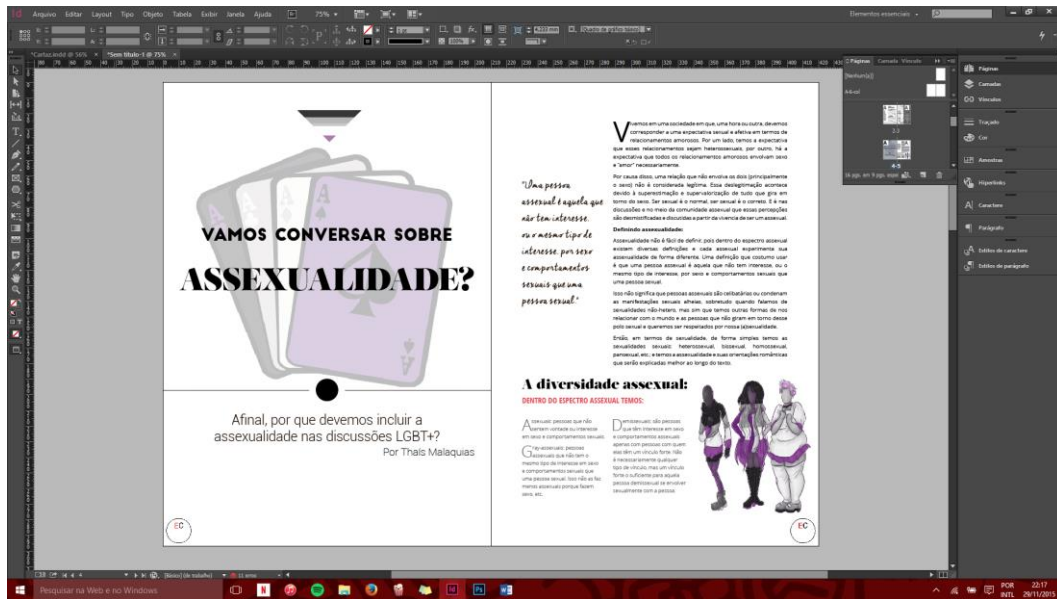


Foto 06: Processo de diagramação da revista. Fonte: elaborado pelo autor.

Todas as artes usadas foram ou produzidas pelo autor ou cedidas pelos donos dos direitos. Denis Pinheiro, artista plástico paulista e redator da revista, cedeu a ilustração da capa e também a arte em sua matéria “Sexualidade, Frida, Dalí e eu”.

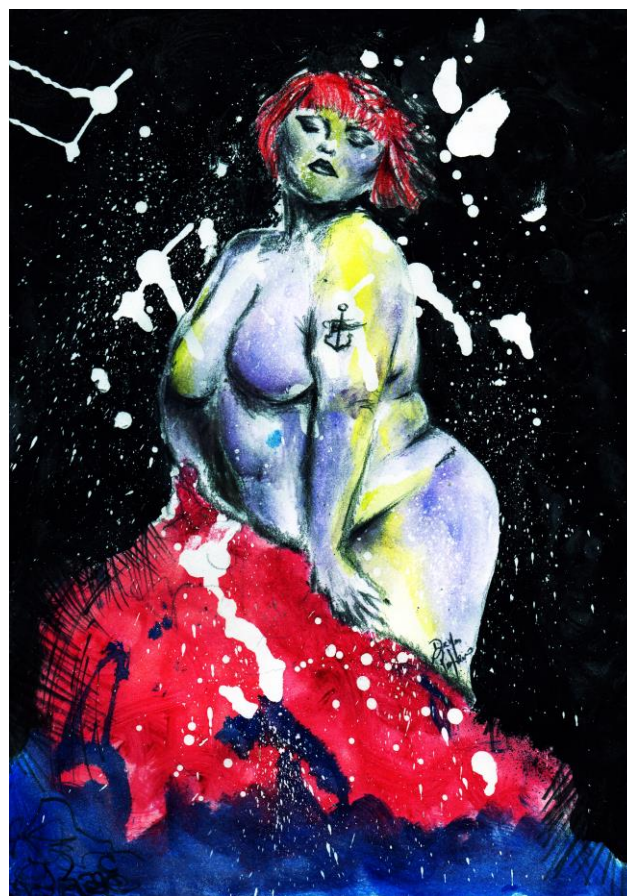


Foto 07: “Pop”. Fonte: Denis Pinheiro.

As tirinhas foram cedidas pelo artista sueco Elias Ericson, ilustrador transgênero. Suas condições foram que a tirinha deveria incluir créditos e um link para seu portfólio.

A revista foi publicada via plataforma Issuu no dia 16 de dezembro e até a data do fechamento do trabalho (23 de fevereiro de 2016) a mesma foi acessada 951 vezes. De todos os acessos, cerca de 84 resultaram na leitura da revista. Na fanpage do projeto na rede social Facebook foram contadas 152 curtidas, sendo que a publicação com o link para a revista atingiu 756 pessoas, com 123 cliques e 50 interações entre curtidas, comentários e compartilhamentos. Para um projeto pequeno e sem investimento financeiro em publicidade, podemos considerar que sua repercussão foi satisfatória.

6 CONSIDERAÇÕES

Cerca de 80% dos acessos à revista na plataforma Issuu foram via smartphone, um número que superou nossas expectativas. O grande problema nisso é que a revista foi pensada para tablets e computadores, mas sua visualização em telas menores compromete a experiência.



Foto 17: Captura de tela da revista em exibição em um smartphone. Fonte: elaborado pelo autor.

A versão analógica da revista em formato de jornal mural pode ter servido apenas como um exemplo, mas foi observado pessoas lendo. Como já esperado, a reportagem também foi vandalizada, com escritos que pediam a eleição do Deputado Jair Bolsonaro como presidente em 2016. Esses ataques foram respondidos por outra pessoa, que pedia por mais amor, compreensão e desejava que a primeira pessoa se libertasse de suas repressões.

Por ser um trabalho acadêmico de apenas um ano letivo, o projeto ficou limitado. Com mais tempo, a revista poderia ser trabalhada e financiada por meio de iniciativas coletivas como o site Catarse ou ainda pela lei Rouanet, assim podendo atingir níveis mais profissionais e bem trabalhados.

O desenvolvimento desse projeto e memorial nos faz refletir sobre o potencial da comunicação e o dever que um profissional em Comunicação e Múltiplos tem de trazer conscientização e informação para a população que nos cerca.

Pensar e olhar para a população LGBTQ+, principalmente em um dos países que mais matam pessoas dessa comunidade segundo o ranking da International Lesbian, Gay, Bisexual, Trans And Intersex Association (ILGA), é de suma importância e temos a chance de pelo menos tentar mudar esse quadro.

Mesmo com todas as dificuldades encontradas, acreditamos que esse projeto foi bem sucedido e que seu potencial de gerar reflexão pode ser alcançado.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BAIMA, Priscila S., ARAUJO, Adriana S, **Jornal-Mural**: o caráter informativo-educativo de um jornal. Expocom 2013, Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. Disponível em:

<www.portalintercom.org.br/anais/nordeste2013/expocom/EX37-0722-1.pdf>. Acesso em: 29/05/2015.

CONNEL, Robert W. **Políticas de masculinidade**. Revista Educação e Realidade, Porto Alegre, UFRGS/Faculdade de Educação, v. 20, n. 2, p. 185-206, 1995

FERRARI, Anderson A. **‘bicha banheirão’ e o ‘homossexual militante’**: grupos gays, educação e a construção do sujeito homossexual. In: REUNIÃO ANUAL DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISA EM EDUCAÇÃO. 29., Caxambu, 2006. Anais... Caxambu: ANPED, 2006. p. 01-16. Disponível em: <<http://www.anped.org.br/reunioes/29ra/trabalhos/trabalho/GT23-1688-Int.pdf>>. Acesso em: 02/09/2015.

FOUCAULT, M., **História da sexualidade**. Tradução de Maria Thereza da Costa Albuquerque. Rio de Janeiro: Graal, 1985

Guimarães, Edgard. **Fanzine**. Brasópolis, MG: edição do autor, janeiro de 2000.

LOURO, Guacira .L. **Gênero, sexualidade e educação**: Uma abordagem pós-estruturalista. Petrópolis: Vozes, 1997

LOURO, Guacira Lopes. **Teoria Queer**: Uma Política Pós-Identitária para a Educação. In: Revista Estudos Feministas. V.9 n.2 Florianópolis: IFCH, 2001.

SCALZO, Marília. **Jornalismo de Revista**. São Paulo: Contexto, 2003. 112 p.

SCOTT, Joan Wallach. **Gênero: uma categoria útil de análise histórica**. Tradução de Christine Rufino Dabat e Maria Betânia Ávila. Revista Educação & Realidade, 1986. V

SEDGWICK, Eve Kosofsky. **A Epistemologia do Armário**. In: Cadernos Pagu. Tradução de Plínio Dentzien. Campinas: Núcleo de Estudos de Gênero Pagu, 2007.

SIMÕES, Júlio Assis; FRANÇA, Isadora Lins. Do “gueto” ao mercado. In:

Homossexualismo em São Paulo e outros escritos. São Paulo: Ed. Unesp, 2005. p.309-336.

VILAS BOAS, Sergio. **O estilo magazine**: o texto em revista. São Paulo: Summus, 1996. 129 p.