

**UNIVERSIDADE DO VALE DO PARAÍBA**

**FACULDADE DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS E COMUNICAÇÃO**

**Curso de Jornalismo**

**GIOVANNA MARIA FONSECA SILVA**

**REBECA BORGES SILVA**

**DAS RUAS ÀS TELAS: O IMPACTO DA REPRESENTATIVIDADE  
LGBTQIAPN+ NA MÍDIA**

**São José dos Campos – SP**

**2025**

**UNIVERSIDADE DO VALE DO PARAÍBA**  
FACULDADE DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS E COMUNICAÇÃO Curso  
de Comunicação Social com ênfase em Jornalismo

**GIOVANNA MARIA FONSECA SILVA**

**REBECA BORGES SILVA**

**DAS RUAS ÀS TELAS: O IMPACTO DA REPRESENTATIVIDADE  
LGBTQIAPN+ NA MÍDIA**

Relatório apresentado para o Trabalho de Graduação dos Cursos de Jornalismo e Curso de Publicidade e Propaganda, da Universidade do Vale do Paraíba.

Orientador(a): Vânia Braz de Oliveira

Co-orientador(a): Prof. Me. Monique Nascimento Baraúna.

São José dos Campos – SP

2025

## TERMO DE AUTORIZAÇÃO DE DIVULGAÇÃO DA OBRA

### Ficha catalográfica

Silva, Giovanna  
DAS RUAS ÀS TELAS : O IMPACTO DA REPRESENTATIVIDADE  
LGBTQIAPN+ NA MÍDIA / Giovanna Silva; Rebeca Silva; orientadora,  
Vânia Oliveira; co-orientadora Monique Baraúna. - São José dos  
Campos, SP, 2025.  
51 p.

Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) - Universidade do Vale  
do Paraíba, São José dos Campos. Jornalismo .

Inclui referências

1. Jornalismo . 2. Representatividade LGBTQIAPN+ no  
audiovisual. 3. Comunicação. I. Silva, Rebeca. II. Oliveira,  
Vânia, orient. III. Baraúna, Monique, co-orient. IV. Universidade  
do Vale do Paraíba. Jornalismo . V. Título.

Eu, Giovanna Silva, autor(a) da obra acima referenciada:

Autorizo a divulgação total ou parcial da obra impressa, digital ou fixada em  
outro tipo de mídia, bem como, a sua reprodução total ou parcial, devendo o  
usuário da reprodução atribuir os créditos ao autor da obra, citando a fonte.

Declaro, para todos os fins e efeitos de direito, que o Trabalho foi elaborado  
respeitando os princípios da moral e da ética e não violou qualquer direito de  
propriedade intelectual sob pena de responder civil, criminal, ética e  
profissionalmente por meus atos.

São José dos Campos, 5 de Dezembro de 2025.



Autor(a) da Obra

Data da defesa: 15 / 12 / 2025

222682

## EPÍGRAFE

“Desde cedo a vida torna-se preto  
e branco para quem nasce  
destoando da tradicional paleta de  
cores imposta a todos por quem  
julga-se no direito de definir por  
quais nuances o rubor de um  
coração deve pulsar

Só, observando a todos pelas  
frestas empoeiradas, eu já sabia  
que havia vindo ao mundo com o  
peito iridescente  
carregando o enorme fardo numa  
sociedade limitada  
que era amar todas as cores.”

LUA PINKHASOVNA

## **RESUMO**

Este trabalho tem como objetivo desenvolver uma websérie documental que apresenta as visões e vivências de profissionais da comunicação sobre a representatividade LGBTQIAPN+ na mídia contemporânea. A proposta busca compreender como a presença dessas identidades no audiovisual contribui para a construção de narrativas mais inclusivas e para o fortalecimento do debate sobre diversidade e respeito. Por meio de entrevistas com jornalistas, cineastas e ativistas, o projeto aborda temas como visibilidade, combate ao preconceito e responsabilidade ética na comunicação, analisando como o discurso midiático pode atuar como agente de transformação social e refletindo sobre o papel do comunicador na promoção de espaços plurais e na valorização de vozes historicamente silenciadas, reforçando o compromisso da comunicação com a equidade e a representatividade.

**Palavras-chave:** Representatividade; Comunicação; Diversidade; Websérie; LGBTQIAPN+.

## **ABSTRACT**

*This work aims to develop a documentary web series that presents the perspectives and experiences of communication professionals regarding LGBTQIAPN+ representation in contemporary media. The project seeks to understand how the presence of these identities in audiovisual productions contributes to building more inclusive narratives and strengthening the debate on diversity and respect. Through interviews with journalists, filmmakers, and activists, the series addresses topics such as visibility, combating prejudice, and ethical responsibility in communication, analyzing how media discourse can act as an agent of social transformation and reflecting on the communicator's role in promoting plural spaces and valuing historically silenced voices, reinforcing communication's commitment to equity and representation.*

**Keywords:** *Representation; Communication; Diversity; Web series; LGBTQIAPN+.*

## LISTA DE QUADROS

Figura 1 - Paleta de cores da identidade visual	29
Figura 2 - Vinheta para o episódio "Alexsandro Stenico"	30
Figura 3 - Vinheta para o episódio "Ikaro Kadoshi"	31
Figura 4 - Vinheta para o episódio "Kika Medina"	31
Figura 5 - Vinheta para o episódio "Jader Arantes"	32
Figura 6 - GC para Alexsandro Stenico	32
Figura 7 - GC para Kika Medina	32
Figura 8 - GC para Jader Arantes	33
Figura 9 - GC para Ikaro Kadoshi	33

## SUMÁRIO

1.	INTRODUÇÃO	8
2.	EU, JORNALISTA	10
3.	REFERENCIAL TEÓRICO	11
3.1	História da Comunidade LGBTQIAPN+	11
3.2	Inclusão da Comunidade LGBTQIAPN+ na Sociedade	13
3.3	Representatividade na Comunicação e no Mercado Midiático	14
3.4	Websérie	15
3.4.1	Ética, Representatividade e Responsabilidade na Comunicação	16
4.	RELATO DE ATIVIDADES	17
4.1	Pré-Produção	17
4.3	Produção	18
4.3.1.2	Roteiro Episódio 1	20
4.3.1.3	Roteiro Episódio 2	22
4.3.1.4	Roteiro Episódio 3	25
4.3.1.5	Roteiro Episódio 4	27
4.4	Pós-Produção	29
4.4.1	Paleta de cores e construção simbólica	29
4.4.2	Tipografia como recurso comunicacional	29
4.4.3	GCs e elementos gráficos de apoio	30
4.	Orçamento do projeto	33
5.	CRONOGRAMA	36
	CONSIDERAÇÕES FINAIS	38
6.	REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	39
	ANEXO: FOLHAS DE ORIENTAÇÕES MENS AIS .....	43

## 1. INTRODUÇÃO

Este relatório apresenta o Trabalho de Graduação em Jornalismo, pela Universidade do Vale do Paraíba (UNIVAP), por meio da produção da websérie intitulada “Das ruas às telas: O Impacto da Representatividade LGBTQIAPN+ na Mídia”. O projeto busca compreender como as mídias digitais podem tratar a inclusão do público LGBTQIAPN+ e os efeitos positivos dentro deste posicionamento.

No referencial teórico, são apresentados tópicos essenciais para a execução do produto, com aprofundamento dos conceitos desenvolvidos ao longo de todo o roteiro, bem como a compreensão das perspectivas dos personagens a partir da inclusão e representatividade de uma comunidade específica.

O Memorial se inicia com as pautas voltadas à diversidade e representatividade LGBTQIAPN+ na comunicação, especialmente no contexto audiovisual brasileiro. Desde a década de 1980, observa-se o surgimento de produções e iniciativas midiáticas que contribuíram para a redução gradual da censura cultural e para a valorização de identidades historicamente marginalizadas.

O aprofundamento das questões abordadas ao longo da pesquisa tem como objetivo compreender o papel e o impacto de ativistas e comunicadores na promoção de pautas sociais que vêm ganhando cada vez mais visibilidade nas mídias, trazendo as visões e experiências dos entrevistados.

Entender essa história é essencial para compreender como se constroem as identidades e os direitos civis da comunidade LGBTQIAPN+. Além disso, é importante reconhecer o impacto da representatividade ativa nas redes sociais e nas telas. A comunicação, portanto, torna-se uma ferramenta poderosa na promoção da visibilidade, no combate ao preconceito e na contribuição para a inclusão social dessa comunidade.

Dessa forma, ao abordar a história da comunidade LGBTQIAPN+ e o papel de uma comunicação consciente, este capítulo propõe refletir sobre como a mídia pode romper com o silêncio e o estigma historicamente impostos a essas pautas,

contribuindo para o enfrentamento das desigualdades sociais e para a construção de uma sociedade mais justa e plural.

A escolha desse tema está alinhada à proposta pedagógica do curso de Publicidade e Propaganda e Jornalismo, que estimula a formação de profissionais críticos, éticos e socialmente comprometidos. Ao desenvolver um trabalho que envolve entrevistas com profissionais da área e análise de campanhas inclusivas, este projeto contribui para a reflexão sobre o papel da publicidade na transformação social e na consolidação de valores democráticos. A perspectiva interdisciplinar do trabalho – que articula comunicação, sociologia, marketing e direitos humanos – reforça sua relevância acadêmica e prática.

Por fim, esta pesquisa parte também de uma motivação pessoal. A vivência e o contato com pautas relacionadas à diversidade sexual e de gênero despertaram o interesse em compreender como essas questões são tratadas no campo da comunicação. Através deste trabalho, buscou produzir conhecimento e fortalecer a presença de narrativas LGBTQIAPN+ na mídia, valorizando trajetórias, talentos e histórias que merecem ser contadas com respeito, visibilidade e protagonismo.

## **2. EU, JORNALISTA**

Meu nome é Giovanna Maria Fonseca Silva, tenho 21 anos e sou estudante de Jornalismo na Universidade do Vale do Paraíba. Sou natural de São José dos Campos, interior de São Paulo, e a comunicação está presente na minha vida desde nova, pela curiosidade do saber e da informação para apresentar os trabalhos na escola, até pelas entrevistas desenvolvidas no meu trabalho. Encantada com a tecnologia e o audiovisual, comecei a área da comunicação no curso técnico de Publicidade e Propaganda e, a partir deste momento, percebi que o poder que a voz carrega, desde então, me encanto pela área.

### **3. REFERENCIAL TEÓRICO**

Trabalhando em questões essenciais para o desenvolvimento do trabalho, neste capítulo será aprofundado a questão histórica da comunidade LGBTQIAPN+ e sua relevância na sociedade atual. Entender essa história é fundamental para perceber como as lutas por direitos, reconhecimento e respeito moldaram a presença social dessa comunidade ao longo do tempo. Acompanharemos o processo de produção do produto que leva uma mensagem e posicionamento essenciais para a abertura da visibilidade de toda uma comunidade.

#### **3.1 História da Comunidade LGBTQIAPN+**

Lésbicas, gays, bissexuais, transgêneros, queer, intersexuais, assexuais, pansexuais e outras identidades compõem a diversa comunidade LGBTQIAPN+, cuja história é marcada por uma trajetória de desafios, exclusão e violência, mas também por importantes lutas e resistências que resultaram em conquistas sociais e civis significativas (CANTU; BURNS, 2015; FAGUNDES, 2019). Esses enfrentamentos foram fundamentais para ampliar o espaço de fala e representação da comunidade na sociedade. Eventos históricos como a Revolta de Stonewall, ocorrida em 1969 nos Estados Unidos e um grande marco para a comunidade LGBTQIAPN+, foram decisivos para impulsionar movimentos organizados e fortalecer o ativismo LGBTQIAPN+ em escala global (MARTIN, 2017). Esse marco evidenciou a urgência de discutir de forma aberta e política a diversidade sexual e de gênero, impacto que perdura até os dias atuais (CURRY; MARTIN, 2019).

No Brasil, essa trajetória é atravessada por períodos de repressão, especialmente durante a ditadura militar, mas também por importantes avanços a partir da década de 1980. Um dos principais símbolos dessa resistência foi a fundação do Grupo Gay da Bahia (GGB), em 1980. Criado em um contexto autoritário, o GGB teve papel essencial na defesa dos direitos humanos, na denúncia da violência e na construção de uma identidade política e social da população LGBTQIAPN+. Foi um dos primeiros grupos a reunir pessoas para debater pautas específicas, divulgar informações e combater o preconceito. Sua

atuação não apenas enfrentou os desafios locais, como também dialogou com o ativismo internacional, trazendo para o Brasil discussões sobre diversidade sexual e de gênero que ocorriam em outras partes do mundo (FREITAS, 2018; GGB, 2025).

O Grupo Gay da Bahia (GGB) foi fundado em 1980, em Salvador (BA), sendo considerado a organização não governamental mais antiga do Brasil dedicada à defesa dos direitos da população LGBTQIA+. A entidade atua na promoção da cidadania, no enfrentamento à violência e na produção de dados e pesquisas sobre a realidade dessa comunidade no país.

A sigla LGBTQIAPN+ é uma representação plural e em constante evolução das diversas identidades de gênero, orientações sexuais e expressões de diversidade que compõem a comunidade. Originalmente, a sigla começou a ganhar visibilidade pública na década de 1990, inicialmente como LGBT, englobando lésbicas, gays, bissexuais e pessoas transgênero (FERRARI, 2018). Com o avanço dos estudos de gênero e dos movimentos sociais, a sigla foi ampliada para incluir outras identidades e expressões, como queer (Q), intersexo (I), assexuais (A), pessoas pansexuais (P) e não-binárias (N), entre outras, refletindo a busca por maior inclusão e reconhecimento da diversidade (NASCIMENTO, 2020; PRECIADO, 2017).

Essa ampliação não é apenas uma questão semântica, mas representa a crescente compreensão da complexidade da identidade humana e da importância de dar voz a grupos historicamente marginalizados dentro do movimento. O uso do símbolo “+” ao final da sigla sinaliza essa abertura para incluir outras identidades que ainda podem não estar explicitamente representadas, evidenciando o caráter dinâmico e inclusivo da comunidade (NASCIMENTO, 2020).

Assim, a evolução da sigla LGBTQIAPN+ acompanha as transformações sociais, culturais e políticas que ampliam o debate sobre diversidade, equidade e direitos humanos, tornando-se um importante instrumento para a luta contra a discriminação e a invisibilidade (FERRARI, 2018; PRECIADO, 2017).

Com números alarmantes de cerca de 291 mortes violentas registradas por LGBTfobia em 2024, o Brasil manteve, pelo 17º ano consecutivo, a liderança no ranking global de assassinatos de pessoas LGBTQ+ com base em levantamento do Observatório de Mortes Violentas de LGBTQ+ do Grupo Gay da Bahia (GGB), o mais antigo estudo desse tipo no país. Esses dados reforçam a necessidade de reflexão

por parte da sociedade e evidenciam a persistência da violência estrutural e marginalização da comunidade.

### **3.2 Inclusão da Comunidade LGBTQIAPN+ na Sociedade**

Um dos principais desafios e avanços sociais do século XXI, a sigla LGBTQIAPN+ abrange diversidades de gênero, orientações afetivas e formas de expressão, que reflete a diversidade dentro de toda uma comunidade. A fim de trazer uma mudança na comunidade, instituições sociais se unem a marcas influentes dentro do mercado para trazer visibilidade à pauta.

O Brasil segue como o país com o maior número de assassinatos de pessoas trans e travestis no mundo, conforme aponta o dossiê da Associação Nacional de Travestis e Transexuais (ANTRA) referente ao ano de 2023. Apesar dos dados alarmantes, o relatório reconhece avanços significativos, como a criminalização da homofobia e da transfobia a partir de 2019, quando o Supremo Tribunal Federal decidiu enquadrar tais práticas na Lei nº 7.716/1989, que trata dos crimes de discriminação racial (ANTRA, 2024).

Nesse contexto, cresce também a importância da representatividade dentro da comunicação de marcas. De acordo com pesquisas recentes do Relatório Orgulho LGBTQIA+, elaborado pelo Opinion Box, em 2023, 69% dos consumidores LGBTQIA+ preferem comprar de empresas que demonstram apoio à diversidade, enquanto 65% afirmam gostar de se ver representados em comerciais e campanhas publicitárias.

A Opinion Box é uma empresa brasileira fundada em 2013, sediada em Belo Horizonte (MG), que oferece soluções digitais de pesquisa de mercado e customer experience.

A Opinion Box é uma empresa brasileira fundada em 2013, especializada em pesquisas de mercado e experiência do cliente (Customer Experience), oferecendo uma plataforma digital e um painel com mais de um milhão de consumidores em todo o país.

Além disso, 64% tendem a consumir de marcas que exibem pessoas semelhantes a eles em seus conteúdos. No entanto, apesar desse cenário positivo de engajamento do público, uma outra pesquisa realizada pela Squid, empresa de tecnologia e dados que atua no setor de marketing de influência, Mês do orgulho LGBTQIAP+ 2023, dia que apenas 10% dos criadores de conteúdo LGBTQIA+ se sentem realmente representados pelas campanhas atualmente veiculadas, o que evidencia uma lacuna ainda existente entre o discurso inclusivo e a prática efetiva no mercado da comunicação (EXAME, 2023).

Squid – Mês do orgulho LGBTQIAP+ 2023: pesquisa com mais de 550 criadores de conteúdo, Brasília/2023. Disponível em: [https://wake-mkt.s3.us-east-1.amazonaws.com/branding/pesquisas/Creators/Squid\\_Estudo-LGBTQIAP.pdf](https://wake-mkt.s3.us-east-1.amazonaws.com/branding/pesquisas/Creators/Squid_Estudo-LGBTQIAP.pdf).

### **3.3 Representatividade na Comunicação e no Mercado Midiático**

A construção de ambientes organizacionais pautados pela diversidade e pela inclusão tem se consolidado como um diferencial competitivo e ético para as instituições contemporâneas. Em especial no setor da comunicação, a coerência entre o discurso institucional e a prática interna é essencial para a credibilidade das marcas.

Empresas de diversos setores vêm adotando medidas estruturadas para promover ambientes de trabalho mais seguros, inclusivos e representativos, alinhadas às práticas de diversidade, equidade e inclusão (DEI). De acordo com o Relatório Global de Diversidade e Inclusão 2023, publicado pela consultoria McKinsey & Company, organizações que implementam programas sólidos de DEI apresentam melhores índices de satisfação dos colaboradores e desempenho financeiro. No Brasil, grandes companhias como Natura, Banco do Brasil e Magazine Luiza destacam-se por iniciativas voltadas à inclusão de grupos historicamente marginalizados, como pessoas negras, LGBTQIA+ e pessoas com deficiência (MCKINSEY & COMPANY, 2023; ABRH, 2023).

Complementando esse panorama, o Observatório da Diversidade na Propaganda (ODP) surge como um agente mobilizador dentro do mercado publicitário, atuando em prol da representatividade nas agências e nas campanhas.

Criado em 2021 e formalmente estruturado em 2023, o ODP reúne agências comprometidas com metas concretas de inclusão. O II Censo de Diversidade das Agências Brasileiras, realizado pelo ODP em 2024, revelou que, apesar de avanços, ainda há sub-representação de pessoas negras, mulheres negras, pessoas trans e pessoas com deficiência em cargos de liderança, sinalizando a necessidade de políticas afirmativas mais efetivas no setor.

Tais iniciativas, quando analisadas em conjunto, demonstram que a diversidade não pode ser tratada como um mero diferencial simbólico ou estratégia de marketing, mas sim como um compromisso permanente com a justiça social e a transformação das estruturas corporativas.

### 3.4 Websérie

Entrelaçando diferentes tipos de mídia, a websérie destaca no meio digital por trazer uma maior proximidade e interação com o público, acompanhando a sociedade para um meio mais digital, as produções foram inovando com o passar dos anos, surgindo a criação deste novo tipo de produto audiovisual.

Em um cenário digital, em que a presença dentro da mídia é essencial para o posicionamento de uma empresa ou de um indivíduo. As adaptações da comunicação dentro do mercado busca atender as demandas do consumo de comunicação audiovisual dentro de ambientes virtuais.

O formato de websérie é uma produção de episódios dinâmicos e curtos distribuídos de forma online, a flexibilidade da narrativa permite explorar temas específicos, linguagens experimentais e públicos segmentados

Com seu marco inicial nos Estados Unidos, em meados da década de 1990, com o projeto *The Spot* (1995). A iniciativa pioneira integrou elementos de vídeo, texto e fotografia em uma plataforma online interativa, apresentando a rotina ficcional de um grupo de jovens que compartilhavam uma casa na Califórnia. Considerada uma das primeiras experiências de storytelling transmídia, *The Spot* inaugurou novas possibilidades de engajamento do público e de construção narrativa no ambiente digital.

*Storytelling* refere-se à técnica de construção e transmissão de narrativas com o objetivo de comunicar ideias, valores e experiências de forma

envolvente e significativa. No contexto da comunicação e do marketing, essa estratégia é utilizada para criar conexões emocionais com o público, fortalecendo a identificação, a memória e o engajamento com marcas, produtos ou causas, ao articular elementos como personagens, conflitos e desfechos de maneira coerente e persuasiva.

Em 2009, a *websérie* se popularizou no Brasil com “As Olívias Queimam o Filme”, que aproveitou a abertura que a internet poderia proporcionar ao grupo de humos As Olívias antes de ter um contato com a televisão. Anos depois, em 2015, foi criado o maior festival de *webséries* do mundo, o *Rio WebFest*. Além disso, o país é referência na criação deste produto, sendo apontado como o quinto maior produtor de *webséries* do mundo e líder na América Latina.

De acordo com Daniela Zanetti, em 2013, doutora em comunicação e cultura contemporâneas, aponta a forma que as produções jornalísticas dentro de uma *websérie* tornam relevantes para a veiculação das informações em diferentes ambientes digitais, ela afirma que uma *websérie* pode manter uma tradição audiovisual, tendo uma continuidade ou fracionada, ela pode ser contada por meio de capítulos e episódios

Com a busca da inclusão social em campanhas publicitárias que procuram aproximar e confortar os consumidores que se identificam ou simpatizam com a comunidade LGBTQIAPN+, o produto vem para analisar e descobrir o impacto social causado por meio da força da comunicação

Documentários e séries são ferramentas eficazes na sensibilização do público, pois conjugam elementos do real e da narrativa, como discutido por Prata (2008) em sua definição de documentário.

A proposta de produção de uma *websérie* alinhada à causa LGBTQIAPN+ visa analisar o impacto dos comunicadores, os quais são referência quanto a representatividade e a importância de vozes ativas dentro da pauta.

### **3.4.1 Ética, Representatividade e Responsabilidade na Comunicação**

A comunicação contemporânea exige dos profissionais da área uma postura ética e crítica diante das mensagens que produzem e disseminam. Ao abordar temas relacionados à diversidade e à representatividade, é fundamental que o discurso midiático vá além da estética e do apelo comercial, assumindo um compromisso real com as causas sociais envolvidas.

Segundo a jornalista Isadora Faria, em artigo publicado na *Revista Comunicação & Sociedade* (2021), o fenômeno conhecido como *pinkwashing* refere-se às estratégias de marketing utilizadas por marcas que aparentam apoiar a causa LGBTQIAPN+, mas que o fazem de forma superficial e oportunista, visando apenas à valorização da própria imagem.

A autora destaca que a apropriação indevida de pautas sociais pela publicidade, quando realizada sem comprometimento genuíno, esvazia o sentido político das lutas por representatividade e reproduz estigmas, ao transformar demandas históricas em meras estratégias de mercado.

Nesse sentido, compreender o papel ético da comunicação é essencial para que produções midiáticas — como a websérie proposta neste trabalho — promovam debates significativos, fortaleçam a visibilidade de grupos historicamente marginalizados e contribuam para uma sociedade mais plural e consciente.

A apropriação das pautas LGBTQIA+ pela publicidade, quando feita de forma superficial e descomprometida, não apenas esvazia o sentido político dessas lutas, como também contribui para a manutenção de estigmas, ao transformar demandas históricas em meras estratégias de marketing. (FARIA, 2021, p. 14).

#### **4. RELATO DE ATIVIDADES**

Optamos por desenvolver uma *websérie* que apresenta diferentes perspectivas sobre a representatividade LGBTQIAPN+ na comunicação e no jornalismo contemporâneo. A proposta consiste em acompanhar, ao longo dos episódios, como profissionais de distintas áreas da comunicação, que constroem narrativas inclusivas e contribuem para a visibilidade do movimento.

A websérie é organizada em quatro episódios, estruturados de forma cronológica para mostrar desde a concepção do projeto até os impactos percebidos pelos próprios entrevistados.

##### **4.1 Pré-Produção**

A seleção dos entrevistados para compor a websérie foi realizada de maneira estratégica, com o objetivo de reunir diferentes perspectivas e áreas da comunicação que dialogam com a temática LGBTQIAPN+. Buscou-se diversidade

não apenas nas formações profissionais e trajetórias pessoais, mas também nas identidades e vivências, todas unidas por um propósito comum: dar voz e visibilidade àqueles que, por muito tempo, foram silenciados.

Responsável por transmitir arte, cultura e, principalmente, representação a sociedade, o militante e cineasta piracicabano Alexsandro Stenico trouxe dentro da formação acadêmica um propósito além do diploma: uma causa. Explorando como cada indivíduo constrói e expressa sua identidade de gênero e sexualidade.

Para retratar a história local da comunidade LGBTQIAPN+ e evidenciar as principais mudanças sociais nas últimas décadas, a ativista Kika Medina, que dá nome ao Centro Joseense da Diversidade, representa uma trajetória marcada por resistência, conquistas e pela constante defesa da igualdade no Vale do Paraíba.

Centro Joseense da Diversidade Kika Medina. Organização não governamental sem fins lucrativos sediada em São José dos Campos (SP), dedicada à promoção da cidadania, ao acolhimento e à orientação da comunidade LGBTQIA+ na região do Vale do Paraíba.

Com uma presença marcante na televisão brasileira e nas artes cênicas, Ikaro Kadoshi também integra a produção, contribuindo com sua visão sensível e experiência como artista e comunicador. Drag queen, apresentador e Jornalista, Ikaro é reconhecido por sua atuação em pautas de diversidade e inclusão, utilizando sua arte como instrumento de expressão e conscientização. Sua participação amplia o diálogo sobre identidade, performance e representatividade, reforçando o compromisso da websérie com a pluralidade das vozes que compõem a comunidade LGBTQIAPN+.

Trabalhando com engajamento ativo nas pautas de diversidade e inclusão, o jornalista Jader Arantes reforça a representação LGBTQIA+ no mercado de trabalho e completa a seleção de entrevistados com sua trajetória inspiradora. ele traz um olhar crítico e comprometido sobre a necessidade de espaços profissionais mais acolhedores.

## **4.2 Público-alvo**

O público-alvo desta websérie é composto por jovens e adultos de 18 a 35 anos, interessados em temas relacionados à diversidade, inclusão e

representatividade LGBTQIA+, especialmente estudantes e profissionais das áreas de comunicação, jornalismo, publicidade, audiovisual e ciências sociais. Esse público é caracterizado pelo interesse em debates contemporâneos, consumo de conteúdos digitais e engajamento em discussões socioculturais, além de buscar narrativas autênticas e informativas que ampliem a compreensão sobre vivências LGBTQIA+ nos meios de comunicação.

### 4.3 Produção

O material coletado, que compõe o cerne da *websérie*, apresenta narrativas relevantes para a causa, reunindo diferentes gerações e perspectivas sobre o combate ao preconceito. Apesar das vivências distintas, os entrevistados convergem em um propósito comum: conferir voz e visibilidade àqueles que são rotineiramente silenciados em função de suas identidades e escolhas de vida.

Após a seleção criteriosa dos entrevistados cujos perfis se alinhavam ao tema da pesquisa, a pauta foi estruturada com foco na representatividade. O objetivo central era ir além dos rostos e produtores diretamente envolvidos com a mídia, buscando gerar inspiração e reflexão para o público que acompanha e consome esses conteúdos.

Foram documentadas as experiências de vida e as trajetórias profissionais de: Alessandro Stenico Kika Medina, Jader Arantes e Ikaro Kadoshi.

Estes indivíduos, com grande relevância tanto no cenário do Vale do Paraíba quanto nacionalmente, configuram-se como vozes ativas e essenciais para a profundidade e credibilidade do trabalho.

Em cada episódio, buscamos entender qual a ligação que os personagens têm com a comunidade LGBTQIAPN+, e a forma que o seu trabalho representa o grupo, criando a identificação com o público e como essa mensagem pode ser transmitida como também um símbolo de esperança e luta.

#### 4.3.1 Roteiros

##### 4.3.1.1 Roteiro Trailer

CENAS	ÁUDIO	CENÁRIO
CENA 1	"A arte e a comunicação pode ser uma ferramenta muito forte de transformação social e de fazer se representar esses corpos, essas temáticas, fazer refletir."	Câmera do entrevistado Alessandro Stenico

CENA 2	"Todos merecem serem vistos numa tela de TV, para que todo mundo reflita que existe essa vida, existe esse caminho, existe essa pessoa."	Câmera do entrevistado Ikaro Kadoshi
CENA 3	"Isso que a gente quer, que as pessoas comuns nos veja também como pessoas comuns, de ter a liberdade e de poder ter o direito de ir e vir."	Câmera da entrevistada Kika Medina
CENA 4	"Nesse processo, assim, de relato pessoal, em 20 e tantos anos de empresa eu nunca esperei que ia ter este momento. Comunicar, falar sobre é muito importante, pra tornar isso mais fácil, mais acessível."	Câmera do entrevistado Jader Arantes

#### 4.3.1.2 Roteiro Episódio 1

CENAS	ÁUDIO	CENÁRIO
CENA 1	Alexsandro Stenico: "Olá, pessoal, tudo bem?."	Câmera Geral
CENA 2	Alexsandro Stenico: "Me chamo Alexsandro Stenico, sou cineasta e produtor cultural e tenho meus trabalhos voltados principalmente a temática LGBT. Na minha carreira, eu falo que eu sou um cineasta iniciantes ainda, porque eu me formei em 2021, não faz muito tempo. Desde lá até agora, eu tenho quatro produções no meu currículo, mas todas voltadas a temática LGBT."	Câmera do entrevistado Alexsandro Stenico
CENA 3	Giovanna Fonseca: "Eu lembro muito de um comercial que era de Dia dos Namorados em que dois homens tinham essa troca de afeto, mas uma troca de presentes. Isso virou uma discussão na minha catequese, que marcou assim, a minha cabeça. É importante trazer também essa discussão, porque ela reflete para que a gente possa trabalhar e entender o porquê que essa discussão negativa é importante também para essa divulgação, né? Pra gente começar a entender, pras pessoas também que não aceitaram, começar a refletir."	Câmera Geral

CENA 4	<p>Alexsandro Stenico: "É por isso que a gente vê o quanto é importante ter contato próximo com essas discussões, sabe? Ver que nada muda e também ter uma liberdade de experimentar coisas que você não experimentava por conta dessa imposição social mesmo, sabe? Essa liberdade de ser quem você é. Acho que esse preconceito é muito do afastamento do outro, do estranho, do distante. Então, se a gente consegue aproximar essa temática da sociedade, acho que as pessoas conseguem entender um pouco melhor, né?"</p>	Câmera do entrevistado Alexsandro Stenico
CENA 5	<p>Giovanna Fonseca: "Conta um pouquinho sobre a mensagem que você trouxe dentro do seu primeiro curta."</p>	Câmera Geral
CENA 6	<p>Alexsandro Stenico: "É uma mensagem de representatividade, de conexão com essas histórias e também de fortalecimento da comunidade e de saber que mesmo nos ambientes mais adversos que a gente acaba enfrentando, estando, se a gente se uni com os nossos, a gente consegue mais avanços, consegue conquistar mais espaço. Eu acho que essa representatividade é muito forte e necessária." Giovanna Fonseca: "E como foi a recepção do público? Você tinha medos também de como seria a divulgação e se teria um <i>feedback</i> positivo ou mais negativo"</p>	Imagens do curta "O Armário não é o Nosso Lugar"
CENA 7	<p>"Eu lembro na primeira vez que eu exibi meu filme, que foi tipo o 'lançamento' dele assim"</p>	Câmera do entrevistado Alexsandro Stenico
CENA 8	<p>"Aqui na minha cidade, eu tava super nervoso porque minha família lá assistindo"</p>	Imagens da estreia de "O Armário não é o Nosso Lugar"

CENA 9	<p>Alexsandro Stenico: "os próprios entrevistados do filme lá assistindo e o receio de tipo eles falarem 'Nossa ficou horrível', sabe? Mas no geral foi muito boa essa recepção, principalmente de uma pessoa, assim, da minha família que não era tão aberta a esses assuntos. E aí no final da exibição, essa pessoa chegou pra mim e falou que aquilo foi muito esclarecedor assim, sabe? Ensinou muita coisa pra ela e ela conseguiu abrir muitos olhos de ver aquelas vivências, de ver aquelas pessoas falando com tanta sensibilidade, dos momentos que foram conflituosos na vida dela por conta de ser LGBT e o quanto que o apoio da família, dos amigos é importante e quando não tem esse apoio, o quanto dificulta mais essa saída do armário. Então isso foi muito impactante para mim, eu percebi a força ali do audiovisual, a força do cinema, da arte e realmente que o meu objetivo tava sendo cumprido ali, que era realmente trazer essa discussão à tona de uma forma sensível, que até as pessoas que não são letradas no assunto, que são mais afastadas do assunto conseguisse entender e sentir e abrir um pouco mais a cabeça em relação a isso.</p>	Câmera do entrevistado Alexsandro Stenico
CENA 10	<p>Giovanna Fonseca: "Durante esse processo teve algum desafio? Até mesmo pra parte da produção de captar pessoas</p>	Câmera Geral
CENA 11	<p>Alexsandro Stenico: "Olha, o maior desafio do produtor independente, do artista independente é o orçamento. A gente tem editais culturais no estado de São Paulo, em cada cidade. Só que eles são muito concorridos e normamente a verba não cobre o suficiente que a gente quer, pra produzir o que a gente quer. Então, principalmente no cinema, os investimentos que são maiores aportes financeiros, ficam apenas as produtoras que tem cadastro no Ancine, então são produtoras mais consolidadas no mercado. Então a gente tem que batalhar muito pra conseguir uma verba que seja, assim, suficiente sendo esse artista independente, pequeno.</p>	Câmera do entrevistado Alexsandro Stenico

#### 4.3.1.3 Roteiro Episódio 2

CENAS	ÁUDIO	CENÁRIO
-------	-------	---------

CENA 1	Giovanna Fonseca: "A gente queria trazer um pouquinho do audiovisual e, como ele impacta, apesar de trazer às vezes discussões não tão positivas. Como é trazer para o público, a reação deles, as suas expectativas também no audiovisual?"	Câmera Geral
CENA 2	Ikaro Kadoshi: "Olha, eu acho que as minhas expectativas sempre são as maiores possíveis. A minha expectativa é que a gente consiga se ver em todos os lugares. E eu não falo só sobre mim, eu acho que todas as pessoas deveriam se sentir representadas olhando, porque querendo ou não, o poder do audiovisual também é o poder de pertencimento. Então se as pessoas não conseguem olhar pessoas como ela em corpos, cores, sexualidades ou qualquer outra característica, seja PCDs e afins, como ela vai se sentir inserida ou vista pelo mundo? Então, eu acho que a expectativa é que o audiovisual aprenda que todos merecem, merecem por obrigação, serem vistos numa tela de TV para que todo mundo reflita que existe essa vida, existe esse caminho, existe essa pessoa. Eu lembro que a primeira drag queen que eu vi na vida foi no Show de Calouros do Silvio Santos."	Câmera do entrevistado Ikaro Kadoshi
CENA 3	Ikaro Kadoshi: "O primeiro a dar espaço para drag queens fazerem shows num programa de domingo, na maior audiência que a televisão brasileira tinha. Mas as drag queens eram o vaso bonito que adornava a sala. Você via a beleza do show, mas você não sabia quem eram as pessoas por trás de tudo aquilo."	Câmera Geral
CENA 4	Ikaro Kadoshi: "Então, não adianta qualquer televisão dizer que faz uma TV humanizada, qualquer agência de publicidade dizer que faz uma publicidade para as pessoas, quando ainda há uma parcela gigantesca sendo invisível, não nos produtos, mas na vivência, nas discussões de casa. Como é que a gente vai discutir um caminho que a gente desconhece se ele não nos é mostrado?"	Câmera do entrevistado Ikaro Kadoshi
CENA 5	Ikaro Kadoshi: "Então isso se reflete no audiovisual, porque se a gente fala em audiovisual, a gente está falando em dinheiro."	Câmera Geral

CENA 6	Ikaro Kadoshi: "A gente está falando em consumo, a gente está falando em um maior número de pessoas assistindo para que elas tenham a audiência garantida e, conseqüentemente, trazer patrocínios para essa empresa."	Câmera do entrevistado Ikaro Kadoshi
CENA 7	Ikaro Kadoshi: "Esse é um emaranhado que é difícil, demorado, mas que de fio em fio a gente vai conseguir tirar" Giovanna Fonseca: "Tem muita referência em novela, né?"	Câmera Geral
CENA 8	Giovanna Fonseca: "No audiovisual, inclusive o Drag Me As A Queen" Ikaro Kadoshi: "Não cai a ficha que daqui mil anos alguém vai falar assim: 'deixa eu ver' vai estar lá Drag Me As A Queen, Caravana das Drags e eu vou estar aqui, imortalizada."	Imagens dos programas "Drag Me As A Queen" e "Caravana das Drags"
CENA 9	Giovanna Fonseca: "É muito gostoso ver essa representatividade e o quão importante é ver o tamanho da evolução da representatividade. Você recebeu algum feedback que tenha te marcado por toda sua representatividade?"	Câmera Geral
CENA 10	Ikaro Kadoshi: "Toda vez que alguém vem e fala 'Obrigado por ter me feito refletir sobre a minha existência.' É sobre isso. Eu acho que a gente tem um tempo espaço, ou seja, de 0 a 100 anos, e se a gente tiver sorte, quantas pessoas consegue tocar nesses 100 anos? Quanta mensagem de acolhimento e de amor a gente consegue deixar? Quanto de afeto a gente	Câmera do entrevistado Ikaro Kadoshi

	distribuí? Numa sociedade cada vez mais fria, quem se abraça? Quem pergunta genuinamente para o outro 'você tá bem?' Toda chance de dizer que a gente precisa se melhorar em engrenagem, sejam audiovisual ou engrenagem humana, é importante porque a gente se esquece do óbvio muitas vezes."	
CENA 11	Ikaro Kadoshi: "Se a gente vive num mundo que ninguém dá ao outro o que não dá a si mesmo,	Câmera Geral
CENA 12	Ikaro Kadoshi: "É muita gente falando 'eu te amo' sem sequer você amar. Então, a gente vive uma hipocrisia diária, ininterrupta, que a gente precisa lembrar disso pra tentar mudar de uma vez por todas.	Câmera do entrevistado Ikaro Kadoshi

#### 4.3.1.4 Roteiro Episódio 3

CENAS	ÁUDIO	CENÁRIO
CENA 1	Kika Medina: "Eu sou conhecida como a Kika Medina e há bastante tempo nessa luta, né? Pelo respeito, pela igualdade, por direitos da população LGBTQIAPN+, especialmente no meu lado de travestis e transexuais, hoje, chamados de mulheres trans ou homens trans."	Câmera da entrevistada Kika Medina

CENA 2	Giovanna Fonseca: "Eu queria saber um pouquinho sobre os desafios e a diferenças dessas épocas, desde a época em que você transicionou e até agora. Como é que você percebe o tratamento do público em cima dessa mudança?"	Câmera Geral
CENA 3	Kika Medina: "Eu venho de uma época que era bastante complicada, passei por militarismo, ditadura meu pai militar. Então assim, mudou apenas a internet, que deu visibilidade. Mas as violências ainda são, infelizmente, uma constante na vida da nossa população.	Câmera da entrevistada Kika Medina
CENA 4	Giovanna Fonseca: "E você se sente representada por meio de redes sociais ou até mesmo marcas, novelas?"	Câmera Geral
CENA 5	Kika Medina: "Olha, hoje inclusive você falou da novela, né? Até um tempo atrás, papéis gays ou trans eram feitos por atores homens que interpretavam uma pessoa homossexual ou LGBT. E o nosso movimento sempre questionou isso. Poxa, porque não contrata, não coloca nesse papel alguém de fatu da comunidade LGBT? Porque tem artistas capazes. Então começou devagar, colocar realmente pessoas e tal. Isso levanta um questionamento muito intenso, mas é bom, porque cria-se uma polêmica e quando tem uma polêmica, tem um debate. Devagar ta se abrindo portas. Mas por quê? Porque através de grupos organizados, sociedade civil organizada que busca tudo isso, que vai a luta, que corre atrás e persiste até que devagar, devagar está conseguindo alguma coisa. Nós temos um grupo, que agora São José tem o Centro Joseense da Diversidade Kika Medina."	Câmera da entrevistada Kika Medina
CENA 6	Kika Medina: "Eu fui honrada de dar o nome para esse centro, e a gente tem coisas muito legais. A gente tem o piquenique, que a gente vai pro Parque da Cidade estende uma bandeira de arco-íris de 30 metros no Parque da Cidade, num domingo.	Imagens de reprodução dos encontros
CENA 7	Kika Medina: "E a gente leva bolos, e comes, e refrigerantes e tudo, senta em volta e se diverte, dá risada, bate-papo, troca ideias. E a gente tá vendo que a população está interagindo ali com a gente. Essa força, essa, essa sede de ter a liberdade de progresso e de poder ter o direito de ir e vir sem saber que você vai sair, vai morrer na rua. Eu brinco muito, eu falo 'Meu	Câmera da entrevistada Kika Medina

	Amor, se não for para incomodar eu não saio de casa!"	
CENA 8	Kika Medina: "E aí eu abro meu leque e falo 'Tô indo!'"	Imagens de reprodução dos encontros
CENA 9	Kika Medina: "E chego nos lugares e 'E aí, vamo lá?' Porque isso aqui é muito mais do que um leque. Isso é um ato político de respeito, de 'tô aqui ó'"	Câmera da entrevistada Kika Medina
CENA 10	Giovanna Fonseca: "Queria falar também sobre a importância deles terem uma rede de apoio e poderem se sentir à vontade, não só com quem também é da comunidade, mas com quem também tá em volta."	Câmera Geral
CENA 11	Kika Medina: Esse nome 'rede de apoio', é de uma importância incrível. Nós temos isso no nosso meio, se alguém tá precisando de socorro, corre todo mundo, vamos lá, 'o que nós vamos fazer? Bora, Vamos'"	Câmera da entrevistada Kika Medina

#### 4.3.1.5 Roteiro Episódio 4

CENAS	ÁUDIO	CENÁRIO
CENA 1	<p>Giovanna Fonseca : "Como é trabalhar com o público trazendo essas questões LGBT?"</p> <p>Jader Arantes: "A minha experiência é muito no mundo corporativo, porque hoje eu trabalho com diversidade e inclusão em uma empresa. E aí a gente tem que ter uma atuação de conscientizaçã, de sensibilização, de ensinar o que é LGBTQIAPN+ e também contar as histórias trazer que já é uma realidade, é algo que o mercado está precisando estar sendo questionado, né? Uma atuação muito grande que a gente tem é com a comunicação interna. É pensar em o que a gente vai transmitir, como que vai ser e como que vai chegar neste público. A gente trás histórias de vivência humana, o que a gente sofre na rua, o que a gente sofre em casa também. Ou se não, o que que acontece de bom também em casa, né?"</p> <p>Giovanna Fonseca: "É uma mensagem muito importante, que tem que ser carregada e tem que ser repetida no dia a dia em toda sociedade. E aí eu queria saber se você poderia dar o recado para comunicadores que as vezes tem medo de se expressar por independente da reação do público, mas que</p>	Câmera Geral

	dê esperança, que dê essa força, né? Por que a gente é tão forte na parte da comunicação."	
CENA 2	Jader Arantes: "Neste processo assim, de relato pessoal que só , em 20 e tantos anos de empresa eu nunca esperei que ia ter este momento. Comunicar, falar sobre é muito importante para tornar isso mais fácil, mais acessível. A gente não deixa a sexualidade para fora da empresa, ela entra com a gente e aí faz parte daquela jornada de trabalho. Então assim é um suporte super necessário de hoje em dia.	Câmera do entrevistado Jader Arantes
CENA 3	Kika Medina: "Eu fico muito contente de poder colaborar, poder abrir um pouco mais a visibilidade, poder mostrar que a gente tem um lado também de respeito, a gente é capaz de muita coisa, né? E a gente tem que quebrar essas visões aí terríveis."	Câmera da entrevistada Kika Medina
CENA 4	Ikaro Kadoshi: "Muito se faz no mês da diversidade, para bater na tecla que somos uma empresa, ou somos uma engrenagem audiovisual preocupada com a existência LGBTQIAPN+, mas aí a gente volta a perguntar: Quantos por cento de uma produção de backstage, áudio, câmera, som, luz, etc. é composta d LGBTQIAPN+. Em cada filme, em cada série, em cada bancada de jornalistas que vão procurar as informações do jornal da tarde, da manhã. Então a gente precisa entender que é um caminho árduo e por mais difícil que seja, eu sei, assumam quem são. Às vezes a gente tem um número muito maior de pessoas LGBTQIAPN+, mas com medo de perder o emprego, ainda é real esse medo, com medo de perder respeito, com medo de a sexualidade vir à frente do seu talento. Ainda continuam nos armários da vida se machucando todos os dias, estando numa engrenagem que deveria favorecer e não favorece as pessoas serem quem são. Que no audiovisual é um absurdo alguém ainda ter que ficar dentro do armário sabendo que ali é o celeiro que vai divulgar o que é diversidade humana.	Câmera do entrevistado Ikaro Kadoshi
CENA 5	Alexsandro Stenico: Quando você for falar alguma coisa, acho que você tem que ter primeiro uma conexão com o que você quer falar, sensibilidade que eu acho que é muito importante, porque é uma temática complexa, né assim, eu acho que é importante ter sensibilidade trazer o lado positivo sempre	Câmera do entrevistado Alexsandro Stenico

	também propor mudanças, não só falar sobre as coisas que não andam e pensar sempre em trazer vozes que muitas vezes não são ouvidas	
--	---	--

#### 4.4 Pós-Produção

A identidade visual desenvolvida para a *websérie* tem como propósito principal consolidar uma estética coerente com a narrativa proposta, reforçando os valores de representatividade, acolhimento e visibilidade da comunidade LGBTQIAPN+. Segundo Wheeler (2013), a identidade visual é um sistema estruturado que traduz, por meio de elementos gráficos, a essência e o posicionamento de uma marca ou produto comunicacional. Nesse sentido, cada componente visual foi pensado para fortalecer a mensagem central da produção e criar uma experiência reconhecível ao público.

##### 4.4.1 Paleta de cores e construção simbólica

A paleta de cores adotada parte de tons vibrantes e contemporâneos que dialogam diretamente com a pluralidade da comunidade LGBTQIAPN+. As cores foram escolhidas de modo estratégico para reforçar sensações de acolhimento, diversidade e expressão, conforme afirma Farina (2006), ao destacar que as cores possuem papel significativo na geração de sentidos e na mediação emocional entre obra e espectador. Essa seleção cromática contribui para criar uma atmosfera visual consistente ao longo de todos os episódios, aproximando o discurso gráfico do discurso narrativo.

Figura 1-Paleta de cores da identidade visual



FONTE: Autores, 2025

##### 4.4.2 Tipografia como recurso comunicacional

Para manter equilíbrio entre estética digital e clareza informativa, optou-se por uma tipografia limpa, moderna e altamente legível. Conforme defende Frutiger (2007), as escolhas tipográficas influenciam diretamente a percepção do público e devem servir tanto à função comunicativa quanto ao estilo proposto. Nesse projeto,

a tipografia reforça o caráter documental e jornalístico da websérie, ao mesmo tempo em que dialoga com o dinamismo das produções audiovisuais contemporâneas presentes no ambiente digital.

#### 4.4.3 GCs e elementos gráficos de apoio

Os GCs (geradores de caracteres) foram desenvolvidos de maneira personalizada para cada entrevistado, mantendo harmonia com a vinheta inicial e com os demais elementos gráficos utilizados ao longo da série. Além de trazerem informações essenciais, como nome e área de atuação, esses elementos visuais reforçam a identidade do produto.

Figura 2 - Vinheta para o episódio “Alexsandro Stenico”



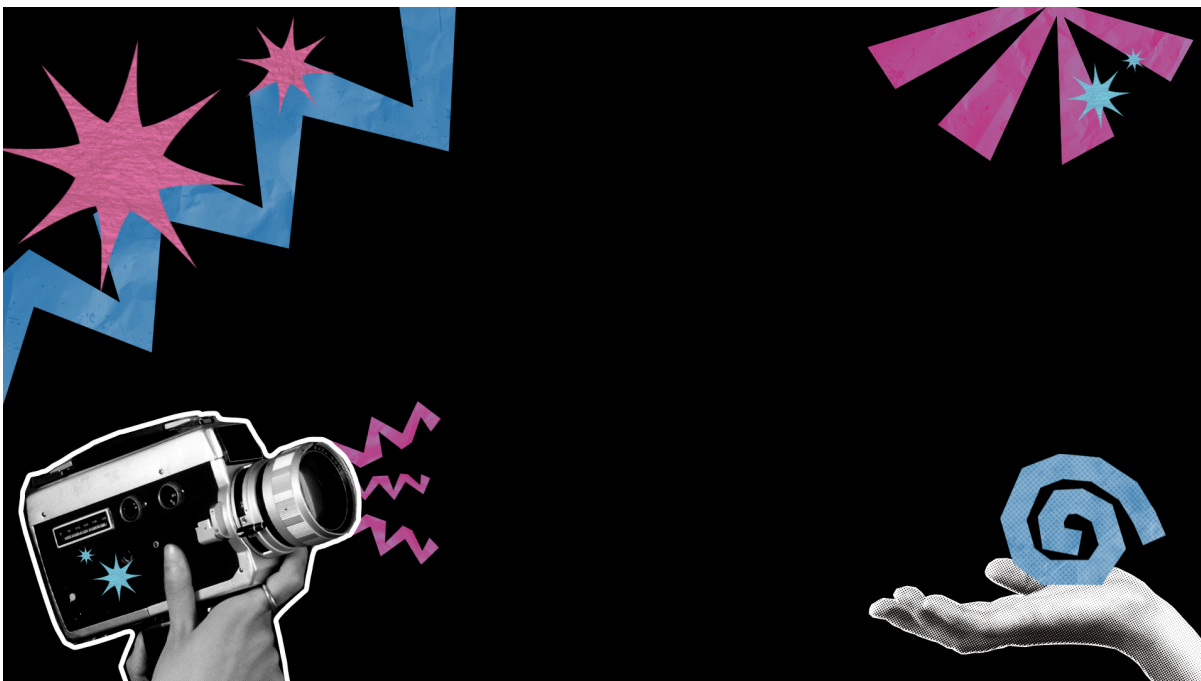
FONTE: Autores, 2025

Figura 3 - Vinheta para o episódio "Ikaro Kadoshi"



FONTE: Autores

Figura 4 - Vinheta para o episódio "Kika Medina"



FONTE: Autores, 2025

Figura 5 - Vinheta para o episódio “Jader Arantes”



FONTE: Autores

Figura 6 - GC para Alessandro Stenico



FONTE: Autores, 2025

Figura 7 - GC para Kika Medina



FONTE: Autores, 2025

Figura 8 - GC para Jader Arantes



FONTE: Autores, 2025

Figura 9 - GC para Ikaro Kadoshi



FONTE: Autores, 2025

[Segue link do produto desenvolvido](#)

#### 4. Orçamento do projeto

<b>Categoria</b>	<b>Item</b>	<b>Quantidade</b>	<b>Valor Unitário (R\$)</b>	<b>Valor Total (R\$)</b>	<b>Observações</b>
Transporte	Passagem ida e volta (ônibus ou carona app)	4 viagens	80,00	320,00	Deslocamentos para São Paulo / Vale do Paraíba
	Combustível (caso usem carro próprio)	2 viagens	150,00	300,00	Alternativa ao uso de transporte público

Alimentação	Lanche/refeição para equipe	4 dias	120,00	480,00	R\$60,00 por pessoa, duas pessoas
Equipamentos	Suporte/tripé para celular	1 unidade	114,90	129,77	Essencial para estabilidade do vídeo
	Microfone de lapela sem fio para celular (duplo)	1 unidade	149,97	149,97	Melhora significativamente o áudio
	Ring light ou iluminação portátil	1 unidade	120,99	120,99	Opcional, dependendo da luz ambiente ou para dar efeito
Pós-produção	Edição de vídeo (Software Adobe Premiere Pro)	1 assinatura estudante	95,00	95,00	Assinatura anual do Adobe para estudantes
	Banco de trilhas gratuitas	-	0,00	0,00	Usar Free Music Archive, YouTube Studio etc.
Comunicação e Divulgação	Criação de identidade visual (Software Adobe Illustrator)	1 assinatura estudante	95,00	95,00	Assinatura anual do Adobe para estudantes
Diversos/Reserva	Impressões, água,	-	100,00	200,00	Margem de segurança e

	imprevistos pequenos				reserva para imprevistos
Valor total do projeto				1795,73	Estimativa de gastos totais dependendo das escolhas e deslocamentos

FONTE: Autores, 2025.

## 5. CRONOGRAMA

Atividade	MAR	ABR	MAI	JUN	JUL	AGO	SET	OUT	NOV
Pesquisa exploratória do tema	X								
Problema e Justificativa		X							
Referencial teórico		X	X						
Aplicação de Pesquisa			X						
Produção de roteiro da Websérie				X					
Produção dos entrevistados						X			
Pré-banca				X					
Desenvolvimento da identidade visual do projeto					X	X	X		
Coleta de sonoras					X	X	X		
Decupagem e edição do							X	X	

material em vídeo									
Desenvolver conceito stand						X	X		
Finalização e revisão							X	X	
Apresentação Final									X

FONTE: Autores, 2025.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

A realização deste trabalho permitiu enxergar a importância da comunicação a favor de uma causa e um propósito, abrindo um espaço para debates sociais a favor de uma comunidade.

Ao longo da captação das entrevistas, foi possível identificar diferentes meios da comunicação que expressam e evidenciam a diversidade e como a experiência de vida de cada entrevistado pode refletir de maneira positiva a favor da comunidade LGBTQIAPN+. Ao longo do processo, foi possível identificar que a convergência de mídias e a multiplicidade de plataformas ampliam significativamente o alcance dessas narrativas, fortalecendo discursos que durante décadas foram silenciados ou marginalizados.

Cada depoimento contribuiu para construir um panorama que evidencia avanços, desafios e a permanência de barreiras estruturais no mercado de trabalho, na mídia e na sociedade. Atuando diretamente pela diversidade, produzindo conteúdos audiovisuais com um elenco composto por pessoas da comunidade ou apresentando como uma figura pública e uma referência de símbolo do grupo, são formas de demonstrar que iniciativas inclusivas não apenas transformam ambientes, mas também inspiram novas práticas comunicacionais mais éticas e humanas.

Além disso, o desenvolvimento da identidade visual e dos elementos gráficos da websérie mostrou como escolhas estéticas e simbólicas podem potencializar mensagens, gerar identificação e reforçar a coerência narrativa do produto audiovisual. Esses recursos contribuíram para criar um conteúdo envolvente, acessível e significativo para o público-alvo.

Por fim, este estudo reforça que a comunicação possui um papel essencial na construção de uma sociedade mais plural e consciente. Dar visibilidade à comunidade LGBTQIAPN+ através de narrativas audiovisuais não é apenas uma escolha criativa, mas um compromisso ético com a promoção de respeito, equidade e reconhecimento. Espera-se que esta websérie contribua para ampliar debates, estimular reflexões e abrir caminhos para novas produções comprometidas com a diversidade e com a transformação social.

## 6. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

**AGÊNCIA MUTUM.** Campanhas LGBTQIA+: como a publicidade tem se posicionado. Disponível em: <https://agenciamutum.com/blog/campanhas-lgbt/>. Acesso em: 1 abr. 2025.

**ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE TRAVESTIS E TRANSEXUAIS (ANTRA).** Dossiê: Assassinatos e violências contra travestis e transexuais brasileiras em 2023. Disponível em: <https://antra.org.br>. Acesso em: 30 abr. 2025.

**ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE TRAVESTIS E TRANSEXUAIS (ANTRA).** Dossiê dos assassinatos e da violência contra travestis e transexuais brasileiras em 2023. Rio de Janeiro: ANTRA, 2024. Disponível em: <https://antrabrasil.org/wp-content/uploads/2024/01/dossieantra2024-web.pdf>. Acesso em: 2 jun. 2025.

**BORGES, Flávio Adriano.** A importância da construção de políticas públicas direcionadas à população LGBTQIA+. Disponível em: <https://informasus.ufscar.br/a-importancia-da-construcao-de-politicas-publicas-direcionadas-a-populacao-lgbtqia/>. Acesso em: 20 maio 2025.

**BRASIL.** Lei nº 7.716, de 5 de janeiro de 1989. Define os crimes resultantes de preconceito de raça ou de cor. Diário Oficial da União: seção 1, Brasília, DF, ano 127, n. 3, p. 470–471, 6 jan. 1989. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/l7716.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l7716.htm). Acesso em: 2 jun. 2025.

**CANTU, Lionel; BURNS, Kelli.** LGBTQ+ Social Movements: Global Perspectives. New York: Routledge, 2015.

**CURRY, Jane; MARTIN, Peter.** The Legacy of Stonewall: Political and Social Impacts on LGBTQ+ Rights. Sexualities, v. 22, n. 8, p. 1325–1342, 2019.

**EXAME.** Só 10% dos criadores de conteúdo LGBTI+ se sentem representados por campanhas, diz pesquisa. 28 jun. 2023. Disponível em: [https://exame.com/esg/so-10-dos-criadores-de-conteudo-lgbti-se-sentem-representados-por-campanhas-diz-pesquisa/?utm\\_source=chatgpt.com](https://exame.com/esg/so-10-dos-criadores-de-conteudo-lgbti-se-sentem-representados-por-campanhas-diz-pesquisa/?utm_source=chatgpt.com). Acesso em: 4 maio 2025.

**FACCHINI, Regina.** Sopa de letrinhas? Movimento homossexual e produção de identidades coletivas nos anos 90. São Paulo: Garamond, 2009. Acesso em: 21 maio 2025.

**FACCHINI, Regina; FRANÇA, Isadora Lins.** Política e direitos LGBT no Brasil: uma análise a partir da segunda Conferência Nacional. *Sexualidad, Salud y Sociedad*, Rio de Janeiro, n. 12, p. 15–43, 2012. Acesso em: 21 maio 2025.

**FARIA, Isadora.** Pinkwashing e a apropriação das pautas LGBTQIA+ na publicidade brasileira. *Revista Comunicação & Sociedade*, v. 43, n. 1, 2021. Acesso em: 2 jun. 2025.

**FARINA, Modesto.** *Psicodinâmica das Cores em Comunicação*. São Paulo: Edgard Blücher, 2006.

**FERRARI, Mara.** Identidade e Representatividade: o movimento LGBTQ+ no Brasil contemporâneo. *Revista Estudos Feministas*, Florianópolis, v. 26, n. 2, p. 743-758, 2018. Disponível em: [https://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0104-026X2018000200743](https://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0104-026X2018000200743). Acesso em: 2 jun. 2025.

**FGV - CENTRO DE ESTUDOS EM SUSTENTABILIDADE.** Empresas que apoiam diversidade têm clientes mais leais. 4 jul. 2023. Disponível em: [https://cev.fgv.br/noticia/empresas-que-apoiam-diversidade-tem-clientes-mais-leais?utm\\_source=chatgpt.com](https://cev.fgv.br/noticia/empresas-que-apoiam-diversidade-tem-clientes-mais-leais?utm_source=chatgpt.com). Acesso em: 4 maio 2025.

**FREITAS, Denise.** História do movimento LGBTQIA+ no Brasil: repressão e resistência durante e após a ditadura militar. In: *Movimentos sociais e direitos humanos no Brasil contemporâneo*. São Paulo: Editora Unesp, 2018. p. 45-67.

**FRUTIGER, Adrian.** *Sinais e Símbolos: desenho, projeto e significado*. São Paulo: Martins Fontes, 2007.

**FOUCAULT, Michel.** História da sexualidade: a vontade de saber. Rio de Janeiro: Graal, 1985. v. 1. Acesso em: 21 maio 2025.

**GREEN, James N. et al.** História do movimento LGBT no Brasil. São Paulo: Alameda, 2018. Disponível em: [https://www.researchgate.net/publication/350904086\\_Historia\\_do\\_movimento\\_LGBT\\_no\\_Brasil](https://www.researchgate.net/publication/350904086_Historia_do_movimento_LGBT_no_Brasil). Acesso em: 28 abr. 2025.

**GRUPO GAY DA BAHIA (GGB).** História do Grupo Gay da Bahia. Disponível em: <https://www.ggb.org.br/historia>. Acesso em: 2 jun. 2025.

**GRUPO GAY DA BAHIA.** Relatório sobre violência contra LGBTQIA+ no Brasil. Salvador: GGB, 2023. Disponível em: <https://www.ggb.org.br/>. Acesso em: 21 maio 2025.

**HUYNH, Cat.** The Spot: The Internet's First Web Series Was Set In Santa Monica. Secret Los Angeles, 8 nov. 2024. Disponível em: <https://secretlosangeles.com/the-spot-series-santa-monica/>. Acesso em: 20 maio 2025.

**MARTIN, Emily.** Stonewall and the Politics of Memory. Journal of LGBT History, v. 5, n. 1, p. 23–45, 2017.

**MUNDO DO MARKETING.** Brasileiros querem ver mais diversidade na publicidade, aponta estudo da Croma. Disponível em: <https://mundodomarketing.com.br/brasileiros-querem-ver-mais-diversidade-na-publicidade-aponta-estudo-da-croma>. Acesso em: 3 abr. 2025.

**NASCIMENTO, Ana Paula.** Diversidade Sexual e de Gênero: conceitos, identidades e luta social. São Paulo: Editora Perspectiva, 2020.

**OBSERVATÓRIO DA DIVERSIDADE NA PROPAGANDA.** II Censo de Diversidade das Agências Brasileiras. São Paulo: ODP, 2024. Disponível em: <https://www.diversidadenapropaganda.com.br>. Acesso em: 21 maio 2025.

**OPINION BOX.** *Quem somos.* Belo Horizonte, 2023. Disponível em: <https://www.opinionbox.com/quem-somos/>. Acesso em: 21 maio 2025.

**PASSAGENS – Revista Internacional de História Política e Cultura Jurídica.** Artigo sobre diversidade e ativismo LGBTQIA+. Disponível em:

<https://periodicos.ufc.br/passagens/article/view/78317/226565>. Acesso em: 29 abr. 2025.

**PRATA, Neyde Veneziano.** O que é documentário: conceitos e definição. São Paulo: [s.n.], 2008. Acesso em: 30 abril 2025.

**PRECIADO, Paul B.** Testo Junkie: Sexo, Drogas e Biopolítica. São Paulo: N-1 Edições, 2017.

**QUINALHA, Renan.** Contra a moral e os bons costumes: a política sexual da ditadura brasileira (1964–1988). São Paulo: Companhia das Letras, 2019. Acesso em: 21 maio 2025.

**SÃO PAULO (Estado).** Lei nº 10.948, de 5 de novembro de 2001. Dispõe sobre as penalidades a serem aplicadas à prática de discriminação em razão de orientação sexual e dá outras providências. Disponível em: <https://www.al.sp.gov.br/repositorio/legislacao/lei/2001/lei-10948-05.11.2001.html>. Acesso em: 2 jun. 2025.

**SESC SÃO PAULO.** Linha do Tempo: História do Movimento LGBTQIA+. YouTube, 2022. Disponível em: [https://www.youtube.com/watch?v=TMa4ZI\\_3LXA](https://www.youtube.com/watch?v=TMa4ZI_3LXA). Acesso em: 29 abr. 2025.

**SIGA MOSAICO.** 5 campanhas que trouxeram protagonistas LGBTQIA+. Disponível em: <https://sigamosaico.com/2022/01/23/5-campanhas-que-trouxeram-protagonistas-lgbtqia/>. Acesso em: 1 abr. 2025.

**SKOL.** Campanha Skol — Orgulho LGBTQIA+. YouTube, 2021. Disponível em: [https://www.youtube.com/watch?v=\\_TKoiW2OZNo](https://www.youtube.com/watch?v=_TKoiW2OZNo). Acesso em: 3 abr. 2025.

**SPRIO MAIS.** *Centro Joseense da Diversidade Kika Medina promove acolhimento e ações de cidadania em São José dos Campos.* São José dos Campos, 28 jun. 2024. Disponível em: <https://spriomais.com.br/cultura/2024/06/28/arraial-do-orgulho-celebra-diversidade-com-musica-comidas-tipicas-e-artesanato-em-sjc/>. Acesso em: 10 nov. 2025.

## ANEXO: FOLHAS DE ORIENTAÇÕES MENSAIS



## FICHA DE ORIENTAÇÃO MENSAL

Aluno: Giovanna M F Silva e Rebeca Borges Ass.: Rebeca B. Silva  
 Data: 31 / 03 / 2025

Temas discutidos:

Novo tema de TCC em dupla.  
Desenvolvimento de uma ~~webserie~~ webserie sobre o impacto  
das campanhas publicitárias inclusivas.

Desenvolver:

Dar início as pesquisas sobre o tema e escrita da introdu-  
ção.

Próxima reunião: 17 / 04 / 2025

Assinatura do orientador: [Assinatura]

Monique e  
Vânia



---

### FICHA DE ORIENTAÇÃO MENSAL

Aluno: Giovanna Fonseca e Rebeca Borges . Ass.: Rebeca Borges  
Data: 30 / 04 / 2025 .

Temas discutidos:

Atualizarmos o andamento do trabalho

---

---

---

---

---

---

Desenvolver:

Trabalhar mais o texto

---

---

---


---

---

---

Próxima reunião: 13 / 05 / 2025

Assinatura do orientador::

Monise 

---

### FICHA DE ORIENTAÇÃO MENSAL

Aluno: Giovanna Fonseca e Rubens Borges . Ass.: Prof. Fabiana B. Silva  
Data: 19 / 05 / 2025 .

Temas discutidos:

Apresentamos tudo o que havia sido desenvolvido no escri  
ta do trabalho

Desenvolver:

Relato das atividades desenvolvidas, montar a metodologia,  
Pegs preliminar e relato em um único capítulo

Próxima reunião: 02 / 06 / 2025

Assinatura do orientador::

Monique

---

### FICHA DE ORIENTAÇÃO MENSAL

Aluno: Giovanna Fonseca e Rebecca Borges. Ass.: Rafaela B. Silva  
Data: 02 / 06 / 2025.

Temas discutidos:

Apresentamos o documento final para uma última revisão antes da entrega

---

---

---

---

---

Desenvolver:

Finalizar formatação e adicionar anexos ao documento final

---

---

---

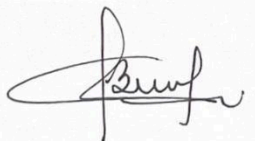
---

---

Próxima reunião:    /    /   

Assinatura do orientador::

Vânia



---

### FICHA DE ORIENTAÇÃO MENSAL

Aluno: Giovanna Fonseca e Rebeca Borges . Ass.: Rebeca Borges Jha  
Data: 30 / 11 / 2025

Temas discutidos:

Ajudar para edição dos episódios e pontos de corte

---

---

---

---

---

---

Desenvolver:

~~Trazer~~ Trazer trechos que destaquem o episódio

---

---

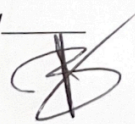
---

---

---

---

Próxima reunião:      /      /     

Assinatura do orientador: 

---

### FICHA DE ORIENTAÇÃO MENSAL

Aluno: Giovanna Fonseca e Rebeca Borges. Ass.: [Assinatura] Rebeca Borges Silva  
Data: 27 / 10 / 2025.

Temas discutidos:

Ajuda para a editar

---

---

---

---

---

---

---

Desenvolver:

Enviar material para aprovação

---

---

---

---

---

---

---

Próxima reunião: 1

Assinatura do orientador: [Assinatura]

---

### FICHA DE ORIENTAÇÃO MENSAL

Aluno: Giovanna Konoe e Rebeca Borges. Ass.: R. Rebeca Borges Filho  
Data: 18/10/2025.

Temas discutidos:

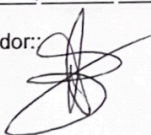
Falamos sobre alguns pontos de edição do produto, pontos de corte

Desenvolver:

Falar diretamente com o entrevistado para aprovação dos cortes

Próxima reunião:   /  /  

Assinatura do orientador:



---

### FICHA DE ORIENTAÇÃO MENSAL

Aluno: Giovanna Fonseca e Rebeca Borges . Ass.: Rebeca Borges Silva  
Data: 27 / 08 / 2025 .

Temas discutidos:

Atualizações ~~para~~ do desenvolvimento do trabalho, busca por  
novos entrevistados e ajuda para a marcação de entrevistas.

---

---

---

---

---

Desenvolver:

marcar entrevistas e atualizar cronograma

---

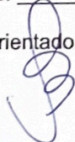
---

---

---

---

Próxima reunião: 03 / 09 / 2025

Assinatura do orientador: 

### FICHA DE ORIENTAÇÃO MENSAL

Aluno: Jovanna Fonecos e Rebeca Borges . Ass.: Rebeca Borges Silva  
Data: 03 10 2025

Temas discutidos:

Atualizamos o desenvolvimento do trabalho e mostramos  
os materiais investidos para as gravações

Desenvolver:

Iniciar as gravações

Próxima reunião: \_\_\_\_ / \_\_\_\_ / \_\_\_\_

Assinatura do orientador:.

