



Instituto Federal de Brasília
Campus Brasília
Curso Tecnólogo em Eventos

Letícia Regina Pinheiro

Blog Orgulho BSB: Proposta de Intervenção do evento Parada LGBT

**Brasília
2021**

Letícia Regina Pinheiro

**Blog Orgulho BSB: Proposta de Intervenção do evento Parada
LGBT.**

Trabalho de conclusão de curso apresentado ao curso Tecnólogo em Eventos do campus Brasília do Instituto Federal de Brasília como requisito parcial para obtenção de título de Tecnólogo em Eventos.

Orientadora: Elissélia Keila Ramos Leão Paes.

**Brasília
2021**

SUMÁRIO

1. APRESENTAÇÃO.....	4
1.1 Referencial teórico.....	5
2. OBJETIVOS.....	7
2.1 Objetivo geral.....	7
2.2 Objetivos específicos.....	8
3. JUSTIFICATIVA.....	8
4. CARACTERIZAÇÃO DA TIPOLOGIA EM EVENTOS.....	9
5. PÚBLICO-ALVO.....	9
6. METODOLOGIA.....	10
7. PLANO DE COMUNICAÇÃO.....	19
8. MATRIZ DE RESPONSABILIDADES.....	22
9. RESULTADOS ESPERADOS (IMPACTOS E CONTRIBUIÇÕES).....	23
10. REFERÊNCIAS.....	24

1. APRESENTAÇÃO

Um dos maiores manifestos dos movimentos sociais é das pessoas lésbicas, gays, bissexuais, transexuais, queer, intersexo, assexual, pansexuais dentre outras identidades são as paradas do orgulho LGBT. O termo correto é parada LGBTI+, pois o evento é de comemoração da comunidade LGBTI+. O uso da manchete e expressão Parada Gay não contempla o conjunto das pessoas que organizam e participam do evento, o qual é justamente uma manifestação da diversidade. Da mesma forma, concentrar a cobertura dos meios de comunicação em determinados estereótipos, por exemplo, passa uma imagem distorcida em relação ao evento. O número de participantes nas Paradas varia de acordo com a fonte de informação. O ideal é consultar os organizadores do evento (ABGLT, 2010). Atualmente a sigla mais usual é a LGBTQIA+ por ser mais inclusiva e representativa. Porém em razão da padronização do evento pesquisado usarei ao longo do projeto a sigla LGBT.

A parada é um evento que promove a visibilidade perante a sociedade no que tange respeito e garantias de direitos. A parada no Brasil com maior público e notoriedade é a da cidade de São Paulo, tendo sua primeira edição em junho de 1997.

Trazendo para nossa localidade, o Distrito Federal, Brasil, tem paradas do orgulho em Ceilândia, Planaltina, Taguatinga entre outras regiões administrativas. O objeto do meu estudo é a parada do orgulho LGBT de Brasília. Utilizando a 22ª edição do ano 2019 como referencial de dados, num cenário antes pandemia. No dia 14 de julho de 2019, um domingo, ocorreu a última parada presencial em razão da pandemia causada pela Coronavírus (COVID-19). Com o tema “50 anos da revolta de Stonewall – um marco do movimento pelos direitos LGBTQI no mundo”. A concentração foi no Congresso Nacional, seguindo até a Torre de TV, Rodoviária do Plano Piloto e com encerramento no Museu Nacional. Todo o evento teve a duração de sete horas. Contando com seis trios elétricos, momentos com discursos políticos, musicalidade e apresentações artísticas.

Segundo a organização, a 22ª parada LGBT de Brasília levou às ruas 120 mil pessoas. Querendo compreender a fundamentação histórica do evento foi notada a escassez de informações que iriam servir de um embasamento maior e melhor para o projeto. Apesar da Parada de Brasília ter mais de 30 anos, foi apenas no dia 14 de abril de 2020, que o governador Ibaneis Rocha Barros Júnior sancionou a lei que inclui a Parada do Orgulho LGBT na agenda oficial do Distrito Federal. O evento já tem seu reconhecimento e representatividade solidificados. Mas falta um melhor arquivamento dos fatos históricos, o acesso ao público geral desses arquivos e um canal unificado com as informações e de interação.

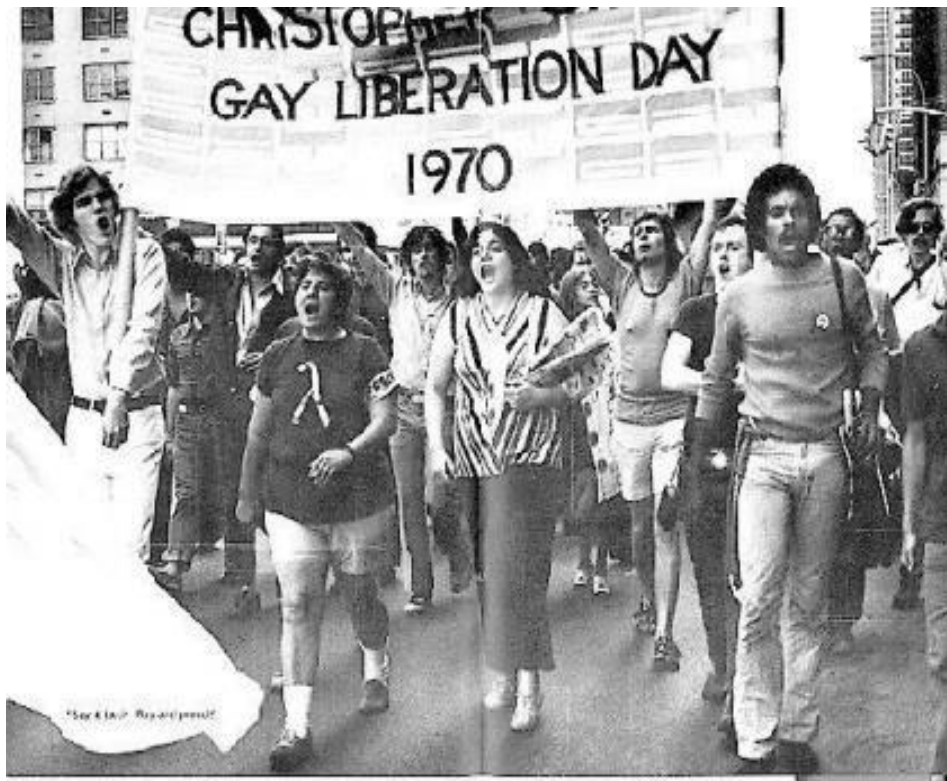
O projeto vem com uma proposta de intervenção que irá auxiliar diretamente os produtores da parada, por conseguinte todos que por alguma razão queiram e/ou precisem buscar assuntos sobre a Parada do Orgulho LGBT de Brasília. Será ofertado um produto que irá trabalhar na criação e fomento de um canal que fará esse resgate histórico, documental, de divulgar, interagir e informar através de um blog. A pesquisadora realizou uma pesquisa entre janeiro e fevereiro de 2021 com o público-alvo do evento para justificar a necessidade da criação desta mídia social.

1.1 REFERENCIAL TEÓRICO

Em Nova York, no bar *Stonewall Inn*, ocorreu o fato que foi o marco da luta da comunidade LGBT. O bar era conhecido por abrigar pessoas que estavam marginalizadas perante a sociedade da época. Sobretudo, lésbicas, gays, trans e bis. Os bares que permitiam a consumação do público citado eram geralmente controlados pela máfia e que por meio de suborno da polícia mantinham o estabelecimento aberto. Porém habitualmente havia inspeções nos bares confiscando bebidas, prendendo pessoas que estivessem sem documentação de identificação e pessoas que não estivessem utilizando no mínimo 3 peças de roupas condizentes com o gênero de registro. Cansados das incursões policiais, ganharam protagonismo usando a força e da violência. (LELIS, 2019).

Na inspeção rotineira do dia 28 de junho de 1969, os policiais encontraram resistência por parte dos presentes no bar, quando o policial pedia a documentação de identificação e recebia uma negativa. Teve resistência às tentativas de prisão. Os policiais começaram a ser mais violentos e tiveram como resposta violência. Como os policiais eram minoria em quantitativo ficaram encurralados no próprio bar e em paralelo uma enxurrada de pessoas que ocupavam as ruas. Ganhando o status da primeira resistência pública dessa comunidade. No ano seguinte ocorreu a primeira parada do orgulho (LELIS, 2019). Conforme a figura 01:

Figura 1: Fotografia da primeira parada do orgulho



Fonte: QQ Magazine, 2004

Já no Brasil, a primeira parada do orgulho LGBT de São Paulo ocorreu em junho de 1997, contando com a participação de 2 mil pessoas. Naquele ano os movimentos sociais não incorporaram siglas tão comuns para representação da comunidade. Em 1998, foi criada a Associação do Orgulho GLBT de São Paulo (APOGLBT SP) que desde então passou a ser a organizadora do evento. Em 2019, aconteceu a 23ª Parada do Orgulho LGBT, de São Paulo. Com o tema “50 anos de Stonewall - Nossas conquistas, nosso orgulho de ser LGBT+.”. A concentração foi na Avenida Paulista tendo a Rua da Consolação como ponto final. Teve 19 trios desfilando entre eles de patrocinadores, ONG’s e da secretaria de estado.

É essencial refletir que a Parada do Orgulho LGBT de São Paulo é um evento que equipara a metrópole paulistana a cidades que já atuam há muitos anos com este evento, tais como: Berlim, Nova Iorque e San Francisco, não por sua mera existência, reproduzida em dezenas de outras cidades brasileiras, mas pelo estrondoso contingente humano que se mobiliza em direção a São Paulo, de todos os cantos do Brasil e do planeta. De acordo com Jesus (2010, p.58):

A Parada do Orgulho LGBT é um evento paulistano de atração global, e nesse aspecto

fica patente que o papel de LGBT na trama da —Terra da Garoa mudou, tornando-se central na mentalidade dos gestores urbanos e, mesmo que intuitivamente, para a formação da cidade ator São Paulo. Configura-se como um dos fatores essenciais desse projeto de gestão urbana e unificação de interesses das inúmeras personalidades paulistanas, pois a Parada movimenta não apenas a economia, mas igualmente olhares do mundo inteiro, que se voltam para São Paulo; isso é primordial para a gestão das cidades-ator.

A primeira Parada LGBT de Brasília aconteceu no ano de 1998, num domingo, no Eixo Rodoviário Sul. O evento teve influência direta da parada de São Paulo, que foi realizada em 1997. Foram os integrantes da ONG Grupo pela Vida que organizaram a manifestação na capital federal. O evento contou com dois trios e a concentração foi na altura da 109 sul, local do bar Beirute que é conhecido por ser frequentado pela comunidade LGBT. O medo da exposição, da “retirada do armário”, foi a maior preocupação de alguns presentes (TRINDADE, 2021).

Em Brasília (aqui entendida como especificamente o Plano Piloto de Brasília), nos últimos anos, a parada tem saído do Eixo Rodoviário Sul e terminando na Rodoviária do Plano Piloto, o que sugere a ideia de que os LGBT buscam visibilidade junto à população em geral, ante à dificuldade de se encontrar um local central, a Rodoviária se torna o ápice do evento.

Segundo Jesus (2010), o movimento social LGBT, porém, é pouco conhecido pela sociedade no aspecto de sua atuação política cotidiana, sendo que as paradas, enquanto manifestações festivas e, portanto, vistas como menos —carrancudas, têm alcançado ampla visibilidade.

Refletindo nessa realidade do pouco conhecimento sobre o evento, sobretudo, a Parada LGBT de Brasília, o projeto se propôs a criar um blog, resgatando o histórico e unificando as informações.

2. OBJETIVOS

2.1 OBJETIVO GERAL

Construir um blog, auxiliando os produtores da Parada do Orgulho LGBT de Brasília a resgatarem o histórico da Parada e unificar as informações sobre o evento.

2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- a) Prestar um serviço que auxilia no resgate histórico, que organize conteúdos mediante a demanda através de participação popular e unificação de assuntos condizentes e pertinentes ao evento.
- b) Publicizar o evento e dar visibilidade a temática que abarque toda a comunidade LGBT.
- c) Apresentar um produto que será um blog de comunicação para a Parada do Orgulho LGBT de Brasília.
- d) Criar um espaço para debates, diálogos e interações entre produtores, público-alvo e mais interessados.

3. JUSTIFICATIVA

A parada do orgulho é um marco para a comunidade LGBT. É o momento do protagonismo, da visibilidade e da alegria fazendo um contraste com a realidade dos demais dias do ano. Notoriamente os produtores possuem a preocupação em trazer temáticas para as paradas condizentes com assunto em voga e com caráter urgente. Ter um lugar de fácil acesso das informações desde as mais históricas até as atuais são de suma importância para a própria comunidade se empoderar e se sentir pertencente ainda mais desse movimento social.

A intervenção sugerida tem por finalidade organizar, disseminar e democratizar a informação sobre o evento num blog. Segundo Castells (2015), estamos em uma sociedade em rede, uma nova estrutura social cujo funcionamento depende de tecnologias digitais de informação e comunicação.

4. CARACTERIZAÇÃO DA TIPOLOGIA DE EVENTOS

A parada é um evento aberto em geral onde é permitida a participação de todos com gratuidade garantida. A classificação com relação ao quantitativo de participantes do evento é classificado como megaevento. A área de interesse do evento se enquadra no evento cívico por estar relacionado a assuntos ligados à pátria.

As paradas do Orgulho LGBT são eventos organizados pelo movimento social com a finalidade de tornar massiva a visibilidade da população Lésbica, Gay, Bissexual, Travesti e Transexual.

Contudo enquanto passeatas, as Paradas têm um caráter político reivindicatório, e enquanto evento de tipologia desfiles —carnavalescos, dramatizam e exacerbam as diferenças internas entre LGBT, e em relação à população em geral. Para Zitta (2018), os desfiles se caracterizam pela apresentação de produtos, servindo de entretenimento ou para alavancar outros eventos. Conforme Matias (2014), às condições básicas para o sucesso deste tipo de evento é a escolha adequada dos convidados.” Como o evento é planejado e proposto para atingir um público específico e conscientizar outros precisa estar alinhado à essência do movimento.

Podemos, *a priori*, definir essas Paradas como eventos de ordem política que visam massificar a visibilidade da população LGBT dado que, historicamente, as práticas homoafetivas e as de transgêneros (travestis e transexuais) são estigmatizadas, e precisam ser valoradas por meio destes movimentos, dos quais os eventos estão inseridos.

5. PÚBLICO-ALVO

De acordo com Churchill e Peter (2000), o público-alvo consiste em um grupo de compradores atuais ou potenciais com necessidades e desejos em comum, no qual a organização decide conhecer. O projeto no primeiro momento irá ajudar e beneficiará os produtores com a catalogação das informações, divulgação e manutenção do canal. A comunidade LGBT, sociedade no geral e pesquisadores terão uma fonte segura para obtenção de informações e pesquisas na produção de conhecimento. Conforme o quadro 01:

Quadro 01: Conceituação da sigla LGBTQIA

Lésbica	Mulheres que se relacionam afetivo-sexualmente com outras mulheres.
Gay	Homens que se relacionam afetivo-sexualmente com outros homens.
Bissexuais	Pessoas que se relacionam afetivo-sexualmente com ambos os sexos.
Transexuais	Pessoa que possui uma identidade de gênero diferente do sexo definido no nascimento.
Queer	Pessoas que se identificam como queer, os termos lésbica, gay, e bissexual são percebidos como rótulos que restringem a amplitude e a vivência da sexualidade.
Intersexo	Pessoas que nascem com características sexuais biológicas que não se encaixam nas categorias típicas do sexo feminino ou masculino.
Assexual	É um indivíduo que não sente nenhuma atração sexual, seja pelo sexo/gênero oposto ou pelo sexo/gênero igual.

Fonte: Elaborado pela autora.

6. METODOLOGIA

O projeto de intervenção, é segundo Paz et al. (2013, p. 4), “uma ação organizada que deve responder a uma ou mais necessidades implícitas na causa sobre a qual incidirá a

intervenção, ou seja, trata-se de uma proposta objetiva e focalizada, para resolver problemas da realidade. Como metodologia utilizou-se a pesquisa de campo que segundo Lakatos e Marconi (2003, p. 186):

É aquela utilizada com o objetivo de conseguir informações e/ou conhecimentos acerca de um problema, para o qual se procura uma resposta, ou de uma hipótese, que se queira comprovar, ou, ainda, descobrir novos fenômenos ou as relações entre eles.

Como instrumento de pesquisa, escolheu o caráter descritivo com a aplicação do questionário em formato de Google Forms com 9 perguntas direcionadas ao público LGBT no período de janeiro a fevereiro de 2021. O questionário foi aplicado em redes sociais condizentes com o público-alvo: em grupos e páginas do Facebook e grupos do WhatsApp. Sendo que 8 perguntas eram objetivas e 1 subjetiva. Conforme pode ser observado no quadro 02:

Quadro 02: Perguntas do questionário.

Perguntas que constavam no questionário:
1. Qual sua orientação sexual?
2. Qual é sua cor ou raça?
3. Qual é a sua idade?
4. Você já participou do evento Parada LGBTs de Brasília?
5. Você já teve a necessidade de pesquisar sobre a história da Parada LGBTs de Brasília?
6. Você tem ou já teve dificuldade em encontrar assuntos e/ou informações sobre a Parada LGBTs de Brasília? Se a sua resposta foi positiva, pode relatar qual foi sua maior dificuldade?
7. Você acha relevante ter um canal de mídia digital que concentre todas as informações a respeito do evento Parada LGBTs de Brasília?
8. Quais produtos interativos e midiáticos lhe interessaria mais:
9. Quais os assuntos que mais te interessam quando você se reporta para o evento Parada LGBTs de Brasília?

Fonte: Elaborado pela autora.

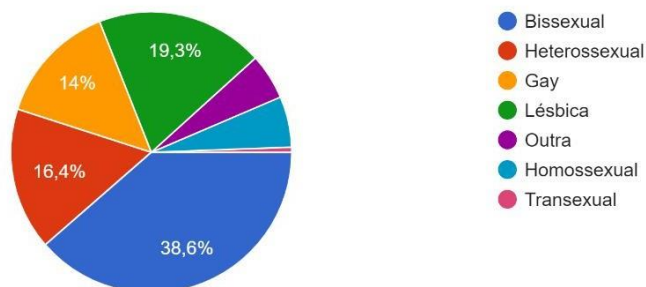
O objetivo geral era apresentar uma proposta de intervenção auxiliando os produtores da Parada do Orgulho LGBT de Brasília a resgatarem o histórico da Parada e unificar as informações sobre o evento. Nesse sentido, o caminho metodológico usado foi o método quantitativo e qualitativo para descrever o melhor cenário da pesquisa e aplicabilidade do produto do projeto. De acordo com Richardson (1999), “a abordagem **qualitativa** de um problema, além de ser uma opção do investigador, justifica-se, sobretudo, por ser uma forma adequada para entender a natureza de um fenômeno social” e “o método **quantitativo**, como

próprio nome indica, caracteriza-se pelo emprego da quantificação, tanto nas modalidades de coleta de informações quanto no tratamento delas por meio de técnicas estatísticas”. A relação entre **quantitativo e qualitativo**, entre objetividade e subjetividade não se reduz a um continuum, ela não pode ser pensada como oposição contraditória. Pelo contrário, é de se desejar que as relações sociais possam ser analisadas em seus aspectos mais “ecológicos” e “concretos” e aprofundadas em seus significados mais essenciais. Assim, o estudo quantitativo pode gerar questões para serem aprofundadas qualitativamente, e vice-versa (MINAYO; SANCHES, 1993).

A pesquisa obteve 171 respostas, sendo uma amostragem significativa para delinear a viabilidade da proposta. As respostas foram representadas através de gráficos e numa planilha feita no software Excel para uma melhor análise. Conforme, observa-se abaixo:

Gráfico 01: Respostas da primeira pergunta.

1. Qual sua orientação sexual?
171 respostas



Fonte: Elaborado pela autora.

Legenda:

Bissexuais – 38,6%

Gay – 19,8%

Lésbicas – 19,3%

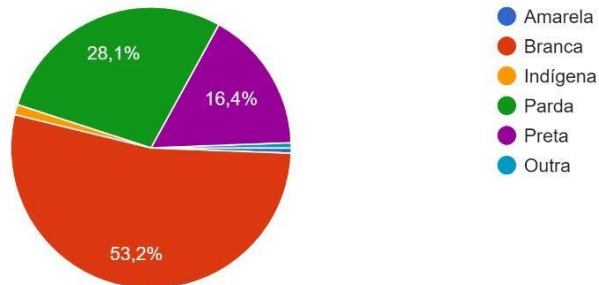
Heterossexual – 16,4%

Outra – 5,9%

Gráfico 02: Respostas da segunda pergunta.

2. Qual é sua cor ou raça?

171 respostas



Fonte: Elaborado pela autora.

Legenda:

Branca – 53,2%

Parda – 28,1%

Preta – 16,4%

Indígena – 1,2%

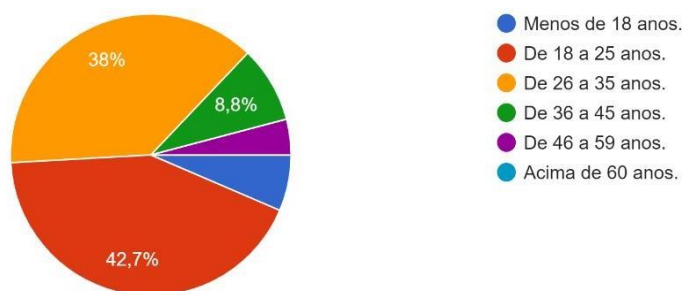
Amarela – 0,6%

Outra – 0,6%

Gráfico 03: Respostas da terceira pergunta.

3. Qual é a sua idade?

171 respostas



Fonte: Elaborado pela autora.

Legenda:

De 18 a 25 anos – 42,7%

De 26 a 35 anos – 38%

De 36 a 45 anos – 8,8%

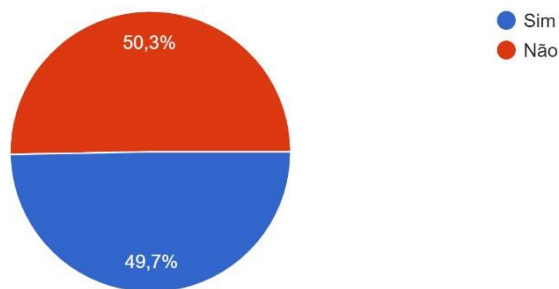
Menos de 18 anos – 6,4%

De 46 a 59 anos – 4,1%

As perguntas 01,02 e 03 serviram para nortear a pesquisadora a entender o perfil dos respondentes, e refletir no blog do projeto. Conhecer o perfil do público permitirá direcionar os diálogos, e assuntos que serão propostos no produto.

Gráfico 04: Respostas da quarta pergunta.

4. Você já participou do evento Parada LGBTQS de Brasília?
171 respostas



Fonte: Elaborado pela autora.

Legenda:

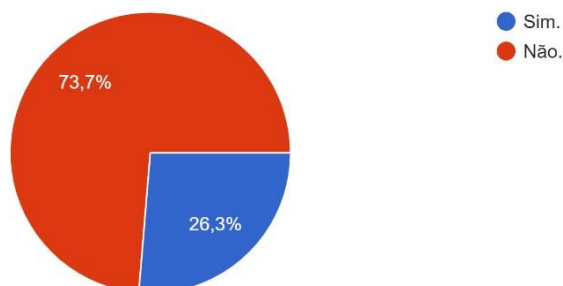
Não – 50,3%

Sim – 49,7%

A pergunta 04 questionava a participação dos respondentes no evento, e apesar de termos mais respondentes que não participaram 50,3% como se observa no gráfico, a resposta sim 49,7% foi relevante. Nesse sentido, os respondentes têm conhecimento sobre o evento, e consequentemente, sobre as principais indagações da pesquisa.

Gráfico 05: Respostas da quinta pergunta.

5. Você já teve a necessidade de pesquisar sobre a história da Parada LGBTQS de Brasília?
171 respostas



Fonte: Elaborado pela autora.

Legenda:

Não – 73,7%

Sim – 26,3%

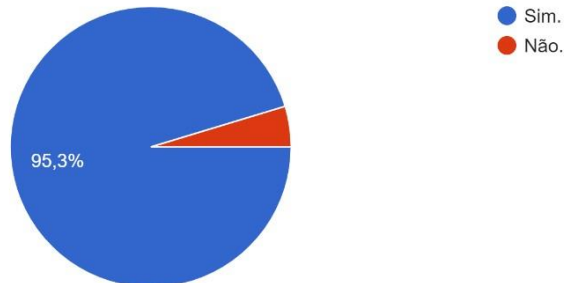
[illegible]

Fonte: Elaborada pela autora.

Gráfico 07: Respostas da sétima pergunta.

7. Você acha relevante ter um canal de mídia digital que concentre todas as informações a respeito do evento Parada LGBTQ+ de Brasília?

171 respostas



Fonte: Elaborado pela autora.

Legenda:

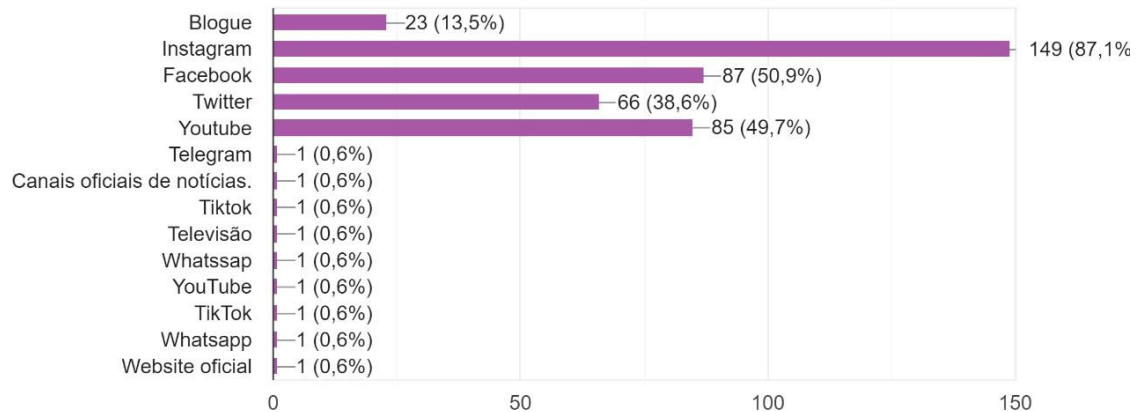
Sim – 95,3%

Não – 4,7%

Gráfico 08: Respostas da oitava pergunta.

8. Quais produtos interativos e midiáticos lhe interessaria mais:

171 respostas



Fonte: Elaborado pela autora.

Mais de uma opção poderia ser selecionada e o participante poderia adicionar sugestões.

Legenda:

Instagram – 87,1%

Facebook – 50,9%

Youtube – 49,7%

Twitter – 38,6%

Blogue – 13,5%

Tik Tok – 1,2%

WhatsApp – 1,2%

Telegram, Canais Oficiais de Notícias, Televisão e Website Oficial cada opção obteve – 0,6%

As perguntas 07 e 08 foram essenciais para a pesquisadora identificar, e escolher o produto midiático, e apesar do blogue 13,5% não ter sido o mais votado entre os respondentes, e sim, o Instagram 87,1% como se observa no gráfico 08. Optou-se por este produto por entender que a questão norteadora da pesquisa, e o objetivo principal era criar um produto que pudesse ter as informações mais conceituais, sobretudo históricas do evento.

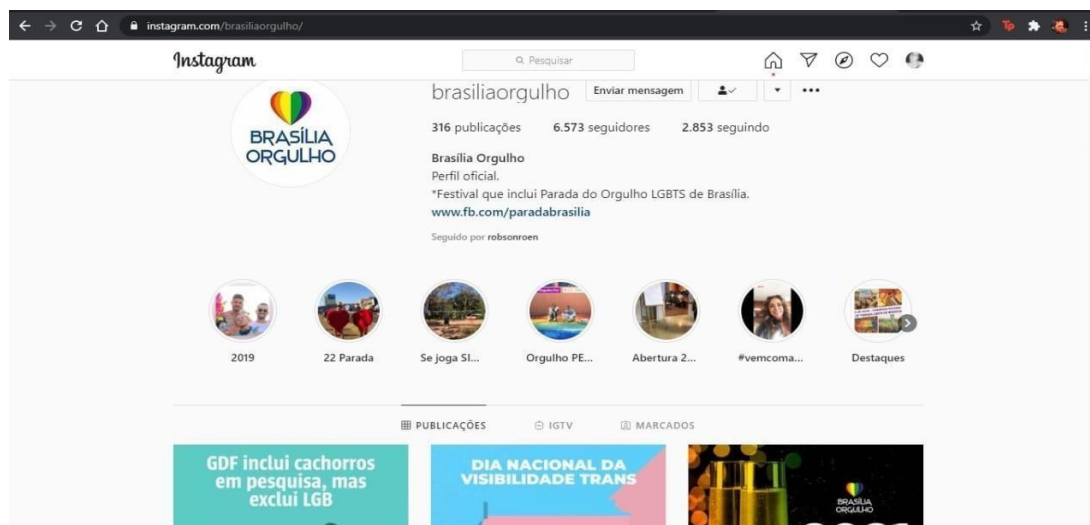
Outro fator importante de ser arguido é que já existe site (<https://brasiliaoorgulho.lgbt/>) e Instagram @brasiliaoorgulho referente ao evento Parada LGBT de Brasília.

Figura 3: Site oficial da Parada do Orgulho LGBT de Brasília



Fonte: *Print screen* da home do site oficial, 2021.

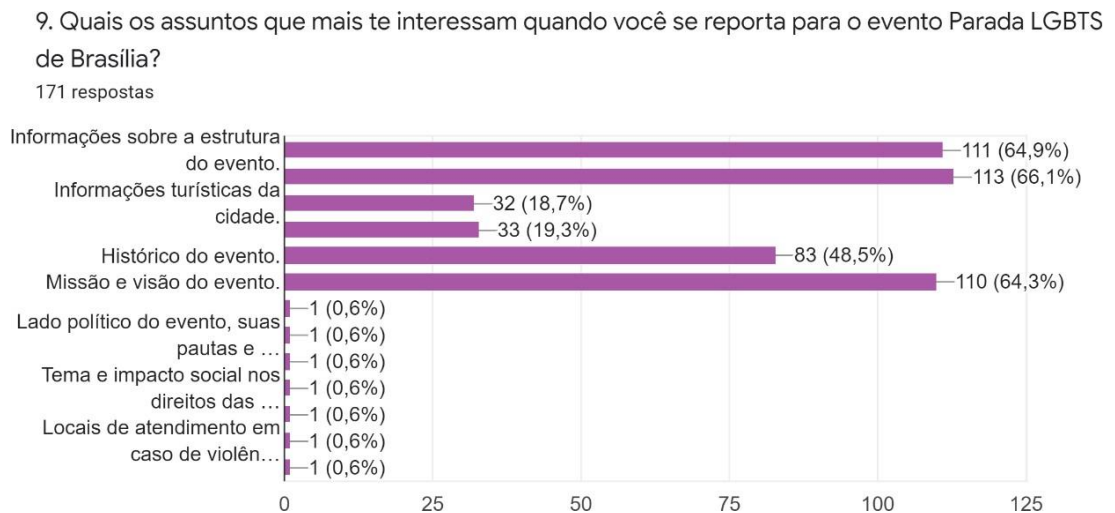
Figura 4: Instagram oficial da Parada do Orgulho LGBT de Brasília



Fonte: *Print screen* do Instagram oficial, 2021.

Por fim, a questão 09 foi de suma importância para a construção dos principais assuntos que constarão no produto do projeto, o blog. A pesquisadora quando questionou, quais assuntos mais interessavam aos respondentes era para planejar um produto que tivesse maior interatividade com o público que participa ou deseja participar do referido evento.

Gráfico 09: Respostas da nona pergunta.



Fonte: Elaborado pela autora.

Mais de uma opção poderia ser selecionada e o participante poderia adicionar sugestões.

Legenda:

Principais shows e atrações – 66,1%

Informações sobre a estrutura do evento – 64,9%

Missão e visão do evento – 64,3%

Histórico do evento – 48,5%

Informações de hospedagem e alimentação – 19,3%

Informações turísticas da cidade – 18,7%

Locais de atendimento em caso de violência, roubo e atendimento de saúde; agenda política para a defesa dos direitos das pessoas LGBTQI+; lado político do evento; suas pautas e reivindicações; e tema de impacto social nos direitos das pessoas LGBTQIQA+ foram acrescentadas pelos participantes.

7. PLANO DE COMUNICAÇÃO

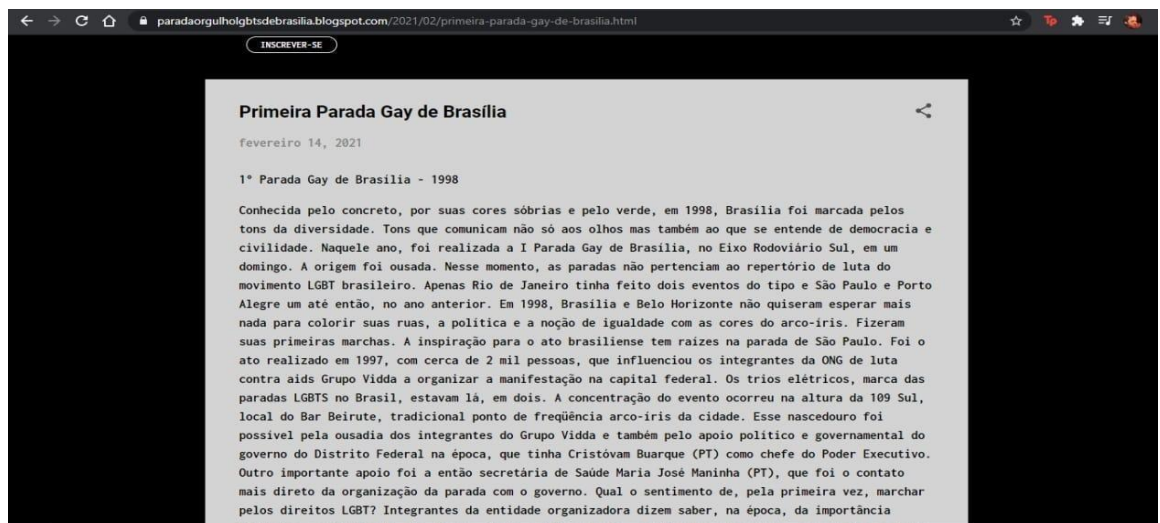
O plano de comunicação do projeto Blog Orgulho BSB foi pensado para atender a expectativa da pesquisa que tem como objetivo apresentar o blog. Para Schmidt (2007) blogs são: websites frequentemente atualizados onde o conteúdo (texto, fotos, arquivos de som etc.) são postados em uma base regular e posicionados em ordem cronológica reversa. Os leitores quase sempre possuem a opção de comentar em qualquer postagem individual, que são identificados com uma URL única. O blog do projeto tem como endereço eletrônico: (<https://paradaorgulholgbtsdebrasilia.blogspot.com/>). Sendo mais um produto de comunicação para o público participante e interessados terem acesso as principais informações sobre o evento. Conforme Figura 5 abaixo:

Figura 5: Blog Orgulho BSB



Fonte: Print screen da home do Blog Orgulho BSB, 2021.

Figura 6: Primeira publicação do Blog Orgulho BSB



Fonte: Elaborado pela autora, 2021.

Para que os primeiros conteúdos sejam construídos, a pesquisadora fará uma busca por meio das personalidades que fizeram parte da história para obter um robusto conteúdo histórico da Parada, para posteriormente alimentar o blog e estabelecer uma comunicação direta com os produtores, e assim conseguir uniformidade das informações.

O blog terá ainda como conteúdos a história das edições da Parada, questões sobre legislações, ações do movimento social, atualidades sobre a Parada.

Baseado ainda nas respostas do questionário, o blog terá informações sobre o evento, tais como: divulgação do dia, local e horário da Parada do Orgulho no ano vigente, e por fim algumas dicas e roteiros turísticos sobre Brasília-DF.

Para ter uma maior confiabilidade e credibilidade o blog estará linkado com o site oficial da organização da Parada.

A escolha pela palavra inglesa “*Human*”, humano em português, se deu de forma proposital para lembrar que todo ser pensante tem a espécie no *Homo sapiens* como elo e ausência das vogais “a” e “o” no final da palavra traz a neutralidade do marcador social de gênero. Cada letra tem as cores de bandeiras que representam alguns dos segmentos da comunidade LGBT. A cor preta no fundo foi escolhida para enaltecer e destacar as cores do próprio movimento que possui inúmeras bandeiras e cores. Conforme observa-se:

Bandeira Assexual

Figura 7: Bandeira Assexual.



Fonte: Elaborada pela autora.

Cores e Significados:

- a) Preto: Representa a assexualidade;
- b) Cinza: Representa “Gray-Ace” e a demisexualidade;
- c) Branco: Representa parceiros e aliados alossexuais (não assexuais);
- d) Roxo: Representa o conceito de comunidade.

Bandeira Bissexual

Figura 8: Bandeira Bissexual.



Fonte: Elaborada pela autora.

Cores e Significados:

- a) Rosa: representa a atração afetivo/sexual ao mesmo gênero (gay e lésbico);
- b) Azul: representa a atração afetivo/sexual ao gênero oposto (indivíduo heterossexual);
- c) Roxa: as faixas azul e rosa sobrepostas no centro formam uma sombra profunda que representa a atração afetivo/sexual a ambos os gêneros (bissexuais).

Bandeira Arco-íris

Figura 9: Bandeira Arco-íris.



Fonte: Elaborada pela autora.

Cores e Significados:

- a) Vermelho: representa a vida;
- b) Laranja: representa revigoração e cura;
- c) Amarelo: representa a luz solar;
- d) Verde: representa a natureza;
- e) Turquesa: representa a magia e a arte;
- f) Índigo: representa a serenidade;
- g) Violeta: representa o espírito.

Bandeira Transgênero

Figura 10: Bandeira Transgênero.



Fonte: Elaborada pela autora.

Cores e Significados:

- a) Azul: cor tradicional usada pela sociedade para representar os homens;
- b) Rosa: cor tradicional usada pela sociedade para representar as mulheres;
- c) Branco: para representar pessoas não binárias.

Bandeira Pansexual

Figura 11: Bandeira Pansexual.



Fonte: Elaborada pela autora.

Cores e Significados:

- a) Rosa: representa aqueles que se identificam no espectro feminino (independentemente docorpo/genital);
- b) Amarelo: representa atração não-binário, agender, fluidos e pessoas de expressão de gêneroandrógina;
- c) Azul: representa aqueles que se identificam no espectro masculino (independentemente docorpo/genital).

8. MATRIZ DE RESPONSABILIDADE

A Matriz de Responsabilidades, matriz de responsabilidades RACI ou simplesmente Matriz RACI é uma ferramenta de gestão de pessoas, uma matriz de atribuição de responsabilidades, que distribui as atividades para todo os colaboradores que deverão atuar no projeto (CAMARGO, 2019).

A pesquisadora e gerente do projeto será a responsável pela idealização e execução. Tudo que tange ao blog é e será de responsabilidade da autora, mas é importante frisar que o blog estará concomitantemente com as demais mídias já existentes. O quadro 03 corresponde a matriz do blog:

Quadro 03: Matriz do Blog.

Nome do Cargo	Responsável	Função	Prazo
Administradora do blog	Letícia Pinheiro	Planejar, organizar, dirigir e controlar.	Sem prazo.
Pesquisadora	Letícia Pinheiro	Coletar e analisar dados.	A partir de maio de 2021.
Consultora	Letícia Pinheiro	Auxiliar os produtores da Parada do Orgulho de Brasília.	A partir de maio de 2021.
Gestora do conteúdo do blog	Letícia Pinheiro	Criar, gerir, publicar e arquivar os conteúdos.	Sem prazo.
Designer gráfico	Contrato	Cuidar da comunicação visual do blog.	A partir de junho de 2021.
Ilustrador (a)	Contrato por obra	Produzir animações, personagens, ilustrações etc.	A partir de junho de 2021.

Fonte: Elaborado pela autora.

9. RESULTADOS ESPERADOS

A finalidade do projeto foi propor uma ferramenta juntamente com uma prestação de serviço, uma consultoria, que fará um compilado de informações, documentos e assuntos condizentes sobre a parada do orgulho LGBT em uma mídia social, no caso o Blog orgulho BSB.

Proporcionando uniformidade do conteúdo e ampliando seu alcance de forma mais segura. É esperado uma maior interação da produção do evento com o público-alvo, causando integração de todos os agentes envolvidos.

10. REFERÊNCIAS

ABGLT – Associação Brasileira de Lésbicas, Gays, Bissexuais, Travestis e Transexuais. **Manual de Comunicação LGBT**. Curitiba: ABGLT, 2010.

ASSOCIAÇÃO DA PARADA DO ORGULHO LGBT DE SÃO PAULO. **Parada SP**. Conteúdos sobre a Parada do Orgulho LGBT de SP. Disponível em: <<http://paradasp.org.br/quem-somos/>>. Acesso em 8 de janeiro de 2021.

BRASIL. Lei Nº 6.538, de 13 de abril de 2020. **Dispõe sobre a inclusão no calendário oficial de eventos do Distrito Federal a Parada do Orgulho LGBT de Brasília**. Diário Oficial do Distrito Federal, Brasília, DF, 14 de abril de 2020.

BANDEIRAS DO ORGULHO LGBTQIAP+. Diversity Bbox – Consultoria de diversidade. Disponível em: <<https://diversitybbox.com/pt/bandeiras/>>. Acesso em 25 de fevereiro de 2021.

CAMARGO, R. “**Matriz de responsabilidades: saiba tudo sobre essa ferramenta de gestão**”. Robson Camargo, 2019. Disponível em: <<https://robsoncamargo.com.br/blog/Matriz-de-responsabilidades-no-gerenciamento-de-projetos-saiba-tudo>>. Acesso em 23 de fevereiro de 2021.

CASTELLS, M “**A comunicação em rede está revitalizando a democracia**”. Fronteiras do pensamento, 2015. Disponível em: <<https://www.fronteiras.com/entrevistas/manuel-castells-a-comunicacao-em-rede-esta-revitalizando-a-democracia>>. Acesso em 23 de fevereiro de 2021.

CHURCHILL JR., Gilbert A.; PETER, J. Paul. **Marketing: criando valor para os clientes**. São Paulo. Saraiva, 2000.

COLETIVO BRASÍLIA ORGULHO. **Brasília Orgulho**. Conteúdos sobre a Parada do Orgulho LGBT de Brasília. Disponível em: <<https://brasiliaoorgulho.lgbt/quem-somos/>>. Acesso em 6 de janeiro de 2021.

Intersexual. BBC News – Brasil, 2019. Disponível em: <<https://www.bbc.com/portuguese/geral-47250834>>. Acesso em 20 de fevereiro de 2021.

JESUS, J. G. (2010). **O protesto na festa: política e carnavalização nas paradas doorgulho LGBT** (Tese de doutorado). Universidade de Brasília, Brasília, Brasil.

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. **Fundamentos de metodologia científica**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2003.

LELIS, Rafael Carrano. **Transviado também faz revolução! Um olhar maquiaveliano sobre a Revolta de Stonewall.** Revista de Ciências do Estado. Belo Horizonte:v. 4, n. 2, e15170. ISSN: 2525-8036

Manual de comunicação LGBTI+. Grupo Dignidade. Disponível: <<https://www.grupodignidade.org.br/wp-content/uploads/2018/05/manual-comunicacao-LGBTI.pdf>>. Acesso em 01 de fevereiro de 2021.

MATIAS, Marlene. **Organização de Eventos: procedimentos e técnicas**. São Paulo: Manole, 2014.

MINAYO, M. C. S; SANCHES, O. **Quantitativo-qualitativo: oposição ou complementaridade?** Cadernos de Saúde Pública, Rio de Janeiro .1993.

PAZ, A. A. M. *et al.* **Orientação para elaboração do projeto de intervenção local (PIL).** Universidade de Brasília. Faculdade de Educação. UAB/UnB. Curso de Especialização em Educação na Diversidade e Cidadania, com ênfase em EJA. Brasília, [online], 2013. Disponível em: <http://forumeja.org.br/sites/forumeja.org.br/files/Doc_Orientador_PIL.pdf>. Acesso em 26 de fevereiro de 2021.

PRISCO, L. **22ª edição da Parada do Orgulho LGBT.** Metrôpoles, 2019. Disponível em: <<https://www.metrôpoles.com/distrito-federal/brasil-recebe-a-22a-edicao-da-parada-do-orgulho-lgbt-neste-domingo>>. Acesso em 10 de janeiro de 2021.

RICHARDSON, R. J. **Pesquisa social: métodos e técnicas**. São Paulo: Editora Atlas, 1999.

SCHMIDT, J. “**Blogging practices: an analytical framework**”. Journal of Computer-Mediated Communication, Volume 12, Issue 4, 1 de julho de 2007. Disponível em:
<<https://academic.oup.com/jcmc/article/12/4/1409/4583037>>. Acesso em: 25 de fevereiro de 2021.

VIANA, F. **23ª Parada do Orgulho LGBT de São Paulo**. Parada SP, 2019. Disponível em: <<http://paradasp.org.br/50-anos-de-stonewall-nossas-conquistas-nosso-orgulho-de-ser-lgbt-e-o-tema-da-23a-parada-do-orgulho-lgbt-de-sao-paulo-que-acontece-domingo-dia-23-de-junho-e-conta-participacao-i/>>. Acesso em 8 de janeiro de 2021.

ZITTA, C. **Organização de Eventos: da ideia à realidade**. Brasília: Editora Senac- DF, 2018.