

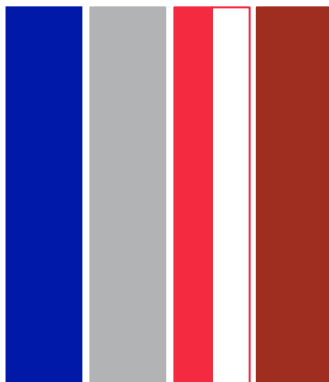
COMUNICAÇÃO E CULTURA

MESTRADO EM CIÊNCIA DA COMUNICAÇÃO

# **O micro Cinema e a representatividade do idoso LGBTQi+ nos *Stories* do Instagram e TikTok.**

João Inácio de Souza Neto

2022



João Inácio de Souza Neto

# **O micro Cinema e a representatividade do idoso LGBTQi+ nos *Stories* do Instagram e TikTok.**

Dissertação realizada no âmbito do Mestrado em Ciência da Comunicação, orientada pelo(a) Professora Doutora Lígia Sofia Alves Passos Ferro

Faculdade de Letras da Universidade do Porto

2022

João Inácio de Souza Neto

# **O micro Cinema e a representatividade do idoso LGBTQi+ nos *Stories* do Instagram e TikTok.**

Dissertação realizada no âmbito do Mestrado em Ciência da Comunicação, orientada pelo(a) Professora Doutora Lígia Sofia Alves Passos Ferro

## **Membros do Júri**

Professor Doutor (escreva o nome do/a Professor/a)

Faculdade (nome da faculdade) - Universidade (nome da universidade)

Professor Doutor (escreva o nome do/a Professor/a)

Faculdade (nome da faculdade) - Universidade (nome da universidade)

Professor Doutor (escreva o nome do/a Professor/a)

Faculdade (nome da faculdade) - Universidade (nome da universidade)

Classificação obtida: (escreva o valor) Valores

# Sumário

Declaração de honra .....	3
Agradecimentos .....	4
Resumo .....	5
Abstract.....	6
Índice de Figuras e Figuras dos vídeos .....	7
Índice de Tabelas de Análises.....	8
Introdução.....	9
1. Enquadramento Teórico .....	14
1.1.O novo espaço social: A presença das redes sociais no novo cotidiano.....	14
1.2.Instagram e TikTok: Uma breve compreensão das redes sociais.....	16
1.3.Os impactos das redes sociais na sociedade .....	20
1.3.1. A Máquina: Um pequeno entendimento do funcionamento das redes. ....	20
2. LGBTQi+: História, identidade, velhice e representação.....	24
2.1.Homossexualidade: um breve registro histórico. ....	24
2.1.1. A Cultura e Movimento LGBTQi+.....	25
2.1.2. O mercado LGBTQi+ .....	28
2.2.Identidade nas redes .....	30
2.3.Identidade LGBTQi+ .....	32
2.4.A Velhice LGBTQi+ .....	33
2.5.A narrativa digital .....	34
2.5.1. O eterno Herói: A Construção de uma narrativa com base em um personagem principal. ....	34
2.5.2. A representatividade LGBTQi+ nas redes .....	37
3. Metodologia .....	39
3.1.Técnicas de análise de dados: Análise de conteúdo temática .....	41
3.3.Seleção dos perfis LGBTQi+ Idoso .....	43
3.4.Questões éticas .....	44
4. Análise de dados e resultados .....	45
4.1.Os modelos de representação, narrativa e identidade da comunidade LGBTQi+. ....	47
Conclusão.....	58
Referências bibliográficas.....	63
Anexos.....	68
Tabela 1 : Ary Fontoura no Instagram .....	68



Tabela 2: Ary Fontoura no TikTok.....	69
Tabela 3: Nazo no Instagram.....	70
Tabela 4: Nazo no TikTok.....	71
Tabela 5: Old Gays no Instagram.....	72
Tabela 6: Old Gays no TikTok.....	73
Apêndices - figuras dos Vídeos Estudados.....	74
Figura 1A.....	74
Figura 1B.....	75
Figura 1C.....	76
Figura 1D.....	77
Figura 1E.....	78
Figura 1F.....	79
Figura 2A.....	80
Figura 2B.....	81
Figura 2C.....	82
Figura 2D.....	83
Figura 2E.....	84
Figura 2F.....	85
Figura 3A.....	86
Figura 3B.....	87
Figura 3C.....	88
Figura 3D.....	89
Figura 3E.....	90
Figura 3F.....	91

## **Declaração de honra**

Declaro que a presente dissertação é de minha autoria e não foi utilizado previamente noutro curso ou unidade curricular, desta ou de outra instituição. As referências a outros autores (afirmações, ideias, pensamentos) respeitam escrupulosamente as regras da atribuição, e encontram-se devidamente indicadas no texto e nas referências bibliográficas, de acordo com as normas de referência. Tenho consciência de que a prática de plágio e auto-plágio constitui um ilícito académico.

Porto, 30 de setembro de 2022

João Inácio de Souza Neto

## **Agradecimentos**

Agradeço todos o amigos que fiz no Porto, que enfrentaram todos os isolamentos me apoiando com suas amizades, apoios e conversas que me mantiveram forte nessa jornada alem mar. Em especial a Adriana Cavalcante que me pegou na mão para me inscrever no mestrado e esteve sempre disponível para solucionar todos os meus problemas de inscrição. Também agradeço a amizade e apoio nessa tese à Jomericó, Luciana Borges, Cláudia Rodrigues, Haline Maia, Priscila Brasil sem seus apoios não teria conseguido atravessa esse árduo processo. Agradeço também minha família, minha mãe, Maryson, Irmã Débora e meu sobrinho Davi. por sempre apostarem nas minhas aventuras. A minha orientadora Lígia Ferro, pela paciência e enorme compreensão por todos os processos que atravessei. E a todos os docentes e ternos da Universidade do Porto em especial a Faculdade de Letras por apostarem na minha formação.

## Resumo

Realizou-se estudo qualitativo para compreender como a linguagem áudio visual representa a comunidade LGBTQI+ na velhice através de criadores de conteúdo com mais de 65 anos e com contas ativas presente nas redes sociais do Instagram e TikTok, durante o intervalo de janeiro 2022 à julho de 2022. Neste estudo analisa-se como se opera a construção de sua identidade e linguagem para o público receptor. Levando em consideração os aspectos que abordam a identidade desse grupo (Melucci,2001),a representatividade da terceira idade(Araújo & Carvalho, 2005) e como está concebida a construção de sua narrativa (Campbell, 1997). Para esse análise utilizaremos as teorias e metodologias de análise de conteúdo visual, A análise de conteúdo (Braun & Clarke, 2006) e Laurence Bardin (1977). Verificou-se uma importante forma de auto afirmação e reconhecimento da valorização da exigência e a importância de se fazer notar na sociedade.

**Palavras-chave:** LGBTQI+, linguagem, representatividade, Identidade, representatividade LGBTQI+ idosa

## **Abstract**

A qualitative study was carried out to understand how the audio visual language represents the LGBTQI+ community in old age through content creators over 65 years old and with active accounts present on Instagram and TikTok social networks, during the period from January 2022 to July 2022. 2022. This study analyzed how the construction of its identity and language for the receiving public is carried out. The study took into account the aspects that address the identity of this group (Melucci, 2001), the representation of the elderly (Araújo & Carvalho, 2005) and how the construction of their narrative is conceived (Campbell, 1997). For this analysis we will use the theories and methodologies of visual content analysis, content analysis (Braun & Clarke, 2006) and Laurence Bardin (1977). There was an important form of self-affirmation and recognition of the appreciation of the demand and the importance of being noticed in society.

**Key-words:** LGBTQ+, language, representation, Identity, elderly LGBTQIA+ representation

## Índice de Figuras e Figuras dos vídeos

<a href="#">FIGURA 1- DIÁRIO DE LISBOA</a> .....	27
<a href="#">FIGURA 2- PERCENTUAL DE CRIADORES POR SEGMENTO DE CADA UMA DAS LETRAS DA SIGLA</a> .....	38
<a href="#">FIGURA 3- REDES SOCIAIS MAIS UTILIZADAS</a> .....	38
<a href="#">FIGURA 4- FAIXA ETÁRIA</a> .....	27
<a href="#">FIGURA 1A- VÍDEO ARY FONTOURA, INSTAGRAM</a> .....	61
<a href="#">FIGURA 1B- VÍDEO ARY FONTOURA, INSTAGRAM</a> .....	62
<a href="#">FIGURA 1C- VÍDEO ARY FONTOURA, INSTAGRAM</a> .....	63
<a href="#">FIGURA 1D- VÍDEO ARY FONTOURA, TIKTOK</a> .....	64
<a href="#">FIGURA 1E- VÍDEO ARY FONTOURA, TIKTOK</a> .....	65
<a href="#">FIGURA 1F- VÍDEO ARY FONTOURA, TIKTOK</a> .....	66
<a href="#">FIGURA 2A- VÍDEO NAZO, INSTAGRAM</a> .....	67
<a href="#">FIGURA 2B- VÍDEO NAZO, INSTAGRAM</a> .....	68
<a href="#">FIGURA 2C- VÍDEO NAZO, INSTAGRAM</a> .....	69
<a href="#">FIGURA 2D- VÍDEO NAZO, TIKTOK</a> .....	70
<a href="#">FIGURA 2E- VÍDEO NAZO, TIKTOK</a> .....	71
<a href="#">FIGURA 2F- VÍDEO NAZO, TIKTOK</a> .....	72
<a href="#">FIGURA 3A- VÍDEO OLD GAYS, INSTAGRAM</a> .....	73
<a href="#">FIGURA 3B- VÍDEO OLD GAYS, INSTAGRAM</a> .....	74
<a href="#">FIGURA 3C- VÍDEO OLD GAYS, INSTAGRAM</a> .....	75
<a href="#">FIGURA 3D- VÍDEO OLD GAYS, TIKTOK</a> .....	76
<a href="#">FIGURA 3E- VÍDEO OLD GAYS, TIKTOK</a> .....	77
<a href="#">FIGURA 3F- VÍDEO OLD GAYS, TIKTOK</a> .....	78

## Índice de Tabelas de Análises

TABELA 1 – ARY FONTOURA, INSTAGRAM .....	45, 61
TABELA 2 – ARY FONTOURA, TIKTOK.....	TIKTOK61
TABELA 3 – NAZO, INSTAGRAM.....	63
TABELA 4 – NAZO, TIK TOK.....	64
TABELA 5 – OLD GAYS, INSTAGRAM.....	65
TABELA 3 – OLD GAYS, TIKTOK .....	66

## Introdução

Nos últimos dois séculos, a linguagem audiovisual transformou a sociedade, redefiniu parâmetros, construiu novas formas de registo e entretenimento. Construiu também uma nova forma de aprendizagem e compreensão da sociedade. Este advento tem vindo a modernizar-se e apaixonando pessoas pelo consumo e produção destes conteúdos nas mais diversas plataformas.

Não diferente, eu fui um grande apaixonado por cinema. Aos 14 anos trabalhei numa loja de aluguer de cassetes VHS cujo pagamento era a possibilidade de assistir aos filmes. Já com 19 anos fiz meu primeiro curso de guião para cinema. E então comecei a conseguir trabalhos em festivais, mostras, estágios em produção de filmes, tudo num ambiente longe do centro produtor de cinema no Brasil. A Amazônia foi o meu cenário, mais especificamente a cidade de Belém do Pará - a minha cidade natal, onde, por mais de vinte anos, produzi filmes, documentários e séries para televisão. Neste período tão enriquecedor da minha vida também fui professor, na Universidade da Amazônia, distribuí filmes, organizei eventos relacionados com cinema, como seja o Festival Internacional de Cinema da Amazônia, e fundei uma produtora de cinema, a Caiana Filmes, onde simultaneamente se ministravam alguns cursos como sejam o de iniciação de cinema para crianças, cursos de roteiro ou de produção. De entre todos esses trabalhos, um é-me particularmente especial. A curta metragem intitulada "Shala" para o qual escrevi o guião, realizei e fiz também a produção. Um filme de ficção, baseado em factos reais, que aborda a questão do preconceito de adotar crianças *Queer*<sup>1</sup>.

O universo das minorias, dos esquecidos e dos pouco representados tem se tornado cada vez mais um foco no meu interesse de estudos. Foram-no na minha licenciatura em publicidade e sobre o mercado LGBTQi+ e atualmente na investigação para a teses de mestrado no espaço das plataformas de redes sociais, na representação e construção de linguagens sobre e para esse público.

As redes sociais ganham cada vez mais espaço na nossa sociedade, tornando-se ferramentas de informação e entretenimento de massa. O Instagram é a quinta maior

---

<sup>1</sup> «queer» homens ou meninos efeminados. *Oxford English Dictionary*. Oxford University Press. 2014



rede social do mundo e a sua ferramenta de lojas online tem vindo a ganhar cada vez mais espaço no gosto e atenção do público<sup>2</sup>. O TikTok, já o seu principal concorrente, é outro fenómeno global, com o número de utilizadores a crescer continuamente.

São justamente estas ferramentas que interessam para esta investigação, pois nelas pode-se conceber a criação de uma nova linguagem audiovisual pertinente no desenvolvimento de uma linguagem universal, sem barreiras, preconceitos ou mesmos limites linguísticos e geográficos.

Os perfis, ou seja, as contas de utilizadores, encontraram nas plataformas, a sua própria rede de transmissão. De forma quase independente eles utilizam das redes sociais e criam os próprios canais bem como o próprio público. Claro que isso parece ser muito independente, mas ainda sim, está ligado a uma base, a própria rede social. No entanto, esse utilizador controla a própria programação e temas de interesse, conforme as suas convicções, sobre o que é interessante ser apresentado para conquistar seu público. Ele é o dono de sua programação. (ROSA, 2016), mas para que esses perfis possam alcançar um público relevante é necessário que haja uma atividade constante e deverá ter uma grande quantidade de tempo dedicado à criação, desenvolvimento e divulgação de conteúdos. A rotina e a longa produção constante do conteúdo tornam, através dos algoritmos criados pela empresa dona da própria plataforma, o perfil mais presente nas redes sociais. Isto possibilita uma maior interação, engajamento entre os utilizadores a nível global o que possibilita a expansão do seu público (Hollis, Apud Grassi e Marques, 2018).

Todo esse esforço seria em vão se todo o conteúdo não estivesse associado a uma linguagem acessível ao seu público. E todos os criadores de conteúdos, na verdade, alimentam-se da matriz cinematográfica. Seja de forma empírica ou construída com todos os preceitos de uma ortografia cinematográfica. Essa nova linguagem nasce empobrecido, decorrente do próprio surgimento recente da própria plataforma e de toda a nova tecnologia que o circunda.

A linguagem cinematográfica tem vindo a reconstruir-se a cada evolução, atravessando transformações na sua linguagem, no surgimento de novas tecnologias

---

<sup>2</sup> Instagram Stories is Now Being Used by 500 Million People Daily  
Disponível em: <https://www.socialmediatoday.com/news/instagram-stories-is-now-being-used-by-500-million-people-daily/547270/>

para a sua própria produção, ou seja, dos seus conteúdos. Alfred Hitchcock no seu livro de entrevista com Françoise Truffaut(1987) alerta-nos sobre a transição do cinema mudo para o falado, representando, no primeiro momento, um retrocesso da linguagem cinematográfica, em que, no cinema mudo, havia uma quase que regressão enquanto linguagem, onde as histórias que eram contadas apenas com as imagens passaram a ser substituídas pelo cinema falado, quando atores passaram a explicar as histórias, empobrecendo assim, de certa forma, a linguagem cinematográfica.

Assim como no cinema mudo, a linguagem das redes sociais dá os primeiros passos na construção da própria linguagem. E dentro dessa linguagem surgem novos personagens da nossa contemporaneidade. Perfis LGBTQI+s estão presentes em todas as plataformas e o seu público começa a inflar os canais e perfis com milhares de seguidores. O mercado LGBTQI+ ganha mais visibilidades, não apenas com os avanços na criação de novas leis - que garantem mais direitos de igualdade a categoria -, mas também com o crescimento e visibilidade do mercado consumidor LGBTQI+, que é repleto de uma linguagem singular de comunicação ganhando cada vez mais visibilidade, consolidando a sua identidade e construindo uma sociedade mais diversificada e justa.

Dentro desse universo mais amplo das minorias encontramos os criadores de conteúdo na terceira idade. Quase esquecidos, por sua própria comunidade, esses perfis vêm crescendo e lutando por visibilidade nas redes. E é nesse segmento que vamos decorrer essa pesquisa, a utilização da linguagem e narrativas para visibiliza-los.

Nesta pesquisa procuramos compreender quais perfis que produzem conteúdos LGBTQI+ idoso com maior relevância até o presente momento. Dentre os selecionados, levamos em consideração a quantidade de seguidores e visibilidade na rede. Infelizmente não possuímos muitos idosos LGBTQI+ a produzir conteúdos nas redes do Instagram e TikTok. E quando falamos do segmento de lésbicas esses números torna-se quase que irrelevantes.

Dentre as sub-questões de investigação focarei compreender quais recursos audiovisuais os perfis têm se apropriado para atingir mais visibilidade. Compreender quais os temas mais recorrentes e que são priorizados nos seus conteúdos. Tentar compreender quais conteúdos alcançaram maiores visibilidade, engajamento e

compartilhamento. Quais as ferramentas da linguagem utilizadas nesses conteúdos audiovisuais. Quais os critérios utilizados para a construção de uma narrativa. Qual a importância desses conteúdos estarem sendo produzidos e compreender seu impacto nas redes. Como os criadores relacionam-se com seu público e de que forma controlam essa relação e quais são seus resultados.

Segui uma estrutura de compreensão desta realidade que analisa o tema a partir de um enquadramento teórico que auxilie a compreensão dos processos e dinâmicas das novas redes e sua presença no nosso cotidiano. Um passeio pela referências históricas sobre sexualidade, cultura e movimento LGBTQI+, o mercado e as redes sociais. Onde buscou-se compreender a identidade LGBTQI+ na terceira idade, o papel das narrativas digitais, e a representatividade LGBTQI+ nas redes sociais.

Optamos por três perfis que representem melhor a construção da narrativa identitária nas redes. Sendo eles o perfil de homens gays norte-americano, o perfil de um ator brasileiro, e de uma mulher trans. Portanto, vamos nos limitar as contas aqui selecionadas devido a ausência e profundo isolamento da comunidade LGBTQI+ idosa que se auto representa nas redes.

A busca por uma compreensão desses perfis e de suas produções postadas, alimenta-se na reflexão dos contextos éticos individuais do pesquisador, como nos cruzamentos de diversos códigos éticos etnográficos, tema também propostos por Sarah Pink (2007), preocupando-se com as escolhas baseadas nas intencionalidades, moralidade de pessoas e instituições que as representem.

Partido do princípio da compreensão inicial de quais são esses perfis que produzem conteúdo LGBTQI+ na velhice.

E então partimos para a investigação de como a linguagem audiovisual está presente na construção da identidade da comunidade LGBTQI+ idosa no Instagram e no TikTok, por meio de reconhecimento de suas imagens macro e de ferramentas que possibilitam uma melhor comunicação com seu público.

E pro fim compreender como o fortalecimento da comunidade se apresenta na narrativa LGBTQI+ idosa no Instagram e TikTok.

Nesta pesquisa procuramos compreender quais perfis que produzem conteúdos LGBTQI+ idoso com maior relevância até o presente momento. Dentre os selecionados,

levamos em consideração a quantidade de seguidores e visibilidade na rede. Infelizmente não possuímos muitos idosos LGBTQI+ produzidos conteúdos nas redes do Instagram e TikTok. E quando falamos do segmento de lésbicas esses números torna-se quase que irrelevantes.

Portanto optamos por três perfis que representem melhor a construção de da narrativa identitária nas redes. Sendo eles um perfil de homens gays norte americano, um perfil de um ator brasileiro, e de uma mulher trans. Portanto, vamos nos limitar as contas aqui selecionadas, devido a ausência e profundo isolamento da comunidade LGBTQI+ idosa que se auto representa nas redes.

E dentro de uma análise qualitativa propõe-se por uma compreensão desses perfis e a análise da narrativa construída de seus materiais postados, refletindo sobre questões éticas colocadas ao pesquisador, como nos cruzamentos de diversos códigos éticos etnográficos, tema também propostos por Sarah Pink (2007), preocupando-se com as escolhas baseadas na intencionalidade, moralidade de pessoas e instituições que as representem.

Como também foi utilizado o método de análise de conteúdo proposto por Laurence Bardin (1977), além da utilização de recursos da semiótica peirciana com bases nos estudos de Lucia Santaella (2018). Esses recursos escolhidos permitiram uma análise substancial para que os objetos investigados possam ser melhor compreendidos para a análise da importância dos temas abordados e sua importância na sociedade contemporânea.

Neste trabalho, analisou-se como formas de representação LGBTQI+ estão presentes nos objetos estudados, assim como a representação da identidade, a abordagem do envelhecimento e a importância social da existência desses conteúdos nas redes.

# 1. Enquadramento Teórico

## 1.1. O novo espaço social: A presença das redes sociais no novo cotidiano.

Estamos vivendo uma nova era na formação do espaço social. Desde o surgimento da internet, os avanços em tecnologias da informação e comunicação (TICs) possibilitaram progressivamente que mais pessoas possam interagir através de ferramentas virtuais, entre elas os smartphones. Esta interação está cada vez mais presente e intensa nas formas de comunicar, trabalhar, produzir, organizar, informar entre muitas outras. Este ambiente online não para de se expandir, sem tempo de espera, sem intervalos e isto acontece em todas as plataformas, criando cada vez mais ciberespaços de comunicação e interação na vida social dos seres humanos (Minsky, 1989).

Nestes cenários multimidiático, o fluxo de informação passa por uma convergência do comportamento migratório dos públicos nos meios de comunicação que busca prioritariamente o prazer no entretenimento específico, conforme os seus interesses. Neste cenário, há espaço para todos os conteúdos, tudo é relevante, tudo poderá ser publicado, tudo pode ser vendido e o público sempre encontrará o seu espaço de interesse, que o afagará de todas as formas para o mantê-lo engajado e ativo neste consumo. (Jenkins, 2008, p. 27).

O cenário de um consumidor de informação passivo, onde os média determinavam o exato momento de que este consumidor poderá ter a informação, perde cada vez mais espaço no mundo contemporâneo, este novo consumidor passa ser o grande foco. Nesta simbiose, o consumidor de informação interage mais ativamente na informação, passa a ser participativo, produzindo conteúdo e assim progressivamente criando novas demandas. (Massarolo; Alvarenga, 2009).

A interação virtual promove a construção de grupos distintos concebidos no foco de interesses similares, mas, como todos os grupos sociais, as diferenças das mais diversas esferas sociais, culturais, espaciais, etc... promovem um conhecimento dinâmico, criando uma inteligência coletiva (Lévy, 2003) que se espalha por todas as

partes e é extremamente valorizada, em tempo real na interação das mais diversas especialidades. Esses grupos virtuais possuem uma grande capacidade de combinar os seus conhecimentos de forma dinâmica. Jenkins (2008). Criam grandes impactos na nossa sociedade especialmente provocados pelo uso das redes sociais, que passam a transformar constantemente as nossas capacidades de aprendizagem, de raciocínio, de memória, a capacidade de representação mental e de percepção pelo contacto com as mais diversas espécies de bancos de dados, modelização digital, simulações interativas, etc... (Brennand, 2006).

Na inteligência coletiva está presente o não protagonismo da individualidade. Onde o saber está em todos os indivíduos e este é celebrado pela sua contribuição particular para o coletivo, acrescentando mais visões do saber, ampliando a massa de informações, o que promove uma sensação de pertença. Este indivíduo sente-se inserido, valorizado, mesmo sendo uma contribuição pequena, ele passa a somar a um grupo social. Ele não mais está só, ele é um ser global. (Mcluhan, 1969).

Independentemente de onde o individuo esteja, em qualquer lugar do mundo, a internet permite uma aproximação e conectividade direta e imediata com outros indivíduos que possuam interesses em comum. O que antes parecia ser um tema de interesse isolado, a internet consegue transformar esse tema em algo coletivo e de grande aceitação, diferenciando-se dos média tradicionais que determinam toda a estrutura e distribuição da informação. A internet torna-se uma nova via de possibilidade para a criação de ciberespaços promovendo interações entre os seus utilizadores, que passam a construir opiniões, com novas visões e ideias sobre os mais diversos temas, inclusive de formas políticas. Formando a construção de uma relação da sociedade com a tecnologia à qual podemos chamar hoje de cibercultura (Lemos, 2002).

Dentro deste contexto, do alcance desses conhecimentos, provocados pela grande capacidade da internet de amplificar todos os tipos de discurso, a busca por atenção é cada vez maior e ela é sempre o objetivo principal de todos os participantes dessa rede. Mesmo em opiniões adversas, todos procuram ser ouvidos, notados. Independentemente de o propósito ser uma causa nobre ou a propagação de discursos de ódio. (Lemos; Levy, 2010). E essa busca por notoriedade, mesmo que em pequenas

escalas, é uma conquista pela ciberdemocracia, onde tudo que existe nesse ciberespaço originam informações e registos passíveis de monitorização, análise e aplicação de ações estratégicas pelos detentores desses dados. A luta pela ciberdemocracia, inevitavelmente e organicamente, fez surgir o ciberativismo que cria palco para os mais diversos grupos e minorias, e que neles possam dialogar e reunir-se de forma a construir pensamentos que discorram sobre seus temas mais pertinentes no momento, formando lideranças e ações coordenadas em prol de mudanças sociais, resultem essas ações em práticas virtuais ou físicas, como ataques na caixa de comentários, passeatas, protestos, boicotes, etc. Este movimento tem como característica fundamental a rapidez que a internet proporciona na propagação da informação (Bauman, 2005). Ela também cria uma necessidade, em muitos indivíduos, de se organizarem, politizarem-se na procura de assegurar os seus valores e direitos, e na luta para conquistar mais dignidade para suas vidas em sociedade. (Vegh, 2003)

E neste campo do ciberativismo recortamos a luta dos grupos LGBTQI+, que assim como as demais minorias sedentas por respeito e igualdade de direitos, encontraram nesse meio uma forte via de luta. Fazendo uso de todos os recursos que as plataformas disponibilizam, engajando os seus públicos. Esses atores sociais estão a exercer, cada vez mais, a sua cibercidadania, criando grande visibilidade e atingindo objetivos nunca antes conquistados, e tão rapidamente, provocando mudanças na realidade quotidiana da sociedade, dentro e fora da rede. (Jenkins, 2008).

Para podermos mergulhar no tema proposto, seguiremos uma breve compreensão do universo que permeia o objeto para analisar de forma mais embasada nosso tema.

## 1.2. Instagram e TikTok: Uma breve compreensão das redes sociais

As redes sociais presentes no mundo digital permitem a interação de utilizadores na exposição e partilha dos seus conteúdos através dos perfis ou páginas pessoais. Elas permitem a expressão individual, a interação e a ligação entre utilizadores que, por meio da relação de “seguido” ou “seguidor” permitem um laço, uma conexão destas interações, (Recuero, 2009) onde todo o conteúdo pode ser acompanhado mais

facilmente, uma vez que o conteúdo dos utilizadores seguidos aparece na sua página de notícias, - o feed -, criando assim uma atualização instantânea do seu foco de interesse, originando uma grande e sofisticada forma contemporânea de comunicação (Arnould & Dion, 2018). Diversas redes utilizam esse formato e será precisamente este o foco da investigação em duas redes sociais em especial: o Instagram e o TikTok, de que se segue uma breve apresentação.

O Instagram é uma rede social que partilha essencialmente fotografias e vídeos que permite, através de sua aplicação e de forma gratuita, que os seus utilizadores façam edições nos seus conteúdos e os publiquem e, assim, consigam promover a interação entre os seus utilizadores, bem como partilhar tais conteúdos com outras redes sociais como o Twitter, o Facebook, Flickr, Foursquare ou o Tumblr.

A empresa foi criada por Kevin Systrom e Mike Krieger e a plataforma lançada em outubro de 2010, e basicamente, permitia apenas a publicação de fotografias em formato quadrado, que podiam ser previamente manipuladas dentro da sua aplicação, através do controlo dos níveis de luz e intensidade, como também com a opção do uso de filtros de imagem (DesMarais, 2013).

Dois anos após a sua criação, o Instagram já possuía mais de 100 milhões de utilizadores, atraindo a atenção e interesse de grandes corporações do mesmo ramo, tendo sido adquirido pelo Facebook (Desmarais, 2013).

A partir da aquisição pelo Facebook, a rede passou por grandes avanços, nomeadamente ser incluído e distribuído nos mais importantes e dominantes sistemas operacionais de smartphones, IOS, Android, Microsoft e Nokia World. O que antes estava apenas disponível na Apple Store passou a também estar disponível no Google Play e Windows Phone Store (Darren, 2012). Hoje a rede atingiu 2 mil milhões de utilizadores ativos em todo o mundo<sup>3</sup>, consolidando com uma das mais importantes e influentes redes sociais a nível mundial.

Entre as suas ferramentas de funcionalidade, o Instagram possui hoje, além das publicações de fotografias e vídeos que permitem partilhas e comentários - a utilizar na internet URL -, que o utilizador possa visionar e comentar as publicações, mas não

---

<sup>3</sup> Disponível em: <https://www.statista.com/statistics/253577/number-of-monthly-active-instagram-users/> visitado a 13 de abril de 2022.



editar e nem fazer publicações, este recurso é restrito apenas a aplicação nos telemóveis. A aplicação também possui uma função separada da página principal que se chama "Instagram Stories", muito semelhante a uma outra rede social intitulada de Snapchat, e que permite aos utilizadores publicarem vídeos curtos no máximo de dez segundos, e que só se mantêm visíveis na rede e ao público por um período de vinte e quatro horas. Para ter acesso a esses conteúdos, o utilizador precisa apenas clicar na foto de perfil de quem segue (Fiorini, Carvalho, Menezes 2019).

O enorme sucesso dos *Stories* e a necessidade de manter visível esses conteúdos fez com que o Instagram criasse uma nova funcionalidade: o IGTV. Este recurso permite que os vídeos, no mesmo formato dos *Stories* possam manter-se sempre visíveis, somados a uma maior duração dos vídeos comparativamente aos seus concorrentes diretos - o YouTube e o TikTok -, tornando-se mais atraentes para os criadores de vídeos de conteúdo. Sendo essa ferramenta a que permite uma maior visibilidade, pois permite que utilizadores aleatórios possam ver os conteúdos, sem necessariamente estar vinculados às contas detentoras dos vídeos. Nesta ferramenta, quem determina o que o utilizador irá ver a seguir ao vídeo que foi pré-selecionado é o algoritmo, ou seja, é a própria mecânica da plataforma, que atualmente, de forma ainda mais sofisticada, cruza dados sobre preferências de gostos e visualizações com os dados pessoais dos utilizadores, medindo tendências, de maneira a promover a interação - o engajamento - com o objetivo de manter o utilizador sempre interessado nos próximos vídeos sugeridos. Tais escolhas são baseadas em todas as informações que o utilizador deixa tal como um rastro | histórico de visualizações, gostos, comentários, ou seja, a máquina consegue identificar o tipo de interação e assim, propor mais conteúdos semelhantes. (Gomes, 2018).

Sem dúvida essa última ferramenta possibilitou ao Instagram uma grande atividade dentro da rede e atingir os novos números recordes de utilizadores. E estes passaram a ter um número espantosamente maior de visualizações dos seus conteúdos. Vale lembrar que esse recurso já era utilizado pelo TikTok.

O TikTok é uma aplicação de criação e partilha de vídeos curtos, criado na China e lançado em setembro de 2016, mas apenas a partir da sua fusão com a [music.ly](https://www.music.ly/) em 2018, é que passou a ser um grande fenómeno global, agora presente em 154 países e

disponibilizadas em setenta e cinco idiomas diferentes, e com cerca de mil milhões de utilizadores ativos por mês, o que representa uma utilização de 80 minutos diários por cada utilizador. O conteúdo desta rede social são vídeos compostos, originalmente, por danças de competições criativas com jogos de imagens e edições. Maioritariamente esses conteúdos são produzidos em smartphones, em espaços comuns, do quotidiano dos seus utilizadores. Os perfis destes também são marcados por, na sua maioria, por jovens menores de 20 anos, incluindo crianças (Kennedy, 2020). De entre esses utilizadores há uma predominância de jovens do sexo feminino. Os utilizadores também possuem um perfil mais passivo de consumo do entretenimento Bossen e Kottasz (2020), Patel (2020).

Esses jovens encontram uma via de comunicação mais acessível e dinâmica na convergência de interesses, potencializando os seus conhecimentos e aptidões, livres de fronteiras geográficas ou mesmo linguísticas, pois a plataforma permite que tenham uma maior interação multicultural, construindo, com isso, novas referências sociais, influenciando jovens nas mais diversas esferas de interesses. Não diferente, essa também é uma plataforma de viralização rápida e da criação quase que instantânea de “novas celebridades”, os utilizadores da plataforma assumem comportamentos de fãs ao reconhecer conteúdos publicados por perfis mais conhecidos, ou celebridades da plataforma, Yan e Zhang (2019) que impulsionam os produtores de conteúdos a grandes visualizações através das partilhas e interações, multiplicando os seus alcances de forma muito rápida e dinâmica. Mas como tudo nesta era, a novidade tem um curto espaço de tempo, tornando um vídeo viral ficar desatualizado, pertencer ao passado, em poucos dias, exigindo que os seus criadores produzam constantemente novos materiais para se manterem ativos na plataforma. Evidentemente, é preciso mencionar que grande parte do sucesso do TikTok deve-se ao grande nível de sofisticação das ferramentas de edição, efeitos especiais, pouco explorados em aplicações semelhantes, possibilitando uma maior criatividade na construção de conteúdos, sejam eles de puro entretenimento ou de vertente comercial, promocional e publicitária.

É também muito relevante mencionar que esta aplicação faz uso de um sofisticado e dinâmico algoritmo, que cruza as informações dos seus utilizadores, relacionando os seus interesses, originando as sugestões de vídeos demonstrados nas

sequências de visualizações, de forma permanente e muito precisa. No TikTok percebemos um item diferencial das demais aplicações no que se refere à organização de conteúdos em tela entre o utilizador, os seus seguidores e quem aquele segue na plataforma, Anderson (2020).

É entendido o enorme alcance dessas redes, mas também esse impacto tem um custo social e seguiremos para uma breve análise das consequências das redes em nossa sociedade.

### 1.3. Os impactos das redes sociais na sociedade

O Condicionamento Operante foi um experimento do escritor e psicólogo Burrhus Frederic Skinner. Nesse experimento, ratos eram estimulados a acionar mecanismos em troca de alimentos, a execução constante dessa prática criou um condicionamento no comportamento desses animais, tornando assim o comportamento dos ratos a serem comandados de acordo com os interesses dos administradores do experimento. Esse experimento com ratos do início do século 20 é a base no processo operacional nas redes sociais nas quais se debruça essa investigação, onde as recompensas do século 21 passam a ser a alimentação de um narcisismo, o fortalecimento da necessidade de exposição assim como a alimentação do ego. Isso se dá em uma reação de enorme satisfação do usuários ao verem suas postagens ganhando mais visualizações e *likes*. A utilização da rede é gratuita, pois os usuários dessas redes não precisa pagar para possuir uma conta.(Antonioni, 2019) Mas a sua utilização pode causar diversos resultados, como descreverei mais precisamente à seguir.

#### 1.3.1. A Máquina: Um pequeno entendimento do funcionamento das redes.

As Redes Sociais possuem um domínio que se construiu a partir de estímulos dados a seus usuários. A cada postagem realizada, o usuário é estimulado por mecanismos de recompensa. A interação gera visibilidade e são numerados através de

seguidores, curtidas, compartilhamentos e comentários, construindo um certo status social virtual<sup>4</sup>. Essa exposição comum em muitas contas, gera uma satisfação em seus usuários ao ponto de deixá-los ainda mais empenhados em profissionalizar-se no uso da plataforma. A quantidade de seguidores também determina uma espécie de sensação de poder nos produtores de conteúdo, alguns deles são colocados como referência de determinado assunto para seus seguidores. Sejam essas referências positivas ou negativas(Allen, 2017).

Essa visibilidade, esse status que podemos chamar de um bem simbólico, é a recompensa dada aos usuários da rede social. Essa recompensa pode parecer ser simples, mas é algo muito viciante, algo comparado aos jogos de azar, com formas mais nocivas, visto que ela é mais sutil e de difícil compreensão à associada. O jogo tem seu mal associado a uma forma simples e direta.

Esse estilo viciante foi exposto pelo primeiro presidente do Facebook Parker em uma entrevista concedida à Mike Allen, da Axios:

Precisamos lhe dar uma pequena dose de dopamina de vez em quando, porque alguém deu like ou comentou em uma foto ou uma postagem, ou seja lá o que for (...) Isso é um circuito de feedback de validação social (...) exatamente o tipo de coisa que um hacker como eu inventaria, porque explora uma vulnerabilidade na psicologia humana (...) Os inventores, criadores — eu, Mark [Zuckerberg], Kevin Systrom no Instagram, todas essas pessoas —, tinham consciência disso. E fizemos isso mesmo assim (...) isso muda a relação de vocês com a sociedade, uns com os outros (...) Isso provavelmente interfere de maneiras estranhas na produtividade. Só Deus sabe o que as redes sociais estão fazendo com o cérebro de nossos filhos (Allen, 2017).

A busca por mais visibilidade estimulou usuários a construírem um comportamento virtual novo. As construções nas redes sociais ganhou impulsos

---

<sup>4</sup> Consultado em: <https://instagram.com/press/> . Consultado em 22 de setembro de 2022

especialmente por conteúdos criados, conteúdos com imagens falsas dos próprios usuários, uma fantasia do ideal. A medida que essa busca por mais visibilidade aumenta, uma nova fronteira é rompida. Percebeu-se que, estimulados sempre por mais engajamento, as redes sociais ganham grandes visibilidade quanto são postados os conteúdos com mais emoções negativas, como medo e raiva. Essas emoções foram verificadas presentes nos conteúdos com mais viralizações<sup>5</sup>, gerando mais engajamento e interações, permanecendo mais tempo nos feeds dos usuários (Zuboff, 2019).

A polêmica segue na mesma linha. E a verdade passou a exercer um papel secundário nas redes sociais, cada vez mais usuários em busca de mais visibilidade passam a exercer funções de “lacrção”<sup>6</sup>, sendo agressivos, comentando e compartilhando conteúdos falsos. Isto só para ganharem mais visitas aos seus perfis e ganhando lugar de destaque nos feeds dos seguidores. A vontade de impressionar tornam as discussões frequente nas redes sociais, muitas vezes acabando em insultos na tentativa de impor a validação da desconstrução da verdade.

A medida que o usuário se torna mais ativo e mais engajado nas postagens, a máquina de armazenamento de dados fica mais rica de informações para construir análises e deliberar fórmulas matemáticas atuantes na plataforma. Esses dados são especificamente o grande tesouro, o grande capital das redes sociais, os dados são a matéria-prima para que essa rede social possa usar e oferecer serviços de divulgação para seus verdadeiros clientes, os anunciantes. Esses dados são analisados pelos algoritmos<sup>7</sup> que passam a gerir as informações e detetar as formas mais eficiente para seu uso. Esse cálculo matemático está muito além do que um ser humano poderia fazer manualmente. São análises precisas que podem identificar o perfil de cada usuário, seus hábitos, gostos, interesses e até medos.

Os algoritmos entregam conteúdos diferentes para pessoas diferentes, tudo automatizado e customizado. Garantido que todos permanecem dentro de uma bolha (Pariser, 2012) de informações confortáveis com a construções de valores que lhe foram oferecidas.

---

<sup>5</sup> Disponível em: <[www.pnas.org/content/111/24/8788.full](http://www.pnas.org/content/111/24/8788.full)>. Acesso em: 30 jul. 2018.

<sup>6</sup> A gíria lacração, ou lacrar, é um sinônimo para “arrasar” ou “mandar bem”. O termo é utilizado como elogio para alguém que fez alguma coisa tão bem que deixou os outros sem reação. Disponível em: <https://www.significados.com.br/lacrar/> Acesso em: 30 jul. 2022.

<sup>7</sup> Algoritmos são procedimentos precisos, não ambíguos, mecânicos, eficientes e corretos. Dasgupta, Papadimitriou e Vazirani, 2010, p. 2

Isso também cria um outro novo problema. O senso de empatia é rompido, pois esse perfil apenas é alimentado por informações das quais pertencem ao seu universo, transformando em seres com valores empáticos ao seu universo a sua bolha, criando uma enorme dificuldade de relacionamentos com outras bolhas. Logo, essas bolhas passaram a torna-se grupos focais de interesse externos, não somente para vendas de produtos e serviços, mais também para interesses políticos (Pariser, 2012).

Esse modelo de negócio muito lucrativo operado pelo pelas redes sociais não parece estar no seu fim. Eliminar os estímulos raivosos é destruir a máquina de fazer dinheiro. Esse sistema precisa desses perfis, eles são a força motriz do sistema. A mentira e o ódio contaminaram cronicamente a rede social. Os princípios falsos de livre arbítrio das redes sociais, transformaram o usuário em produto.

A democracia não pode esta a mercê do algoritmo. Não existe livre arbítrio comprável. no livro "O filtro invisível", Eli Pariser (2012) fala sobre as bolhas ideológicas nas redes sociais. As bolhas acabam por nos aprisionar. Acabamos por consumir apenas o que nos é de mais interesse. Destruindo nosso poder criativo, nossa empatia, nossa dignidade enquanto seres pensante evolutivos. A democracia não existe em uma sociedade com seu pensamento escravizado, a democracia é o conviver com a diversidade. E isso não existe em uma sociedade concebida por bolhas.

Dentro dessa perspectiva precisamos entender como a comunidade LGBTQI+ vem se formado e se compreendendo em quanto parte integrante da sociedade conforme veremos a seguir.

## 2. LGBTQi+: História, identidade, velhice e representação.

### 2.1. Homossexualidade: um breve registro histórico.

A homossexualidade sempre esteve presente nas relações da espécie animal. Segundo Humberto Rodrigues(2004), em estudos que realizou, mostrou que diversas espécies de animais, cerca de 80% deles têm relações homossexuais no decorrer da vida. Entre as zebras, de 30% a 40% não têm nenhuma relação heterossexual, sendo os veados do rabo branco os únicos animais homofóbicos.

O poeta alemão Goethe costumava dizer que a homossexualidade é tão antiga quanto a própria humanidade. Na nossa sociedade, estas relações estão presentes também na nossa história. Estima-se que já em 4.500 a.C. houve o primeiro registo de uma relação homossexual entre o deus Horus e Seth, na tradição egípcia (Rodrigues, 2004).

Na cultura greco-romana, o sexo entre homens era praticado comumente na sociedade e na religião, onde alguns de seus deuses comungavam de relações amorosas e sexuais entre o mesmo sexo. Muitos dos Filósofos gregos, inclusivamente, eram homossexuais. Em Tebas existiu um exército formado por 150 casais gays, e que, inclusivamente, ficou conhecido por não ter perdido nenhuma batalha em 40 anos de existência. Os últimos 15 imperadores romanos, com exceção de Cláudio, também eram gays (Rodrigues, 2004).

Segundo os estudos de Humberto Rodrigues(2004), o preconceito contra os homossexuais começou com o cristianismo, pois na antiguidade eles eram encarados com normalidade, sendo considerados parte integrante da cultura.

A necessidade de procriar, de dar origem a uma outra geração, é tão poderosa que tem sido usada como um argumento da irrelevância do ato sexual dentro do mesmo sexo – ou até mesmo de que ele iria contra a natureza (Spencer; 1995). Partindo deste pressuposto, o antropólogo Luiz Mott defende que o catolicismo abençoou a perseguição aos homossexuais e ainda hoje, juntamente com novas igrejas

protestantes, consideram o ser homossexual como um ser diabólico. O autor defende que os homossexuais são um grupo frágil, que precisa vencer alguns obstáculos para integrar-se na sociedade, pois as demais minorias sociais - como são as pessoas de raça negra, índios - aprendem em casa, com os pais, a desenvolverem a sua autoestima, a impor respeito na sociedade, a ter orgulho da sua condição, o que não acontece com aqueles que são homossexuais.

Acredita-se que 4% a 8% da população ocidental adulta que vive em grandes centros urbanos, seja homossexual (Small, 1996). E sabemos que a homossexualidade existe em todas as sociedades. É algo que não podemos negar, pois é tão antiga quanto a própria humanidade. Ela pode ser tida como desvio de conduta, anormalidade, contra a natureza, mas estas explicações não eliminam o facto de que ela existe e está no meio de nós.

#### 2.1.1. A Cultura e Movimento LGBTQI+

A palavra gay, pelo seu uso extensivo, passa a ter a conotação de significar não somente o sujeito homossexual, mas também toda a rede de valores da chamada cultura gay (Nogueira, 2021).

Desde o final do século XIX, até aproximadamente o início dos anos 70, a definição do homossexual masculino denotava uma extrema feminilidade. Sendo substituído por um modelo teatralmente masculino: os “supermachos”, que vestiam roupas de couro, botas, usavam cabelo curto, barba e bigode. A partir da década de 90, o arquétipo “barbie” passou a ser o modelo vigente, valorizando o culto ao corpo, as dietas alimentares, os cuidados com a pele, a valorização de roupas da moda, viagens, entretenimento, etc. (Nunan; 2003).

Este grupo possui características peculiares que envolvem espaços de socialização, linguagem própria, subgrupos e códigos de aparência externa.

Em suma, acreditamos que tanto os estabelecimentos voltados para os gays como as gírias e códigos de aparência empregados por eles, funcionam como instrumentos simbólicos de construção de uma identidade positiva, livre dos estereótipos correntes na sociedade. Dito de outra forma, a participação na subcultura



gay e a adoção de determinados comportamentos de consumo - tais como ir a bares/discotecas gays, comprar revistas direcionadas para este público ou vestir-se com determinadas marcas de roupa -, facilita enormemente a aquisição de uma identidade homossexual (Nunan; 2003).

O movimento homossexual são esforços de grupos sociais que se organizaram inicialmente na Europa, a partir do final do século XIX, para promover os direitos dos homossexuais. (Does, 2015) Nos anos 20, teve-se notícia dos primeiros movimentos nos Estados Unidos. Já no Brasil, o movimento organizado acabou por só ter início na segunda metade do século XX (Leal, 2010).

O marco mais importante do movimento homossexual aconteceu nos Estados Unidos em 1969. O bar “Stonewll Inn”, conhecidamente frequentado por gays de Nova Iorque, recebia constantemente visitas da polícia em que prendiam e agrediam os frequentadores do local. Na noite de 28 de Junho desse ano, houve mais uma tentativa da polícia em fechar o local, o que resultou numa revolta por parte dos frequentadores que atacaram os policiais com garrafadas e pedradas, isto causou uma grande manifestação que se prolongou por cinco dias, chamando a atenção da imprensa e tornando-se notícia no mundo inteiro. Pressionada, a City House ordenou o fim da violência policial. Este acontecimento passou a ser comemorado anualmente como o Dia Internacional do Orgulho Gay, sendo realizadas “paradas” em 140 países (Leal, 2010).

No Brasil, a primeira Parada Gay aconteceu em 1995 no Rio de Janeiro. Hoje, a parada acontece em vários estados da federação. O Governo Federal, numa ação inédita, lançou um edital apoiando o movimento em todo o país. Em São Paulo, na sua 9ª edição em 2005, segundo os dados da organização do evento, a Parada Gay reuniu 1,8 milhões de pessoas nas ruas paulistas, resultando, pelo segundo ano consecutivo, no maior evento do género em todo o mundo (Portes, 2005)

Estes movimentos são importantes para que a sociedade entenda, e até mesmo os próprios homossexuais que façam parte indiscriminada da sociedade, que fazem parte dela, tornando este segmento mais visível e respeitado, assim, como os seus direitos assegurados.

No Brasil, a união estável entre pessoas do mesmo sexo, como entidade familiar com os mesmos direitos e deveres do homem e mulher, foi permitido pelo Supremo Tribunal Federal em 2011. Sendo noticiado nos principais jornais do país que noticiaram gays que ganharam o direito de namorar dentro da cadeia e homossexuais que conquistaram o direito de receber pensão do INSS<sup>8</sup> pela morte do companheiro (Stochero, 2012).

A discriminação contra homossexuais, mesmo que lentamente, torna-se cada vez menor e o desrespeito começa a ser combatido. Em 34 países está reconhecido que a discriminação por orientação sexual é uma violação dos direitos humanos. No Brasil, em 9 dos seus Estados, no Distrito Federal, 13 capitais dos Estados e em mais de 73 municípios, já existe a legislação específica sobre o assunto e a sua aplicabilidade (Castedo E Tombesi, 2019)

Em Portugal o movimento LGBTQI+ tem um primeiro marco através do manifesto "Liberdade para as Minorias Sexuais" que foi publicado no Diário de Lisboa<sup>9</sup>, logo após a revolução de 25 de abril de 1974, através do Movimento de Ação dos Homossexuais



Figura 1- Diário de Lisboa, 13 de Maio de 1974, Número: 18456 Ano: 54, pagina 28.

<sup>8</sup> Instituto Nacional de Seguro Social do Brasil .

<sup>9</sup> Diário de Lisboa, 13 de Maio de 1974, Número: 18456 Ano: 54, pagina 28. Disponível em: <http://casacomum.org/cc/visualizador? pasta=06819.169.26720#!28> Visitado em : 30 de setembro de 2022.

de Portugal(MAHR) o que foi suprimido e negado por militares pois no período a homossexualidade era considerada doença e perversão (Ferreira, 2016).

Mas então só em uma revisão da constituição portuguesa de 2005 , que foi incluído no artigo 13º que as orientações sexuais não podem estar fora dos direitos garantidos pela constituição<sup>10</sup>. Não demorou muito para que Portugal tornasse lei e garantisse que homossexuais pudessem ter direito ao casamento civil, tornando-se possível mais um dos direitos reivindicados pela comunidade LGBTQI+<sup>11</sup> e em 2016, tornando-se o 24º país a permitir a adoção por casais homossexuais<sup>12</sup>.

### 2.1.2. O mercado LGBTQI+

O mercado LGBT (Lésbicas, Gays, Bissexuais, Travestis, Transexuais e Transgêneros) é um dos que apresenta forte e promissor potencial mercadológico. De acordo com o estudo realizado pela Out Now, a única empresa de consultoria especializada em LGBT reconhecido na Lista de Diversidade Global, apoiada pelo The Economist, o mercado LGBT representa mais de 3 mil milhões de dólares em todo o mundo e a população adulta LGBT brasileira produz uma faturação total de 141 mil milhões de dólares por ano no país, segundo o relatório Brasil LGBT 2030, de 2017; além disso, a população LGBT, no geral, é responsável por gerar 7% do PIB Nacional. Esse público gastou 6,9 mil milhões de reais com aquisição de telemóveis, televisão e contas gerais da população brasileira e 3,5 mil milhões de reais gastos com bilhetes para concertos, cinema e teatro. A média anual gasta em livros de uma pessoa LGBT no Brasil é de 448 reais. 16,75 mil milhões de reais são gastos em roupas e calçados por ano. O Ministério do Turismo do Brasil estima que 100 mil milhões de dólares circulem pelo mercado LGBT no Brasil, por ano (Chasin, 2017).

---

<sup>10</sup> Disponível em: <https://www.parlamento.pt/Legislacao/Paginas/ConstituicaoRepublicaPortuguesa.aspx>. visitado a 13 de abril de 2022.

<sup>11</sup> Disponível em: <https://files.dre.pt/1s/2010/05/10500/0185301853.pdf> visitado a 13 de abril de 2022.

<sup>12</sup> Disponível em: [https://www.rfi.fr/br/europa/20160210-portugal-autoriza-adoacao-de-criancas-por-casais-homossexuais?ns\\_campaign=reseaux\\_sociaux&ns\\_source=twitter&ns\\_mchannel=social&ns\\_linkname=editorial&aef\\_campaign\\_ref=partage\\_user&aef\\_campaign\\_date=2016-02-10](https://www.rfi.fr/br/europa/20160210-portugal-autoriza-adoacao-de-criancas-por-casais-homossexuais?ns_campaign=reseaux_sociaux&ns_source=twitter&ns_mchannel=social&ns_linkname=editorial&aef_campaign_ref=partage_user&aef_campaign_date=2016-02-10) visitado a 13 de abril de 2022.

De acordo com Pacheco (2017), estima-se que casais homoafetivos auferem rendimentos duas vezes superiores aos casais heterossexuais, e se forem homossexuais do sexo masculino esse número passa a ser quatro vezes maior. Eles são fieis àqueles que anunciam para eles, percebendo que as marcas vanguardistas desempenham um importante papel na sociedade em relação ao público LGBT. É como uma "gratidão" as empresas que os reconhecem, os aceitam e os respeitam. Esse público, não serão apenas consumidores dessas empresas, eles serão guardiões de suas marcas (Nunan, 2003).

A consciência cada vez maior, da possibilidade de se concretizarem oportunidades desse mercado, começa a mudar a postura e a maneira como o mundo dos negócios vê a comunidade de gays e lésbicas. Isto, paulatinamente, vem crescendo e ocupando lugar em nossa cultura.

As conquistas dessa comunidade, através das lutas de grupos organizados pelos direitos civis, criaram maior visibilidade e um cenário favorável para empresas apostarem e direcionarem mais abertamente para esse público, fazendo a diversidade sexual ser mais aceita e dominante do seu espaço. (Solomon; 2002).

Essa força social e de mercado, impulsionado pelas redes sociais constrói uma verdadeira reciprocidade de vantagens, reafirmada pelo consumo da comunidade LGBT. Promovendo a sua existência através do capitalismo no espaço local e global, onde a troca de presentes|ofertas entre as empresas e marcas fornecem uma visibilidade para esse público, proporcionando uma ideia de pertença em troca de lucro em vendas e fidelização (Souza, 2009).

E essa apropriação do mercado segundo Chasin (2000), é a promessa de cidadania do mercado LGBT para esse público que se construiu através do consumo, apresentando um caminho de conquistas sociopolíticas. O ato de consumir torna-se uma ferramenta de afirmação desse público para a sociedade em geral, incentivando públicos externos da comunidade a consumir produtos e serviços destinados à comunidade LGBTs como forma de apoio às suas causas e combate ao preconceito.

Entre as ferramentas que vem ganhado espaço e servindo de veículo de comunicação e informação para a exposição desse público temos as redes social, que

ganhar mais espaço na vida cotidiana contemporâneo seguimos em uma breve compreensão de duas das redes social na qual debruça essa tese.

Devemos considerar que mesmo com todos os esforços de inclusão e avanços no mercado na comunidade LGBTQI+, O mercado prima por lucro e está sempre em busca de novos mercados e publicados consumidores. Essa é uma troca nem sempre favorável I para ambas as partas, mas esse é um assunto muito amplo que não está no foco desse trabalho, ficando aberto para pesquisas futuras.

O lugar do chamado “pink money”, o capital controlado por LGBTQIA+, já foi alvo de inúmeros estudos econômicos e mercadológicos, inclusive sobre as representações geradas a partir de seus fluxos. Entretanto, por serem demasiado amplas, suas consequências não são foco deste trabalho.

Em um contexto mais abrangente sobre o conceito sobre identidade os estudos de ciências sociais consideram que cada indivíduo constrói sua identidade de acordo com suas realças sociais de forma mais ampla e abrangente em um diálogo constante, que busca a uma afirmação permanente e de validação individual em um coletivo. Seguindo o pensamento de Alberto Melucci (2004) a identidade é a expressão individual correspondente ao seu entendimento em sociedade, que se contrai em uma relação continua com tudo que pertencem a sua cultura e a que esse individuo tem acesso, é a construção das relações com o seu meio e a expressão que se faz em sociedade. Tornando-se eu ser político de si mesmo, um protagonista de sua história que está em constante briga com as relações de poder com tudo em sua volta. A identidade passa a ser uma luta diária da afirmação de si mesmo perante a sociedade, onde não há vencedores, e sim, a luta incessante de mudança e imposição social.

## 2.2. Identidade nas redes

O que compreendemos hoje nas relações social, é que estamos mais restritos aos grupos sociais convencionas, As redes sociais está presente no cotidiano de uma grande quantidade de usuários e exerce outras formas de mediações, tornando as relações mais imediatas e intensa de forma mais dinâmica e abrangente. A identidade está directamente relacionada com a interação com o social e a ponte que conecta os

usuários são as inúmeras ferramentas de comunicação social presentes na internet. (Sciolla, 2010).

Neste contexto a comunicação e a formação identitária presente nas formas de relação com os computadores e redes de internet passam por três fases segundo Tosoni (2004). A primeira consiste nos primórdios da internet, onde os computadores podiam comunicar-se entre si por meio da internet, porém as comunicações restringiam-se a troca de emails e códigos de computadores. As relações entre indivíduos eram extremamente limitadas e muito impessoal. Essas relações foram amplamente utilizadas em instituições, em trabalhos corporativos.

Em uma segunda fase surgiu o World Wide Web, em 1991, houve um grande primeiro salto nessas relações. A facilidade para pessoas comuns poderem ter acesso a internet em suas casas e às ferramentas agora disponíveis, possibilitou um grande salto nas relações sociais, proporcionou um grande avanço, não apenas nas comunicações e na formação individual dos indivíduos, permitindo com que os mesmos pudessem expressar suas identidades de forma a tornassem conhecidos por um determinado grupo social. Onde podemos observar as trocas de experiências e satisfações, pois nesse momento percebemos os avanços das comunicações on-line, onde qualquer indivíduo podia construir um blog ou algo semelhante e expressar suas ideias, afirmar sua identidade de forma anônima ou não, da mesma forma comunicar-se com seus leitores, através de comentários e manifestar suas percepções, construindo em alguns casos, as trocas de ideias. (Suler, 2002).

Em um terceiro momento é a explosão da virtualidade, os avanços da ferramenta e a velocidade que a internet chega para as pessoas, a massificação das formas de comunicação forçou o indivíduo a posicionar-se e fortalecer sua identidade. Agora o indivíduo precisa convencer mais do que simplesmente parecer, para poder convencer o grupo social nas redes que está inserido. Esse indivíduo precisa estar mais sólido nas suas convicções para se expressar e ser reconhecido nas redes. Os avanços permitiram intercalar e os alastramentos dessas informações pudessem ser mais amplas e imediatas, podendo esse indivíduo ser descontraído facilmente por um exército de seguidores insatisfeitos, que poderiam compartilhar críticas aos seus

conteúdos postados, como também enaltecer sua credibilidade e fortalecendo e reafirmando sua identidade (Bruni 2014).

### 2.3. Identidade LGBTQi+

Podemos considerar que a identidade LGBTQi+ está diretamente relacionada por uma compreensão do coletivo e das formações de coletivo que podem ser compreendidas por Melucci (2001) a partir das formações dos grupos e manifestações sociais do coletivo, trazendo a tona a necessidade de criação da identidade coletiva da comunidade LGBTQi+ de forma que pudesse melhor lutar por direitos coletivos e de afirmado na sociedade com sua existência legítima em sociedade. Mas para que possa existir uma identidade coletiva, o indivíduo precisa individualmente construir e se compreender enquanto LGBTQi+ e para compreender o processo de formação individual da identidade LGBTQi+ vamos recorrer as reflexões propostas por Vivienne Cass em *Homosexual identity formation* (1979), que estabelece seis etapas da formação individual identitária do indivíduo LGBTQi+.

O primeiro estágio é composto pela “confusão” onde o indivíduo está perdido e não se sente ou pretende pertencente a nada que conhece. Esse indivíduo é bombardeado de informações sociais que o impõem a tomar posição e o impulsiona a escolha de um caminho. Ele não reconhece que sua sexualidade pertença a uma das formas apresentadas pela sociedade e, portanto, na tentativa de se encontrar enquanto indivíduo e identidade segue para o segundo estágio.

A comparação, o indivíduo busca compara-se com todas as referências sociais que lhe são apresentadas e que se identifica. A comparação é a forma que ele encontra, inicialmente, de compreender sua sexualidade, mesmo que distanciando da compreensão externa. Neste momento não há uma clareza do que realmente é ou se sente, as referências são sempre externas.

A tolerância é o terceiro estágio que permite conhecer suas necessidades individuais, iniciando um processo de compreensão da sua identidade. Onde existem os primeiros contatos com as ideias referente a sua sexualidade e a compreensão de minorias sexuais.

A busca por uma identidade LGBTQi+ pode-se dizer que realmente inicia no quarto estágio, pois é nesse momento que ele se reconhece com sua sexualidade e se compreende como LGBTQi+, fortalecendo laços com indivíduos em igual situação, interagindo e socializado com a comunidade social a qual pertence.

Nesse relacionamento, baseado no autoconhecimento, na autoaceitação e o fortalecimento dos laços afetivos, passamos ao quinto estágio: o orgulho. Nesse momento a identidade é exposta à sociedade, saindo das zonas sociais exclusivas das minorias sexuais. A identidade passa a ser uma bandeira, que pode existir na sua literal materialidade, mas também em todos os referências culturais que representam suas minorias sexuais, como música, vestuário, expressões de vocabulário etc.

E por fim a integração, onde o indivíduo pode exercer sua identidade em um espaço mais amplo, onde não está mais cercado de seus iguais. É a fase onde a existência de sua identidade convive integrada com o meio social divergente de sua minoria sexual. Uma intensão que precisa ser harmônica para coexistir e possibilitar uma maior diversidade em nossa sociedade.

## 2.4. A Velhice LGBTQi+

As imensas mudanças que vivemos nas últimas décadas permitiram que uma maior longevidade de toda a sociedade, os avanços na ciência, na medicina, na qualidade de vida, na alimentação, nas formas de habitação, higiene e muitas outras formas de avanços na sociedade, tonaram nossa sociedade apta a atravessar a vida de forma mais longínqua e com qualidade (Araújo & Carvalho, 2005). Mas para compreender e delimitar esse segmento, as definições das idades biológicas dos indivíduos, e que é representada como idosa são segundo NERI(2008), 65 anos em países desenvolvidos e 60 anos em desenvolvimento. E quando falamos em uma realidade brasileira e sua representatividade numérica de idosos, segundo os dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) publicados em 2010<sup>13</sup>, esta

---

<sup>13</sup>Ministério do Planejamento, Orçamento e Gestão (MPOG). Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). Censo demo- gráfico 2010. Rio de Janeiro: MPOG, 2011. Disponível em: [https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/periodicos/93/cd\\_2010\\_caracteristicas\\_populacao\\_domicilios.pdf](https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/periodicos/93/cd_2010_caracteristicas_populacao_domicilios.pdf)  
Acesso em: 25-9-2022



representa aproximadamente 13% da população brasileira. E estima-se que esse número, em 2030, possa ultrapassar os 18%.

Dentro desse cenário, o IBGE em seu último estudo e de forma inédita, constatou que mais de 58 mil casais homoafetivos foram identificados, mas esse fato isolado não representa um dado mais profundo, ele representa apenas os números de casais que se intensificaram. O senso aplicado no Brasil e em muitos países, não quantifica a comunidade LGBTQi+, prejudicando estabelecer um cenário mais fidedigno da população brasileira. Inúmeras tentativas de inclusão desse levantamento têm sido propostas e recentemente uma ordem judicial pediu a inclusão de perguntas sobre a orientação sexual o que ainda tramita em justiça<sup>14</sup>.

O levantamento de dados dessa comunidade é muito complexo pois entre muitos problemas encontram-se as formas como as pessoas se identificam, o preconceito e o medo de externalizar suas identidades (Maslow, 1952). E um levantamento sobre esta população idosa é ainda mais delicado por todos os aspectos que remetem a homofobia da comunidade, se soma aos preconceitos da terceira idade, destacando que a população LGBTQi+ de idosos está propensa a se reconhecer com tal, muito mais tarde que nas demais fatias da sociedade (Scherrer & Fedor, 2015).

No entanto essa população existe, mesmo que sendo invisibilizada pelo sistema e as imensas dificuldades de identificá-las e estigmatizá-las como assexuadas, incapacidades físicas e mentais, reforçando ainda mais o preconceito tiram essa população de uma maior interação social e conseqüentemente sua visibilidade. E esse preconceito não deve permanecer por muito tempo, assim com os avanços das leis e das conquistas de direitos sociais. Os idosos LGBTQi+ também ocuparam cada vez mais um espaço mais digno em nossa sociedade.

## 2.5. A narrativa digital

### 2.5.1. O eterno Herói: A Construção de uma narrativa com base em um personagem principal.

---

<sup>14</sup>Disponível em: <https://www.em.com.br/app/noticia/diversidade/2022/06/10/noticia-diversidade,1372529/ibge-recorre-da-decisao-de-incluir-populacao-lgbtqia-no-censo-2022.shtml> Acesso em: 25-9-2022

Para compreendermos a narrativa digital, especificamente nos vídeos que pretendemos analisar nas plataformas TikTok e Instagram, devemos compreender sua linguagem materna. A linguagem cinematográfica, que nasceu na junção do som e a imagem em movimento, logo se consegue como linguagem devido inicialmente na provocação ou estímulo do receptor em algo pensado, criando uma relação de ação e efeito. Essas criações utilizando de recursos de atores e suas atuações, seus cenários e a música para criar um clima e uma atmosfera, e principalmente a lógica de uma história sendo contada. Portanto todos esses elementos são filmados de formas divididas, e que podemos chamar de corte ou cena. Cada cena apresenta uma escolha de ângulo, luz, enquadramento e movimento. Todos esses elementos obrigatoriamente estão em qualquer cena ou corte de uma filmagem, feito isso em minúsculos pedaços da história. A junção dessas cenas, é o que chamamos de “montagens”. Nela teremos uma coerência no contar da história. O que para muitos estudiosos assim como Eisenstein, (2002) e Carrière, (2006). A montagem cinematográfica é o que diferencia o cinema de outras artes. É na montagem que o cinema se concebe definitivamente como linguagem. Sem a montagem o filme é um registro de uma peça, ou de uma reportagem. A montagem causa efeito e somados a todos os recursos que já valamos anteriormente, que estão presentes na cena, cria uma lógica na percepção do receptor. Um ângulo que coloca um personagem visto de baixo para cima (criando uma superioridade causada pelo ângulo que a câmera filmou) e seguida uma cena de ângulo que filma de cima para baixo (diminuindo esse ator pelo ângulo filmado) um segundo ator que responde gera uma percepção imediata do receptor quem é o mais forte, o mais poderoso na história, mesmo sem precisar de diálogos. E com todos os mínimos recursos de construção de cena e montagem, a linguagem se constrói no valor simbólico de cada símbolo presente nas cenas. Cada criação simbólica busca a condução do receptor para envolvimento na história. Pois as escolhas feitas pelo criador provocam no receptor paralelos de suas referências pessoais e coletivas que o remete a compreender e se envolver no filme. Com esses recursos, todos bem construídos, podemos então ter uma maior coerência na percepção da narrativa.

Essa narrativa é sempre composta por início, meio e fim. E segundo Field (2005), é necessária, assim como um conceito fechado. A jornada do herói é uma das

teorias mais compreendermos essa narrativa. Nela podemos compreender pela estrutura propostas pro três fases (Campbell, 1997):

A Partida, separação que funciona como uma apresentação dos personagens que inicia com uma introdução da vida cotidiana. A chamada para a aventura é a apresentação do problema que precisa ser resolvido, seguido pela negação desse problema com uma recusa de se lançar a essa aventura, mas que é contornado por uma referência externa, agora proposta ao herói que atravessa o primeiro limiar, quando se vê como um novo ser e que por fim o desligamento da do seu mundo real ou a sua realidade primeiramente apresentada.

A decisão, iniciação, penetração é o segundo estágio da jornada. Nela o herói enfrenta os primeiros obstáculos e provas, que na sequência é ajudado por um elemento externo que pode ser representado por uma Deusa, então o Herói passa enfrentar sua grande tentação que pode fazê-lo desviar ou abandonar o seu objetivo. Seguido por outra intervenção externa que lhe dá suporte, uma figura que assemelha a figura do pai, então chegamos ao momento que o herói consegue compreender todos elementos para a resolução dos problemas da jornada. Neste momento há uma compreensão profunda de si e de tudo no seu entorno. E isso o permite realizar a grande conquista do seu objetivo maior na jornada e ter sua missão cumprida.

Por fim, concluída sua última batalha, o herói depois de toda a compreender e e reconhecer o crescimento que adquiriu na jornada, recusa-se ao retorno de sua realidade inicial. Mas ele retorna, e nesse retorno é uma enxurrada de sentimentos positivos e de dever cumprido, recebendo apoio para sua vida normal e então poder refletir sobre todos os conhecimentos adquiridos e poder usá-los na sua vida de volta às origens e poder contrair com a realidade local. Encontrando um equilíbrio entre o material e o espiritual. O herói passar ser um novo ser, seguro de suas decisões, na construção de uma vida plena baseada na compreensão da vida sem temer a morte.

Esse conceito da jornada do herói esta presente em todas as narrativas, sejam elas curtas ou longas, nas mais diversas plataformas, seja de forma simplificada ou completa. Ela se reconstrói com as mudanças tecnológicas e recriando novos conceitos

sobre comunicação de massa (Scolari, 2008). Sendo assim também está presente na narrativa digital.

Essa narrativa estabelece uma relação mais próxima com o usuário, de forma tão intensa ao ponto de gerar uma satisfação no usuário e uma sensação de fazer parte dessa realização de uma vida virtual agora compartilhada (SIBILIA, 2008). Essa narrativa está repleta de estímulos e ritmos, emocionando e gerando sensações satisfatórias aos usuários, induzindo-os a um contínuo consumo de forma. Essas narrativas também se caracterizam pelo abrangente alcance de diferentes públicos possibilitando uma relação com um público ainda mais vasto (Clarizia, 2018).

#### 2.5.2. A representatividade LGBTQI+ nas redes

No mundo digital, em especial nas redes sociais, o criador de conteúdo, mais comumente chamado de influenciador digital, é o grande protagonista das redes. Ele constrói suas próprias histórias e gera enorme afinidade com seu público. Usuários buscam constantemente tornarem-se grandes influenciadores, mas esse número ainda é muito restrito.

Quando falamos em comunidade LGBTQIA+ nas redes esse número representativo é ainda menor. Devemos considerar os influenciadores digitais, àqueles que ultrapassam suas bolhas de relacionamento, alcançam seguidores fora de sua zona espacial, atingem públicos, que mesmo segmentados, possuem características individuais. E dentro desses conceitos recorreremos ao projeto de pesquisa "Influenciadores digitais, empoderamento social no Brasil" da Profa. Dra. Yhevelin Guerin (2021), vinculada à Universidade de Santa Cruz do Sul. Nela foram catalogados 172 influenciadores para compreender melhor o universo desse público e representatividade LGBTQIA+ na rede. Nessa pesquisa percebe-se uma forte predominância de influenciadores de São Paulo com 61% da amostragem sobre outras regiões. No recorte de etnias a predominância é de brancos, com 60,9%. Considerando as abrangências uma maioria com 48% são os que possuem entre 10 a 50 mil seguidores, contrapondo com os grandes influenciadores que possuem mais de um milhão representam apenas 2,3% dessa fatia. No item tempo de existência ou

atividade, os criadores de conteúdo com maioria são os que possui mais de 5 anos de atividades, o que representa 30,1%, contrapondo com os com menos de um ano e que somam, 9,8%. No que conta as divisões das siglas LGBTQIA+, lésbicas representam 12,8%, gays 64,5%, bissexuais 15,1%, Transsexuais 9,9, *Queers* 15,1, intersexo 1,7%, Assexual 10,5% (Figura 2)<sup>15</sup>.



Figura 2  
Percentual de criadores por segmento de cada uma das letras da sigla

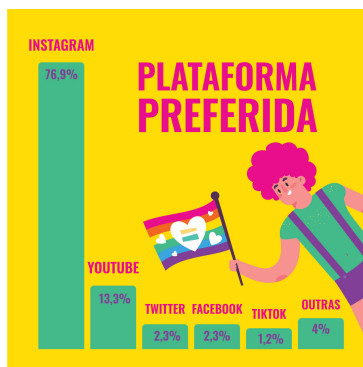


Figura 3  
Redes sociais mais utilizadas

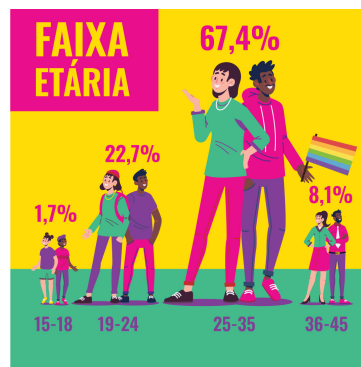


Figura 4  
Faixa Etária

Desses criadores, percebemos uma forte dominação na plataforma Instagram, que representa 76,9% de todos os criadores, contrapondo a 1,2% do TikTok (Figura 3)<sup>16</sup>. E quando falamos em temas abordados nos conteúdos, entretenimento assume a maioria presente nos conteúdos, com 62,8%. Seguido por 57% de referente a artes, sendo esses os temas mais abordados por esses criadores. Então chegamos a faixa etária dos criadores, que divide-se em: 18 anos, correspondendo a 1,7% de todos os credores, 19 aos 24 anos que representa 22,7%, na faixa de 25 aos 35 temos 67,4% e na faixa de 36 aos 45, temos 8,1% do total de criadores(Figura 4)<sup>17</sup>. Aqui percebemos a ausência da faixa etária de idosos, pois sua representatividade é tão baixa que não consegue se estabelecer como um número relevante. Devemos considerar que incluir esse número representa estudar sobre esse publico, visibiliza-lo e torna-lo inserido na sociedade. E esse é um dos motivos que impulsiona-me para realização das análise dos

<sup>15</sup> Disponível em:<https://sigamosaico.com/conteudos/2020/06/28/influenciadores-e-creators-lgbtqia-no-brasil/> Acesso em: 25-9-2022

<sup>16</sup> Disponível em:<https://sigamosaico.com/conteudos/2020/06/28/influenciadores-e-creators-lgbtqia-no-brasil/> Acesso em: 25-9-2022

<sup>17</sup> Disponível em:<https://sigamosaico.com/conteudos/2020/06/28/influenciadores-e-creators-lgbtqia-no-brasil/> Acesso em: 25-9-2022

conteúdos dessa muito pequena faixa etária LGBTQIA+ nas redes sociais que vamos agora compreender como se procederá sua metodologia .

### 3. Metodologia

Neste estudo, utilizaremos uma metodologia qualitativa para analisarmos os objetos pesquisados, abrangendo a complexidade, dificuldade e representatividade de ser LGBTQi+ idoso nas redes. Partiu-se da pesquisa online analisando o registro de imagens como um fundamento de compreender fenômenos sociais. Uma abordagem online centrada na análise das imagens que produz experiências, interpretações e representações da cultura e da sociedade. Além de ser uma forma de coletar dados, também é um meio de processar e representar conhecimento. Para o início dessa exploração, parti da proposta de Ferro (2005) sobre fotografia social em que demonstra como uma imagem tem significados sociológicos específicos. Também o estudo sistemático dos vídeos nos pode auxiliar na compreensão das narrativas e construções identitárias LGBTQI na terceira idade. Segundo a autora, a imagem visual tem uma forte importância sociológica quando compreendida no seu contexto de inserção natural, “através da identificação dos conhecimentos culturais que estão implicitamente referidos nela, contrastando os signos selecionados com outros elementos paradigmáticos” (FERRO, 2005: 378). Neste trabalho pretendemos expor conteúdos que trazem essa referência visual representativa da comunidade a ser analisada.

Na mesma linha, Sarah Pink (2013), escrutina a utilização do vídeo como método etnográfico que documenta a relação do investigador também com o tema de análise. Ainda diante da etnografia visual a investigadora aponta alguns cuidados e recomendações para as escolhas de conteúdos. A primeira fase nesse processo metodológico está na classificação e interpretação das imagens contidas no vídeo. O segundo momento compreende a análise de contexto do conteúdo estudado. O terceiro momento compreende o entendimento do local de estudo e seus significados particulares que podem ter outras interpretações. Ainda há a necessidade de saber quais vídeos não devem ser retirados de seus locais originais por

representarem um valor cultural. Organizar os arquivos de imagem também são importantes no processo de escolha e catálogo de vídeos, assim como a manutenção de sua narrativa de forma que preserve autenticidade. Para isso a autora recomenda a utilização de categorias que reflitam o significado subentendido ou mesmo para colaborar na fase de identificar as legendas dos trechos de vídeos a serem utilizados na investigação (Pink, 2013).

Segundo Banks, a utilização de métodos visuais é feita de três formas fundamentais: produzindo conteúdos, examinando conteúdos pré-existentes, colaborando com representantes da comunidade para a produção de seus próprios conteúdos. Este trabalho pretende utilizar a segunda forma, pois utiliza-se de conteúdos de vídeo pré-existentes. Estes métodos são reflexivos, feitos para investigar os elementos normalmente sensoriais e emocionais do cotidiano, assim como discursos explicitamente verbalizados. Segundo Pink (2019) a etnografia visual é útil particularmente na construção de conteúdos digitais fazendo uso de teorias dos mundos cognitivo, tecnológico em atividades das pesquisas que nos permite informar de forma interpretativa diversas formas e processos de análises, disseminações e intervenções.

Na continuidade dessas propostas pretende-se compreender essas construções simbólicas e identitárias desses objetos com a compreensão dos recursos semióticos propostos por Lucia Santaella (2018) em sua compreensão peirciana em uma linha de interpretação racional, lógica dos objetos, os símbolos, especialmente os criados na contemporaneidade das redes sociais e na internet. Buscando uma compreensão lógica, dos elementos e da estética e a ética para o estudo de idéias e valores. Esses signos permitem uma compreensão dos objetos de elementos que estão fora dele e das reações possíveis causadas no espectador. Sendo os signos compreendidos para sua análise por sua significação, objetivação e interpretação. Permitindo que encontremos elementos substanciais na análise.

Seguindo nas abordagens das técnicas de análise, recorreremos os conceitos apresentados por Laurence Bardin (1977) na análise de Conteúdo, de forma a somar as demais teorias para um melhor resultado na conclusão desse estudo.

### 3.1. Técnicas de análise de dados: Análise de conteúdo temática

Para esses estudos foram escolhidos os métodos qualitativos, de forma que se consiga compreender melhor a integralidade dos objetos pesquisados. A análise temática permitirá que possamos fazer um recorte mais representativo e expressar com maior amplitude da intencionalidade e representatividades do objeto estudado. Através recortes detalhados e descritivos dos diversos temas, padrões, abordagem e construções narrativas, permitindo uma melhor organização sistemática dos dados coletados. (Braun & Clarke, 2006).

Durante o intervalo de janeiro 2022 a julho de 2022, foi realizado um acompanhamento semanal das postagens nas contas de três importantes produtores de conteúdos LGBTQI+ idosos, que são eles: Ary Fontoura e Old Gays e Nazo. Esses perfis serão melhor aprofundados mais a frente.

Este acompanhamento compreende na identificação dos assuntos e abordagens mais relevantes para essa seleção dos vídeos estudados, foram levados em consideração somente os vídeos que produzam entretenimento, apresentem construções narrativas relevantes, suas estéticas, temática dos assuntos abordados nas suas amplitudes sociais, culturais, políticas e sua representatividade enquanto LGBTQI+.

Seguindo os pensamentos de (Braun & Clarke, 2006) fizemos usos de recursos do processo de análise de dados que possibilitam um maior detalhamento dos temas abordados, sendo separados de forma muito precisa, os códigos apresentados, assim como seus subtemas de modo a uma melhor compreensão com mais profundidades os objetos, que de forma coerente possam ser compreendidos como narrativas e como se apresentam, assim ser possível uma melhor contacto de uma análise mais global sobre os resultados obtidos.

Levamos em consideração cinco pontos importantes para a análise temática dessa pesquisa, de modo que possamos guiarmos melhor para uma análise mais profunda posteriormente. Estão entre eles, transcrever detalhadamente os dados contidos nos vídeos selecionados. Uma seleção precisa dos temas selecionados à partir dos códigos presentes nos objetos. Seleção detalhada de partes dos vídeos que



representem de forma mais precisa os temas. A interpretação dos dados devem relacionar-se com coerência com as perguntas de investigação. A análise prima por compreender precisamente o que estiver contido nos vídeos selecionados.

As análises aqui estudadas consistem nas postagens mais relevantes no período aqui já estipulado. Entendem-se como relevantes aquelas que apresentarem um maior número de visualizações, *likes* e compartilhamento, consecutivamente nessa ordem. Para cada um dos três perfis, será selecionado três vídeos em cada plataforma estudada. Em cada vídeo apresentado será aplicado a análise de conteúdo estruturada e definida por Laurence Bardin(1977) de modo que possamos, de forma mais sistemática realizar a interpretação dos itens investigados nesse trabalho.

Levamos em consideração as três fases propostas por Bardi que corresponde por: A pré-análise; A explicação do material, categorização; E por fim o tratamento dos resultados e interpretações.

Compreendemos como pré-análise como uma organização de todos os materiais relevante coletados de forma sistemática para a melhor compressão das particularidades presentes em casa vídeo através de uma releitura da transcrição do material selecionado, visitar os documentos escolhidos, refletir sobre os objetivos e hipóteses da pesquisa e se necessário for, reformula-los e adapta-los, para a construção em uma linha comum de indicadores.

Aprofundar a análise do material selecionado, com objetivo de categorizá-los de forma que se torne possível uma melhor divisão e compreensão dos temas presentes e de como apresentam suas relevâncias dentro de um contexto mais global e que identifique quais temas apresentam maior interesse do público. E assim possamos fazer uma análise mais precisa sobre a representatividade narrativa dos perfis.

Por fim, a construção de uma linha lógica de interpretação dos resultados obtidos e que de forma mais precisa possa relevar a representatividade narrativa nas mensagens contidas nos vídeos estudados.

### 3.3. Seleção dos perfis LGBTQI+ Idoso

Foram selecionadas três contas que melhor representam o idoso LGBTQI+ nas redes do Instagram e TikTok. Pretende-se compreender as suas construções narrativas em seus vídeos e como se caracterizam nas duas diferentes plataformas. Esses três perfis foram selecionados devido sua representatividade, número de seguidores e tipo de vídeos produzidos e postados. Vale celebrar que não serão abordados perfis lésbicos devido a ausência representativa desse segmento nas redes. Os perfis selecionados são:

#### 3.3.1. Ary Fontoura

Ator brasileiro com 89 anos e mais de 60 anos de atividade artísticas no teatro e na televisão. Ficou famoso por participar de mais de 50 telenovelas brasileiras na Rede Globo, a segunda maior emissora de TV comercial aberta do mundo<sup>18</sup>. Ary é um homossexual masculino, caracterizado por trejeitos e vozes mais afeminadas. As suas contas nas redes sociais alcançaram um grande público na pandemia com a realização de vídeos de comédias realizadas de forma improvisada em sua residência durante o confinamento. Ary tem hoje 4.2 milhões de seguidores no Instagram e 623.9 mil de seguidores no TikTok.

#### 3.3.2. Nazo

Josenaldo Veríssimo dos Santos, conhecido como Nazo, A boa do Penedo, tem 67 anos e é uma personalidade pública da cidade de Penedo, em Alagoas. Possui uma personalidade híbrida mais aproximada a transexualidade feminina, devido as autorretratar-se sempre no feminino e vestir-se sempre com roupas femininas. Seus vídeos nas redes sociais mostram sua realidade simples na localidade onde mora e enaltecem sua vaidade com cuidados com a beleza. Ele não representa a beleza clássica. Apresenta um biótipo com traços fortes masculinos, faz uso de muita maquiagem, tem cabelos compridos e sempre arrumados. Ele é uma força da

---

<sup>18</sup> «Rede Globo se torna a 2ª maior emissora do mundo». OFuxico. Consultado em 8 de agosto 2022. : <https://web.archive.org/web/20120514045322/http://ofuxico.terra.com.br/noticias-sobre-famosos/rede-globo-se-torna-a-2-maior-emissora-do-mundo/2012/05/11-139187.html>

natureza, um sobrevivente de uma país extremamente violento contra pessoas trans<sup>19</sup>. Nazo possui cerca de 53.5 mil seguidores no Instagram, e mais de 7 mil seguidores TikTok.

### 3.3.3. Old Gays

É um grupo de quatro homens idosos gays que vivem na Califórnia. Eles também são ativistas dos direitos LGBTQI+. O grupo é composto por Robert Reeves, com 79 anos, Michael "Mick" Peterson, com 66 anos, Bill Lyons, com 78 anos e Jessay Martin, com 69 anos. Surgiram no final dos anos 70, mas foram nas redes sociais que se tornaram famosos, após virarem garotos propagandas de um vídeo comercial da app Grindr<sup>20</sup> em 2018. O grupo deixa claro sua sexualidade de forma natural, enaltece o corpo idoso em seus vídeos de dança e faz uso cômico de roupas extravagantes. Em 2021 ultrapassou mais de bilhão de seguidores nas plataformas de redes sociais<sup>21</sup>. É de extrema importância inserir esse grupo norte-americano na pesquisa devido a grande notoriedade global e influência. Passou a ser um parâmetro comparativo para os demais perfis aqui investigados e contribui enormemente para a compreensão de desenvolvimento de conteúdos de idosos LGBTQI+ nas redes.

## 3.4. Questões éticas

Sendo o vídeo o principal objeto a ser investigado, procuramos entender que sua utilização e representação nessa dissertação respeitará todas as atribuições legais, visto que nas leis de uso de imagem os vídeos autorais são livres para sua completa utilização em estudos acadêmicos, portanto estamos livres para a utilização completa de todos os materiais aqui apresentados com base nas leis de direitos autorais<sup>22</sup> pertencente ao Brasil e que assegura a ampla utilização do material para esse estudo.

---

<sup>19</sup> Brasil registrou 140 assassinatos de pessoas trans em 2021 <https://agenciabrasil.ebc.com.br/direitos-humanos/noticia/2022-01/brasil-registrou-140-assassinatos-de-pessoas-trans-em-2021>. Acesso em: 25-9-2022

<sup>20</sup> Bollinger, Alex (September 16, 2019). "[The old gays try Grindr for the first time & they're not shy. At all!](#)". *LGBTQ Nation*. Acesso em: 08-11-2021.

<sup>21</sup> Kacala, Alexander (June 29, 2021). "[How 4 gay seniors became social media stars for their humor and heart!](#)". *Today.com*. Acesso em: 08-11-2021

<sup>22</sup> Leis de direitos autorais <https://presrepublica.jusbrasil.com.br/legislacao/92175/lei-de-direitos-autorais-lei-9610-98#> Acesso em: 08-8-2022

Assim como a lei portuguesa de utilização livre, segundo o artigo 75.º do Capítulo II do CDADC<sup>23</sup>. Ambas permitem que as obras sejam utilizadas sem o consentimento do autor.

A busca por uma compreensão desses perfis e de seus materiais postados, alimenta-se na reflexão dos contextos éticos individuais do pesquisador, como nos cruzamentos de diversos códigos éticos etnográficos, tema também propostos por Sarah Pink (2007), preocupando-se com as escolhas baseadas nas intencionalidade, moralidade de pessoas e instituições que as representem, de forma digna e contributo para as reflexões sociais e no desdobramentos possíveis que essa tese apresentará.

#### 4. Análise de dados e resultados

Em uma seleção feita nos perfis buscou-se compreender os que melhor representavam suas características como elemento audiovisual e a construção das narrativas, entre os vídeos selecionados compreendemos que não apenas a narrativa era importante como também suas visualizações e curtidas, seus elementos representativos da sexualidade, da identidade e da velhice. Foram escolhidos os vídeos do Instagram pelas curtidas, informações disponíveis na pagina principal dos perfis. Nas contas do TikTok privilegiamos os vídeos por suas visualizações e também com as demais características apresentadas anteriormente.

Dimensões da Análise / Instagram	Vídeo 1A <a href="https://www.instagram.com/p/CZPeOSRBjT/">https://www.instagram.com/p/CZPeOSRBjT/</a> Curtido por 1,239,276 pessoas	Vídeo 1B <a href="https://www.instagram.com/p/CcLctGQAV6A/">https://www.instagram.com/p/CcLctGQAV6A/</a> Curtido por 317,149 pessoas	Vídeo 1C <a href="https://www.instagram.com/p/Cb3N9U2IQPF/">https://www.instagram.com/p/Cb3N9U2IQPF/</a> Curtido por 318,708 pessoas
<b>Identidade</b>	Nesse vídeo a identidade é suprimida e referências pouco explorada. o personagem apenas representa trejeitos.	A identidade permanece identificando com a velhice e pouco respeitada como LGBTQI+	A identidade segue os mesmos padrões dos vídeos anteriores.
<b>Velhice</b>	Uma forte alusão ao estereótipo de velhice do que se julga espera e o que se pode ser na velhice.	A velhice é mais uma vez colocada como forte elemento de vivacidade. da capacidade de envelhecer com saúde e a capacidade de encarar o corpo com alegria.	A velhice está presente nas duas versões. uma do estereótipo de cansado, mesmo que em atividade física. mas logo revertida para uma vida feliz na velhice e no presente.

<sup>23</sup> Código do direito de autor e dos direitos conexos <https://dre.pt/dre/legislacao-consolidada/decreto-lei/1985-34475475-124445284> Acesso em: 08-8-2022

Dimensões da Análise / Instagram	Vídeo 1A <a href="https://www.instagram.com/p/CZPeOSRBjPT/">https://www.instagram.com/p/CZPeOSRBjPT/</a> Curtido por 1,239,276 pessoas	Vídeo 1B <a href="https://www.instagram.com/p/CcLcTQAV6A/">https://www.instagram.com/p/CcLcTQAV6A/</a> Curtido por 317,149 pessoas	Vídeo 1C <a href="https://www.instagram.com/p/Cb3N9U2IQPF/">https://www.instagram.com/p/Cb3N9U2IQPF/</a> Curtido por 318,708 pessoas
<b>Narrativa</b>	Em corte simples e nada muito além disso a narrativa apresenta uma primeira cena e depois uma cena caracterizando o estereótipo de um idoso cantando parabéns e tossindo, que antes de terminar a música se levanta e coloca toda sua energia em uma fala que coloca a forma de como a sociedade espera a velhice. em um corte seco a cena volta-se para uma comemoração alegre e cheia de energia.	em um único plano o personagem se aproxima e fala sobre sua atividade e de seu sonho. e que o sonho não deve-se desistir. Ele tem o sonho de perder a barriga e que isso não vai acontecer tão cedo. Ele continuado pedalando e a câmera parada e o personagem se distanciando ao pedalar dá a idéia de continuidade e longevidade, da vida e das tentativas.	O vídeo tem apenas um corte com pouca construção de linguagem. A narrativa segue um clima de desilusão, o que tenta provocar uma surpresa. mas que logo é cortada pela forma com que a fala muda. com clima de comédia. O personagem que vai mudar com muitos anos e que está feliz no presente.
<b>Representatividade</b>	A representatividade está na velhice não convencional, mas a sexualidade é representada pelos trejeitos.	Há pouca representatividade LGBTQI+, sendo apenas colocada com os trejeitos	Segue as características dos outros vídeos.

Tabela 1 – Vídeos postados por Ary Fontoura

Uma tabela para organizar os temas abordados foi construída com as seguintes representações presente em cada vídeo; como Identidade, velhice, narrativa e representatividade. Abaixo segue um exemplo de uma da tabela de Ary Fontoura, utilizada na recolha de dados para as análises dos vídeos.

Esse formato foi repetido para todos os vídeos para poderemos compreender de forma equilibradas dos os materiais produzidos e selecionados para essa pesquisa, os quais vamos decorrer a seguir.

Todas as contas aqui possuem publicações semelhantes nas duas plataformas. Sendo o TikTok o primeiro a utilizar mais recursos de montagens e filtros. Essa plataforma imprimiu um formato característico muito presente nos vídeos dos Old Gays, característica essa a de existir muita dança e temas muito musicados. Hoje esse recurso está presente nas duas plataformas e há uma transição constante de formatos e narrativas entre as duas plataformas, que estão muito igualadas devido as replicações dos formatos nas duas redes e com os mesmos recursos. Deve-se levar em consideração a distribuição e as formas de interação das contas com seus seguidores que apresentam algoritmos distintos. Mas essa abordagem mais complexa é algo que precisa de um estudo específico e bem aprofundado, o que torna-se esse tesa limitada a essa abordagem.

Seguimos para a análise tendo como partida temas específicos definidos a partir do enquadramento teórico , para melhor construção de uma compreensão dos objetivos desse estudo.

#### 4.1. Os modelos de representação, narrativa e identidade da comunidade LGBTQI+.

Seguindo os percursos de análises com base nas tabelas aqui já apresentadas, dividimos os próximos sub-capítulos de uma análise de conteúdo por temas aqui investigado. Cada conta terá uma análise de 6 vídeos e que foram contrapontos com as demais contas.

##### 4.1.1. A Identidade

A começar por Ary Fontoura, verificamos que o ator global é o que mais velho aqui estudado e todos os seus vídeos não fazem referência direta a sua identidade sexual. Ela só é revelada pelos trejeitos que o acompanha em todas suas postagens. Esses trejeitos são referências simbólicas como estudado por Lucia Santaella (2018). Essa é uma característica muito presente em todos os seus trabalhos, Ary nunca se pronunciou abertamente sobre sua sexualidade. Sua sexualidade é abertamente sabida por seus amigos de profissão e que em um ramo momento a atriz Maria Zilda confirmou a homossexualidade de Ary<sup>24</sup>. A idade e o tempo que esse ator percorreu justifica muito essa barreira, a grande dificuldade de se auto afirmar como gay, uma característica muito comum passa pessoas LGBTQI+ em idades avançadas (SCHERRER & FEDOR, 2015). No vídeo representado na (Figura 1F) e que está melhor analisado na (tabela 2) representa um raro momento onde o ator chega mais longe em uma representação de identidade LGBTQI+ .

---

<sup>24</sup>Maria Zilda conta como Ary Fontoura se assumiu gay: 'Coisa mais incrível'. Disponível em: <https://tvefamosos.uol.com.br/noticias/redacao/2020/07/10/maria-zilda-conta-como-ary-fontoura-se-assumiu-gay-coisa-mais-incrivel.htm?cmpid=copiaecola> Acesso em: 25-9-2022



figura 1F: Ary Fontoura, Tik Tok

Disponível em: [https://www.tiktok.com/@aryfontoura/video/7084355760871804166?is\\_copy\\_url=1&is\\_from\\_webapp=v1&lang=en](https://www.tiktok.com/@aryfontoura/video/7084355760871804166?is_copy_url=1&is_from_webapp=v1&lang=en)  
Acesso em: 25-9-2022

Neste raro momento Ary, faz uma referência sobre uma possível relação homoafetiva de seus personagens. Algo muito parecido com a cena final do clássica comédia "Quanto mais quente melhor" de 1959 dirigida por Billy Wilder<sup>25</sup>. Onde o personagem apenas reconhece que estava se relacionando com uma pessoa do mesmo sexo. Aqui pode-se fazer uma referência a uma transexualidade. Um momento raro mas importante na possível continuação e desenvolvimento desse perfil.

Quando falamos de Nazo, passamos para um oposto. Nessa conta há total representatividade de sua sexualidade. De uma transexualidade do interior do Brasil. Sua identidade é muito explorada em seus vídeos. Ela está presente nas roupas, maquiagem, nos cabelos cumpridos, nos acessórios. Todos elementos que compreendem uma expressão de sua sexualidade. Como já abordados anteriormente nos estudos de Ferro (2005) e mais especificamente nas análises dos símbolos e signos da semiologia de Lucia Santaella (2018). onde esse criador de conteúdo faz uma representação de sua vida. É possível que suas características muito alegóricas possa causar estranheza e até mesmo uma dúvida sobre sua real identidade. Mas

---

<sup>25</sup> Filme: Quanto mais quente melhor. Visualizado em: [https://www.imdb.com/title/tt0053291/?ref\\_=nm\\_knf\\_i2](https://www.imdb.com/title/tt0053291/?ref_=nm_knf_i2) Acesso em: 25-9-2022

reconhecemos fora das redes sociais as mesmas características presente no seu cotidiano como visto no documentário sobre sua vida e produzido por Sandro Caje em 2018<sup>26</sup>. No documentário Nazo fala sobre sua sexualidade abertamente e sobre suas relações homoafetiva. Assim como nos vídeos aqui analisados. Nazo expõe, sem barreiras, toda sua realidade, sua identidade, seus namoros, suas brincadeiras e mesmo a naturalização de sua identidade em sociedade, mesmo sendo essa sociedade tão castradora ( Scherrer & Fedor, 2015).

Em um dos seus vídeos mais afirmativos (figura 2E) Nazo é questionado sobre ser mulher e ter muitos pelos. De uma forma muito debochada Nazo se coloca como uma mulher possível, uma mulher trans, com suas características, mesmo que não convencionais, mas com identidade. Nazo aqui fortemente se afirma e responde que mesmo com as criticas sociais sobre sua aparência, segue sua vida e exerce sua



Figura 2E: Nazo,TikTok.

Disponível em: [https://www.tiktok.com/@nazoofical/video/7137478005458275589?is\\_copy\\_url=1&is\\_from\\_webapp=v1&lang=en](https://www.tiktok.com/@nazoofical/video/7137478005458275589?is_copy_url=1&is_from_webapp=v1&lang=en)

Acesso em: 25-9-2022

individualidade sexual com êxito, em um forte reconhecimento de sua identidade em um estágio mais avançado como estudado por Cass (1979) .

<sup>26</sup> NAZO, Documentário. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=XVraTyqWShY> Acesso em: 25-9-2022



Para falarmos na conta dos Old Gays é preciso reconhecer que de todas as contas aqui estudadas, essa é a que melhor compreendem sua identidade. Ela compreendem sua evolução social e auto reconhecimento de sua sexualidade no na (figura 3A) onde de uma forma muito criativa, constroem uma linha imaginaria que representa o trânsito de identidades ao longo do tempo e de suas compressões como homens gays. (Cass, 1979). Os Old Gays colocam a sexualidade como algo não pré-definido para todos. É muito forte a referência da possibilidade de se reconhecer com outra sexualidade, mesmo que na idade mais velha. Nos demais vídeos percebemos suas identidades em diversas formas, e através de representações simbólicas, como estudado por Lucia Santaella (2018), encontramos vários elementos que seja nas suas demonstrações em dança de suas vitalidades sexuais, seja no ato de afirmação como cidadãos e gays como parte de uma nação, seja nas formas travestidas, brincando com suas feminilidade e de suas inclusões em ambientes gays, muito caracterizados por homens gays mais jovens em praia específicas para a comunidade LGBTQI+, fortemente integrados e representados pela sua identidade em um ambiente misto de socialização representado no vídeo da (figura 3D).

Essa identidade em todas as contas também está representada na velhice e vamos visitar essa análise a seguir.



Figura 3D

Old Gays, TikTok

Disponível em: [https://www.tiktok.com/@oldgays/vídeo/7126936890384665898?](https://www.tiktok.com/@oldgays/vídeo/7126936890384665898?is_copy_url=1&is_from_webapp=v1)  
is\_copy\_url=1&is\_from\_webapp=v1 Acesso em: 25-9-2022

#### 4.1.2. A Velhice

Começamos novamente com Ary Fontoura, que de forma muito criativa explora de inúmeras formas suas características da velhice, brinca os os esteriótipos de é viver na velhice e como as pessoas esperam que um velho possa ser (Araújo & Carvalho, 2005). De forma muito humorada Ary se apresenta como um homem velho em plena atividade e energia para executar todas suas tarefas diárias, ele brinca com formas cansadas para enganar seu público de como ele seria conforme a imagem que a sociedade vê o velho, em contraponto de como ele se coloca, aceitando seu corpo, praticando exercícios sem objetivos de um rejuvenescimento, mas sim de qualidade de vida. E mesmo com referencias a situações onde velhos possam estar com mais limitações ao usar suas fraudas geriátricas, ele ainda pode executar suas tarefas

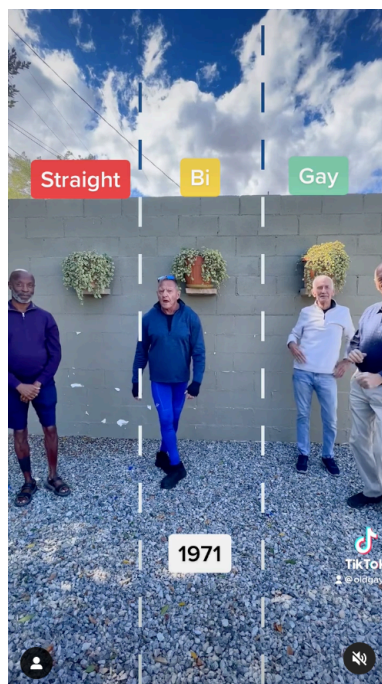


Figura 3A

Old Gays, Instagram

Disponível em: <https://www.instagram.com/p/CacnYi JKAx/> Acesso em: 25-9-2022

cotidiano e dos seus ofícios, aqui muito bem representados pelos símbolos e

significados também abordados em uma compreensão peirciana baseada nos estudos de Lucia Santaella (2018) e que esta presente no vídeo representado na (figura 1D).



Figura 1D

Ary Fontoura, TikTok

Disponível em: [https://www.tiktok.com/@aryfontoura/video/7108365646752173317?](https://www.tiktok.com/@aryfontoura/video/7108365646752173317?is_copy_url=1&is_from_webapp=v1&item_id=7108365646752173317&lang=en)  
is\_copy\_url=1&is\_from\_webapp=v1&item\_id=7108365646752173317&lang=en Acesso em: 25-9-2022

Quando Falamos em velhice nas postagens de Nazo, encontramos essas representações no seu rosto, muito explorado em todos os vídeos, as marcas e manchas causadas pelo tempo não são escondidos, assim como a textura de sua pele, que mesmo com maquiagem não escondem sua idade. Todos esses símbolos trazem para essa compreensão com base nos estudos semiológicos de Lucia Santaella (2018). Nas postagens de Nazo, percebemos também uma forte representação de uma vida sexual ativa na velhice, onde a idade não a limitou. E sim que o desejo sexual e sua prática está pretendente no seu cotidiano.

Essas características da velhice com uma vida sexual ativa, também está pretendente nas postagens dos Old Gays. Além dos corpos expostos nos vídeos assim como fez Ary. Os Old Gays, misturam as duas características, quase que sempre associando seus corpos e uma possível vida sexual e sua potencial disposição para tal atividade (Ferro, 2005). Seus corpos mesmos que fora de padrões sociais de beleza,

muito apresentado nas redes sociais de criadores mais jovens, é apresentado aqui como uma possibilidade de existência das mais diversas formas e possibilidades de ser e se aceitar como são e como quiserem ser (figura 3B) .

Uma velhice mais abrangente e reconstruída dentro de uma realidade



Figura 3B

Old Gays, Instagram

Disponível em: <https://www.instagram.com/p/CZmgrMxJfY7/> Acesso em: 25-9-2022

contemporânea com qualidade e longevidade (Araújo & Carvalho, 2005) que agora está aberto e visível em inúmeras contas de criadores de conteúdo de pessoas mais velhas.

#### 4.1.3. A Narrativa

Seguimos para mais um elemento da pesquisa, seguindo como base os conceitos da jornada do herói, Field (2005) e (Campbell, 1997). Encontramos uma narrativa muito simples. Mesmo sendo vídeos muito curtos compreende-se como uma pouca exploração de mais recurso cinematográficos de narrativa. Ary segue os preceitos de começo meio e fim em muitos de seus vídeos, onde o desfecho é a parte mais importante da narrativa, buscando sempre a surpresa e clímax, além da volta dramática e a surpresa que é sempre um jogo narrativo em suas postagem mesmo que

com poucos elementos de montagem, como muito explorados nos estudos de Eisenstein, (2002) e Carrière, (2006). Ary segue um ritmo mais simples. Como também mais acessível para suas limitações, especialmente na pandemia. Encontra-se em seus vídeos referências de longevidade, com um plano parado, onde o personagem segue pedalando e se afastando da câmera remetente a continuidade da vida e dos planos nela estabelecidos, uma referência que recorre a semiótica de Santaella (2018), que esta presente o vídeo (figura 1B)



Figura 1B

Ary Fontoura, Instagram

Disponível em: <https://www.instagram.com/p/CcLCtGQAV6A/> Acesso em: 25-9-2022

Com Nazo percebemos as mesmas limitações com a linguagem, onde a narrativa está mais presente no diálogo e como se decorre as surpresas de onde a câmera revela os símbolos da construção da história. Aqui um clima de deboche paira no ar dos vídeos, o personagem de Nazo está sempre a convidar e comunicar-se com o receptor do vídeo em uma câmera quase sempre direta. Nas narrativas baseada nos diálogos. Nazo convida um possível amante para voltar para sua casa, como no vídeo representado na (figura 2B), ou em que refere-se que a relação sexual com o receptor do vídeo já não mais terá consequência de uma gravidez. No vídeo a mensagem é transmitida através de uma revelação feita como em uma vídeo chamada, dizendo que





Figura 2B

Nazo, Instagram

Disponível em: <https://www.instagram.com/p/ChcyKiNPXek/>  
Acesso em: 25-9-2022



Figura 2F

Nazo, TikTok

Disponível em: [https://www.tiktok.com/@nazoofical/video/7134780608336694534?](https://www.tiktok.com/@nazoofical/video/7134780608336694534?is_copy_url=1&is_from_webapp=v1&lang=en)  
is\_copy\_url=1&is\_from\_webapp=v1&lang=en  
Acesso em: 25-9-2022

menstruou, Neste momento a câmera revela um absorvente íntimo nas mãos de Nazo indicando que está preste a comprá-lo( figura 2F).

Vale relatar que uma das grandes forças desses vídeos está no grande poder de interação e compartilhamento de seus seguidores e também de uma possível viralização, ocasionada por essa narrativa, como já colocado aqui por Clarizia(2018). Essas construções narrativas apresentam um personagem quase sempre remetendo a uma relação sexual que o visualizador possa ter com Nazo. Sendo um vídeo aberto nas redes, o visualizador também pode reconhecer um amigo com o mesmo nome citado no vídeo, provocando um compartilhamento ou comentário que identifique uma terceira pessoa, ocasionando mais interações e visualizações dos conteúdos produzidos por Nazo. Criando uma grande participação e abrangência dessas narrativas como já citado por Sibilia (2008).

Os Old Gays faz uso permanente de cortes e montagens, com jogos de linguagem. Os cortes bruscos temporais nas montagem, são recurso muitos estudados por Eisenstein, (2002) e Carrière, (2006). Aqui o corte é personagem principal da

narrativa, recurso muito comum em vídeos musicais. Estabelecendo rito a narrativa de forma dinâmica em grande composição com as músicas. Esse recurso muito muito explorado inicialmente pelo TikTok (Kennedy, 2020), está presente em muitos de seus vídeos e também no Instagram.

Em um vídeo em particular encontramos uma narrativa que foge do convencional produzido pelos Old Gays. No vídeo representado pela (figura 3A). A narrativa é construída pelo cenário, que é concebido por linhas pontilhadas e que determinam o status de sexualidade, conforme os anos vão passando. Os personagens vão se movimentando para a direita, atravessando pelas linhas e ao final do vídeo

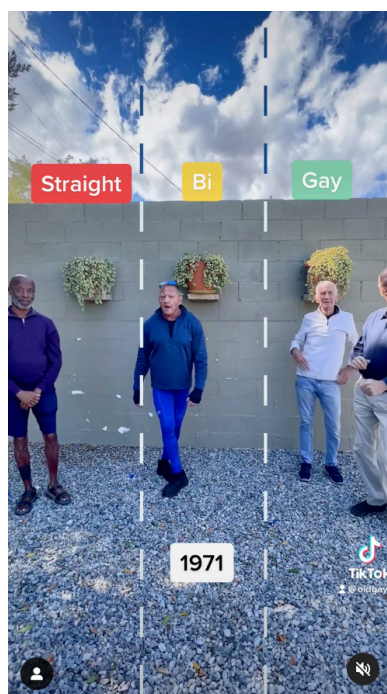


Figura 3A

Old Gays, Instagram

Disponível em: [https://www.instagram.com/p/CacnYi\\_JKAX/](https://www.instagram.com/p/CacnYi_JKAX/)Acesso em: 25-9-2022

encontramos os personagens nos seus status atuais. Essa é uma jornada da sexualidade desses personagens, (Field, 2005), (Campbell, 1997) que é atravessada com o simples deslocar, mas que está repleta de significados de percursos da vida que muitos gays precisam atravessar ao longo de suas vidas. Assim eles podem encontrar as suas reais identidades (Pink, 2007). Neste vídeo, mesmo com um pequeno plano sequência, podemos reconhecer os cortes da montagem em uma representação nas linhas tracejadas representando suas evoluções. Tornando esse o vídeo com mais elementos

criativos em termos de linguagem. O vídeo atingiu o maior número de *likes* dos vídeos aqui escolhidos no Instagram. O formato também é repetido em mais outros momentos de postagens dessa conta.

#### 4.1.4. A Representatividade

Em sua conta nas redes sociais Ary Fontoura explora muito pouco a representatividade LGBTQI+. O que está presente em quase todos seus vídeos, são os trejeitos afeminados do ator. As menções e referências LGBTQI+ são quase que ausentes nas postagens. A representatividade é fortemente abordada pelas referências a velhice, ao corpo e a exaltação das possibilidades de uma vida digna, afirmativa e inclusiva de pessoas velhas na sociedade (Bruni 2014), não há o “levantar da bandeira”, existindo apenas referências pontuais sobre representatividade LGBTQI+ na velhice.

Quando falamos de Nazo, é o oposto de Ary. Nazo escancara toda sua diversidade, suas características *Queers*, sua transexualidade não convencional, representando uma pessoa LGBTQI+ em ativa em sociedade, Nazo se auto afirma e se fazendo presente na rua e espaços públicos, rotineiros do cotidiano. Nazo foge dos padrões estabelecido de uma velhice e do recolhimento (Scherrer & Fedor, 2015). Nazo é o oposto, é o avesso, é uma representação de uma realidade presente nos interior pobre do Brasil.

Também na contramão dos padrões estabelecidos e imprimindo uma nova versão de representação da velhice LGBTQI+ nas redes. Os Old Gays "explodem" de vitalidade e sexualidade em seus vídeos. A exposição dos corpos, a interação em sociedade com personagens mais jovens e a possibilidade de uma vida mais participativa fora dos muros estabelecidos pelos esteriótipos . Eles estão na praia, na piscina, na rua, eles estão em todos os lugares sendo o que quiserem ser e com a experiência e liberdade conquistada com a maturidade.



## Conclusão

A tese aqui apresentada percorreu uma breve compreensão de diversos estudos e teorias sobre a presença das redes sociais em nossa sociedade contemporânea, de como a rede social esta presente em nossa sociedade e dos impactos comportamentais, criando uma nova cultura em um cenário midiático (Jenkins, 2008) em um movimento de ampla propagação da informação (Bauman, 2005). E dentro desse contexto também percorremos uma compreensão de duas importantes redes sociais com grande número de usuários em esfera Global. O Instagram que hoje possui mais de 100 milhões de utilizadores (Desmarais, 2013) e o TikTok que possui características muito juvenis e de grande poder de viralização e visualizações (Kennedy, 2020). Compreendemos essas redes como uma ferramenta muito dinâmicas, de transito muito rápido de informações, e que geraram também grandes impactos sociais, democratizando do espaço midiáticos, possibilitando que qualquer pessoa possa torna-se personagem ativos e famoso nas redes (Lemos, 2002). Mas que também as redes provocam um controle, seleções de visibilidade e sugestões de informações, com as formações de bolhas de conhecimento impostas por algoritmos pré estabelecidos pelas empresas, com grande armazenamento de dados sociais, com possibilidade de comercialização dessas informações, Tornando essas redes sociais tão lucrativas (Pariser, 2012).

Com base nas informações sobre as redes. Buscou-se compreender os percurso históricos trilados pelos movimentos LGBTQI+, seu primórdios, os avanços nas conquistas de direitos, assim como compreender sua construção de identidade e dos inúmeros processos que muitos precisam passar para o encontro com o seu verdadeiro "eu" (Cass, 1979). Foi preciso entender a velhice LGBTQI+ e os percursos de preconceitos e de limitações dentro de uma sociedade excludente, que está repleta de pensamentos estereotipados sobre a velhice(Maslow, 1952).

Nos estudos realizados com os vídeos aqui selecionado, foi preciso compreender como se apresenta suas estruturas narrativas, para compreender a

aplicação de uma linguagem cinematográfica. Foi usado com bases para entender a construção narrativa pela trajetória do Herói (Campbell, 1997) e (Field, 2005), como também pela preceitos básicos sobre montagem, enquadramentos e a percepção do receptor de forma a compreender a linguagem cinematográfica como base da estrutura de compreensão da leitora de imagens em movimento e som Eisenstein, (2002) e Carrière, (2006) .

Encontramos dados importantes sobre estudos e representações da comunidade LGBTQI+ que mesmo que ainda muito pouco insipientes, nos permitiu compreender a divisão e como se encontram os mais diversos grupos de cada uma das siglas LGBTQI+, Mas infelizmente esse enorme déficit da presença de criadores de conteúdo em idades superior as 60 anos (Guerin, 2022), acaba por tornar esse estudo com grande limitação de contas a serem investigadas, devido a uma muito pequena quantidade de contas com criadores LGBTQI+ idosos nas redes.

Dentro de uma metodologia de análise qualitativa baseada no significados presentes nas imagens, que através de uma traçar paralelo da representação dos signos tornou-se possível a compreensão e inúmeros elementos aqui investigados. Buscou-se recorrer sempre aos pensamentos de Pink (2019) para permitir compreender os objetos através de teorias cognitivas nos mais diverso processos interpretativos. Assim como o uso de teorias da semiologia peirciana estudada por Lucia Santaella (2018) na análise de símbolos e signos.

Dentro dos objetivos aqui propostos, compreendeu-se que a comunidade LGBTQI+ idosa ainda tem um grande percurso a caminhar, sua visibilidade, representação e construções de suas narrativas aqui investigadas passam ainda por um processo ainda muito lento, comparado os demais perfis em idade convencionais e mais presente e dominante nas redes. Limitações essas que podem ser justificadas por uma reprimida visibilização condicionada por estruturas sociais excludentes dos idosos, especialmente do público LGBTQI+(Maslow, 1952).

É importante destacar que mesmo com grandes limitações, entende-se que a visibilidade LGBTQI+ idosa é um processo em construção, assim como nas narrativas e

representações de identidade que vamos ver a seguir. As contas aqui estudadas compreendem um começo importante no marco temporal na representatividade das vidas LGBTQI+ na velhice. Mesmo sendo poucas. É um ponto de partida.

A grande dificuldade de se apresentar como Gay na velhice, está presente no caso de Ary Fontoura, que realiza muitos vídeos nas redes e exerce com muita criatividade a representa a vitalidade da velhice, mesmo que quase omitindo sua sexualidade, muito possivelmente ocasionado por pertencer a uma geração ainda mais velha (Maslow, 1952). Mas que mesmo, Ary Fontoura constrói uma solida comunicação com um grande público de forma humorada e com muita vitalidade, sendo hoje uma conta de LGBTQI+ velho com mais de 4,3 milhões seguidores no Instagram<sup>27</sup> e com mais de 8 milhões de visualizações em um único vídeo no TikTok<sup>28</sup>. Com números tão expressivos podemos considerar que Ary Foutoura, ajuda a reimprimir uma nova imagem de velhice nas redes, mesmo que com pouca representação de identidade LGBTQI+.

Com Nazo, encontramos uma narrativa repleta de representatividade de uma pequena parcela da sociedade *Queer*, sendo mais especificamente trans, representativa do Brasil profundo, um brasil pobre, que mesmo encharcado de estereótipos e formatado em chacotas (Pink, 2007). Sim, Nazo representa um número mesmo que pequeno, de pessoas *Queers*, que são marginalizadas e onde suas representações, mesmo que em narrativas e construções identitárias muito fora de um padrão que vemos em todos os meios de comunicação. Nazo aqui tem seu espaço de visibilidade e representação. mesmo que estereotipado. Mas fortalecendo a construção social de uma sociedade mais diversa e ativa.

Os Old Gays, são a festa e a explosão da vida LGBTQI+ velha na rede, em suas formas mais amplas é cheia de referências para uma construção de uma representação social da velhice que foge dos padrões estabelecidos, deixando exposto tudo que uma sociedade castradora tentou lhe tirar. A representatividade dos Old Gays de uma vida

---

<sup>27</sup> Disponível em : <https://www.instagram.com/aryfontoura/> visualizado em 30 de setembro de 2022.

<sup>28</sup> Disponível em: [https://www.tiktok.com/@aryfontoura/vídeo/7124424015543880966?is\\_copy\\_url=1&is\\_from\\_webapp=v1&lang=en](https://www.tiktok.com/@aryfontoura/vídeo/7124424015543880966?is_copy_url=1&is_from_webapp=v1&lang=en) Visualizado em 30 de setembro de 2022.

na velhice com qualidade e da possibilidade de vive-la plenamente é um caminho sem volta. Onde os alcances das redes e os avanços das tecnologias não mais permitiram que os coloquem de volta no armário (Bruni, 2014).

Mesmo todas essas contas aqui estudadas, tendo caracter de narrativas e construções de linguagem limitadas e até mesmo primitivas. Elas também representam o início de um novo mundo para esses criadores, e para os que os assistem. A valorização e o crescimento dessas contas podem possibilitar o avanço de linguagem e narrativas desse segmento. Que a visibilidade dessas contas estimulem, lésbicas velhas a produzir conteúdos para as redes. Que esses espaço possa ser melhor representados pelos não binários. E que permita que mais pessoas no mundo encontre suas identidades como elemento mais naturalizados, como foi iniciaram pelas contas aqui estudadas.

E que esse estudo mesmo que limitado, possibilite o interesse por um tema tão pouco explorado. Pois é possível reconhecer que em inúmeros momento da pesquisa, encontramos inúmeras brechas de investigações, que o grande limite de tempo, estrutura e espaço não caberiam a essa investigação. Mas podemos destacar aqui possibilidades de pesquisa mais comparativas sobre a inserção e a representação da terceira idade LGBTQI+, nas redes de jovens criadores de conteúdo LGBTQI+. Assim como uma mais ampla investigação do universo lésbico idoso nas redes sociais que venham surgir no futuro com mais representatividade.

Limitou-se em análises qualitativa e compreende-se que existe uma grande margem de possibilidade de investigação, através de entrevista, onde seria possível uma compreensão da construções desses conteúdos diretamente com seus criadores, assim como entender melhor todas seus recursos para a execução e as dificuldades de realiza-los em suas realidades.

É muito interessante que também que estudos futuros possam compreender como se estrutura as relações entre gerações, especialmente no que se referem as comparações de identidade e de como se da essas construções em âmbitos etários diferentes.

Sabemos que esse, como qualquer outro estudo neste âmbito é uma representação temporal de percepções de uma realidade. E que assim como em nossa sociedade. Nada é estático, que novos recursos de pesquisa surgiram, que ferramentas tecnológicas serão criadas para cada vez mais a ciência possa entende como somos representados, seja nas redes sociais ou nas formas futura de tecnologias que surgiram.

Portanto finalizo essa conclusão com um grande esperança que nos temas aqui abordados possa ter acendido mesmo, que minimamente, uma fagulha de luz para um olhar para a comunidade LGBTQI+ idosa, e que a mesmo possa se tornar cada mais vais presente nas redes, que estimules o consumo desse conteúdos não apenas em suas bolhas, mas também de forma mais ampla. E que novos membros da sigla LGBTQI+ possam sair da obscuridade imposta pelo preconceito, como lésbicas, Queers, e os demais membros de uma comunidade tão diversa. E assim poderemos tem uma sociedade mais representativa nas redes e estimulando o fortalecimento de identidades que surgiram no futuro.

## Referências bibliográficas

- ALLEN, M. Sean Parker descarrega no Facebook: “Só Deus sabe o que está fazendo com o cérebro de nossos filhos” Disponível em: <https://www.axios.com/sean-parker-unloads-on-facebook-god-only-knows-what-its-doing-to-our-childrens-brains-1513306792-f855e7b4-4e99-4d60-8d51-2775559c2671.html> Acesso em: 3 jul. 2020.
- ANDERSON, K. E. (2020). Getting acquainted with social networks and apps: it is time to talk about TikTok. Library Hi Tech News.
- ANDERY, Maria Amalia; MICHELETTO, Nilza; SERIO, Tereza Maria de Azevedo Pires. Uma análise das referências feitas por Skinner de 1930 a 1938. Rev. bras. ter. comport. cogn., São Paulo , v. 4, n. 1, p. 21-33, jun. 2002 . Disponível em <[http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1517-55452002000100004&lng=pt&nrm=iso](http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1517-55452002000100004&lng=pt&nrm=iso)>. acessos em 28 set. 2022.
- ANTONIONI, Ádamo. Odeio, logo, compartilho: o discurso de ódio nas redes sociais e na política, Editora Viseu, Brasil, 2019.
- APOIO ÀS PARADAS GLBT. Disponível em: [http://www.cultura.gov.br/noticias/noticias\\_do\\_minc/index.php?p=1675&more=1&c=1&pb=1](http://www.cultura.gov.br/noticias/noticias_do_minc/index.php?p=1675&more=1&c=1&pb=1). Acesso em :10 jun. 2021.
- ARAÚJO, L. F., & Carvalho, V. Â. M. D. L. (2005). Aspectos sócio-históricos e psicológicos da velhice. Mneme – Revista de Humanidades, 6(13), 228-236.
- ARNOULD E, Dion D. Visual representations. Recherche et Applications en Marketing (English Edition). 2018.
- ASTEDO, Antía e TOMBESI, Cecilia: Mapa mostra como a homossexualidade é vista pelo mundo. Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/internacional-48801567> Acesso em: 03 nov. 2021.
- AVANCINI, Atílio e RISCALI, Fernanda. Revolução visual da arte de Eisenstein em Ivan, o Terrível. ARS (São Paulo) [online]. 2018, vol.16, n.33, pp.147-171.
- BANKS, M. (1995). Visual research methods. Guildford: Department of Sociology, University of Surrey.
- BARDIN, Laurence. Análise de Conteúdo . Lisboa: Edições 70, 1977.
- BAUMAN, Zygmunt. Modernidade líquida. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2005a.
- BOSSAN, C. B., & Kottasz, R. (2020), “Uses and gratifications sought by pre-adolescent and adolescent TikTok consumers”, Young Consumers, Vol. 21, n. 4, p. 463-478.
- BRENNAND, Edna G. G. Hipermídia e novas engenharias cognitivas nos espaços de formação. IN: SILVA ET AL(Org.) XIII
- BRUNI, I. (2014). Narrazioni di sé nella Mobile Network Society.
- CARRIÈRE, Jean-Claude. A linguagem secreta do cinema. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2006.

- CASS, V. C. (1979). Homosexual identity formation: A theoretical model. *Journal of homosexuality*, 4(3), 219-235.
- CHASIN, Alexandra. *Selling out : the gay and lesbian movement goes to market*. New York : St. Martin's Press, 2000.
- CROTTY, M. J. (1998). The foundations of social research: Meaning and perspective in the research process. *The foundations of social research*, 1-256.
- DASGUPTA, S.; PAPANIMITRIOU, C.; VAZIRANI, U.. *Algoritmos*. Porto Alegre: AMGH, 2010.
- DESMARAIS, Christina (20 de janeiro de 2013). Facebook's Instagram says it has 90 million monthly active users» *PC World* (em inglês). Disponível em: DESMARAIS, Christina (20 de janeiro de 2013). <https://www.pcworld.com/article/456530/facebooks-instagram-says-it-has-90-million-monthly-active-users.html>. *PC World* (em inglês). Consultado em 18 de abril de 2022. Consultado em 18 de abril de 2022.
- DESMARAIS, Christina. 2013. Disponível em: [www.pcworld.com/article/2025801/facebooks-instagram-says-it-has-90-million-monthly-active-users.html](http://www.pcworld.com/article/2025801/facebooks-instagram-says-it-has-90-million-monthly-active-users.html). Consultado em 1 de fevereiro de Acesso em: 03 nov. 2021.
- DOES, Ralf. NYU Press, ed. Magnus Hirschfeld: *The Origins of the Gay Liberation Movement*, 2014. Consultado em 28 de setembro de 2022.
- EISENSTEIN, Sergei. *O sentido do filme*. Rio de Janeiro. Jorge Zahar Editor. 2002.
- FACCHINI, Regina. *Sopa de letrinhas?: Movimento homossexual e produção de identidades coletivas nos anos 90*. Rio de Janeiro: Garamond, 2005.
- FERRARI, Anderson. Reflexões sobre a homofobia na escola. In: CASAGRANDE, Lindamir S. LUZ, Nanci Stanckida. CARVALHO, Maria Gomes de (orgs.). *Igualdade na diversidade: enfrentando o sexismo e a homofobia*, 1. ed. Curitiba: Ed. UTFPR, p. 69-89, 2011.
- FERREIRA, Isabel: 1º manifesto homossexual português publicado logo após a Revolução dos Cravos, 2016. Disponível em: <https://spsc.pt/index.php/2016/08/02/1o-manifesto-homossexual-portugues-publicado-logo-apos-a-revolucao-dos-cravos/> Acesso em: 03 nov. 2021.
- FERRO, Lígia. *Ao encontro da sociologia visual* paginas, 373-398, 2005. Disponível em: <https://repositorio.iscte-iul.pt/handle/10071/5022> . Acesso em: 28 set. 2022.
- FIELD, Syd. *Screenplay : the foundations of screenwriting*. New York. Bantam Dell. 2005.
- FIORINI, Bruno José; CARVALHO, Luciana Menezes. (Tele)Jornalismo contemporâneo: análise da representação da incivilidade no Instagram Stories do @Estadão. *Anais de Artigos do Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais*, Disponível em: <<http://www.midiaticom.org/anais/index.php/seminario-midiatizacao-artigos/article/view/294>>. Acesso em: 28 set. 2022.
- FOUCAULT, Michel. *Historia da sexualidade 2: o uso dos prazeres*. 9. ed. Rio de Janeiro: Graal, 2001.
- FOUCAULT, Michel. *Outros espaços*. In: MOTTA, M. Barros. *Ditos e escritos III Michel Foucault estética: literatura e pintura, música e cinema*. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2009.

GOFFMAN, Erving (1956), *The presentation of self in everyday life*, University of Edinburgh Social Sciences Research Centre

GOFFMAN, Erving (1986), *Stigma: Notes on the management of spoiled identity*, New York, Simon & Schuster, Inc.

GOMES, Helton Simões, 2018. Disponível em: <https://g1.globo.com/economia/tecnologia/noticia/instagram-lanca-app-para-vidEOS-mais-longos-e-abre-disputa-com-youtube-para-atrair-criadores.ghtml> . Consultado em 28 set. 2022.

GRASSI, Caroline. MARQUES, António Dinis. *Análise de conteúdo para as redes sociais*. Universidade do Minho. 2018.

GUERIN, Yhevelin. *Influenciadores digitais, empoderamento social no Brasil*, Disponível em: [sigamosaico.com/blog](http://sigamosaico.com/blog) . Acesso em: 21 agosto. 2022.

GUERIN, Yhevelin. *Influenciadores digitais, empoderamento social no Brasil*. 2021 Disponível em: <https://sigamosaico.com/conteudos/2020/06/28/influenciadores-e-creators-lgbtqia-no-brasil/> Consultado em 18 de abril de 2022.

HITCHCOCK, Alfred. *Hitchcock : diálogo com Truffaut*. Lisboa. Publicações Dom Quixote. 1987.

HUTCHINSON, Andrew, *Instagram Stories is Now Being Used by 500 Million People Daily*, *Social Media Today*, 2019. MERLEAU-PONTY. Maurice. *Fenomenologia da Percepção*, São Paulo, Martins Fontes, 1999.

JENKINS, H. *Cultura da convergência*. Tradução: Suzana Alexandria. São Paulo, Aleph, 2008.

JOHNSON, Ian, *Brazil 2017 Report — Out Now Global LGBT2030 Study Out Now*, Novembro, 2017.

KENNEDY, M. (2020). 'If the rise of the TikTok dance and e-girl aesthetic has taught us anything, it's that teenage girls rule the internet right now': TikTok celebrity, girls and the Coronavirus crisis. *European Journal of Cultural Studies*, 23(6), 1069-1076.

LANIER, J. *Ten Arguments for Deleting Your Social Media Accounts Right Now*, New York: Henry Holt and Co., 2018.

LEAL, Fabiana (1 de junho de 2010). Portal Terra, ed. "Rebelião" em 1969 nos EUA marca início do movimento LGBT. Consultado em 28 de setembro de 2022.

LE MOS, André.; LÉVY, Pierre. *O futuro da internet: em direção a uma ciberdemocracia planetária*. São Paulo: Paulus, 2010. LEMOS, A. *Cibercultura. Tecnologia e Vida Social na Cultura Contemporânea*. Sulina, Porto Alegre. 2002.

LEVY, Pierre. *Ciberdemocracia*. Lisboa: Instituto Piaget, 2003.

MARTIN, Marcel. *A Linguagem Cinematográfica*; tradução Paulo Neves; revisão técnica Sheila Schvartzman - São Paulo, SP; Editora Brasiliense, 2013.

MASSAROLO, João, ALVARENGA, Marcus. *A Indústria Audiovisual e Os Novos Arranjos da Economia Digital*. Anais do XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação (Intercom), 2009.

MCLUHAN, Marshall. *Os meios de comunicação como extensões do homem*. São Paulo: Cultrix, 1969.

MCNAMEE, R. (2019). *Zucked: Waking up to the Facebook catastrophe*: Penguin Press



MELUCCI, Alberto. O jogo do eu. A mudança de si em uma sociedade global. São Leopoldo: Editora Unisinos, 2004.

METZ, Christian. A significação no cinema. São Paulo. Perspectiva. 2007.

MINSKY, Marvin. A sociedade da mente. Trad. Wilma Ronald de Carvalho, Rio de Janeiro: Francisco Alves, 1989.

MOSCARIELLO, Angelo. Como ver um filme. Lisboa: Editorial Presença, 1985.

MURPH, Darren (3 de abril de 2012). «Instagram comes to Android, available to download now». Engadget (em inglês) Disponível em: <https://www.engadget.com/2012-04-03-instagram-android-download-now-available.html>. Consultado em 13 de agosto de 2020.

NOGUEIRA, Elcio. A IDENTIDADE GAY: UMA CONSTRUÇÃO HISTÓRICA. Disponível em: [http://www.pucsp.br/clinica/boletim10\\_07.htm](http://www.pucsp.br/clinica/boletim10_07.htm). Acesso em: 21 jun. 2020.

NUNAN, A. Homossexualidade: do preconceito aos padrões de consumo. Rio de Janeiro: Caravansarai, 2003.

PACHECO, Roberto Carlos; BARCIA, Ricardo Miranda. A análise de redes de colaboração científica sob as novas tecnologias de informação e comunicação: um estudo na Plataforma Lattes. Revista Ciência da Informação, Vol. 34, No 1, p. 64-77, jan./abr. 2005.

PACHECO, T. H. Como o Dinheiro Rosa ou “Pink Money” está agitando o mercado mundial. Cognatis, 2017.

PARENTE, André. Os Paradoxos da Imagem-Máquina. In: (Org.), A. P. Imagem-Máquina: A Era das Tecnologias do Virtual. Tradução de Rogério Luz. p. 7 – 33, Rio de Janeiro: Ed. 34, 1993.

PARISER, Eli. O filtro invisível: o que a internet está escondendo de você. Rio de Janeiro: Zahar, 2012

PATEL, K. (2020). Tik Tok the New Alternative Media for Youngsters for Online Sharing of Talent: An Analytical Study. Available at SSRN 3600119.

PINK, Sarah. Doing Visual Ethnography. 2nd ed. London: SAGE. 2013.

PORTES, Ivone. SÃO PAULO TEM A MAIOR PARADA GAY DO MUNDO. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/folha/ilustrada/ult90u44973.shtml>. Acesso em: 03 nov. 2021.

RECUERO, R. Estratégias de personalização e sites de redes sociais: um estudo de caso da apropriação do fotolog.com. Comunicação, mídia e consumo. São Paulo, vol.5, n.12, p.35-56. Mar. 2008.

RODRIGUES, Humberto. O amor entre iguais. São Paulo: Mythos, 2004.

ROSA, António Machuco, A comunicação e o fim das instituições : das origens da imprensa aos novos media, Media XXI, Lisboa, 2016.

SANTAELLA, Lucia . The fluid coevolution of humans and technologies. Technoetic Arts: A Journal of Speculative Research , v. 13, p. 137-151, 2015.

SANTAELLA, Lucia. Matrizes da linguagem e pensamento: sonora, visual, verbal : aplicações na hipermídia. São Paulo: Iluminuras FAPESP, 2001.

- SCIOLLA L. (2010), *L'identità a più dimensioni. Il soggetto e la trasformazione dei legami sociali*, Roma, Ediesse.
- SMALL, M. F. The Gay Debate: is homosexuality a matter of choice or chance? In: BUTING, S. J. (ed.) *Annual Editions Human Sexuality 96/97*. [S. L.]: Brown & Banchmark Publishers, 1996. p. 76-79.
- SMALL, M. F. The Gay Debate: is homosexuality a matter of choice or chance? In: BUTING, S. J. (ed.) *Annual Editions Human Sexuality 96/97*. [S. L.]: Brown & Banchmark Publishers, 1996. p. 76-79.
- SOLOMON, Michael R. *O comportamento do consumidor: comprando, possuindo e sendo*. 5. ed. Porto Alegre: Bookman, 2002. TRUFFAUT, François. *Auteur theory and the French new wave, Closely Watched Films: An Introduction to the Art of Narrative Film Technique*, University of California Press 2004 pp. 120–134.
- SOUZA, Joseleide Terto de. *Contextos Contemporâneos: Homossexuais, Cultura e Mídia*. São Paulo: J. T. Souza, 2009.
- SPENCER, Colin. *Homossexualidade: uma história*. Rio de Janeiro: Record, 1995.
- STOCHERO, Tahiane. 196 presos homossexuais têm visita íntima no Brasil, aponta levantamento. Disponível em: <https://g1.globo.com/brasil/noticia/2012/02/196-presos-homossexuais-tem-visita-intima-no-brasil-aponta-levantamento.html>. Acesso em: 03 nov. 2021.
- SULER, J. R. (2002). Identity Management in Cyberspace. *Journal of applied psychoanalytic studies*, 4 (4), 455-459 .
- TOSONI S. (2004), *Identità virtuali. Comunicazione mediata dal computer e processi di costruzione dell'identità personale*, Franco Angeli, Milano.
- VAN SIJLL, Jennifer. *Cinematic storytelling*. Studio City, CA : Michael Wiese. 2005.
- VEGH, S. Classifying forms of online activism: the case of cyberprotests against the World Bank. In: MCCAUGHEY, M., AYERS, M.D. (ed.). *Cyberactivism: online activism in theory and practice*. London: Routledge, 2003.
- VINER, K. Como a tecnologia destruiu a verdade. Disponível em: <https://www.theguardian.com/media/2016/jul/12/how-technology-disrupted-the-truth> Acesso em: 3 jun. 2020.
- Vivienne Cass em *Homosexual identity formation* (1979)
- YANG, S., Zhao, Y., & Ma, Y. (2019, July). Analysis of the Reasons and Development of Short Video Application-Taking Tik Tok as an Example. In *Proceedings of the 2019 9th International Conference on Information and Social Science (ICISS 2019)*, Manila, Philippines (p. 12-14).
- ZUBOFF, S. (2019). *A era do capitalismo vigilante: a luta por um futuro humano na nova fronteira do poder*. Nova York: PublicAffairs.

## Anexos

### Tabela 1 : Ary Fontoura no Instagram

Dimensões da Análise / Instagram	Vídeo 1A <a href="https://www.instagram.com/p/CZPeOSRBJpT/">https://www.instagram.com/p/CZPeOSRBJpT/</a> Curtido por 1,239,276 pessoas	Vídeo 1B <a href="https://www.instagram.com/p/CcLcTtGQAV6A/">https://www.instagram.com/p/CcLcTtGQAV6A/</a> Curtido por 317,149 pessoas	Vídeo 1C <a href="https://www.instagram.com/p/Cb3N9U2JQPF/">https://www.instagram.com/p/Cb3N9U2JQPF/</a> Curtido por 318,708 pessoas
<b>Identidade</b>	Nesse vídeo a identidade é suprimida e referências pouco exploradas. o personagem apenas representa trejeitos.	A identidade permanece identificando com a velhice e pouco com respeito como LGBTQI+	A identidade segue os mesmos padrões dos vídeos anteriores.
<b>Velhice</b>	Uma forte alusão ao estereótipo de velhice com um jugo de o que se espera e o que se pode ser na velhice.	A velhice é mais uma vez colocada como forte elemento de vivacidade. da capacidade de envelhecer com saúde e a capacidade de encarar o corpo com alegria.	A velhice está presente nas duas versões. Uma do estereótipo de cansado, mesmo que em atividade física, mas logo revertida para uma vida feliz na velhice e no presente.
<b>Narrativa</b>	Em corte simples e nada muito além disso a narrativa apresenta uma primeira cena e depois uma cena caracterizando o estereótipo de um idoso cantando parabéns e tossindo, que antes de terminar a música se levanta e coloca toda sua energia em uma fala que coloca como a sociedade espera da velhice. em um corte seco a cena volta para uma comemoração alegre e cheia de energia.	em um único plano o personagem se aproxima e fala sobre sua atividade e de seu sonho. e que o sonho não deve-se desistir. E que ele tem o sonho de perder a barriga e que isso não vai acontecer tão cedo. Ele continuado pedalando e a câmera parada e o personagem se distanciando ao pedalar da ideia de continuidade e longevidade, da vida de das tentativas.	O vídeo tem apenas um corte com pouca construção de linguagem. A narrativa segue um clima de desilusão, o que tenta provocar uma surpresa. mas que logo é cortada pela forma com que a fala muda. com clima de comédia o personagem dos que vai mudar com muitos anos e que está feliz no presente.
<b>Representatividade</b>	A representatividade está na velhice não convencional, mas a sexualidade é representada pelos trejeitos.	Ha pouca representatividade LGBTQI+, sendo apenas colocada com os trejeitos	Segue as características dos outros vídeos.

**Tabela 2: Ary Fontoura no TikTok**

Dimensões da Análise / TikTok	Vídeo 1D <a href="https://www.tiktok.com/@aryfontoura/video/7108365646752173317?is_copy_url=1&amp;is_from_webapp=v1&amp;item_id=7108365646752173317&amp;lang=en">https://www.tiktok.com/@aryfontoura/video/7108365646752173317?is_copy_url=1&amp;is_from_webapp=v1&amp;item_id=7108365646752173317&amp;lang=en</a> Visualizado por 127.1k	Vídeo 1E <a href="https://www.tiktok.com/@aryfontoura/video/7112074358490762501?is_copy_url=1&amp;is_from_webapp=v1&amp;lang=en">https://www.tiktok.com/@aryfontoura/video/7112074358490762501?is_copy_url=1&amp;is_from_webapp=v1&amp;lang=en</a> Visualizado por 45.5	Vídeo 1F <a href="https://www.tiktok.com/@aryfontoura/video/7084355760871804166?is_copy_url=1&amp;is_from_webapp=v1&amp;lang=en">https://www.tiktok.com/@aryfontoura/video/7084355760871804166?is_copy_url=1&amp;is_from_webapp=v1&amp;lang=en</a> Visualizado por 95.4k
<b>Identidade</b>	A identidade esta presente em um pouco mais intensa nos trejeitos, mas nunca é totalmente revelada. a velhice esta presente com o copo desnudo e a fralda geriátrica.	Sem representatividade explicita. seguindo os padrões dos videos anteriores	Essa vídeo explora uma referencia heteronormativa, mas que logo é revelada a existência de um personagem queer. Esse é o único vídeo que faz uma referencia a uma possível diversidade sexual por revelar uma companheira com barba. e abrindo para uma possibilidade de homoafetividade. ou de uma relação transexual.
<b>Velhice</b>	A fralda é o principal referencia. o cuidado com o frio é outro elemento. mas a alegria e impossibilidade de executar tarefas não muito melhor superadas, em afirmação na possibilidade de realiza-las de forma virtual. Algo também possível na velhice.	A velhice está apenas representadas nas características físicas do personagem.	Aqui também é colocado como referência a velhice as características do corpo do personagem, sem muito mais referencias de comportamento na velhice.
<b>Narrativa</b>	Em um plano com poucos cortes, e um enquadramento inicialmente nos pés do personagem, revelando o de forma gradual, até sua totalidade, que o revela como um cupido. Sua vestimenta, uma fralda geriátrica. poucas roupas e um celular para executar sua tarefa de lançar sua flecha. Um forte alusão a possibilidade de execução de tarefas on line. especialmente na pandemia.	Com uma narrativa melhor construída. o personagem sussurra e induz que vai descobrir um segredo ele se posiciona de forma e tentar ver o que se passa do outro lado da porta, eu tentar ver pelo buraco da fechadura. quando é surpreendido por um dedo que o empurra o olho. na sequencia ele aparece com o olho ja com um curativo. e dizendo que esta bem e que a curiosidade pode não render bons frutos.	Aqui neste vídeo vemos o ator dividido em dois personagens um homem e uma mulher, com cortes secos a narrativa decorre pela referencia de um relacionamento que se concebeu com a máscara de uso na pandemia e que após as medidas de restritos serem abolidas e revelação das faces causam grande surpresas no personagem do homem. O jogo é controlado pelo tom da comédia e um certo tipo de preconceito ao referir-se ao personagem revelado como algo não bem visto na sociedade.
<b>Representatividade</b>	Como em todos os vídeos a representatividade LGBTQI+ esta nos trejeitos que aqui são mais perceptíveis, mas nunca revelados.	a representatividade é pouco explorada. estando presente apenas nos trejeitos e nas características físicas da velhice.	A percebemos um momento onde o personagem se relaciona com uma pessoa <i>Queer</i> . uma mulher com barba. Um personagem que foge ao padrão. mesmo que não sendo como algo aceitável. o personagem primeiro mesmo que decepcionado não aparenta não descartar a possibilidade de manter o relação.

**Tabela 3: Nazo no Instagram**

Dimensões da Análise / Instagram	<b>Vídeo 2A</b> <a href="https://www.instagram.com/p/CgFRghDJE8/">https://www.instagram.com/p/CgFRghDJE8/</a> Curtido por 2,701 pessoas	<b>Vídeo 2B</b> <a href="https://www.instagram.com/p/ChcyKINPXek/">https://www.instagram.com/p/ChcyKINPXek/</a> Curtido por 149,277 pessoas	<b>Vídeo 2C</b> <a href="https://www.instagram.com/p/ChkrZODtPt2/">https://www.instagram.com/p/ChkrZODtPt2/</a> Curtido por 10,510 pessoas
<b>Identidade</b>	Aqui há uma forte representação de uma mulher trans, mas com fortes características físicas masculinas. o que não torna um homem travestido, pois aqui é seu modos normais de vida apenas representado ser uma famosa apresentadora de TV no Brasil. Nazo aqui se reconhece como mulher e compara-se com outra mulher.	A mulher trans, de forma muito caricata, com barba aparente. Uma forte referencia a mulher trans velha com poucos recurso para mudanças físicas estruturais de sua aparência. mas que se reconhece como trans e capaz de ter seus relacionamentos. mesmo que complicados. A maquiagem mesmo que intensa é um elemento verdadeiro do personagem, mesmo causando estranhamento no público.	Segundo os referenciais dos vídeos anteriores. é sempre apresentado o personagem com suas roupas femininas. mesmo muito brilhosas e extravagantes. é a própria construção da identidade de Nazo. Ela é isso. é uma mulher trans do Interior do Brasil. Com todas sus peculiaridades e características extravagantes e fora de padrões.
<b>Velhice</b>	A velhice esta nas características físicas apresentada por Nazo.	A velhice está representada no corpo e pelo rosto É uma mulher trans idosa, mas com todos os desejos e desilusões que uma pessoa normal. Mas com vontade de continuar e se dispondo a recomeçar.	Em todos os vídeos veremos uma referencia a sexualidade ativa, aqui muito explícita pelo sexo oral. colocado aqui, como uma possibilidade e disposição de realiza-lo por nazo. Uma velhice que não se rendeu as preconceitos e padrões de uma sociedade onde a eternidade é presente.
<b>Narrativa</b>	O vídeo faz um curte de imagens reais de um famoso programa de TV para um corte seco onde Nazo se identifica como sendo a própria apresentadora do programa original. Rindo e colocando em igual posição ma sem tom de deboche. devidos suas características e valores do interior brasil	Em um unico plano o personagem coloca inúmeras caixas de cerveja em um carrinho de supermercado, e convida seu antigo amor a voltar a ter a relação. É presente a forte indicação de uma relação passado no proporcionar coisas, e a cerveja é seu elemento principal. mesmo colocando seu interesse ao dizer que guarda todas as mensagens. O vídeo tem uma característica forte de viralizarão por se compartilhado e associado esse personagem com um relacionamento com a pessoa que receber o vídeo.	Em uma unica sequencia a câmera se aproxima e mostra Nazo comendo um alaranja e mostra a laranja que poderia ser quem esta vendo o Vídeo. remetendo a possibilidade de sexo oral. Mais uma vez o vídeo tem um apelo viral ao interagir com o publico e coloca-lo como participante e ativando sua participação no compartilhamento e colocando o receptor do compartilhamento como um possivel personagem do vídeo, o personagem com quem Nazo se refere ao vídeo.
<b>Representatividade e</b>	Nazo é sempre apresentada como mulher trans, suas roupas, seus maquiagem e principalmente a forma engraçada e divertida. colocando sempre isso como uma possibilidade real e atual, mesmo com o tom de escárnio dos seus vídeos .	Mesmo o tom de deboche, o vídeo ainda sim coloca o personagem com visibilidade. A contusão apresenta um estereótipo vulgar. mas mesmo sendo. é uma fatia, mesmo que pequena, da comunidade LGBTQI+, especialmente do Interior.	Seguindo sempre o tom de deboche e comedia. A representatividade esta na forma natural de Nazo. De uma vida simples e eschachada de sua sexualidade. o que para muitos pode parecer forçado. Mas que é a sua mais pura natureza. A natureza de uma diversidade muito distante dos padrões.

**Tabela 4: Nazo no TikTok**

Dimensões da Análise / TikTok	Vídeo 2D <a href="https://www.tiktok.com/@nazoofical/video/7138208150745828614?is_copy_url=1&amp;is_from_webapp=v1&amp;lang=en">https://www.tiktok.com/@nazoofical/video/7138208150745828614?is_copy_url=1&amp;is_from_webapp=v1&amp;lang=en</a> Visualizado por 49.8 k	Vídeo 2E <a href="https://www.tiktok.com/@nazoofical/video/7137478005458275589?is_copy_url=1&amp;is_from_webapp=v1&amp;lang=en">https://www.tiktok.com/@nazoofical/video/7137478005458275589?is_copy_url=1&amp;is_from_webapp=v1&amp;lang=en</a> Visualizado por 404.8k	Vídeo 2F <a href="https://www.tiktok.com/@nazoofical/video/7134780608336694534?is_copy_url=1&amp;is_from_webapp=v1&amp;lang=en">https://www.tiktok.com/@nazoofical/video/7134780608336694534?is_copy_url=1&amp;is_from_webapp=v1&amp;lang=en</a> Visualizado por 53k
<b>Identidade</b>	O alto reconhecimento da sua sexualidade como ativo e presente no cotidiano, Nazo se reconhece como mulher trans e em plena vida sexual.	Auto reconhecimento de sua sexualidade e diversidade fora dos padrões de seu corpo.	A vida cotidiana de uma mulher trans, mesmo em tom de brincadeira e deboche, mostra sua rotina e de forma como brinca com suas caracteriais, de mulher trans, fazendo referencia a menstruação.
<b>Velhice</b>	Coloca-se com naturalidade e igual paralelismo sua idade e sua vida sexual. Sempre presente no seu cotidiano.	A auto afirmação e aceitação do corpo velho Queer .	O estar presente do copro velho em sociedade. aqui tambem em lugares públicos sem vedo da exposição.
<b>Narrativa</b>	Em um vídeo de um único plano. A personagem de Nazo pergunta quais preservativos vai preferir para a noite de sábado. A fala sempre direcionada a câmera, e o tom de comédia e de forma provocativo. busca mais uma vez uma participação do visualizador em compartilhar.	Em uma enquete é perguntado sobre seus pelos no corpo e em um único plano a personagem de Nazo, coloca-se como satisfeita com sua aparência. e afirma que seu jeito não padrão não atrapalha quem a procura. Uma forte referencia de auto aceitação do próprio corpo.	Em uma única sequencia, Nazo com um vestido rosa refere-se a câmera como fosse um de seus namorado. brincando que não era pra se preocupar e o enquadramento revela um absorvente íntimo e Nazo diz que sua menstruação aconteceu. O tom de brincadeira com suas características e mesmo sendo uma mulher trans, Nazo se coloca sempre no universo feminizo, mesmo que não apresentando características possível para uma menstruação. A construção do vídeo segue no auto poder de prococação dos seguidores em compartilhar e provocar os usuários que receberem o vídeo ou forem marcados nele.
<b>Representatividade</b>	A roupa de festa, sempre com tiragens femininos é a forte representação da mulher trans velha com atitude e sem medo de ser o que é, viver sua vida naturalmente . O tom de comedia e deboche tende a se repetir.	Seguindo as características do deboche. Ainda assim é uma representação da vida e da enorme diversidade. É o reconhecimento e auto aceitação do corpo velho. sem transformação para uma padronização de conceitos sociais aceitáveis.	Esta na Rua, No supermercado e em qualquer lugar público é uma força de representação. seguimos com o padrão de deboche, mas é também um subversão dos padrões conservadores.

**Tabela 5: Old Gays no Instagram**

Dimensões da Análise / Instagram	Vídeo 3A <a href="https://www.instagram.com/p/CacnYi_JKAx/">https://www.instagram.com/p/CacnYi_JKAx/</a> 51,184 curtidas	Vídeo 3B <a href="https://www.instagram.com/p/CZmgrMxJfy7/">https://www.instagram.com/p/CZmgrMxJfy7/</a> 32,359 curtidas	Vídeo 3C <a href="https://www.instagram.com/p/CfzFQl0g1vp/">https://www.instagram.com/p/CfzFQl0g1vp/</a> 16,084 curtidas
<b>Identidade</b>	a evolução cronológica do auto reconhecimento de sua sexualidade com o atravessar dos anos.	Auto reconhecer como gay e velhos é sempre bem explícitos nos vídeos. a segunda na legenda. "quanto selvagem somos?" mostra a compreensão de seus desejos e fantasias e sua identidade <i>queer</i> .	A afirmação de suas identidades começa pela música que com seu refrão, você não vai quebrar minha alma. Uma mensagem da representação de um pai que também é gay e é idoso.
<b>Velhice</b>	é com o passar dos anos que a sexualidade se consolida. mas também permite a possibilidade de ser o que quiser. Na velhice é o conquista da identidade	A exposição do corpo será algo recorrente nesses vídeos. é uma das formas de afirmação da velhice através do corpo, do desnudo e do empoderamento da diversidade de corpos na velhice e da afirmação de uma vida sem barreiras etárias para suas sexualidades.	Mais uma vez o corpo é o ponto forte da representação da velhice. mas nunca o corpo cansado. É sempre o corpo desnudo e em atividade e ritmado por música.
<b>Narrativa</b>	Em um vídeo sem corte mas dividido a tela em 3 partes percebe-se conforme os anos são contados de forma crescente, os personagens vão migrando conforme vai envelhecendo, onde todos atravessam do nascimento, para a bissexualidade para a vida gay. mas um dos personagens ao ficar mais velho volta a faixa da bissexualidade. como elemento surpresa e de grande impacto narrativo.	O corte seco é o elemento transformador e revelador, a sequência uma variada repetição frenética de cortes revelando individualmente cada personagem. representando todos os tipos de pessoas existem e suas diferenças em interesses sexuais em posições diversas. Mostrando uma grande possibilidade de atos sexuais.	Sempre com corte secos. fazendo transição de casa personagem de seus trágicos convencionais para uma realidade festiva sexualizada nos tiragens íntimos estilizados com os símbolos nacionais em uma vídeo comemorativo da independência americana.
<b>Representatividade</b>	Ha uma grande grau de reconhecimento pela comunidade gay sobre esse vídeo. onde a bissexualidade é uma imposição social. visto a necessidade desses grupos de se fazerem aceitos, mas é com o passar do tempo que as identidades se consolidam e que mudar ou voltar também é natural, e o se encontrar como indivíduo deve ser uma festa para toda gente	Essas muitas possibilidades de posições e atos sexuais, rompe com os estereótipos de que idoso esta cansado e que o sexo é algo monótono e inexistente. O vídeo retrata de forma forte e impositiva e diversificada, uma criatividade nas possibilidades de relações sexuais. Representando o idoso gay com naturalidade e de iguais possibilidade sexuais em sociedade.	A música em um refrão muito forte e empedra o personagem em serem o que quiserem ser e que nada vai atrapalhar suas identidades. Eles serão tudo que quiserem, serão parte de uma nação. parte de uma sociedade sem perder suas almas, suas identidades.

**Tabela 6: Old Gays no TikTok**

Dimensões da Análise / TikTok	<p>Video 3D  <a href="https://www.tiktok.com/@oldgays/video/7126936890384665898?is_copy_url=1&amp;is_from_webapp=v1">https://www.tiktok.com/@oldgays/video/7126936890384665898?is_copy_url=1&amp;is_from_webapp=v1</a>                      Visualizado por 3.3m</p>	<p>Video 3E  <a href="https://www.tiktok.com/@oldgays/video/7084603589502487854?is_copy_url=1&amp;is_from_webapp=v1">https://www.tiktok.com/@oldgays/video/7084603589502487854?is_copy_url=1&amp;is_from_webapp=v1</a>                      Visualizado por 9.9m</p>	<p>Video 3F  <a href="https://www.tiktok.com/@oldgays/video/7064970700804771118?is_copy_url=1&amp;is_from_webapp=v1">https://www.tiktok.com/@oldgays/video/7064970700804771118?is_copy_url=1&amp;is_from_webapp=v1</a>                      Visualizado por 26.6m</p>
<b>Identidade</b>	<p>A praia é um dos pontos de encontros mais famosos da comunidade gay, aqui respeitado por uma diversidade de idades e pelos trágas de banhos típicos do público gay</p>	<p>A identidade está presente na diversidade representada nos três tipos de pessoas gays idosas. com roupas diferente, e que ao transformar-se em coelhos tornam-se coelhos sensualizados.</p>	<p>Percebe-se uma grande reconhecimento da identidade, uma alta aceitação e afirmação natal da sexualidade</p>
<b>Velhice</b>	<p>A velhice, assim como toda sua representatividade de corpos desnudos, esta inserido em harmonia no ambiente público gay.</p>	<p>A idade é representada por seus corpos, mas exposto de forma alegre e energizada.</p>	<p>Soma-se a possibilidade de se reconhecer como idoso com sensualidade e com auto permissão de ser sexualmente atrativo</p>
<b>Narrativa</b>	<p>A sequência sem corte revela aos poucos cada um dos personagens. revelando do mais novo ao mais velho e culmina com dois homens mais novos carregando de forma a destaca o ultimo personagem gay idoso, representado uma certa devoção as mais velhos e tudo que essa geração representou na luta por direitos LGBTQI+ na sociedade.</p>	<p>Seguindo os efeitos de corte seco. a narrativa faz a afirmação "Se você disser panda três vezes nós aparecemos" Então com o corte seco é revelado os personagens em roupas estilizadas de coelhos. Sensuais.</p>	<p>nesta narrativa percebemos um construção da narrativa, iniciando com uma pergunta e "Você acha que somos sexy?" E um corte seco mostra os personagens em roupas íntimas. O corte é a própria resposta. afirmativa e de auto reconhecimento.</p>
<b>Representatividade</b>	<p>Uma representação da importancia e o devido respeito que gays idosos precisam ter na sociedade. onde a idade é um referencial de conquistas de luta em uma sociedade preconceituosa. a mistura coloca todos em confraternização coletiva em misturas de idade, e misturas de tipos de corpos e cores.</p>	<p>Aqui percebe-se auto representação necessaria de personagens gays idosos como elementos sensuais em tiragens característicos de datas comemorativos, aqui a páscoa. Um elemento ausente nas mídias convencionais.</p>	<p>É de grande impacto a força das imagens de auto afirmação e representação de uma identidade não apenas gay idoso. mas de auto estiva e pertencimento em uma sociedade sexualmente ativa.</p>



## Apêndices - figuras dos Vídeos Estudados

Figura 1A



Disponível em: <https://www.instagram.com/p/CZPeOSRBJpT/>  
Visualizado em: 30 de setembro de 2022

**Figura 1B**



Disponível em: <https://www.instagram.com/p/CcLCtGQAV6A/>  
Visualizado em: 30 de setembro de 2022

**Figura 1C**



Disponível em: <https://www.instagram.com/p/Cb3N9U2JQPF/>  
Visualizado em: 30 de setembro de 2022

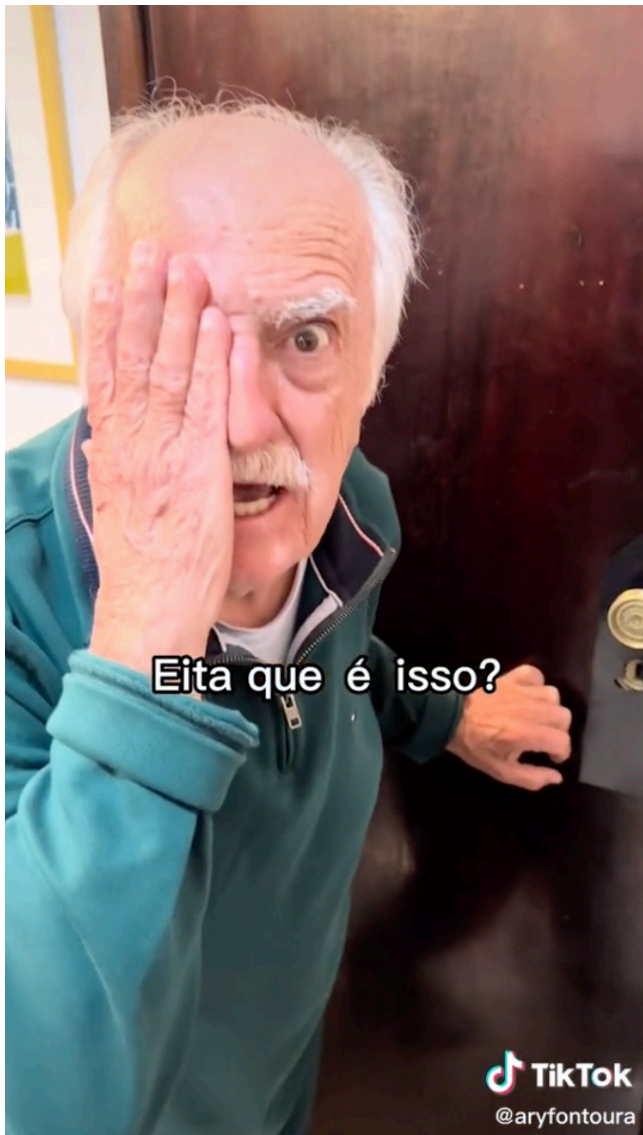
**Figura 1D**



Disponível em: [https://www.tiktok.com/@aryfontoura/vídeo/7108365646752173317?is\\_copy\\_url=1&is\\_from\\_webapp=v1&item\\_id=7108365646752173317&lang=en](https://www.tiktok.com/@aryfontoura/vídeo/7108365646752173317?is_copy_url=1&is_from_webapp=v1&item_id=7108365646752173317&lang=en)  
Visualizado em: 30 de setembro de 2022.



**Figura 1E**



Disponível em: [https://www.tiktok.com/@aryfontoura/vídeo/7112074358490762501?is\\_copy\\_url=1&is\\_from\\_webapp=v1&lang=en](https://www.tiktok.com/@aryfontoura/vídeo/7112074358490762501?is_copy_url=1&is_from_webapp=v1&lang=en)  
Visualizado em: 30 de setembro de 2022.

**Figura 1F**



Disponível em: [https://www.tiktok.com/@aryfontoura/vídeo/7084355760871804166?is\\_copy\\_url=1&is\\_from\\_webapp=v1&lang=en](https://www.tiktok.com/@aryfontoura/vídeo/7084355760871804166?is_copy_url=1&is_from_webapp=v1&lang=en)  
Visualizado em: 30 de setembro de 2022.

**Figura 2A**



Disponível em: <https://www.instagram.com/p/CgFRghDJJe8/>  
Visualizado em: 30 de setembro de 2022.

Figura 2B



Disponível em: <https://www.instagram.com/p/ChcyKiNPXek/>  
Visualizado em: 30 de setembro de 2022.



Figura 2C



Disponível em: <https://www.instagram.com/p/ChkrZODtPt2/>  
Visualizado em: 30 de setembro de 2022.

Figura 2D



Disponível em: [https://www.tiktok.com/@nazoofical/vídeo/7138208150745828614?is\\_copy\\_url=1&is\\_from\\_webapp=v1&lang=en](https://www.tiktok.com/@nazoofical/vídeo/7138208150745828614?is_copy_url=1&is_from_webapp=v1&lang=en)  
Visualizado em: 30 de setembro de 2022.

## Figura 2E



Disponível em: [https://www.tiktok.com/@nazoofical/vídeo/7137478005458275589?is\\_copy\\_url=1&is\\_from\\_webapp=v1&lang=en](https://www.tiktok.com/@nazoofical/vídeo/7137478005458275589?is_copy_url=1&is_from_webapp=v1&lang=en)  
Visualizado em: 30 de setembro de 2022.

Figura 2F



Disponível em: [https://www.tiktok.com/@nazoofical/vídeo/7134780608336694534?is\\_copy\\_url=1&is\\_from\\_webapp=v1&lang=en](https://www.tiktok.com/@nazoofical/vídeo/7134780608336694534?is_copy_url=1&is_from_webapp=v1&lang=en)  
Visualizado em: 30 de setembro de 2022.



Figura 3A



Disponível em: [https://www.instagram.com/p/CacnYi\\_JKAx/](https://www.instagram.com/p/CacnYi_JKAx/)  
Visualizado em: 30 de setembro de 2022.

**Figura 3B**



Disponível em: <https://www.instagram.com/p/CZmgrMxJfY7/>  
Visualizado em: 30 de setembro de 2022.

Figura 3C



Disponível em: <https://www.instagram.com/p/CfZFQI0g1vp/>  
Visualizado em: 30 de setembro de 2022.

**Figura 3D**



Disponível em: [https://www.tiktok.com/@oldgays/vídeo/7126936890384665898?is\\_copy\\_url=1&is\\_from\\_webapp=v1](https://www.tiktok.com/@oldgays/vídeo/7126936890384665898?is_copy_url=1&is_from_webapp=v1)  
Visualizado em: 30 de setembro de 2022.



Figura 3E



Disponível em: [https://www.tiktok.com/@oldgays/vídeo/7084603589502487854?is\\_copy\\_url=1&is\\_from\\_webapp=v1](https://www.tiktok.com/@oldgays/vídeo/7084603589502487854?is_copy_url=1&is_from_webapp=v1)

Visualizado em: 30 de setembro de 2022.

**Figura 3F**



Disponível em: [https://www.tiktok.com/@oldgays/vídeo/7064970700804771118?is\\_copy\\_url=1&is\\_from\\_webapp=v1](https://www.tiktok.com/@oldgays/vídeo/7064970700804771118?is_copy_url=1&is_from_webapp=v1)

Visualizado em: 30 de setembro de 2022.