

Informação e humor fora do armário: uma análise sobre o Canal “Põe na Roda” e a modalidade imprensa gay no Brasil

Information and humor out of the closet:
an analysis of the “Põe na Roda” Channel
and the gay press modality in Brazil

André Nazaro de Carvalho^[*] / andre.carvalho3@academico.ufpb.br

Joana Belarmino de Sousa^[*] / joanabelarmino00@gmail.com

Zulmira Nóbrega Piva de Carvalho^[*] / zulmiranobrega@uol.com.br

RESUMO

Este artigo tem o objetivo de realizar uma breve análise do canal do Youtube “Põe Na Roda”, um dos mais importantes veículos de informação com conteúdo LGBTI+ no Brasil. Presente em múltiplas plataformas digitais como Youtube, Facebook, Instagram, Twitter e site de notícias, o canal é atualmente um expoente da nova “Imprensa Gay” brasileira. Este trabalho é baseado nos apontamentos de autores como Manuel Castells para falar de sociedade em rede, Ciro Marcondes Filho, com um breve histórico das fases do jornalismo até a chegada da internet, de Imprensa gay e Jornalismo Especializado, de Jorge Caê Rodrigues e Ana Carolina Abiahy. Este artigo analisa como são divulgados os conteúdos nas diferentes plataformas e quais as semelhanças e diferenças com o que era realizado com a imprensa gay do passado.

Palavras-chave: jornalismo; imprensa gay; internet; Canal Põe na Roda

ABSTRACT

This article aims to make a brief analysis of the Youtube channel “Põe Na Roda”, one of the most important vehicles of information with LGBTI+ content in Brazil. The channel is available on multiple digital platforms such as Youtube, Facebook, Instagram, Twitter, and news websites. It is a current outstanding channel of the new Brazilian “Gay Press”. This work is based on the notes of authors such as Manuel Castells about network society, Ciro Marcondes Filho with a brief history of the phases of journalism until the arrival of the internet, Gay Press and Specialized Journalism by Jorge Caê Rodrigues and Ana Carolina Abiahy. This article analyzes how content is disseminated on different platforms and what are the similarities and differences with what was done with the gay press in the past.

Keywords: journalism; gay press; internet; Channel “Põe na Roda”

^[*] Universidade Federal da Paraíba (UFPB). Cidade Universitária - João Pessoa (PB).

Introdução

A comunicação sempre será importante para a vida em sociedade. O jornalismo que se modificou muito ao longo dos anos precisou se reinventar, adquirir novas formas de expressão, linguagens e acompanhar os avanços nos meios e nos fluxos comunicacionais. De acordo com Fausto Neto (2009), o jornalista já não é mais soberano no trabalho de produção da notícia. Isso porque, as múltiplas possibilidades de comunicar e “fazer notícia” deram ao usuário um caráter cada vez mais participativo e interativo. A internet, ambiente no qual as possibilidades para os mais diversos tipos de expressões são expostas numa velocidade sem igual, possibilitou uma troca maior e a ruptura dos modelos e técnicas mais tradicionais de fazer jornalismo. Ainda segundo Fausto Neto:

Passa o jornalista a dividir com fontes e atores sociais, a natureza e a especificidade do seu processo produtivo: “antigamente um punhado de editores podia decidir o que era notícia e o que não era. Eles agiam como espécie de semi-deuses. Se eles publicassem uma história, ela virava notícia. Se ignorasse o fato, era como se nunca tivesse acontecido. Hoje, os editores estão perdendo este poder. A internet dá acesso à milhares de novas fontes que cobrem acontecimentos que um editor poderia deixar passar.” (...) E os jornalistas enfrentam novas concorrências de fontes alternativas de notícias e de informação”. (“Murdoch exalta otimismo sobre o jornal do século XXI”, FSP, A14, SP – 10.12.2009) (FAUSTO NETO, 2009, p.21)

A imprensa desempenha um papel importante na construção do imaginário popular e em dar visibilidade às mais diversas histórias e pessoas. No entanto, um grupo de indivíduos, por muitos anos, viu-se pouco representado nos meios de comunicação hegemônicos e trilhou um caminho próprio para essa conquista, que atualmente pode ainda não ser o ideal, mas é importante reconhecer avanços. Este grupo ao qual me refiro, trata-se da comunidade LGBTI+¹. A chamada “Imprensa gay”, que falaremos mais detalhadamente ao longo deste trabalho, tem uma importância significativa nos processos políticos e sociais da comunidade LGBTI+, e com a popularização da internet,

ela tem conseguido dar voz às mais diversas formas de expressão. Assim, a notícia enquanto produto, também pode segmentada para esse público, que é ávido de informação e tem sede de visibilidade e reconhecimento em rede.

Desta forma nasceu o Canal Põe na Roda, objeto de estudo neste trabalho. Criado em 2014 pelo youtuber, escritor, criador de conteúdo, roteirista de TV e ativista LGBTI+, Pedro Henrique Mendes Castilho, popularmente conhecido como Pedro HMC. Inicialmente o canal tinha vídeos curtos feitos apenas com conteúdo humorístico.

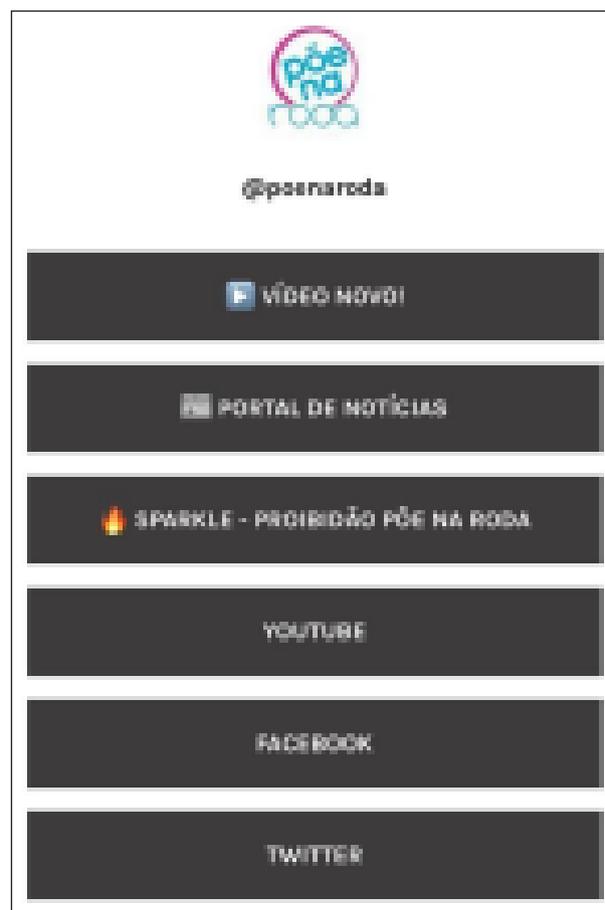


Figura 1. Hiperlinks com as multiplataformas que compõem o Canal Põe na Roda
Picture 1. Hyperlinks with the multiplatforms that make up the “Põe na Roda” Channel

Fonte: Imagem/Reprodução – @poenaroda fev – 2022

1 – Para esse trabalho, opto por usar a sigla LGBTI+, que de acordo com Quinalha (2022), tem sido a formulação mais consensual no âmbito do movimento organizado no Brasil, incluindo pessoas intersexo e com um sinal de “+”, que expressa o caráter indeterminado, aberto e em permanente construção dessa comunidade que desafia as estruturas binárias e heteroscinormativas de nossa sociedade.

Hoje, quase oito anos depois, além de um canal no Youtube com 1,24 milhões de inscritos (dados coletados em 27 de fevereiro de 2022), Pedro e sua equipe possuem perfis em redes sociais como Instagram, Twitter, Facebook e Hotmart Sparkle, além de um site próprio com matérias de cunho LGBTI+. Em um link disponibilizado no Instagram, o usuário pode rapidamente navegar por qualquer uma dessas mídias e assim, acompanhar o canal em todas elas:

O objetivo deste trabalho é realizar uma análise descritiva do Canal Põe na Roda e entender de que maneira seus criadores utilizam-se dos mais diversos recursos disponíveis nas plataformas de compartilhamento de fotos, vídeos, textos para realizar engajamento e reconhecimento em rede da comunidade LGBTI+. Na chamada Sociedade da Informação, em que o usuário é exposto a informações por todas as mídias, faz-se necessário pensar em especificidades do público a ser atingido, assim cresce o “Jornalismo Especializado”.

As informações de interesse pessoal tornaram-se mais importantes para a maior parte dos leitores do que assuntos que ao longo do tempo eram reconhecidos como fundamentais para a sociedade inteira. Provavelmente esta é a consequência da evolução dos meios de comunicação. A Sociedade da Informação, ao oferecer tanta variedade de veículos informativos, mentando a capacidade de escolha do receptor; tornou-o mais qualificado ao identificar-se com determinado material informativo. (ABIAHY, 2005, p.13)

Os meios de comunicação precisaram se adaptar a este formato de fazer jornalismo e conseqüentemente houve a necessidade em fazer com que o seu público consumidor se sintia cada vez mais conectado e participante da notícia e das informações passadas. Segundo Fausto Neto (2009), as transformações se deram tanto por parte de leitores e fontes, quanto nas próprias instituições jornalísticas.

“Os modos de lidar com fontes e leitores mudam, substancialmente, pois o processo relacional que envolve transações do sistema jornalístico com, de um lado as instituições e suas fontes, e com os seus receptores, de outro, passando a reunir e a depender de novos ingredientes” (FAUSTO NETO, 2009, p.27)

Ao longo deste artigo, falaremos sobre a importância do jornalismo especializado, as fases do jornalismo até a chegada e difusão da internet. O canal Põe Na Roda, como um relevante expoente da atual imprensa gay

brasileira, será analisado também a partir do olhar desta imprensa do passado, que apesar de um menor alcance em números de leitores/seguidores, desempenhou um papel crucial na consolidação deste segmento.

Jornalismo enquanto profissão mutável

Desde que surgiu, o jornalismo tornou-se um importante instrumento para reflexão e reconhecimento da vida em sociedade, assim, entendemos que ele vale-se da ideia de que é preciso informar ao outro, acontecimentos que podem ser de interesse coletivo. Marcondes Filho (2002), divide o jornalismo em diferentes fases que nos ajudam a entender melhor o quanto o jornalista precisou modificar-se de acordo com a evolução da sociedade e dos meios de comunicação.

Segundo o autor, o “Primeiro Jornalismo” (1789 - 1830) caracteriza-se pelos fins pedagógicos que o jornal assumia, nessa fase ainda não havia intenções econômicas, apenas a razão e transparência. No “Segundo Jornalismo” (1830 - 1900), de acordo com Marcondes Filho (2000), entende-se o jornalismo como uma empresa capitalista, capaz de ser rentável e servir também à publicidade. Sobre essa questão ele aponta:

A notícia, como mercadoria, vai recebendo cada vez mais investimento para melhorar sua aparência e sua vendabilidade: criam-se as manchetes, os destaques, as reportagens, trabalha-se muito mais na capa, no logotipo, nas chamadas de primeira página. Aumenta-se o volume publicitário e enfraquece-se a posição dos editores e redatores. (MARCONDES FILHO, 2002 p.25)

O chamado “Terceiro Jornalismo” (1900 - 1970) é quando de fato crescem as empresas jornalísticas e o profissional se vê rodeado de novos suportes tecnológicos, como o rádio e a televisão. Ainda de acordo com Marcondes Filho (2002), de 1970 até os dias de hoje, vivemos o “Quarto Jornalismo” quando além da entrada das relações públicas, assessorias de comunicação e afins, acontece a velocidade do fluxo comunicacional ocasionado pela Internet, que desencadeou uma série de mudanças na forma de fazer jornalismo, na percepção e autonomia do jornalista, bem como na produção e difusão de notícias.

A substituição do agente humano jornalista pelos sistemas de comunicação eletrônica, pelas redes,

pelas formas interativas de criação, fornecimento e difusão de informações. São várias fontes igualmente tecnológicas, que recolhem material de todos os lados e produzem notícias. Esta última, a informação produzida e circulante nas redes, incide adicionalmente sobre o papel histórico do jornalista como um “contador de histórias” (repórter), mas também como um “explicador do mundo” (analista\comentarista) (MARCONDES FILHO, 2000 p.30)

O jornalismo precisou se reinventar assim para acompanhar as mudanças tecnológicas, na forma de se comunicar e nos novos meios de comunicação que surgiram em decorrência da internet. Em seus estudos, CASTELLS (2008) salienta o fato de que a inovação tecnológica não é uma ocorrência isolada, isso porque, segundo o autor, para que ela exista e se difunda, é preciso que toda uma rede de pessoas, ambiente e circunstâncias estejam em consonância para isso. Da mesma maneira, ocorre com as plataformas virtuais desencadeadas com a popularização da internet e das redes sociais digitais.

As novas tecnologias da informação não são simplesmente ferramentas a serem aplicadas, mas processos a serem desenvolvidos. Usuários e criadores podem tornar-se a mesma coisa. Dessa forma, os usuários podem assumir o controle da tecnologia como no caso da internet. (CASTELLS, 2008, p.69)

Desta maneira, a difusão de novas formas de fazer jornalismo, através da internet, permitiu que canais como o Põe na Roda tivessem relevância entre o público LGBTI+ brasileiro. “As redes sociais, enquanto circuladoras de informações, são capazes de gerar mobilizações e conversações que podem ser de interesse jornalístico na medida em que essas discussões refletem anseios dos próprios grupos sociais.” (RECUERO, 2009, P. 08). A união de informação, interatividade e humor, mantém esse canal que está presente em diversas plataformas na internet, como um importante expoente e influenciador.

A importância da imprensa gay do passado para as expressões LGBTI+ na era da internet e sociedade da informação

Conforme descrito no tópico anterior, das primeiras publicações até os dias de hoje, a importância social do jorna-

lismo e da comunicação como um todo se modificou, assim como as ressignificações da profissão frente ao que acontece no mundo. No entanto, esta forma de “refletir a verdade” ao longo do tempo, veio a reforçar padrões e estereótipos, visto que nem todos os indivíduos que compõem a sociedade, eram representados. Veiga (2011), afirma que

Todos os dias os meios de comunicação nos convidam a refletir sobre os comportamentos humanos a partir de discursos (com status de verdade) oriundos de instâncias de poder e de saber que, sobretudo, nos indicam a existência de um padrão social que serve de parâmetro sobre o que se convencionou como normal, sadio, natural e legítimo nos comportamentos, corpos, identidades sociais, etc. O pressuposto de que os sujeitos nascem homens ou mulheres – e com isso têm seus gêneros orientados respectivamente para seus atributos equivalentes homens/fortes, mulheres/sensíveis, por exemplo) – e de que são, essencialmente, heterossexuais, são algumas das “certezas” cotidianamente reafirmadas como inatas e que servem de sustentação para moldar as relações sociais, em um padrão que muitos estudiosos chamam de heteronormatividade (BUTLER, 2003 in VEIGA, 2011, p.02)

A comunidade LGBTI+, diante da ausência de representatividade nas mídias convencionais e um apagamento de suas formas de viver, pensar e existir em sociedade, buscou em meios próprios a sua maneira de se comunicar: foi quando deu-se início a imprensa dirigida para homossexuais, ou “Imprensa Gay”, como chamaremos neste artigo. Tanto no Brasil quanto no mundo, ela “surge da necessidade que uma parcela da sociedade teve de procurar seus semelhantes, buscar uma união com os iguais, construir um refúgio coletivo e lutar contra um sistema que os tornava invisíveis” (RODRIGUES, 2018, p.237). De acordo com Péret (2011), a Imprensa Gay brasileira surge apenas na década de 1960, e ganha mais força e caráter político no final de 1970, mesmo a duras penas, diante da ordem social causada pelos anos pungentes da Ditadura Militar.

Este tipo de jornalismo, que detém um público específico como potencial consumidor, cresceu nos últimos anos. O chamado “Jornalismo Especializado”, não busca mais levar a informação de maneira massiva, ele entende a notícia enquanto produto da informação, e desta forma, tem um público que o busca, consome e compreende. “Nesse estágio em que as escolhas individuais prevalecem

sobre o engajamento com a coletividade, faz sentido que a informação procure atender às especificidades ao se dirigir aos públicos diferenciados” (ABIAHY, 2005, p. 05).

O primeiro veículo de grande circulação voltado para o público gay, o *Lampião da Esquina* (1978 - 1981), foi um periódico mensal criado por jornalistas declaradamente homossexuais que queriam escrever sobre a temática gay, falando sobre direitos e política. De acordo com Péret (2011), “o jornal diferenciava-se da imprensa gay que o precedeu pelo enfoque político que dava ao tema da homossexualidade”. Isso porque, na década de 1960, existiram outras publicações voltadas para o público gay, como o *Jornal Snoob*, porém, era feito de forma artesanal, mimeografado, distribuído entre amigos próximos no Rio de Janeiro, e seu conteúdo eram registros de festas e reuniões de grupos gays, além de dicas sobre “pegação” (RODRIGUES, 2018).

A edição zero do *Lampião da Esquina* foi publicada em abril de 1978, quando o país vivia sob intervenção militar, e diversos jornais, sobretudo da imprensa alternativa, eram constantemente censurados. O jornal durante suas 36 edições, contou com editores como Aguinaldo Silva e João Silvério Trevisan e tentou dar visibilidade a questões que envolviam a comunidade homossexual da época.

Sem abandonar o humor, o vocabulário gay, a ironia e o sarcasmo, oferecia um tratamento que combatia a imagem dos homossexuais como criaturas destroçadas por causa do seu desejo, incapazes de realização pessoal e com tendência de rejeitar a própria sexualidade, apostando em uma construção positiva da identidade gay (PÉRET, 2011, p.49)

Com forte influência da imprensa alternativa e da contracultura, o *Lampião* abordou em suas publicações também assuntos envolvendo grupos minoritários, como o feminismo e a questão racial. Ao tentar quebrar essa barreira entre o que era veiculado nas mídias de massa, explorando temas polêmicos, o *Jornal* tira do dito “comum” e dá a grupos, representatividade pouco ou nada explorada pela imprensa brasileira da época. Ao longo dos anos em que esteve em circulação, além de problemas internos e ideológicos, o jornal sofreu também com a falta de anunciantes publicitários. Naquela época vincular uma marca ou produto a uma publicação homossexual, não era bem visto aos olhos de boa parte da sociedade. Uma outra dificuldade mesmo estando nas bancas, o jornal era, segundo Péret (2011), “escondido”, e que só o fato de alguém comprar um

“jornal de viado”, tratava-se de uma espécie de “saída do armário”, uma forma de se assumir. Diante disso, mesmo com matérias com conteúdo de qualidade e provocativo, o *Lampião da Esquina* teve seu fim após três anos.

A Imprensa Gay brasileira passou por diversas fases, dos jornais com cunho político, até as revistas especializadas que mesclavam informação e erotismo, como as revistas *G Magazine* e *Júnior*, muito populares dos anos 1990 e primeira década de 2000. O advento da internet nas duas décadas dos anos 2000 e sua posterior popularização, através de *tablets*, *smartphones* e *notebooks*, fez com que toda a mídia impressa sofresse um declínio. Com todo conteúdo a um clique, seria muito difícil manter um público leitor fiel, que pudesse manter revistas e jornais dos mais variados tipos, e os voltados para o público gay, que sofriam com um número menor de anunciantes, mais complicado ainda. Manter um site é muito mais barato do que uma mídia impressa. Vale destacar o site Mix Brasil, pioneiro em rede com conteúdo voltado ao público gay brasileiro, que esteve no ar entre 1995 e 2005 e foi um importante meio para o reconhecimento da comunidade LGBTI+ durante o período que esteve em atividade (RODRIGUES, 2018).

Na internet, tanto os conteúdos informativos quanto a pornografia ficaram mais acessíveis, permitindo com que pessoas de diferentes classes sociais, gêneros e orientações sexuais se aproximem e possam falar sobre suas experiências pessoais e profissionais. Louro (2004), aponta o quanto LGBTI+, viram-se pouco representadas nas mídias, sejam elas televisivas, publicitárias ou impressas e destaca que:

A afirmação da identidade supunha demarcar suas fronteiras e implicava uma disputa quanto às formas de representá-la. Imagens homofóbicas e personagens estereotipados exibidos na mídia e nos filmes são contrapostos por representações “positivas” de homossexuais. Reconhecer-se nessa identidade é questão pessoal e política. (LOURO, 2004, p.32)

O fenômeno das redes sociais e canais de vídeos pela internet também possibilitaram uma maior democratização da informação sobre LGBTI+. Foi quando travestis, *drag queens*, transsexuais e intersexuais, puderam se mostrar, ter poder de fala e ganhar visibilidade em redes, indivíduos que “são mobilizados nas ruas ou nas redes por aqueles (as) que por muito tempo se sentiram silenciados e agora disputam a legitimidade ou a autoridade de fala” (FACCHINI, 2018, p.329). É possível hoje visitar sites que mesclam conteúdo pornográfico com informativo/jornalístico que se prolifere

raram na rede, assim como canais de vídeos informativos, podcasts, perfis nas redes sociais que trazem informações das mais diversas sobre direitos, saúde, políticas públicas, formas de ser e sentir de cada uma das identidades sexuais, a internet apesar de suas contribuições, abriu um universo de possibilidades para LGBTI+, que pouco tinham espaço em mídias tradicionais e hegemônicas.

O Canal Põe Na Roda, conforme já mencionado aqui, consegue levar informação segmentada para o público LGBTI+, com viés humorístico. Em suas publicações, há notadamente uma preocupação em dar espaço para informações para as pessoas, sem perder o humor, que é uma das suas principais características e que faz sucesso na internet. A comunidade que agora é representada por tantas letras, não está mais nas bancas de jornais,

porém se enxerga em outros meios. Os produtos midiáticos que antecederam essa busca por visibilidade, agora sendo galgada através dos fóruns, redes sociais e canais na internet, servem como memória para uma geração que deve muito às lutas do passado.

Análise descritiva – Canal Põe na Roda em múltiplas plataformas

O Põe na Roda, tem a plataforma de compartilhamentos de vídeos *Youtube* seu mais relevante meio de propagação de informações, visto que é através dele, que principal produto do canal – vídeos semanais –, são publicados, e a partir de então monetizados. Segundo consta em sua descri-

ção, o canal foi criado em 26 de janeiro de 2014, conta com 1,24 milhões de inscritos e já teve 224.264.811 visualizações (dados coletados em 28 de fevereiro de 2022). Os vídeos são publicados sempre às terças e sextas-feiras às 14h.

Os vídeos das terças são de conteúdo variado, podendo ser um esquete de humor, informativo acerca de saúde LGBTI+, dicas de viagem, depoimentos de pessoas LGBTI+ e/ou seus familiares, ou ainda esclarecimento de dúvidas entre as mais diversas formas de ser e sentir LGBTI+. Inclusive, o canal possui algumas sessões com arquivos de vídeos: Para Rir, Para Refletir, Família Põe na Roda, Trans -Põe na Roda e Viagens Pelo Mundo.

Às sextas-feiras o canal assume uma característica mais jornalística, sem fugir da sua essência humorística. O “Deu Na Semana» é um noticiário apresentado pelo criador do canal, Pedro HMC, e tem em média de 12 a 16 minutos de duração. O jornal tenta preservar algumas das características de um telejornal, tais como: escalada e enquadramento em plano americano. As notícias divulgadas são do que aconteceu no Brasil e no mundo, relacionado ao universo LGBTI+, então são comuns matérias sobre cultura pop, celebridades que se assumiram LGBTI+, ações e declarações de cunho homofóbico ou desrespeitoso por parte de pessoas públicas, novidades no campo da medicina, ciência, do direito que envolvam de alguma forma pessoas LGBTI+. Todo o conteúdo publicado no canal do Youtube e massivamente divulgado nas outras mídias componentes.

Um ponto importante a ser destacado, é o número de visualizações dos vídeos no canal e justamente, o seu

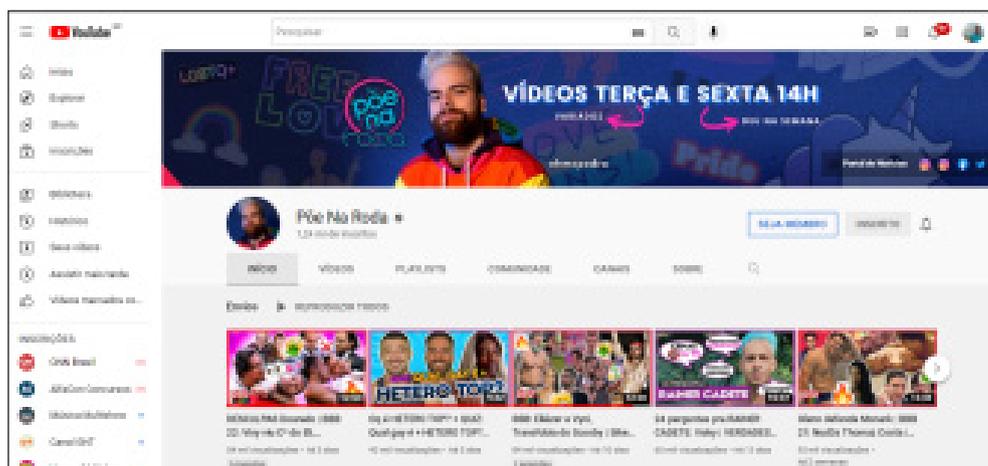


Figura 2. Canal Põe na Roda no Youtube
Picture 2. Põe na Roda channel on Youtube

Fonte: Imagem/Reprodução: Youtube

vídeo mais assistido. Com 13 milhões de visualizações está o vídeo **Pornô x Real (feat Diego Sans) - 3’43’’**. O vídeo mostra como um esquete de humor as diferenças entre o que é mostrado nos filmes pornográficos e como é na vida real. Diego Sans é, inclusive, um ator brasileiro muito famoso por seus filmes de conteúdo adulto. Esse interesse pelo erótico, é uma das heranças deixadas pelas revistas e jornais dedicados ao público gay no Brasil. De acordo com Péret (2011), alguns editores relatam que isso era o que permitia as vendagens, muito mais que o conteúdo jornalístico.

O Instagram é atualmente a rede social com maior engajamento. O perfil do Põe Na Roda nesta plataforma foi criado em abril de 2014, conta com 484 mil seguidores e 5.011 publicações em seu feed (dados coletados em 28 de fevereiro de 2022). Dada a dinamicidade desta rede social, o @poenaroda utiliza-se dela tanto para divulgar os vídeos do canal, quanto seu site de notícias e de outros veículos de comunicação. No perfil possível através dos comentários e caixinhas de perguntas deixadas nos stories, que os usuários comentem, repercutam, compartilhem e deixem sugestões. A interatividade, inclusive, é uma das características desta rede e que o canal tem feito de uma forma positiva. O chamado “biscoito da audiência” é uma maneira que o usuário tem para aparecer em algum vídeo do “Deu na Semana”, usando a hashtag #biscoitodaaudienciapoenaroda, faz com que os editores visualizem as fotos postadas pelos seguidores em seus perfis e as coloquem na edição do vídeo, sendo descritas pelo apresentador de maneira bem humorada. O link da descrição, redireciona para o que conta na Figura 1 do artigo, onde as múltiplas plataformas são expostas.

O site de notícias do canal, sob o domínio poenaroda.com.br, é o veículo que dá a possibilidade de maior convergência entre todas as mídias do Põe Na Roda. Definida como “de informação, cultura e entretenimento LGBT”, a editora divide as matérias nos seguintes cadernos: Comportamento, Diversidade, Pop, Agenda, Vídeos e Turismo. A maioria das notícias são escritas por Pedro HMC e sua equipe, mas também são replicados conteúdos de outros sites e dado os devidos créditos. No entanto, foi possível notar que dentre todas as plataformas, o site está desatualizado. Suas últimas publicações são datadas de julho de 2021. Sua única atualização recente é um link direto para um vídeo do canal, já de 2022. No site há links para acesso a todas as plataformas do Põe na Roda.

Importante rede social na última década, o Facebook já não possui mais a mesma força que antes. Mesmo assim, boa parte dos veículos de comunicação mantém um perfil nesta rede e o alimentam de maneira simultânea a outras

plataformas. Com 269.111 seguidores (dados coletados em 28 de fevereiro de 2022), o perfil “facebook.com/poenaroda”, é descrito como “Portal de notícias + vídeos LGBTs. Mais de 1 milhão de inscritos no Youtube!” Além de apresentar os links para acesso a todas as plataformas. Basicamente são postados conteúdos de cunho LGBTI+, de outros sites, visto que (conforme descrito acima) o site próprio do Põe Na Roda, encontra-se desatualizado.

Na web desde abril de 2014, o perfil no Twitter @CanalPoenaRoda é outro importante meio de divulgação para a equipe. O perfil conta com 100,1 mil seguidores e já fez 26,2 mil tweets (dados coletados em 28 de fevereiro de 2022). Suas últimas publicações, no entanto, se assemelham

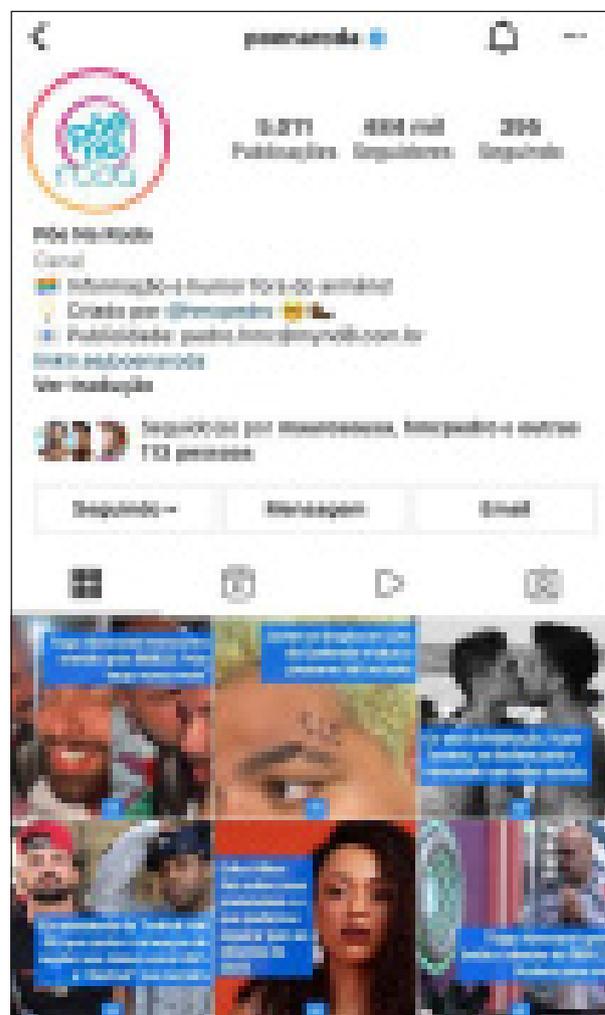


Figura 3. Perfil @poenaroda no Instagram
Picture 3. Profile @poenaroda on Instagram

Fonte: Foto/Reprodução: Instagram



Figura 4. Site Põe Na Roda
Picture 4. Site "Põe na Roda"

Fonte: Imagem/Reprodução: poenaroda.com.br



Figura 5. Facebook Põe Na Roda
Picture 5. Facebook Põe Na Roda

Fonte: Imagem/Reprodução: Facebook

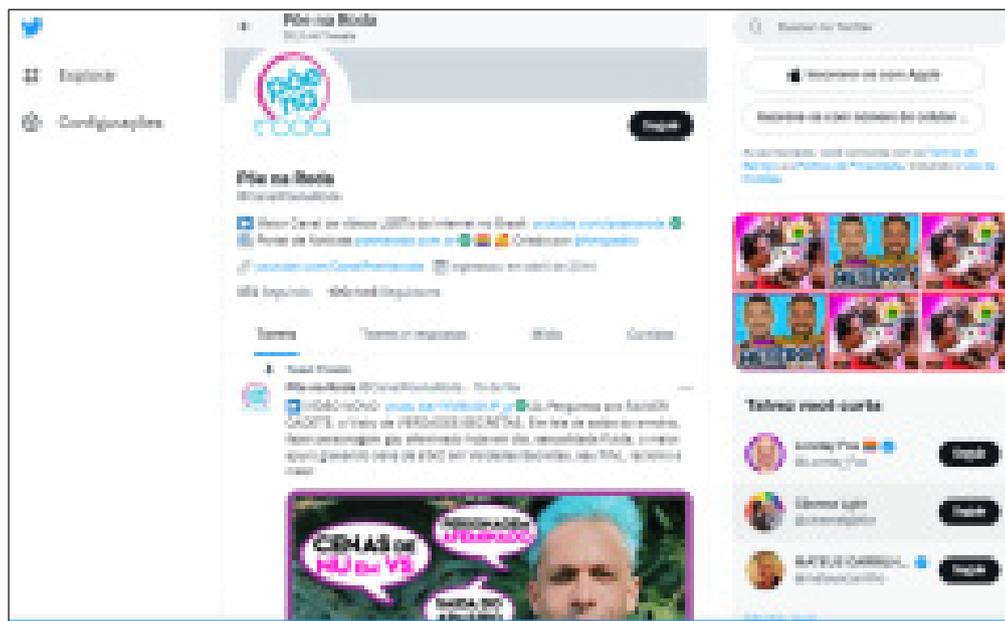


Figura 6. Perfil no twitter @CanalPoenaRoda
Picture 6. Profile on twitter @CanalPoenaRoda

Fonte: Imagem/Reprodução: Twitter Canal Põe na Roda

às do perfil do facebook: compartilhamento de notícias relevantes para pessoas LGBTI+ de outros veículos de imprensa, além de links para os vídeos do canal no Youtube.

O Canal também possui um perfil na rede social Hotmart Sparkle – aplicativo que permite o usuário criar comunidades e compartilhar seus conteúdos especificamente com seus membros. No entanto, esse perfil é fechado e até a finalização deste trabalho não fomos aceitos como participantes da comunidade, sendo inviável a análise descritiva do perfil nesta rede.

Para complementar esse trabalho, seria importante um breve relato do criador do canal, Pedro HMC, mas apesar das tentativas, não conseguimos marcar uma entrevista com o mesmo, para que algumas dúvidas fossem sanadas. No entanto, através dos próprios vídeos e histórico do canal em todas as mídias, muito foi coletado e apresentado nesta produção.

Considerações finais

Fazer jornalismo não é uma tarefa fácil. Apesar das suas transformações e na possibilidade de todos, em tempos de Sociedade da Informação, estarem conectados e aparentemente produzirem notícias, o aparato tecnológico não confere necessariamente credibilidade, sensibilidade e objetividade, que são essenciais para um bom fazer jornalístico.

O Canal Põe Na Roda tem desempenhado um papel importante na nova “Imprensa Gay” brasileira. Ao entender que é possível unir humor, informação, opinião e interatividade, penetrando em múltiplas plataformas, ele se adequa a esse novo formato de comunicar que ainda vai ser bastante explorado nos próximos anos. Ao realizar uma breve análise sobre o canal e as plataformas que o compõem, foi possível entender o quanto o dinamismo dos criadores é essencial para a sua manutenção e sucesso².

Seu principal produto, os vídeos para o Youtube,

2 – É importante frisar um fato importante, que embora não tenha relação direta com as análises discutidas neste artigo, faz-se relevante mencionar. Este trabalho foi produzido nos meses de janeiro e fevereiro de 2022, quando o Canal Põe na Roda tinha uma periodicidade em suas postagens, conforme relatado aqui. No entanto, por conta de um fato de caráter pessoal envolvendo o dono e principal criador de conteúdo para o canal, Pedro HMC, o Põe na Roda, teve suas postagens interrompidas no dia 12 de março de 2022. O canal, bem como os demais perfis oficiais nas redes sociais continuam existindo, embora não tenham mais atualizações recentes, nem previsão de retomada em sua produção.

acertam ao repassar a informação de maneira leve, ágil e que dialoga com seu público alvo, seja nas gírias e expressões colocadas, bem populares com a comunidade LGBTI+ ou mesmo, valendo-se, vez em quando do apelo erótico, tal como exposto anteriormente, que acaba gerando mais repercussão e curiosidade das pessoas.

Nas outras mídias o canal trabalha bem com a interatividade e por fazer com que o público se identifique e sobretudo, sinta-se participante dos conteúdos mostrados. Apenas o site de notícias é pouco explorado e seu conteúdo carece de menos poluição visual e maior periodicidade das atualizações. [FIM]

Referências

- ABIAHY, Ana Carolina de Araújo. 2005. *O jornalismo especializado na sociedade da informação*. João Pessoa, PB: Universidade Federal da Paraíba, Ensaio, 27 p.
- CASTELLS, Manuel. *A Sociedade em Rede*. 11 ed. São Paulo: Paz e Terra, 2008. pp SBN. p 698.
- FACCHINI, Regina. 2018 *Múltiplas identidades, diferentes enquadramentos e visibilidade: um olhar para os 40 anos do movimento LGBTI*. In: GREEN, James N; QUINALHA, Renan; CAETANO, Márcio; FERNANDES, Marisa (orgs.). *História do Movimento LGBT no Brasil*. 1 ed. - São Paulo, Editora Alameda, p 311 - 329.
- FAUSTO NETO, Antônio. Jornalismo: sensibilidade e complexidade. *Revista Galáxia*, São Paulo, n. 18, p.17-30, dez. 2009. 17
- LOURO, Guacira Lopes, *Um Corpo Estranho – Ensaios sobre sexualidade e teoria queer*. Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2004, 92.
- MARCONDES FILHO, Ciro. *Comunicação e jornalismo: a saga dos cães perdidos*. [S.l: s.n.], 2002. p 176.
- PÉRET, Flávia. *Imprensa Gay no Brasil*. São Paulo: Publifolha, 2011 p.135
- QUINALHA, Renan. *Movimento LGBTI+: uma breve história do século XIX aos nossos dias*. Belo Horizonte, Autêntica, 2022. p 197.
- RECUERO, Raquel. *Redes Sociais na Internet, Difusão de Informação e Jornalismo: Elementos para discussão*. 2009, online. Disponível em: <http://www.raquelrecuero.com/artigos/artigoredesjornalismorecuero.pdf>. Acesso em: 27 fev. 2022.
- RODRIGUES, Jorge Caê. *A imprensa gay do Brasil*. 2018 In: GREEN, James N; QUINALHA, Renan; CAETANO, Márcio; FERNANDES, Marisa (orgs.). *História do Movimento LGBT no Brasil*. 1 ed. - São Paulo, Editora Alameda, p 237 - 253.
- VEIGA, M.; Virginia Pradelina da Silveira Fonseca. Tecendo valores sociais hegemônicos na produção noticiosa: as imbricações do jornalismo na cultura e na reprodução de desigualdades e estereótipos. In: 20o COMPÓS - Encontro anual da associação nacional de programas de pós-graduação em comunicação, 2011, Porto Alegre. *Anais do Encontro Anual da Compós*, 2011. v. 1. p. 1-16.