

Consumo de produções audiovisuais e constituição de gênero e de orientação sexual de sujeitos não cisheterossexuais

Audiovisual productions consumption and gender and sexual orientation constitution by non-cisheterosexual persons

Consumo de producciones audiovisuales y constitución del género y orientación sexual de sujetos no cisheterossexuales

DOI: <https://doi.org/10.1590/1809-58442024101pt>

Tábitah Almeida Marques

<https://orcid.org/0000-0002-2204-865X>

Rafael De Tilio

<https://orcid.org/0000-0002-2204-865X>

Universidade Federal do Triângulo Mineiro, Instituto de Educação, Letras, Artes, Ciências Humanas e Sociais, Laboratório de Estudos e Pesquisas em Sexualidades e Gêneros | Uberaba, MG - Brasil

Resumo

Sexos, gêneros e orientações sexuais são produtos sociais que influenciam e são influenciados por conteúdos audiovisuais. O objetivo desta pesquisa foi investigar estilos de consumo de tecnologias audiovisuais sociais de sexualidade e gênero por parte de sujeitos que não se reconhecem como cisheterossexuais. Quinze pessoas participaram desta pesquisa por meio de entrevistas semiestruturadas via Google Meet. As respostas foram organizadas em três categorias (Aspectos identificatórios; Aspectos comunicacionais; Aspectos de consumo) a partir de uma análise de conteúdo temática e analisadas a partir dos argumentos de Teresa De Lauretis. Os principais resultados destacaram as tensões entre as dependências e resistências que produzem as identificações de gênero e de orientações sexuais dos participantes no consumo de produções audiovisuais.

Palavras-chave: Sexualidade; Gênero; Audiovisual; Indústria cultural; LGBTQIAP+.

Abstract

Sexes, genders, and sexual orientations are social products that influence as much as they are influenced by audiovisual content. The aim of this research was to investigate consumption of social audiovisual technologies of sexuality and gender by persons who do not recognize themselves as cisheterosexual. Fifteen persons participated in this research through semi-structured interviews via Google Meet. The answers were organized into three categories (Identifying aspects; Communicational aspects; Consumption aspects) from a thematic content analysis and were analyzed based on Teresa De Lauretis' arguments. The main results highlighted the tensions between dependencies and resistances that produce participants' gender identifications and sexual orientations in the consumption of audiovisual productions.

Keywords: Sexuality. Gender. Audiovisual. Cultural Industry. LGBTQIAP+.

Resumen

Los sexos, los géneros y las orientaciones sexuales son productos sociales que influyen y influyen los contenidos audiovisuales. El objetivo de esta investigación fue investigar los estilos de consumo de productos audiovisuales de sexualidad y género de sujetos que no se reconocen como cisheterossexuales. Quince personas participaron en esta investigación mediante entrevistas semiestructuradas a través de Google Meet. Las respuestas se organizaron en tres categorías (Aspectos de identificación; Aspectos de comunicación; Aspectos de consumo) a partir de un análisis de contenido temático analizado a partir de los argumentos de Teresa De Lauretis. Los principales resultados destacan las tensiones entre dependencias y resistencias que producen las identificaciones de género y las orientaciones sexuales de los participantes en el consumo de producciones audiovisuales.

Palabras clave: Sexualidad; El género; Audiovisual; Industria cultural; LGBTQIAP+.

Introdução

Para Foucault (2014), a sexualidade é um constructo social complexo que organiza a constituição e a expressão da identidade dos sujeitos a partir de diversos discursos que regulam a produção dos prazeres. Lauretis (1996) argumenta que o sexo e a diferença sexual por muito tempo vem sendo utilizados como determinante para o gênero, todavia, os sujeitos não são constituídos apenas pelos aspectos biológicos, mas principalmente por aspectos linguísticos e representações que interpelam os indivíduos em sujeitos homens ou mulheres. Assim, os discursos que atrelam aspectos atitudinais de gênero e a libido como resultados dos aspectos biológicos-sexuais é denominado de cisheteronormatividade – imposição de uma heterossexualidade compulsória que rechaça a pluralidade (Sousa, 2018).

Por isso, em oposição aos cisgêneros, há os transgêneros e, em oposição aos heterossexuais, há uma diversidade de orientações sexuais – designadas como LGBTQIAP+ (lésbicas, gays, bissexuais, transgêneros, *queer*, intersexuais, assexuais, pansexuais e outros). Gênero é definido como um conjunto de representações constituído historicamente a partir de diversas tecnologias sociais que, dentre elas, segundo Lauretis (1996), estão o cinema e demais produções audiovisuais (animações, propagandas, videogames, redes sociais, *podcasts*, clipes musicais, rádio, teatro etc.). Cada qual tanto explora comercialmente quanto distribui valores e ideais para os produtores e consumidores dessas tecnologias (Hagemeyer, 2013).

Devido à pandemia do COVID-19 e as necessárias medidas de distanciamento e isolamento social, a procura por entretenimentos nos domicílios aumentou – tendência observada antes mesmo da pandemia –, dentre as quais o consumo de produções audiovisuais em plataformas de *streamings* (Bezerra *et al.*, 2020). Isso destaca a relevância da indústria cultural que afeta a maneira como a arte e a cultura são propagadas. De maneira breve, a indústria cultural transforma a arte e a cultura em mercadorias a serem consumidas (Costa, 2013). Todavia, não se trata apenas de uma relação de consumo de objetos, mas também da distribuição de modos de subjetivação calcados em valores, ideais e normas embutidas nestas mercadorias que geram expectativas sociais (Silva Junior, 2019). O consumo de produções audiovisuais é significativo para a constituição subjetiva dos sujeitos pelo fato de estarem carregadas de valores e simbologias que propagam determinados efeitos nos sujeitos (Silva, 2015).

A partir do exposto é possível considerar que, segundo Lauretis (1996), o gênero atribuído e/ou reconhecido pelo sujeito é um dos efeitos dos seus estilos de consumo de produtos audiovisuais em uma sociedade que os pressiona a se situarem ou como homens ou como mulheres – isto é, em um dos polos estabelecidos pelo binarismo –, sendo suas subjetividades resultantes dos impactos sociais mais do que das determinações biológicas. O objetivo desta pesquisa é investigar estilos de consumo de tecnologias audiovisuais sociais de sexualidade e gênero por parte de sujeitos que não se reconhecem como cisheterossexuais.

Aspectos metodológicos

Esta é uma pesquisa descritiva, exploratória e qualitativa na área de Psicologia. Para a coleta de dados foram realizadas 15 entrevistas semiestruturadas com sujeitos que não se reconheciam como cisheterossexuais (orientações sexuais diferentes da heterossexualidade e/ou cuja identidade de gênero não correspondia aos padrões binários) entre novembro/2020 e fevereiro/2021. O recrutamento dos participantes se deu a partir da rede de contatos dos pesquisadores junto ao projeto Embaixadorxs da *startup* TODXS Brasil¹, segundo a estratégia bola de neve. Estes participantes são de várias cidades brasileiras, cujo contato ocorreu por intermédio de tecnologias *online* da internet (*Google Meet*) para realização e gravação das entrevistas. As principais informações de caracterização dos participantes estão na Tabela 1.

1 Organização brasileira sem fins lucrativos que promove a inclusão de pessoas LGBTQIAP+ na sociedade com iniciativas de formação de lideranças, pesquisa, conscientização e segurança.

Tabela 1. Caracterização dos participantes

Nome fictício	Idade	Orientação Sexual	Identidade de Gênero	Cidade/Estado onde reside	Autodesignação religiosa	Etnia
Ambrose	25	Bissexual	Homem cisgênero	Juiz de Fora, MG	Não possui	Preto
Angel	22	Bissexual	Travesti ² (mulher trans)	Criciúma, SC	Bruxa de Magia Egípcia	Preta
Ariel	26	Pansexual	Não Binária	Brasília, DF	Não possui	Branca
Barb	23	Lésbica	Mulher cisgênero	Cabo Frio, RJ	Não possui	Branca
Blanca	24	Pansexual	Travesti (mulher trans)	Mossoró, RN	Umbandarte	Preta
Dana	25	Bissexual	Mulher cisgênero	São Paulo, SP	Espírita	Branca
Gilberto	22	Gay	Homem cisgênero	Uberaba, MG	Não possui	Pardo
Jack	24	Gay	Homem cisgênero	Maceió, AL	Não possui	Branco
Kane	24	Gay	Homem cisgênero	São Paulo, SP	Agnóstico	Amarelo
Lexandra	25	Lésbica	Mulher cisgênero	Viçosa, MG	Espírita Kardecista	Branca
Lin	24	Pansexual	Travesti Não Binária	Campinas, SP	Candomblecista	Parda
Luce	24	Lésbica	Mulher cisgênero	Viçosa, MG	Espírita	Branca
Mauí	27	Bissexual	Homem cisgênero	Juiz de Fora, MG	Não possui	Preto
Monica	22	Pansexual	Não Binária	Ceará	Não possui	Parda
Murilo	28	Gay	Homem cisgênero	Rio de Janeiro, RJ	Evangélico	Preto

Fonte: elaborada pelos autores

O roteiro de perguntas abordava temas diversos, tais como: quais os principais produtos audiovisuais consumidos atualmente e durante seu desenvolvimento; qual impacto o audiovisual teve em suas vidas; qual a percepção que possuíam acerca de seus próprios estilos de consumos audiovisuais; se havia representatividade que lhes contemple no que diz respeito ao audiovisual. As entrevistas foram transcritas na íntegra e analisadas com base no referencial teórico das tecnologias de gêneros de Teresa de Lauretis (1996). Essa pesquisa foi aprovada pelo Comitê de Ética da instituição de origem dos pesquisadores sob o número CAAE 38633520.4.0000.5154 da Plataforma Brasil.

Resultados e discussões

O conteúdo das entrevistas foi organizado em três categorias temáticas *a posteriori*: Aspectos Identificatórios, Aspectos Comunicacionais e Aspectos de Consumo.

Categoria 1 – Aspectos Identificatórios

Todos os participantes citaram que os conteúdos audiovisuais consumidos impactavam a produção de sentidos sobre seus próprios corpos, isto é, identificando-os ou não com as representações constantes naquelas produções. Essas identificações possuem ligações com a imagem corporal dos sujeitos, sendo ela caracterizada como um fenômeno complexo que engloba todas as formas pelas quais um sujeito conceitua e experiencia o seu próprio corpo. Esta identidade corporal se desenvolve na vivência e é influenciada pela cultura, construindo esse corpo a partir de elementos imaginários e culturais (Tavares; Coelho, 2003). Como exemplo, Barb relatou como mulheres lésbicas eram representadas em produções audiovisuais:

2 A palavra travesti, exclusiva do contexto brasileiro, designa pessoas reconhecidas como homens no nascimento, mas que se identificam com feminilidades. Por muito tempo foi uma palavra usada de forma pejorativa, mas atualmente é utilizada como símbolo de luta pela própria identidade de gênero.

Tive uma percepção meio errada, quando eu tinha sei lá, uns 11, 12 anos, de que a mulher sapatônica [mulher lésbica] ela virava um homem, e não era o que eu queria ser. Apesar de eu não ter um estilo muito feminino, eu gostava, assim, dos meus peitinhos que tavam crescendo, gostava da minha pepeca [órgão sexual feminino], assim eu tava muito bem comigo, e eu tava começando a achar que eu gostava de meninas, mas parecia errado, porque não se encaixava na caixinha da sapata [mulher lésbica] o que eu tinha dentro da minha cabeça.

Esse trecho evidencia a construção histórica de masculino e feminino em que o gênero se apresenta de forma previsível: uma mulher que sente atração sexual por mulheres não pode apresentar feminilidade nem ser considerada mulher de verdade, pois isso escapa da lógica cisheterossexual (Lauretis, 1996). Desta forma, Barb sinaliza diferenças entre seu próprio corpo e aqueles que são representados pelos audiovisuais, entrando em um estado de confusão.

As tecnologias sociais geram efeitos nos gêneros e, por isso, múltiplos efeitos são produzidos nos corpos, atitudes e relações sociais dos sujeitos. Por isso, segundo Lauretis (1996), o gênero resulta de concepções culturais sobre feminino e masculino justificadas *como se fossem* resultados das diferenças biológicas sexuais, quando na realidade se referem às relações de poder entre grupos. Gênero, portanto, não é uma natureza, mas sim uma relação entre categorias – os homens, as mulheres. Assim, a partir destas representações só haveria dois possíveis caminhos para as identificações. Disso decorrem limitações e confusões no que diz respeito às identidades de gêneros e orientações sexuais não cisheterossexuais, fazendo com que sejam representados como equívocos ou erros, problematizando as imagens e identificações corporais.

Sujeitos transgêneros são aqueles que experenciam uma identidade de gênero distinta daquela atribuída no nascimento. No senso comum, não raro, há a afirmação de que transgêneros “desejam viver como a pessoa do sexo oposto ao seu nascimento” (Sampaio; Coelho, 2013, p.2). Todavia, essa não é a realidade de muitas pessoas trans. As travestis participantes se mostraram satisfeitas com seus corpos. Por exemplo Blanca citou: “eu lembro até de um texto da Alice y El, que se chama ‘Reflexões’ que é: mais uma vez em frente ao espelho, percebo que era a minha voz, era meu jeito, trejeitos, meu cabelo, meu chuchu, os pêlos”.

Os relatos destas participantes corroboram com os argumentos de Lauretis (1996) de que conceber o gênero como sinônimo da diferença sexual é uma limitação, e a produção destas diferenças ocorre por meio de diferentes sistemas de representação. Por isso, os participantes se questionam a partir da imagética de seus próprios corpos em comparação àqueles representados pelas produções audiovisuais de caráter cisheterossexual. Ainda em relação à identificação corporal Kane relatou:

Eu cresci assim, consumindo revista de moda [...] isso de certa forma esteticamente me guia, eu gosto de ficar no *Pinterest*, buscando coisas de referência de construir um estilo...buscar ícones da televisão ou do cinema, que eu acredito que tem um estilo que eu gostaria de ter.

Isso permite considerar o quanto a representação corpórea se faz presente em uma realidade física, na qual a presença do corpo dos atores proporciona uma reflexão acerca da identidade do espectador (Andacht; Opolski, 2017). Para Bergamo (2004) os manuais de moda publicados no Brasil são produzidos em geral para homens ou para mulheres cisgêneras. Mas a citação do *Pinterest* pelo participante permite que ele tenha a autonomia de procurar pela moda – e seus esquemas identificatórios – sem que ela seja necessariamente distinguida pelos gêneros. Entretanto, a palavra estilo para o autor mais do que ser uma qualidade individual, se refere ao reconhecimento social visando a manutenção de posições de poder. Desta forma, por intermédio de um estilo uma ordem generificada se expressa em termos de relações de poder (Lauretis, 1996).

As identificações também ocorrem no âmbito afetivo-emocional. Relatos como o de Lexandra destacam a

afetividade diante do consumo de produções audiovisuais, em especial a série *The Hundred*³ na qual sua personagem favorita, Lexa, é assassinada:

Me envolvi emocionalmente, porque tinha uma personagem maravilhosa, porque era simplesmente uma sapatão [mulher lésbica], tipo de 21 anos, comandante de todos os exércitos assim, da porra toda, fodástica [...] ela tomou o tiro [...] Isso me destruiu, essa questão da Lexa, acho que eu nunca chorei tanto por algo que não é tipo pessoal, tipo uma morte de alguém, mas eu chorei como se fosse alguém que, caralho, que eu conhecesse mesmo, sabe? Foi muito intenso pra mim [...] foi terrível, especialmente pela situação que foi construída, tipo ela foi feliz ali, conseguiu o que ela queria, que todos nós [todo o fã clube] queríamos, que ela ficasse com a Clarke e tal, e aí na cena seguinte ela é morta, sabe?

O termo “experiência” é utilizado por Lauretis (1996) para se referir aos resultados da interação semiótica do sujeito com o mundo exterior. Desta forma, essa experiência implica em um complexo conjunto de efeitos e percepções que contribuem para a construção da subjetividade. Assim, é possível considerar que a identificação afetiva pode ser vivenciada como uma experiência a partir da interação com a produção audiovisual. No caso, a experiência descrita por Lexandra se caracteriza como um luto por uma personagem. A participante também contou que após a morte da personagem iniciou-se o movimento *LGBT Viewers Deserve Better (LGBTVDB)* (Navar-Gill; Stanfill, 2018). O *LGBTVDB* indicou que 40% dos personagens LGBT+ representados na TV já tinham sido mortos, além de caracterizar a morte de personagens como Lexa como traumáticas para a saúde mental dos telespectadores. Isso destaca a afirmação de Lauretis (1996), de que os discursos das tecnologias de gêneros têm poder de impactar a subjetividade dos sujeitos. Por fim, Lexandra disse que “o produtor até se desculpou depois, foi um movimento muito forte mesmo”, destacando o quanto os telespectadores se envolvem e são influenciados pelas produções audiovisuais.

Em todas as entrevistas, outro assunto recorrente foi o da representatividade. Segundo Nwabasili (2017), as representações com suas ordenações simbólicas constroem o mundo, mas uma representação (imagem) só pode ser considerada representatividade quando diz respeito ao reconhecimento e a valorização da diversidade dos grupos sociais. O participante Ambrose disse:

Se hoje está em alta uma discussão de raça, então vai ter um personagem, um único personagem com uma boa representatividade diante daquela série, pra poder aproximar um pouco mais daquele público, ou então até mesmo atenuar as críticas que tavam tendo em relação àquela série. Que muitas vezes eu vejo também que algumas mídias elas alteram um pouco a narrativa a depender do termômetro mesmo social [...] eu percebo que na verdade o que foi observado não era a inclusão daquelas pessoas, a inclusão daquelas determinadas pautas, mas sim o termômetro social em relação aquilo ali.

Foucault (2005) ressaltou que a sexualidade é construída na cultura de acordo com os objetivos políticos da classe dominante, produzindo relações de poder. Assim, a sexualidade não é necessariamente proibitiva, mas moldada e implantada de acordo com interesses específicos. Parece correto afirmar, portanto, que as representações da sexualidade também ocorrem a partir dos discursos e interesses dos dominantes para os quais não é interessante a diversidade de gêneros e de orientações sexuais. A inclusão da diversidade, neste caso, parte da intencionalidade de que atualmente as produções audiovisuais devem incluir as minorias, mas a forma como essa inclusão deve ser feita não é questionada. Neste sentido, os participantes destacaram que a diversidade sexual e de gêneros é tratada nas produções audiovisuais não como reais respostas às demandas das minorias LGBTQIAP+, mas sim como estratégias de publicidade que visam atingir o público cisheterossexual, pois na maioria essas produções estão repletas de estereótipos. Exemplo disso foi a resposta de Murilo:

³ Série pós-apocalíptica do canal norte-americano *The CW* conta a história de 100 adolescentes sobreviventes de uma estação espacial que voltam para a avaliar as condições de vida no planeta Terra.

Eu pensei que se eu me assumisse um homem gay, tecnicamente eu teria que me tornar aqueles estereótipos que me chocavam, assim, porque qualquer menino preto gay na escola era chamado de Vera Verão nos anos 2000. E a Vera Verão, apesar de ter sido um ícone e a gente consegue reconhecer isso hoje, naquele momento era algo muito estereotipado de um modo muito negativo. A bixa preta escandalosa, barraqueira, e eu não queria ser associado a aquilo ali. Então primeiro eu tive que fazer as pazes com todas essas referências que existiam na minha infância pra conseguir descobrir o meu lugar de bixa.

A estereotipia é uma das principais estratégias de produção de lucro da indústria cultural. Ela é utilizada com a finalidade de constituir fórmulas que definem o modo como qualquer conteúdo será percebido e consumido, bem como quais modelos de identidade serão ativados para os sujeitos. Tais estereótipos são disseminados por diversas tecnologias sociais que constantemente os tornam rígidos. Em sua maioria, estes modelos referem-se aos estereótipos de gêneros representados e reproduzidos pela indústria cultural (Faraon, 2009). Essa estereotipia muitas vezes pode apresentar uma conotação negativa, como ilustrado por Murilo.

Nessas representações estereotipadas há tanto uma violência quanto uma interpelação ideológica (Lauretis, 1996), isto é, uma orientação de como a produção audiovisual de gênero *deve ser* interpretada e significada pelos sujeitos. Neste processo a representação – a imagem de Vera Verão e todo o estereótipo de ser negro e gay – é concebido pelo sujeito como se fosse sua própria representação quando, na realidade, foi previamente organizada pela cultura. No exemplo citado, a interseccionalidade (intersecção dos múltiplos elementos de identidade dos sujeitos) (Akotirene, 2019) não pode ser ignorada. Assim, a representatividade não é a mesma para todos devido aos fatores interseccionais, mas os efeitos deletérios acabam recaindo com maior frequência em sujeitos não-brancos e não-cisheterossexuais. A fala de Angel ilustrou esta diferença de representatividade e a produção das estereotipias:

Eu só via gente branca, e achava que gente branca era o normal [...] o que foi normalizado para mim era que ser homem era legal, ser hétero era legal e ser branco era legal, ou seja, nada do que sou hoje [...]. Eu me sentia muito indiferente, assim, é a palavra, se eu não estivesse assistindo aquilo ali, provavelmente eu não ia estar assistindo nada. Eu ia tá vendo jornal. Daí no jornal eu ia me sentir representada, porque era negro correndo na favela, travestis...criminalização de travestis [...] eu não me sentia representada do luxo, ou eu só era representada no lixo.

A maioria dos participantes citou a importância durante suas infâncias de personagens de desenhos animados e de filmes infantis no momento de participarem de brincadeiras, quando se identificavam com esses personagens. Durante o período de crescimento este movimento foi citado como fundamental para o sentimento de pertencimento grupal, gerando uma identificação de comunidade. Isso foi relatado por Barb:

Tinha algumas coisas que eu assistia pra ter assunto com as meninas, por exemplo, eu nunca gostei dos filmes da *Barbie*, mas eu assistia todos [...] digo *Barbie* porque é um grande símbolo das bonequinhas bonitinhas e loiras. Mas não sei, era um símbolo de feminilidade, a menina ela tinha que gostar da *Barbie* e ela tinha que querer ter a mochila da *Barbie*.

A partir do momento em que Barb relatou que as bonecas *Barbies* representam a feminilidade e todas as meninas teriam que, compulsoriamente, se identificar e gostar dela, é possível considerar que o gênero, segundo Lauretis (1996), representa uma relação: a de pertencer a um grupo ou a uma classe de categorização – ou seja, o gênero não é o resultado nem a expressão da biologia. Assim, o gênero atribui aos sujeitos uma posição dentro de um grupo, designando uma relação social do sujeito com seu grupo – o que aconteceu com Barb que relatou a necessidade de gostar das representações consideradas femininas para participar das conversas com outras garotas.

Desta forma, fica evidente que o gênero não se limita à biologia, mas sim a uma representação imaginária de uma relação simbólica que organiza os modos de pertencimento grupal (Lauretis, 1996). Logo, quando os sujeitos

se identificam com as comunidades que escapam dos binarismos, isto parece interferir também na forma como se relacionam com outros grupos, como no caso de Murilo:

Por conta da minha sexualidade, em algum momento eu precisei escolher entre a minha fé e a minha sexualidade e aí eu já não me sentia mais confortável indo à igreja depois que eu me entendi enquanto homem gay. E o meu culto era através da internet, eu assistia ao culto de uma igreja específica na internet. Então foi um momento muitas vezes de refúgio, de consolo e como eu não podia frequentar o templo físico, porque eu não me sentia mais confortável eu continuava alimentando a minha fé, através da internet.

Neste caso, é possível considerar como a produção audiovisual possibilitou uma reconexão de Murilo com sua fé, pois, mesmo não se sentindo pertencente ao culto no templo físico, ele pode encontrar um senso de comunidade nos cultos *online*. O desconforto de Murilo em frequentar presencialmente as igrejas após identificar-se como um homem gay pode ser compreendido como resposta ao fato de que alguns cultos evangélicos tentam reverter a orientação sexual de sujeitos LGBTQIAP+ ao considerar a homossexualidade um pecado (Trindade, 2019).

Desta forma, são as concepções culturais sobre masculino e feminino organizadoras do sistema de sexo/gênero que classifica os sujeitos como homens ou mulheres (Lauretis, 1996) – a ideologia estabelece parâmetros daquilo considerado normal numa sociedade que pretende causar a adequação dos sujeitos. As novelas são uma das tecnologias de gêneros mais recorrentes numa sociedade de massa ao apresentarem personagens como ideais a serem seguidos (Montoro; Mendonça, 2015). Entretanto, este retrato muitas vezes não é fiel à realidade, como afirmou Lin:

É uma produção ou outra que tem uma perspectiva realmente subversiva. Porque há uma confusão de que a gente quer ser cisgênero, de que a gente quer ser eles, enfim, esse lugar de que, tipo, não pode existir um meio, você tem que ter a outra coisa, você tem que trafegar por todo esse caminho pra você ser 100%.

Muitos participantes destacaram que as imagens de gêneros presentes nas telenovelas de canais de televisão difundem que todos os membros da comunidade LGBTQIAP+ tem o objetivo de se igualar à cisheterossexualidade, isto é, não apenas terem seus direitos reconhecidos, mas serem reconhecidos segundo o padrão compulsório a ser seguido por todos. Disso resulta uma estereotipia para com a comunidade LGBTQIAP+. Ariel citou uma reflexão pessoal a partir de comentários preconceituosos quando o ator Reynaldo Gianecchini assumiu sua pansexualidade:

As pessoas falam que *fulano* tem cara de viado [gay], *fulana* tem cara de sapatona [lésbica], *tananam*, aí como que é cara de pansexual? Eu tenho cara de pansexual pra você? E aí eu fico nessa assim, tipo... se eu deveria ter um jeito de me expressar que dissesse mais sobre a minha sexualidade e me identificasse mais enquanto isso.

A resposta de Ariel simboliza que, mesmo de forma contraditória, as representações de gêneros e de orientações sexuais são construídas e, conseqüentemente, distribuídas para produzirem reconhecimentos individuais e sociais (Lauretis, 1996). Desta forma, o enfrentamento contra as tecnologias que produzem a opressões sexuais pautadas no binarismo não deve negar as representações de gêneros e de orientações sexual, pois isso pode oprimir as sexualidades dissidentes.

Categoria 2 – Aspectos Comunicacionais

Segundo Lauretis (1996), a própria escolha de consumo audiovisual de um sujeito diz respeito a uma identificação e, conseqüentemente, à absorção de conteúdo que estão intimamente ligadas ao gênero. Da mesma forma, este impacto também (re) constrói o audiovisual pela mesma maneira que o gênero passa a ser representado em uma tecnologia específica. Assim, quando certo produto passa a ser validado por discursos institucionais e

adquire controle sobre o campo dos significados, ele também passa a funcionar como uma tecnologia de gênero.

A partir desta perspectiva, pode-se dizer que a sexualidade enquanto construção e autorrepresentação permitem aos sujeitos se autoafirmarem com a escolha de determinadas produções audiovisuais, como relatado por Jack:

Eu tenho uma playlist que eu chamo de Playlist de vinhos [...] praticamente 100% é conteúdo LGBT e de que essa expressão pra mim de colocar na minha casa, com a minha mãe lá transitando, é tipo uma presença minha, uma expressão, tá ligado? E que meus tios passam lá por casa e estou ouvindo as bichas gritar alto, de enfim, falar das coisas que a gente vive e tal [em podcasts anteriormente citados], ou de só estar uma Pablllo [Vittar] lá com um agudo, pra mim é tipo uma expressão, é minha presença ali no espaço também.

Ao afirmar que as músicas representam sua própria presença, Jack faz um movimento similar ao exemplo referido por Lauretis (1996): ao marcar F (feminino) em um formulário, o feminino também marca o assinalante. Isto também ocorre com Jack quando ele se posiciona como bicha, ao assinalar as músicas que escolheu para sua *playlist*. O mesmo acontece com Ariel, ao utilizar produções audiovisuais para comunicar ao seu avô sobre sua orientação sexual:

Meu avô antes de falecer [...] eu queria contar pra ele que eu não era *hetere* [...] E aí eu fiquei nesse nervosismo, aí a gente tava no sofá vendo TV e ele decidiu ver um filme que era sobre as primeiras marchas LGBT em Londres. A gente tava só sentado, a gente não tava falando nada sobre o assunto e ele resolveu assistir isso. Eu falei assim, “você quer saber? basta”. [...] Não precisava ter falado nada, porque é isso, a sensibilidade que ele teve de entender as coisas é muito diferente.

Tais relatos ilustram o quanto o audiovisual tem um poderoso potencial para transmitir mensagens a respeito de quem o consome. Muitas vezes esta comunicação é marcada justamente pelo que não está explícito, mas implícito. Em uma sociedade marcada pelos aspectos patriarcais a sexualidade é percebida como um atributo ou uma propriedade do masculino, sendo a sexualidade feminina contraposta (em relação a) à masculina (Lauretis, 1996), como exemplificada por Dana:

Tá impresso nesses conteúdos, nesses programas, de uma forma em que a sexualidade, ela é retratada de uma forma natural e imposta até. Tipo, ah se tem um menino e uma menina, é óbvio que vão ser um casal, ou que vai passar a ideia de que pode ser um casal.

Esse excerto mostra que sempre quando há uma mulher e um homem em cena estes, implicitamente e a partir dos códigos ideologicamente organizados, estiveram/estão/estarão envolvidos emocional ou romanticamente. Assim, a mulher é construída cinematograficamente como um objeto/categoria à mercê do masculino (Lauretis, 1996). A partir destas mensagens transmitidas aos telespectadores, aquilo que foge às normas generificadas não deve ser consumido, dificultando alterações nas relações de poder. Ambrose contou sobre certas proibições que vivenciou:

Sempre houve uma discussão, questionamentos muito grandes em relação a minha sexualidade dentro de casa, então mídias que fossem radicais, digamos assim, tipo ah um livro ou então até mesmo peça de teatro, ou então uma série de televisão, que trouxessem questões de tipo assim, ‘olha, a mulher merece sim destaque em determinados espaços, olha o homem pode sim se comportar de uma maneira que não é essa de ser o machão, de ter que ser bruto de ter que ser não sei o que’, porque na cabeça dos meus pais era como se aquilo ali fosse me condicionar um determinado comportamento que não era o que eles esperavam, então assim, isso era proibido, não podia assistir uma série que tivesse, não...num era, não precisaria nem ser um conteúdo que falasse sobre a temática LGBT, mas se não trouxesse aqueles estereótipos de comportamento de homem e de mulher, então já era algo perigoso de eu ter contato.

Neste caso, o silenciamento operou a partir do fato de manter certas produções em segredo, valorizando assim a diferença sexual entre homens e mulheres como parte deste sistema de representações, situando a construção

dos gêneros tanto como um produto a ser seguido quanto como o próprio processo de sua representação enquanto diferença entre os sujeitos. Todavia, apesar de suas pressões, as produções audiovisuais não determinam o gênero dos sujeitos sem que estes possam resistir: mesmo consumindo produções audiovisuais (ou talvez justamente por isso) nas quais as mulheres são desvalorizadas e a masculinidade se mostra brutal e tóxica, Ambrose não se identificou com tais representações e, atualmente, busca por outros conteúdos.

Durante as entrevistas, também foi possível notar como as produções audiovisuais consumidas tem potencial de comunicação, ensino e aprendizado. Mônica relatou:

Malhação⁴, [...] não foi na época que eu era adolescente, mas agora elas já tão tratando questões, então tipo, é uma personagem trans que tá no ensino médio, que tá querendo ocupar o banheiro que é de direito dela. Então é [...] naturalizar esses processos, né? E tipo, é possível você chegar na direção da sua escola e pedir pra usar determinado banheiro que você se sente mais confortável, ou pedir pro professor na chamada te chamar pelo nome que você gosta. Então eu acho que o audiovisual também é importante pra isso, assim, pra mostrar quando você pode ocupar alguns direitos também que a gente já alcançou aqui no Brasil, pelo menos.

Segundo a participante, por meio de uma novela juvenil, foi possível ilustrar os direitos que as pessoas transsexuais têm nas escolas. Isso destaca como as produções audiovisuais têm poder de representar e ser representado pelos gêneros, constituindo uma força pessoal e política. Afinal, como apontado por Lauretis (1996), ocorre um duplo processo entre a representação social de gênero e a constituição subjetiva individual, havendo a possibilidade de protagonismo nas práticas micropolíticas – como no caso das pessoas trans ao serem representadas nas produções audiovisuais podem requerer seus direitos no cotidiano.

Entretanto, alguns participantes relataram como do consumo de conteúdos que representem as causas LGBTQIAP+ também podem decorrer exaustão devido aos diversos e recorrentes enfrentamentos. Por exemplo Ariel contou:

Eu não consumo coisas à toa, às vezes eu consumo coisas à toa sim, tem dia que eu não tô a fim de pensar, não tô afim de ter que criticar nada, que achar nada bom ou ruim, bem feito ou mal feito, quero assistir qualquer porcaria assim, de areia mental mesmo. É isso, eu tenho esses dias também, até porque é isso também, consumir coisas que a gente tem que tá sempre refletindo, criticando, discutindo, também é exaustivo, né? Até porque isso em momento deixa de ser entretenimento, né?

Isso pode ajudar a compreender como ocorrem reflexões, críticas e discussões a respeito dos conteúdos que fogem às normas, fazendo com que a “areia mental” às vezes se torne mais fácil de ser consumida justamente por não apresentar nada que seja questionável. Discutir sobre gênero corresponde a discutir sua posição nas representações sociais, logo, acreditar em outras ideologias (Lauretis, 1996).

Entretanto, não é possível ignorar a necessidade de um afastamento destes questionamentos – explicitado por Ariel – buscando meios de se distrair, extraindo-se de sua própria realidade e dos conflitos que se mostram representados em tela – o que pode, contraditoriamente, dificultar os enfrentamentos dos esquemas binários de gênero e de orientação sexual.

Categoria 3 – Aspectos de consumo

Durante todas as entrevistas de maneira direta ou indireta os serviços de *streamings* foram citados como sendo o principal meio/objeto de consumo de produções audiovisuais. Gilberto respondeu que:

4 Telenovela exibida no canal *Globo* cujo enredo mostra o mundo adolescente e suas preocupações (relacionamentos familiares, amorosos e sexuais, questões profissionais e educacionais).

Eu sou, tem hora que eu falo, ‘*cafelinha de Streaming*’, então: é *Youtube*, *Netflix*, *Amazon Prime*, *Disney*, [...] *Youtube* é mais pra aprender alguma coisa ou ver alguma coisa, e assim, *Disney* e *Netflix* seria mais pra ver séries e filmes também.

Ao utilizar a expressão “cafelinha de *streaming*”, Gilberto se comparou a um animal doméstico que está sob as ordens do dono – no caso, os serviços de *streaming*. Segundo Montardo e Valiati (2021), os serviços de *streaming* consumidos por intermédio de diversos dispositivos (*smart tv*, *smartphones*, computadores e *tablets* etc.) são tanto uma tecnologia quanto uma prática da indústria cultural contemporânea.

Considerando a variedade de aparelhos e aparatos, algumas diferenças também foram apontadas em relação aos dispositivos de acesso aos conteúdos. Linn relatou:

Eu tenho uma TV *SmartTV*. Ah J. [amiga de Linn] que mora comigo tem isso, então tipo, eu não vejo tanta coisa mais no *notebook* assim, só quando eu quero realmente uma coisa que eu vou baixar, tipo no *Stremio* ou um *utorrent* e tal. Mas aí a gente tem tipo, os app, é abrir a TV e pôr no app, aí tem *Netflix*, *Prime*, *GloboPlay* [...] E daí o *Netflix* é o próprio algoritmo né? Que ele manda ali já os top tipo, parece que tem 3 coisas no *Netflix*, e aí a gente já vai nos lançamentos.

Ao exemplificar a *Netflix* como sendo “o próprio algoritmo”, Linn não está equivocada, afinal estes sistemas de recomendação de *streamings* organizam automaticamente as seleções realizadas pelos usuários e, a partir delas, geram recomendações que reforçam o fluxo de opções no *streaming*, moldando os conteúdos apresentados com base no uso de cada usuário/consumidor (Montardo; Valiati, 2021). Desta forma, as produções em destaque acabam ganhando maior visibilidade de acordo com a quantidade de acessos a este conteúdo e a adequação do perfil dos usuários, ou seja, como afirmam Montardo e Valiati (2021), a individualização algorítmica consiste em regras de similaridades entre usuários que estão menos baseadas em singularidades e mais baseadas em perspectivas de utilização.

Um fato importante a ser mencionado é que por mais diversificadas que sejam as ofertas nos catálogos de opções de produções audiovisuais nos *streamings* elas não são ilimitadas, e muitas vezes – como dito por Linn – esta busca específica precisa ser feita por outros meios que não os serviços de *streaming*. Durante as entrevistas muitas vezes foram mencionadas produções audiovisuais acessadas ou obtidas ilegalmente – as mencionadas “produções subversivas”. Lauretis (1996) afirma que algumas produções por vezes não são reconhecidas como representações de fato e desta forma foram consideradas subversivas pelos participantes justamente por se encontrarem à margem do discurso hegemônico – e dos destaques da *Netflix*, por exemplo.

Em muitas das entrevistas, a partir de questionamentos sobre o autoconhecimento, muitos participantes contaram que utilizaram as produções audiovisuais para compreender melhor o que estavam vivenciando. Um exemplo foi Luce, que disse que fez pesquisas na internet à procura de conteúdos específicos que a ajudassem a compreender o que estava acontecendo com ela:

Foi basicamente procurar sites e aí eu comecei a pesquisar pessoas um pouco mais famosas que eram, foi começar a acompanhar e entender os filmes tipo, o primeiro filme que eu vi. Eu comecei a ver vários filmes na internet que tinham a temática lésbica, e também começava a ler histórias, *fanfic*, sabe? Essas coisas...Tentava entender o máximo que eu conseguia, mas foi basicamente filmes, *fanfics*, essas coisas mesmo, pesquisando na internet, procurando fórum pra conversar.

Lauretis (1996) argumenta que um sujeito estar *engendrado* significa não somente sua dependência constitutiva às tecnologias de sexo/gênero (*gender*), mas também que sua subjetividade resulta de um processo de ser gerado (*gendered*) por códigos linguísticos e por representações que são assimiladas como autorrepresentações – efeito da ideologia. Desta forma, o comportamento de Luce como de outros participantes mostra o quão importante

foi encontrar em outros espaços pessoas que compartilhassem os mesmos desejos e questionamentos, reforçando a perspectiva de que gênero é a representação de uma relação de pertencimento e de relação entre categorias.

Tal necessidade de encontrar pessoas semelhantes no sistema sexo/gênero se mostrou presente principalmente entre os sujeitos que não se reconhecem como cisheterossexuais. A maneira como a busca é realizada também influencia nos seus resultados, uma vez que o uso de siglas (tais como LGBTQIA+) demarca espaços e estratégias de procura, como apontado por Mônica:

Se você só procurar pelo nome, por exemplo ‘ah filmes lésbicos’ no *Google*, não vai ser uma coisa boa você pesquisar, então, parece que sempre... sempre leva uma questão mais pornográfica da coisa, ou então você procurar filmes LGBTs, hoje talvez você procurando pela sigla LGBT e você encontra, algo de fato, filmes com esse tema, que trabalham esse tema.

A partir deste excerto, fica evidente a importância do uso das siglas para produzir a visibilidade desses sujeitos enquanto grupo que escapa do padrão cisheteronormativo. Outro fato decorrente desta fala se relaciona ao fetiche destes corpos, uma vez que as buscas geralmente recuperam materiais pornográficos mais do que conteúdos associados à militância política dos movimentos LGBTQIA+. No caso das mulheres lésbicas, mais uma vez, o gênero feminino é objetificado e sua presença nas produções audiovisuais é destinada ao olhar *voyeurista* dos homens, numa constante sexualização/disponibilidade/submissão do corpo feminino (Lauretis, 1996).

A pandemia da COVID-19 e suas repercussões também foram referidas pelos participantes quanto aos seus estilos de consumo e relações com as produções audiovisuais. Ariel ao ser indagada sobre seus consumos de produções audiovisuais respondeu:

A gente tem [o audiovisual] como meio de informação jornalística, como meio de diversão, então tá eu acho que todas as instâncias da nossa vida, até na saúde hoje em dia, pensando nesse contexto pandêmico, assim, a gente tem né, consulta com ginecologista online, cara!

Desta forma, fica evidente que durante a pandemia as rotinas, hábitos e relacionamentos foram reinventados, sendo a tecnologia um recurso amplamente utilizado, operando mais uma vez como uma tecnologia social de produção das subjetividades de gênero. A pandemia, embora não tenha sido diretamente explorada nas entrevistas, modificou significativamente a vida das pessoas e, em alguns relatos como de Jack, isto ficou explícito:

Agora na pandemia mesmo foi que aumentou mais assim tipo, meu consumo de *podcast* tipo LGBT, só para ouvir tipo as bichas conversando comentando, o que tá acontecendo e tudo, até pra me sentir mesmo no meio mais social como eu não moro com outras pessoas *lgbs*. Aí também teve essa falta, eu sempre acabei buscando bem mais esses conteúdos, tipo tanto *lives*, vídeos no *YouTube* e às vezes mais de conversa mesmo, para meio que me sentir assim, com companhia.

O *podcast* (programas de áudio disponíveis de maneira assíncrona nos serviços de *streaming*) teve aumento de consumo durante a pandemia (Amorim; Araújo, 2021). Para além do fato de que Jack aumentou seu consumo de *podcasts* durante a pandemia, condizendo com o estudo de Amorim e Araújo (2021), há um detalhe importante: Jack reside com outras pessoas e, mesmo assim, necessitou da companhia de vozes que compartilhassem vivências da comunidade LGBTQIA+.

De acordo com Almeida (2020), há diferenças entre isolamento social e solidão, sendo o isolamento o pouco ou nenhum contato com outras pessoas, enquanto a solidão é a ausência de conexão emocional mesmo no convívio com outras pessoas. De fato, do distanciamento e do isolamento social como medidas sanitárias para o enfrentamento da COVID-19 podem decorrer sentimentos de angústia, medo e tristeza. Mas no caso de Jack – que reside com amigas que não participam da comunidade LGBTQIA+ – a solidão ocupa dimensões sociais e políticas. Tal fato também retoma os desabafos de Lexandra sobre as representações de gênero das produções audiovisuais:

Vamos falar a verdade: quantas pessoas gays você conhece que só convive com hétero? As séries são sempre assim, a galera hétero e tem um viado, ou a galera hétero e tem uma sapatão. Vêi, a gente anda em bando!

Por fim, mesmo havendo produções audiovisuais com representações de personagens com sexualidades dissidentes da cisheterossexualidade, a maioria delas foi referida pelos participantes como cisgêneras e heterossexuais. Assim, os sujeitos que não se reconhecem como cisheterossexuais continuam pouco representados, pouco reconhecidos ou identificados com as margens e com as minorias, das quais são produzidas variadas consequências sociais – estereótipos, discriminações, preconceitos, solidão e violências.

Considerações finais

O conceito de gênero é uma das principais categorias para compreender as relações de poder, sendo que na maioria das vezes ele é compreendido como simples resultado das diferenças sexuais (biológica) repercutindo na divisão desigual dos papéis sociais e sexuais – tal qual como citado pelos participantes nos seus consumos de produções audiovisuais. O presente estudo teve como objetivo investigar estilos de consumo de tecnologias audiovisuais sociais de sexualidade e gênero por parte de sujeitos que não se reconhecem como cisheterossexuais a fim de compreender como esse consumo impacta nas constituições subjetivas da sexualidade e na identidade de gênero. Este estudo se mostra relevante uma vez que possibilita maior reconhecimento e visibilidade de grupos minoritários (LGBTQIA+) que fogem do binarismo.

Desta forma foi possível constatar relações entre o consumo audiovisual e a sexualidade/gênero/orientação sexual dos sujeitos, uma vez que as representações de gêneros nas produções audiovisuais não agem como determinantes, mas sim como orientadoras de sentidos para os sujeitos – a partir do funcionamento da ideologia. Os principais resultados destacaram que os sujeitos se questionam resistindo às imagens cisheterossexuais veiculadas massivamente pelas *mass medias*, mas algumas vezes também se identificam com esses estereótipos. Por isso, a identificação com produções audiovisuais não cisheteronormativas é um ato de resistência.

É necessário pontuar que esta pesquisa possui alguns limites, como por exemplo o fato de o recrutamento de participantes ter ocorrido apenas na rede TODXS, isto é, não abrangeu toda a comunidade LGBTQIAP+ que congrega outras orientações sexuais das dos participantes, tais como demissexuais e assexuais. Apesar destes limites, os resultados são potencialmente contributivos para a compreensão das normas que organizam a sociedade contemporânea e os impactos das produções audiovisuais nas trajetórias dos sujeitos.

Referências

- AKOTIRENE, C. **Interseccionalidade**. 1. Ed. São Paulo: Editora Jandaíra. 2019. 152 p.
- ALMEIDA, T. Solidão, solidude e a pandemia da COVID-19. **Pensando fam.**, v.24, n.2, p. 3-14, dez. 2020.
- AMORIM, A. L. T.; ARAÚJO, M. J. C. G. como o isolamento social causado pela pandemia de covid-19 impactou o consumo de podcasts no brasil: uma análise de matérias jornalísticas nacionais. **Brazilian Journal of Development**, Curitiba, v. 7, n. 3, p. 25802-25815, mar. 2021.
- ANDACHT, F.; OPOLSKI, D. R. A representação audiovisual do real a partir de uma abordagem das falas dos personagens. **Comunicação & Inovação**, v.18, n.36, p. 1-16, jan/abr 2017.
- BERGAMO A. Elegância e atitude: diferenças sociais e de gênero no mundo da moda. **Cad. Pagu**, n. 22, p. 83-113, jun. 2004.
- BEZERRA, A. C. V.; SILVA, C. E. M.; SOARES, F. R. G., SILVA, J. A. M. Fatores associados ao comportamento da população durante o isolamento social na pandemia de COVID-19. **Ciência & Saúde Coletiva**, v.1, n. 25, p. 2411-2421, jun. 2020.
- COSTA, J. H. A atualidade da discussão sobre a indústria cultural em Theodor W. Adorno. **Trans/Form/Ação**, v. 36, n. 2, p. 135-154, ago. 2013.

- FARAON, G. O gênero como empregado pela indústria cinematográfica: ontem e hoje. **Cinema e Indústria**, Porto Alegre, v. 2, n. 22, p. 97-106, dez. 2009.
- FOUCAULT, M. **Em defesa da sociedade: Curso dado no Collège de France (1975-1976)**. 4. ed. São Paulo: Martins Fontes. 2005. 199 p.
- FOUCAULT, M. **História da Sexualidade: volume 1 – a vontade do saber**. 9. ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra. 2014. 176 p.
- HAGEMEYER, R. R. **História & Audiovisual**. 1. ed. Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2013. 152 p.
- LAURETIS, T de. A tecnologia do gênero. In: Buarque de Hollanda, H. (Org.). **Tendências e Impasses: O Feminismo como crítica da cultura**. Rio de Janeiro: Rocco. 1996, p. 206-242.
- LGBTVDB - LGBT Viewrs Deserve Better. **Entenda o movimento LGBT Viewers Deserve Better** [...] 20 mai, 2016. Twitter @LGBTVDB. Disponível em: <https://twitter.com/LGBTVDB/status/733499232670257152>. Acesso: 5 set 2021
- MONTARDO, S. P.; VALIATI, V. A. D. Streaming de conteúdo, streaming de si? Elementos para análise do consumo personalizado em plataformas de streaming. **Revista FAMECOS**, Porto Alegre, v. 28, p.1-14, jan/dez 2021.
- MONTORO, T.; MENDONÇA, M. L. O beijo subversivo que subverte a telinha. **Revista Lusófona de Estudos Culturais**, v.3, n.1, p. 163-175, 2015.
- NAVAR-GILL, A.; STANFILL, M. “We Shouldn’t Have to Trend to Make You Listen”: Queer Fan Hashtag Campaigns as Production Interventions. **Journal of Film and Video**. v. 70, n.3-4, p. 85-100, 2018.
- NWABASIL, M. Q. A altura das falas na “realidade” e na ficção audiovisual: reflexões sobre representação e representatividade. **Novos Olhares**, v. 6, n. 1, p. 129-146, ago. 2017.
- SAMPAIO, L. L. P.; COELHO M. T. Á. D. A Transexualidade na atualidade: discurso científico, político e histórias de vida. In: **Anais do III Seminário Internacional Enlaçando Sexualidades**. Salvador: UNEB, 2013.
- SILVA, M. A. Da performance à performatividade: possíveis diálogos com Judith Butler na antropologia de um festival de cinema. **Periodicus**, Salvador, v.1, n.3, p. 64-84, mai/out 2015.
- SILVA JUNIOR, H. A. Indústria Cultural e Ideologia. **Caderno CRH**, Salvador. v 32, n. 87, p. 505-515, set/dez 2019
- SOUSA, V. P. Desconstruindo a cis-heterossexualidade: uma perspectiva decolonial. **ArteFactum: Revista de Estudos em Linguagem e Tecnologia**. v. 16, n. 1, p. 1-13, 2018.
- TAVARES, M. C. G. C. F.; COELHO, S. R. **Imagem corporal: Conceito e desenvolvimento**. 1. ed. Barueri - São Paulo: Editora Manole. 2003. 152p.
- TRINDADE, S. B. O discurso da “cura gay” nas Igrejas Neopentecostais. **REFLEXUS - Revista de Teologia e Ciências das Religiões**, v. 13, n. 22, p. 531-552, fev. 2019.

Sobre os autores

Tábitah Almeida Marques
tabitahmarques@gmail.com

Psicóloga (CRP 04/66237) graduada na Universidade Federal do Triângulo Mineiro (UFTM), com formação complementar em UX Research pela Mergo e Experiência do Usuário pelo Instituto Atlântico em parceria com o Centro Universitário Farias Brito. Atua como Employee Experience Designer, na Sensorama Design, sendo uma das principais responsáveis pela área de People Experience da empresa.

Rafael De Tilio
rafael.tilio@uftm.edu.br

Possui graduação (2002) e pós-graduação (mestrado/2005; doutorado/2009) em Ciências (área de Psicologia) pela USP. Pesquisador nas áreas de sexualidades, gêneros e ideologia. Líder do Laboratório de Estudos e Pesquisa em Sexualidades e Gêneros (LEPESEGE/UFTM). Coordenador da Liga de Sexualidade (LiS/UFTM). Membro do Grupo de Trabalho Psicologia e Estudos de Gênero da ANPEPP (Associação Nacional de Pesquisa e Pós-graduação em Psicologia). Docente do Departamento de Psicologia e Coordenador do Programa de Pós-graduação em Psicologia da UFTM.

Recebido em 14/11/2022
Aprovado em 29/10/2023

Editoras responsáveis:
Marialva Barbosa e Sonia Virgínia Moreira



Este artigo é publicado em acesso aberto (Open Access) sob a licença Creative Commons Atribuição 4.0 Internacional (CC-BY). Os autores retêm todos os direitos autorais, transferindo para a Intercom: Revista Brasileira de Ciências da Comunicação o direito de realizar a publicação original e mantê-la sempre atualizada.