

GÊNERO E IDENTIFICAÇÃO: A FACILITAÇÃO GRÁFICA MIDIATIZADA E O RESPEITO À DIVERSIDADE

Marli dos Santos¹

Izabel Marques Meo²

Carlos Humberto Ferreira Silva Júnior³

RESUMO

Este trabalho aborda a facilitação gráfica midiaticada como narrativa na representação de gênero e na construção das identidades na sociedade contemporânea. O objetivo é verificar se a aplicação da facilitação gráfica pode elucidar as dúvidas acerca das diferenças de gênero. Para responder nossa questão de pesquisa foi realizado um estudo qualitativo, exploratório, no qual foram selecionados 10 vídeos publicados no YouTube. A seleção ocorreu por meio das palavras-chave: gênero, identidade de gênero, sexualidade e homossexualidade. Os vídeos que compõem a amostra são aqueles que apresentaram elementos característicos da técnica narrativa, popularmente conhecida como “vídeos desenhados”. Os principais autores que compõem nosso marco teórico são: Agerbeck (2012), Butler (2014), Rajamanickam (2003), Campos (2007), Menegon (2013) e Lima (1995). Após a análise de conteúdo, foi possível observar que os vídeos adotam uma linguagem padrão que, em alguns momentos, reforçam as oposições entre gêneros. Apesar disso, consideramos que a facilitação gráfica avança na tentativa de elucidar sobre essas diferenças.

PALAVRAS-CHAVE: Comunicação; Informação jornalística; Facilitação Gráfica; Gênero; Diversidade.

GENDER AND IDENTIFICATION: MEDIATED GRAPHIC FACILITATION AND RESPECT FOR DIVERSITY

ABSTRACT

This paper presents the graphic facilitation mediated as narrative in the representation of gender in contemporary society. The aim is to verify if the application of graphic facilitation can elucidate doubts about gender differences. To answer our research question, we conducted a qualitative and exploratory study in which 10 videos published on YouTube. The selection was made through the keywords: gender, gender identity, sexuality and homosexuality. The videos that make up the show are those that presented characteristic elements of the narrative technique, popularly known as “drawn

¹ Jornalista e doutora em Ciências da Comunicação pela ECA-USP. Docente no Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Faculdade Cásper Líbero e líder do Grupo de Pesquisa Jornalismo Contemporâneo, Práticas para a Emancipação Social na Sociedade Tecnológica, e-mail: msantos@casperlibero.edu.br

² Jornalista, facilitadora gráfica e mestra em Comunicação Social pela Universidade Metodista de São Paulo, e-mail: izabel.meo@gmail.com

³ Jornalista e mestre em Comunicação Social. Doutorando em Comunicação pela Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho” UNESP- Campus Bauru, e-mail: carlos.jr@unesp.br

videos”. The main authors that make up our theoretical framework are: Agerbeck (2012), Butler (2014), Rajamanickam (2003), Campos (2007), Menegon (2013) and Lima (1995). After the content analysis, it was possible to observe that the videos adopt a standard language, which, at times, reinforces the oppositions between genders. Despite this, we believe that graphic facilitation is advancing in the attempt to elucidate gender differences.

KEY WORDS: Communication; Journalistic information; Graphic Facilitation; Gender; Diversity.

RUMOS ASSUMIDOS

Vivemos na sociedade do espetáculo, em que a imagem acaba se tornando imperativa. A sociedade do espetáculo (DEBORD, 1997) é a sociedade midiática, ou melhor, a sociedade da indústria cultural, conforme menciona Coelho (2019), uma vez que se organiza tendo como foco central a produção e o consumo das imagens.

Ao mesmo tempo em que o processo de mercantilização tem a imagem como um dos elementos preponderantes, no contexto da contemporaneidade, a constituição de redes sociais tecnológicas acelera os processos de consumo, promovendo maior circulação de conteúdos, os quais são produzidos, disponibilizados e acessados quase que simultaneamente. Cada vez mais há a necessidade de despertar a atenção do usuário da internet, imerso em um oceano de imagens.

Emojis, memes, vídeos, animações, mapas interativos, mapas mentais, infográficos, reportagens multimídia e facilitação gráfica inundam as nossas redes sociais digitais todos os dias, principalmente com a função de *autoplay* que alguns aplicativos para celulares disponibilizam, como o Facebook e o Instagram. Se de um lado devemos ser conscientes sobre as imagens midiáticas como mercadorias alienantes, temos também de considerar que mesmo essas novas expressões informativas e de entretenimento contêm em si a sua própria contradição, uma vez que há um potencial desalienador e democratizador nos conteúdos, particularmente nos informativos, conforme menciona Genro Filho (1987). Para o autor, a informação como mercadoria na sociedade capitalista possui um potencial desalienador, na medida em que as informações podem ser conectadas pelo sujeito, o qual pode elaborá-las e produzir conhecimento. Daí a máxima do pesquisador, o jornalismo como forma de conhecimento.

É com essa perspectiva, a das potencialidades, que realizamos um estudo sobre o uso da facilitação gráfica midiaticizada em vídeos com fins informativos em sites jornalísticos e de outras naturezas, ligados a organizações de direitos humanos, ou elaborados por indivíduos não vinculados a instituições.

A facilitação gráfica em vídeos foi escolhida por sua presença cada vez mais perceptiva na mídia, especialmente na internet. A técnica surgiu no início da década de 2000 no Brasil, e, segundo Meo (2018), é um registro-síntese de um evento. A síntese é feita por meio de ideias-chave, utilizando imagens e texto (estáticos ou em movimento). No início, esse registro estava mais presente em ambientes corporativos e institucionais, ao vivo, tendo painéis de papel como suporte. Com o tempo, evoluiu para outro espaço, o vídeo, tanto que é possível observar a técnica em publicidades e conteúdos jornalísticos, na TV e internet, passando a ser entendida, então, como uma ferramenta midiaticizada que transpôs sua própria natureza de criação, saindo das reuniões, eventos e encontros ao vivo, para as telas de computadores, smartphones e outros *gadgets*. Popularmente conhecidas como “vídeos desenhados”, as facilitações gráficas midiaticizadas, normalmente, são conteúdos em vídeo, compostos por uma narração em *off* com ilustrações feitas a mão que acompanham o desenrolar da narrativa proposta.

De acordo com Agerbeck (2012), a facilitação gráfica é uma ferramenta poderosa, pois desenvolve “um conhecimento compartilhado” com uma narrativa diferenciada, que inclusive pode servir de inspiração para diversas sínteses.

Especificamente, foi a evolução para o vídeo que permitiu que a técnica fosse aplicada em matérias jornalísticas e demais conteúdos comunicativos, complementando ou sendo o conteúdo principal da informação em contextos jornalísticos, ou fora deles. A característica multimídia da internet permite a inserção de imagens, áudios e texto, por meio de desenhos, colagens, fotografias, atuação de personagens humanos, além de recursos de áudio, potencializando a ferramenta. Como diz Meo (2018), as facilitações gráficas em vídeo podem ser consideradas reportagens visuais multimídias que fazem uso do desenho, do texto, de áudios (narração e paisagens sonoras) e eventualmente de outras imagens representativas que não desenhos (como fotos ou ilustrações de outros materiais, mas utilizadas como fotografias).

As possibilidades da facilitação gráfica, aliadas às da internet, permitem que ela seja usada para narrar, explicar ou instruir sobre diversos temas, sobretudo os mais complexos e especializados, atingindo uma gama ampla de públicos, especialmente os jovens ou os que têm menos conhecimento anterior sobre algum tema. É o caso de assuntos relacionados ao gênero ou identidade de gênero, temas de grande pertinência na contemporaneidade, especialmente após a “Primavera Feminista”, expressão utilizada pela imprensa brasileira e que marca, a partir de 2015, a luta das mulheres contra a discriminação e preconceito de gênero; e as lutas da população LGBTI+, que trouxeram à baila a discussão sobre identidade de gênero, dissociada do sexo biológico ou da orientação sexual.

Nesse sentido, Butler (2014) nos alerta que gênero é uma categoria cultural, a qual estabelece performances diversas não limitadas aos estereótipos femininos e masculinos, mas que por vezes são postas em uma relação de oposição entre esses dois espaços. Neste artigo, corroboramos as ideias da pesquisadora, para quem as práticas sociais cotidianas são reforçadoras de performances do feminino e do masculino, que repercutem em todas as esferas humanas, incluindo família e trabalho.

As mídias como instituições sociais centrais na sociedade contemporânea, contribuíram e contribuem para reafirmar os papéis de gêneros binários, disseminando-os em mercadorias culturais, como novelas, programas humorísticos, telejornais, jornais, entre outros. Dessa forma, reforçam padrões de heteronormatividade como referência de comportamento social. Nesse percurso, reafirmaram e reafirmam os estereótipos de gênero, que se apresentam com uma performatividade prescrita, a qual leva a preconceitos, conforme aponta Heller (1985), à violência e alienação. De acordo com a autora, o preconceito tem caráter ideológico, porque não diz respeito a motivações individuais e sim a uma prática cotidiana na sociedade assimilada pelos indivíduos.

Quanto à identidade, consideramos a definição de Hall, para quem a “identidade cultural na modernidade tardia” está “descentrada”, isto é, deslocada ou fragmentada” (HALL, 2006, p. 7). Com a modernidade líquida (BAUMAN, 2001) faz sentido pensar em uma identidade descentrada, uma vez que o “sujeito social”, ligado e conduzido pelo poder de instituições até a segunda metade do século passado, foi superado como tal. O

sujeito da contemporaneidade possui uma identidade “provisória, variável e problemática”. Como as identidades estão em crise, nada mais sintomático que a identidade de gênero binária também esteja sendo escancarada e denunciada.

Um dos desafios da atualidade é tentar superar a delimitação de gênero utilizando códigos verbais e imagéticos que possam representar todos os grupos sociais. Sintomas recorrentes são as substituições dos artigos masculinos e femininos por x, @, _, (elxs, tod@s, bem-vind_s) em encontros e reuniões ativistas, conversas na internet, a até mesmo em listas de discussão. Outra situação que a cada dia se torna mais comum é a aplicação do genérico feminino, mesmo quando existam homens como membros dos grupos. Um exemplo é o coletivo mineiro “Muitas”, que apesar de possuir homens em seu quadro político, como demarcação que busca valorizar a igualdade de gênero, adota o termo feminino em sua organização e discurso. Nos países de língua espanhola da América do Sul, como Argentina e Uruguai, a adoção do “e” também possui a função de neutralizar o gênero nas falas, ao invés de *nosotros* ou *nosotras* é comum em alguns ambientes a utilização do termo *nosotres*. No Brasil, o uso de “presidenta” e “mestra”, por exemplo, são formas corretas, segundo dicionário Aurélio digital (2019), mas que começaram a ser popularizadas apenas recentemente, como durante o primeiro mandato de Dilma Rousseff na presidência da república no Brasil.

Hall (2000), ao tratar da utilização da rasura em conceitos-chave para a identidade cultural, nos explica, referindo-se a Derrida (1981), que a necessidade de substituição é ocasionada quando estamos “pensando no limite” de uma ideia, ou seja, quando ela ainda não foi completamente superada, mas faz-se necessário pensá-la fora da estrutura na qual está alocada:

(...) a perspectiva desconstrutivista coloca certos conceitos-chave “sob rasura”. O sinal de rasura (X) indica que eles não servem mais - não são mais “bons para pensar” - em sua forma original, não reconstruída. Mas uma vez que eles não foram dialeticamente superados e que não existem outros conceitos, inteiramente diferentes, que possam substituí-los, não existe nada a fazer senão continuar a se pensar com eles - embora agora em suas formas destotalizadas e desconstruídas (...). As duas linhas cruzadas (X) que sinalizam que eles estão cancelados permitem, de forma paradoxal, que eles continuem a ser lidos (HALL, 2000, p. 104)

Os movimentos de rasura nos colocam em um estágio de leitura dupla, na qual é possível ao mesmo tempo compreender a desconstrução do conceito e enxergá-lo de

maneira paradoxal, como frisa Hall. Apesar de estarmos nessa fase de transição e ressignificação, nem sempre esse esforço representa avanços, uma vez que a neutralização pode acarretar um apagamento das lutas que os termos encerram. Mas essas buscas demonstram que para alguns núcleos há a necessidade de afirmação da identidade de gênero, para além dos códigos já estabelecidos.

É nesse contexto que buscamos compreender a facilitação gráfica midiaticizada, como uma das possibilidades de comunicação mais inclusiva, ligada ao respeito, à diversidade da identidade de gênero, e com maiores possibilidades de identificação para todos nós.

Se a sexualidade hoje, como conta Acker (2018), é vivida das mais diversas maneiras no ambiente digital, por meio de sites, objetos e com conteúdo e formas específicos de experimentação sexual, a reflexão sobre os corpos, gêneros e pertencimentos sociais também podem ser experienciadas no campo intelectual e reflexivo. Se há produção e consumo de conteúdos nas plataformas digitais, de maneira didática, que buscam a inclusão dos mais variados grupos e indivíduos quando a temática é gênero e sexualidade, essa necessidade tem se manifestado para além dos corpos e situações físicas, adentrando ambientes digitais e retornando aos corpos, a fim de formarem outros sujeitos e experiências, novas humanidades tocadas pelo plano digital.

Outro paralelo que podemos fazer das representações é aquele ligado a *Teoria Queer*, isso porque ela ultrapassa as barreiras do que é tido como tradicional na questão dos gêneros em nossa sociedade. Quando se descola as questões de identidade de gênero das características biológicas e apreende seu contexto social e político, compreendemos essas categorias como construções sociais, portanto, passíveis de interpretações e reformulações, conforme o desenvolvimento das relações existentes na sociedade.

Portanto, a nossa pergunta pesquisa é: como a identidade apresentada por meio da facilitação gráfica, como conteúdo informativo na internet, pode provocar identificação dos sujeitos, tendo em vista o contexto de diversidade de gêneros e sexualidades? O objetivo é verificar se a aplicação da facilitação gráfica pode elucidar as dúvidas acerca das diferenças de gênero e orientação sexual.

O corpus do estudo reuniu 10 vídeos selecionados por meio de palavras-chave (gênero, identidade de gênero, sexualidade, homossexualidade) na plataforma de compartilhamento de vídeos YouTube, e por conterem elementos caracterizadores da facilitação gráfica midiaticizada: intenção explicativa, desenho gestual, presença de áudio, texto e o uso combinado dos “Oito Elementos Essenciais da Facilitação Gráfica”: letras, cores, pessoas, caixas, flechas, sombras, ícones e linhas.

Trata-se de uma amostra intencional⁴, por meio de buscas por palavras-chave, a considerar os algoritmos da própria plataforma digital. Como protocolo de análise foi criada uma ficha, composta por 6 categorias: 1) Temas; 2) Intenção da Comunicação; 3) Composição imagética; 4) Recursos da narrativa; 5) Elementos de edição; e 6) Elementos da Facilitação Gráfica. A análise levou em consideração os grupos de características e os conceitos utilizados pelos autores para gênero, identidade e identidade de gênero e facilitação gráfica.

Em nosso conjunto de categorias, buscamos analisar as diversas possibilidades oferecidas tanto pelo ambiente digital, quanto pela técnica narrativa. Na categoria denominada “Temas”, identificou-se a temática e o escopo dos vídeos; já em “Tipo de Comunicação”, verificamos se a forma de transmissão da informação era colocada como narrativa ou instrução, conforme a visão de Rajamanickam (2003), aplicada por Santos, Campello e Coutinho (2015); em “Composição imagética” levamos em conta os elementos visuais: ilustração, fotografia, personagens; “Recursos da narrativa”, trata sobre a forma como o narrador, a progressão temporal e sintaxe narrativa são expostas (CAMPOS, 2007, MENEGON, 2013); e por fim, em “Elementos de edição”, se buscou compreender se os conteúdos apresentavam formas lineares ou não-lineares (LIMA, 1995).

OS VÍDEOS SELECIONADOS

A amostra de vídeos foi coletada nos meses de novembro e dezembro de 2018. Utilizamos como critério para a seleção a temática “gênero”, disponível no mecanismo de busca do repositório de vídeos YouTube, escolhido por ser uma ferramenta gratuita

⁴ A amostra intencional é o procedimento menos rigoroso de amostragem, pois seleciona os elementos do universo que são acessíveis, para viabilizar a pesquisa (GIL, 2008).

de compartilhamento de vídeos, informações, entretenimento e *feedback*, sendo a segunda rede social com maior número de usuários, 1.8 bilhão, atrás somente do Facebook, com 2,2 bilhões de usuários (YOUTUBE..., 2018). Como o objetivo deste estudo é verificar se a aplicação da facilitação gráfica pode elucidar as dúvidas acerca das diferenças de gênero e orientação sexual, selecionamos aqueles que trouxessem o desenho gestual (SIBBET, 2013) como forma de apresentar o conteúdo aliado à narração.

Para nos auxiliar a refletir, consideramos narrativa como o trabalho da expectativa, o que significa mostrar no seu tempo o que o público anseia ler ou ver. As mudanças de ânimos em peças de comunicação podem fidelizar o leitor, ou fazer com que ele abandone a leitura proposta. Bergström (2009) definiu dois níveis em que as histórias operam: o nível da ação e o nível narrativo. No primeiro, descreve-se o que acontece e, no segundo, como aquilo aconteceu. O mesmo autor elencou três técnicas narrativas: dramática, não dramática e interativa.

(...) a *narração dramática* possui começo, meio e fim; define-se um cenário onde a ação acontece em tempo real. (...) são exemplos de *narração não dramática* a estrutura aberta de alguns filmes, noticiários e anúncios publicitários. Nestes casos, a estrutura “começo-meio-fim” tem variações, reviravoltas. Alguns produtos nem mesmo têm um fim, abrindo para interpretações ou continuações. Mesmo na imprensa, uma cobertura jornalística de um assassinato pode não acabar enquanto não se descobre o assassino, e algumas investigações não têm mesmo fim. (...) já a *narração interativa* baseia-se na experiência do espectador ou leitor, no rumo e velocidade que ele quer dar para a peça de comunicação. Lembrando que ‘a mídia interativa combina texto, imagens, filme, som, estimulando o visitante de várias maneiras ao mesmo tempo, aumentando dramaticamente o espaço das experiências abertas a ele e fortalecendo o impacto do conteúdo’ (BERGSTRÖM, 2009, p. 24).

Após a pesquisa no site, identificamos se os conteúdos atendiam aos critérios de seleção, ao total foram encontradas dez produções, em língua portuguesa e ligadas a temática de gênero. Passamos a assisti-los, analisando como comunicavam o tema abordado, por meio de leitura flutuante como sugere Bardin (1997).

Os vídeos possuem em média três minutos e meio, sendo o mais longo com seis minutos e o mais curto, um minuto e 58 segundos. Os vídeos foram postados nos anos de 2016, 2017 e 2018 e contemplam o relevo que o tema tem suscitado (gênero e identidade de gênero). O mais antigo é do dia 6 de março de 2016 e o mais recente do dia

14 de maio de 2018. Apesar da macroestrutura dos vídeos ser a mesma, foram produzidos por organismos diferentes, conforme podemos verificar:

Tabela 1: Relação de vídeos e seus respectivos produtores

Título do Vídeo	Responsável pela produção
O que é Gênero? ⁵	Equipe de educomunicação da Universidade Federal do Paraná
Desigualdade de Gênero ⁶	Alunos de uma escola Senai – Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial
2 minutos para entender - Cultura do Estupro ⁷	Revista Superinteressante
2 - minutos para entender - Violência Doméstica ⁸	Revista Superinteressante
Sexualidade ⁹	Minutos Psíquicos (Canal de divulgação científica e saúde mental)
Homossexualidade e a "cura gay" ¹⁰	Minutos Psíquicos (Canal de divulgação científica e saúde mental)
Não entendeu? A gente desenha! - Gênero, Identidade de Gênero e Orientação Sexual ¹¹	O nome do canal hospedado é o nome do vídeo, nos créditos eles pontuam as pessoas que fizeram o material, mas não há referência a instituições.
Igualdade de Gênero ¹²	ONU Mulheres
Empoderamento das Mulheres ¹³	ONU Mulheres
Gênero e Diversidade ¹⁴	Prefeitura de Salvador, BA, produzido e narrado por um funcionário transgênero.

Fonte: Elaborado pelos autores

Dessa forma, na amostra selecionada, dois vídeos foram produzidos por um veículo de comunicação ligado à grande imprensa, dois realizados em ambiente educacional, um elaborado por pessoas físicas sem vínculo institucional, dois por pesquisadores acadêmicos, um por um órgão público e dois pela ONU, uma organização internacional. Somente em um dos vídeos não ficou claro se os usuários que postaram o material na plataforma YouTube compuseram as equipes de criação e

⁵ Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=8TH17Xs21tU>>. Acesso em: 20 nov. 2018.

⁶ Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=74eofUlyx5o>>. Acesso em: 20 nov. 2018.

⁷ Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=7a2uY64IwXY>>. Acesso em: 20 nov. 2018.

⁸ Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=jv7FWOmMU70>>. Acesso em: 20 nov. 2018.

⁹ Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=XsJTCKzL-Gg>>. Acesso em: 20 nov. 2018.

¹⁰ Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=W-UJ5pgqaQ>>. Acesso em: 20 nov. 2018.

¹¹ Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=wFazBWeFOhE>>. Acesso em: 20 nov. 2018.

¹² Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=ZCGLC-vziRc>>. Acesso em: 20 nov. 2018.

¹³ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=6RSc_XYezig>. Acesso em: 20 nov. 2018.

¹⁴ Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=dTyDB8EeXyw>>. Acesso em: 20 nov. 2018.

execução. A checagem foi realizada quando observamos o nome do canal e os créditos do vídeo. Quanto à intenção da comunicação, que poderia ser *narrativa* ou *instrucional*, observamos que cinco vídeos são instrucionais, ou seja, explicam seus respectivos temas em etapas e com exemplos, apoiando a construção do pensamento do leitor com a ordenação das imagens. Quatro vídeos são narrativos e apoiam-se num ponto de vista. Consideramos um dos vídeos misto, pois se apoia numa narrativa de vida para explicar uma condição (no caso, a de um homem trans).

Para composição imagética, somente um vídeo (*2 minutos para entender - Cultura do Estupro*) faz uso de outras imagens além dos desenhos (que estão presentes em toda a amostra e foi pré-requisito para seleção). Consideramos composição imagética como os seres humanos eram representados nos vídeos. Todos foram desenhados em tela de fundo branca, sendo que os desenhos foram feitos em preto e outras cores.

Em alguns casos a etnia dos personagens ficou evidente na narração, elementos como cabelos volumosos, olhos puxados estão presentes em algumas produções, como no vídeo “*O que é gênero?*” que ao falar de feminismo desenhou uma mulher negra e reforçou na narração “As mulheres negras trouxeram demandas específicas para o debate de gênero” (01:03). Nos dois vídeos de nossa amostra que foram feitos pelo canal *Minutos Psíquicos*, um sobre sexualidade e outro sobre homossexualidade, as pessoas são representadas por meio de ícones, que não denotam nenhuma característica atrelada aos gêneros binários e podem ser consideradas composições que buscam ser neutras. Quando os autores tratam da infância, por exemplo, desenharam bebês, mas fazem uso dos símbolos clássicos de masculino e feminino para demonstrar a qual sexo se referem.



Figura 1 – Masculino e Feminino



Fonte: Canal Minutos Psíquicos - YouTube

Analisamos também o ponto de vista da narrativa, os movimentos de câmera, o tipo de narração, a progressão temporal e sintaxe narrativa, e observamos que o ponto de vista que prevalece é o do narrador onisciente, em só um caso o narrador é ao mesmo tempo personagem (no vídeo: *Gênero e Diversidade*). Os movimentos de câmera são limitados, a maioria dos vídeos (8) apresenta câmera fixa, garantindo o movimento da narrativa somente na introdução dos elementos de imagem, texto e áudio. De outro lado, a progressão temporal é majoritariamente fragmentada (6), com elementos de *flashback*. Por fim, a sintaxe narrativa é sequencial e linear. Esses recursos narrativos demonstram que, apesar de a facilitação gráfica midiaticizada ser um formato novo, com narrativa própria e diversificada, os vídeos apostam no elemento tradicional, sem arriscar nos recursos narrativos. As narrativas são dramáticas (BERGSTRÖM, 2009) em todos os vídeos, construídas com começo meio e fim, nas quais a ação acontece em tempo real.

Apesar de não serem feitos pelas mesmas pessoas, observamos que os vídeos seguem certo padrão, seja na escolha dos materiais e cores, seja na forma de captar as imagens. Quanto aos elementos da narração, somente um deles não conta com o artifício da aceleração das imagens, acompanhando a edição, como se a mão que desenha fosse captada na velocidade normal, mas para a sequência caber na narração, o desenho é acelerado. Dos dez vídeos analisados somente dois tiveram uma edição. Dois

deles (*Cultura do Estupro e Homossexualidade*) fazem uso de efeitos como flashback e uso de imagens captadas em outros vídeos, além do efeito de rebobinar.

Quanto à composição das cenas, além das ilustrações e alguma forma de texto presente em todos os vídeos, notamos que nenhum deles possui legendas. Sobre a inclusão de outros sons, além da narração em *off* e a trilha sonora que todos possuem, seis vídeos inserem outros efeitos sonoros para garantir a paisagem sonora e transmitir mais uma camada de informação. Por exemplo, no vídeo “*Desigualdade de Gênero*”, em um dos trechos, quando é mencionado que normalmente meninos não precisam ajudar em casa, pois, essa é uma tarefa de meninas, é inserido um ruído de crianças resmungando. Ainda na mesma peça, quando se fala sobre o tempo que demoraria para as mulheres ganharem o mesmo que os homens se não trabalharmos pela igualdade de gênero, o cricrilar dos grilos aparece ao fundo.

Já no que se refere aos temas, pudemos notar diferenças de abordagem. Dois vídeos focam o que é gênero e como na sexualidade ele é uma construção social; outros dois tratam das diferenças sociais entre os gêneros masculino e feminino; mais 2 vídeos focam a violência de gênero (feminino); outros 2 tratam das diferenças entre gênero e sexualidade; por fim, um vídeo discute a homossexualidade e outro a transexualidade. Assim, verificamos que o tratamento dado à temática relaciona gênero e sexualidade, na maioria dos casos (7). Dois deles possuem abordagem mais científica sobre gênero (*Minutos Psíquicos*), e os demais dão menos ênfase a essa questão, buscando contextualizar o tema de maneira transdisciplinar.

Com exceção de um vídeo, o foco da narrativa varia de exposição de situações para exemplificar diferenças entre gênero e sexo e o contexto social, trazendo elementos humanos nos desenhos, com isso, ampliando a humanização das histórias.

No vídeo, “*Gênero e Diversidade*” o foco da narrativa é a transexualidade, produzido pela prefeitura de Salvador, cidade na qual o Grupo Gay da Bahia, um dos grupos LGBTI+ de maior relevância do Brasil se faz presente. Com a intenção de esclarecer ao público frequentador da prefeitura sua identidade de gênero, o narrador começa o vídeo dizendo “Muita gente pergunta se o estagiário da prefeitura é homem ou mulher. Pois é, hoje eu estou aqui para me apresentar e dizer que sou um homem trans”.

Trata-se de uma estratégia de humanização, também comum no jornalismo, porém que ganha outros tons, pois o próprio personagem é o produtor e narrador de sua história.

Na categoria de composição imagética, todos os vídeos possuem ilustrações, um deles complementa os desenhos e a narração com outras imagens (fotografias). Os materiais usados nos vídeos são na maioria (6) caneta e um suporte branco (papel ou quadro), seguido por desenho digital (2), limitando as possibilidades da facilitação gráfica, que pode usar colagens e outros elementos dentro do vídeo. De outro lado, para fugir do comum, em um dos vídeos os desenhos são produzidos sobre corpos humanos, quase que uma meta-narrativa sobre o tema do vídeo, já que o corpo é central nessa discussão. Outro vídeo ainda mistura desenho digital com papel e caneta para compor a animação. O recurso é utilizado em outras facilitações gráficas midiaticizadas.

Dependendo das possibilidades da equipe produtora de conteúdo, compõe-se a narrativa com “narração + imagem + texto”. É na facilidade de se representar literalmente qualquer coisa que está a vantagem dos vídeos sobre gênero neste formato. Sem entrevistas, sem capturas de pessoas, sem montagem de cenas. Apenas traduzir em imagens ideias abstratas e esquemas mais complexos, não há um elemento factual. Isso é o que acontece no vídeo “*Empoderamento Feminino*”, da ONU, no qual vários cenários sobre as possibilidades de vida de uma mulher são mostrados enquanto a narração diz: “Empoderar é poder decidir sobre assuntos que afetam a sua vida, seu corpo, sua casa, seu trabalho, sua cidade, seu estado, seu país e o mundo”. Conforme a narradora acrescenta possibilidades de empoderamento, a edição do vídeo “amplia” uma caixa com a inscrição “EMPODERAMENTO DAS MULHERES”.

No vídeo “*Homossexualidade e a ‘cura gay’*”, os produtores decidiram usar formas humanas neutras e sinais de masculino e feminino para demonstrar o gênero biológico (colocado no meio do corpo), o gênero com o qual a pessoa se identifica (colocado acima da cabeça) e o gênero pelo qual a pessoa tem afinidade sexual, (combinado com flechas, corações ou mãos dadas). Isso mostra que os vídeos exploram várias possibilidades imagéticas, porque numa conversa ao vivo, ou mesmo só um áudio, a dificuldade para transmitir essas informações poderia ser ampliada.

Em nove dos vídeos, apesar de complementarem a narração, os desenhos não trouxeram informações novas para a peça de comunicação, reproduziram conteúdo

narrado, ou demonstravam uma explicação, ao invés de compor a narração como um elemento independente, assim, as imagens passam a servir apenas como aporte do texto falado. Por exemplo, no vídeo “2 minutos para entender - *Violência Doméstica*”, enquanto a narração apresenta dados sobre violência contra a mulher, números que representam esses dados são escritos no corpo de modelos. No vídeo “*Não entendeu? A gente desenha! - Gênero, Identidade de Gênero e Orientação Sexual*”, contudo, ao se propor explicar as diferenças entre gênero e identidade de gênero, os autores fazem uso de frutas para demonstrar como o sexo biológico e a identidade de gênero podem ser diferentes, neste caso o desenho foi usado para garantir a compreensão da informação.

REFLEXÕES POSSÍVEIS

Há vários aspectos para se considerar sobre a representação e a identidade de gênero nos vídeos em formato de facilitação gráfica midiaticizada, recurso que tem sido apropriado para narrar, instruir ou explicar sobre questões complexas e emergentes na sociedade contemporânea, que é também o lugar da sociedade do espetáculo da imagem.

Como os vídeos selecionados em nossa amostra possuem origens diversas, embora sejam todos informativos, a lógica do espetáculo da imagem, como mercadoria que estimula produção e consumo (DEBORD, 1997), torna-se uma gramática que permeia as relações de produção, circulação e consumo de conteúdo, considerando o YouTube um site de divulgação de vídeos, que vive da publicidade e das informações dos usuários que acessam o site. O YouTube também faz parte da indústria cultural, não a produtora de conteúdo, mas a que os circula em uma abrangência exponencial e sem fronteiras. Como já foi dito, o seu impacto como rede social digital só perde para o Facebook.

Desta forma, não podemos deixar de enfatizar que o contexto da sociedade do espetáculo é o da imagem como mercadoria e essa característica é levada à enésima potência quando pensamos no montante de usuários - quase dois bilhões no planeta. Portanto, o potencial de impacto dos vídeos produzidos por empresas jornalísticas,

especializadas em conteúdo, e demais organizações e indivíduos pode ser ainda maior que o dos meios tradicionais.

Isso posto, consideramos que os vídeos parecem ser produzidos para pessoas cisgênero (que se identificam com seu sexo biológico), algumas frases na narração indicam o público alvo. Por exemplo, no vídeo elaborado pela Prefeitura de Salvador, BA, o narrador diz: “Se você não é trans como eu, provavelmente você é uma pessoa cis...” (00:36’). Também no início do vídeo sobre empoderamento feminino, produzido pela ONU, a narração começa com a seguinte frase: “Imagine se alguém fizesse as suas escolhas por você”, e mais à frente complementa: “Essa é a realidade de muitas pessoas, especialmente de muitas mulheres”. Também no vídeo *“Não entendeu? A gente desenha! - Gênero, Identidade de Gênero e Orientação Sexual”*, a narração convida: “Senta aí que a gente te explica de uma vez por todas o que é gênero, identidade de gênero e opção sexual”. São textos reforçadores com os quais devemos entender que outras pessoas são diferentes, as minorias sociais, por isso, os produtores insistem no quiz final, uma maneira de chamar a atenção do internauta pela estratégia do questionamento.

Assim, parece fazer sentido usar a diferenciação de gênero com elementos visuais clássicos, como os símbolos masculino e feminino, por exemplo, e quando se trata de transgenia, usar símbolos aleatórios ou que vulgarmente são ligados aos órgãos sexuais, como banana e maçã (para representar pênis e vagina). O conceito de Hall (2006) sobre rasura nos auxilia a entender que mesmo nas narrativas midiáticas na internet, em que a multimídia está presente, a instabilidade do conceito para a sua representação social é perceptível nesses elementos visuais apresentados.

Poderíamos também considerar que o uso de frutas, ou qualquer outro elemento aleatório, para identificar a transgenia, por exemplo, ou homossexuais ou héteros, beira a infantilização do corpo ou à negação de sua sexualidade. É como Butler (2014) diz, por se tratar de uma categoria cultural, resultante de práticas sociais, fugir dos binarismos, das oposições, das performances de gênero não é tarefa fácil. Isso porque os preconceitos são latentes, ideológicos, como Heller (1985) salienta, e são construídos na coletividade, no cotidiano das práticas sociais. Até na utilização de símbolos vulgares para marcar a identidade de gênero, como a banana que guarda semelhança com o órgão

masculino, ou a maçã, que indica o pecado original na sociedade judaico-cristã, e representa o órgão feminino, os elementos narrativos reforçam o preconceito de gênero e os estereótipos (LIPPMAN, 2008), sustentando crenças e valores compartilhados amplamente pela sociedade. Verificamos que tendo um caráter instrucional e narrativo, e uma natureza narrativa dramática – com começo, meio e fim - alguns vídeos reforçam performances esperadas do feminino e do masculino, por meio de elementos imagéticos, mantendo as identidades de gênero em oposição.

Apesar dessa dubiedade, a identificação dos sujeitos pode ser facilitada por meio das produções de facilitação gráfica que abordam gênero e sexualidade. Para Hall (2000), a identificação dos sujeitos se trata de um processo sempre em aberto, no qual caracteres são acrescentados, ou retirados, alocados em uma contingência da identidade.

(...) a abordagem discursiva vê a identificação como uma construção, como um processo nunca completado – como algo sempre “em processo”. Ela não é, nunca completamente determinada – no sentido de que se pode, sempre “ganhá-la” ou “perdê-la”; no sentido de que ela pode ser, sempre, sustentada ou abandonada. Embora tenha suas condições determinadas de existência, o que inclui os recursos materiais e simbólicos exigidos para sustenta-la, a identificação é, ao fim e ao cabo condicional; ela está ao fim e ao cabo, alojada na contingência (HALL, 2000, p. 106).

Os conteúdos informativos que estão sob o forte símbolo da escrita dupla, na qual o outro que deseja ser recalcado, é lido justamente ao tentar ser superado. A exposição de outros esquemas narrativos e expressões visuais abrem espaços para conexões distintas das já estabelecidas. Com a apresentação das facilitações gráficas midiáticas, os sujeitos podem passar a ressignificar suas realidades e identidades, a partir de uma experiência tecnológica de interação simples.

Podemos afirmar que com relação à identidade *queer*, apesar das tentativas de se mostrarem didáticos, os vídeos não conseguem expressar toda a complexidade desejada. De acordo com Miskolci:

(...) o queer é relacionado a tudo que é socialmente chamado de estranho, anormal e, sobretudo, abjeto. A abjeção pode ser de diversas formas: você ser classificado de negro em uma sociedade que já foi escravista é uma maneira de ser subalternizado e te relegar a uma posição com menos direitos ou reconhecimento (2016, p. 42).

Como reflexão final neste texto, que não esgota aqui, a escrita por ícones, presentes nos vídeos, são potenciais para novas identificações. Nos momentos nos quais a barreira da binaridade é transpassada por elementos visuais e narrativos, a comunicação proporcionada pela facilitação gráfica ganha um novo degrau de complexidade. Como técnica de registro visando à simplificação de conceitos, depende do repertório de quem a produz e de quem vai consumi-la.

REFERÊNCIAS

ACKER, Isabel de Souza. *Corpos e materialidades: tensionamentos teóricos a partir de sexualidade e tecnologia*. In: **I Congresso Internacional em Humanidades Digitais**, 2018. Rio de Janeiro. Anais... Disponível em: <<https://eventos.fgv.br/hdrio2018/anais-do-evento>>. Acesso em 10 jan. 2019.

ADORNO, Theodor W. *A indústria cultural*. In: COHN, Gabriel. **Comunicação e indústria cultural**. São Paulo: Nacional; Editora da Universidade de São Paulo, 1971.

AGERBECK, Brandy. **The Graphic Facilitator's Guide**. Loosetooth.com Library 2012.

BARDIN, Laurice. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 1997.

BAUMAN, Zygmunt. **Modernidade Líquida**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2001

BERGSTRÖM, Bo. **Fundamentos da Comunicação visual**. São Paulo: Edições Rosari, 2009.

BUTLER, Judith. *Regulações de gênero*. **Cadernos Pagu** [online]. 2014, n.42, pp.249-274. Disponível em < http://www.scielo.br/scielo.php?pid=s0104-83332014000100249&script=sci_abstract&tlng=pt >. Acesso em 29 jan. 2019.

DEBORD, Guy. **A sociedade do espetáculo**. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.

DERRIDA, Jacques. **Positions**, Chicago: University of Chicago Press, 1981.

CAIRO, Alberto. **The Functional Art: An introduction to information graphics and visualization**. Berkeley: New Riders, 2013.

CAMPOS, Flávio de. **Roteiro de Cinema e televisão**. Rio de Janeiro: Zahar, 2007.

COELHO, Cláudio N. P. Indústria cultural e sociedade do espetáculo: a dimensão política da crítica. **Libero** – São Paulo – v. 19, n. 37, p. 31-42, jan./jun. de 2016. Disponível em: < <https://casperlibero.edu.br/wp-content/uploads/2016/08/Claudio-Novaes-Pinto-Coelho-Libero-37.pdf>>. Acesso em 26 jan. 2019.

GENRO FILHO, Adelmo. **O segredo da pirâmide** - para uma teoria marxista do jornalismo. Porto Alegre, Tchê, 1987.

GIL, Antonio C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6ª ed. São Paulo : Atlas,. 2008

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Rio de Janeiro. DP&A,. 2006.

HALL, Stuart. Quem precisa de identidade? In: SILVA, T. (org): **Identidade e diferença**: a perspectiva dos estudos culturais. Petrópolis: Vozes, 2000.

LIMA, Edvaldo Pereira. **Páginas Ampliadas**: O livro-reportagem como extensão do jornalismo e da literatura. São Paulo: Ed. Unicamp, 1995

MENEGON, Érika N. **Imagens e narrativas midiáticas**: análise dos vídeos no youtube. Dissertação (Mestrado) - Universidade Estadual Paulista, Marília, São Paulo, 2013.

MÉO, Izabel M. **Reportagens visuais**: uma nova possibilidade para o jornalismo digital com a facilitação gráfica. Dissertação (Mestrado) – Universidade Metodista de São Paulo, São Bernardo do Campo, 2018.

MISKOLCI, Richard. **Teoria queer**: um aprendizado pelas diferenças. 2 ed. rev. e ampl., 3 reimp. Belo Horizonte: Autentica Editora; UFOP, Universidade Federal de Ouro Preto, 2016.

PRESIDENTA. **Michaelis**. Disponível em: <<https://michaelis.uol.com.br/moderno-portugues/busca/portugues-brasileiro/presidenta/>>. Acesso em 20 jan. 2019.

RAJAMANICKAM, V. (2003). Interactive Visual Explainers-A Simple Classification. In **E-learning Post** . Disponível em: <http://www.elearningpost.com/articles/archives/interactivevisual_explainers_a_simple_classification>. Acesso 20 jan. 2019.

SANTOS, Gabriele M. S; CAMPELLO, Silvio B.; COUTINHO, Solange G. Variáveis para análise de infográficos interativos: um estudo descritivo em artefatos educacionais para o ensino médio. In: C. G. Spinillo; L. M. Fadel; V. T. Souto; T. B. P. Silva & R. J. Camara (Eds). Anais [Oral] do **7º Congresso Internacional de Design da Informação/Proceedings [Oral] of the 7th Information Design International Conference | CIDI 2015 [Blucher Design Proceedings, num.2, vol.2]**. São Paulo: Blucher, 2015



SIBBET, David. **Reuniões Visuais:** como gráficos, lembretes autoadesivos e mapeamento de ideias podem transformar a produtividade de um grupo. Rio de Janeiro: Alta Books, 2013.

YOUTUBE já tem mais de 1,8 bilhão de usuários ativos por mês. **Canaltech**, 4 de maio 2018. Disponível em: <<https://canaltech.com.br/redes-sociais/youtube-ja-tem-mais-de-18-bilhao-de-usuarios-ativos-por-mes-113174/>>. Acesso em: 25 jan. 2019.

Recebido em 06 de novembro de 2019

Aprovado em 20 de março de 2020