

## **Comunicação digital e identidades de gênero: análise das narrativas sobre pessoas transvestigêneres no perfil da Amatra, na rede social *Instagram*<sup>1</sup>**

Thiago Arliton Santos e Santos<sup>2</sup>  
Romulo Fernando Lemos Gomes<sup>3</sup>  
Universidade CEUMA, São Luís - Maranhão, MA

### **RESUMO**

Esta pesquisa analisa as narrativas que estão sendo construídas sobre pessoas transvestigêneres no perfil da Associação Maranhense de Travestis e Transexuais (Amatra) na rede social Instagram. Conteúdos analisados: 1) "1ª Marsha Nacional Pela Visibilidade Trans" - Brasília (DF) e 2) "Semana Estadual da Visibilidade Trans" - São Luís (MA). O período que abrange os conteúdos analisados é de 6 de janeiro a 26 de fevereiro de 2024. Os principais autores utilizados foram: Benevides (2024), Butler (2018), Jesus (2012), Kotler (2017), Morais (2024), Landowski (2017), Trevisan (2018), Vergueiro (2016). A pesquisa apontou que novas narrativas têm emergido sobre pessoas transvestigêneres e que, embora o preconceito e a transfobia estrutural ainda persistam, o protagonismo trans tem possibilitado realidades mais prósperas e dignas.

**PALAVRAS-CHAVE:** Comunicação; Narrativas; Identidade de Gênero; Transvestigêneres; Amatra.

### **1. INTRODUÇÃO**

Esta pesquisa busca compreender como as pautas de pessoas transvestigêneres<sup>4</sup> são abordadas no perfil da Associação Maranhense de Travestis e Transexuais (Amatra): @amatramaranhao. Além disso, considerando os princípios da Propaganda Digital, buscamos ainda analisar e discorrer, a partir da análise semiótica na vertente greimasiana, sobre como o trabalho da Amatra na rede social *Instagram* tem corroborado para a construção de novas narrativas e oportunidades, sobretudo para a população transvestigêneres do estado do Maranhão.

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no IJ07 - Comunicação, Espaço e Cidadania, da Intercom Júnior – XX Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do 47º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

<sup>2</sup> Estudante de Graduação 7º. semestre do Curso de Publicidade e Propaganda da Universidade CEUMA. E-mail: [thy.lancaster12@gmail.com](mailto:thy.lancaster12@gmail.com)

<sup>3</sup> Orientador do trabalho. Professor do Curso de Publicidade e Propaganda da Universidade CEUMA.. E-mail: [romulo005295@ceuma.com.br](mailto:romulo005295@ceuma.com.br).

<sup>4</sup> Transvestigêneres: termo cunhado pela Deputada Federal Erika Hilton (PSOL) e pela ativista Indianara Siqueira que abarca todas as identidades que fogem do “Cistema”. CORREIA, Mariama. Erika Hilton e a resistência transvestigêneres no poder. **Agência Pública**, 2022. Disponível em: <Erika Hilton e a resistência transvestigêneres no poder - Agência Pública (apublica.org)>. Acesso em: 22 de mar. de 2024.

---

A Amatra foi criada em 5 de maio de 2014, durante o Encontro Estadual de Travestis e Transexuais. Trata-se de uma Organização Não Governamental (ONG), sem fins lucrativos, e que tem como principal propósito a construção de políticas públicas, junto aos setores governamentais e a lideranças sociais, e do empoderamento de pessoas travestis e transexuais, por meio do acesso à saúde, educação, segurança, justiça, cultura, esporte e lazer, acesso ao mercado de trabalho de forma que lhes possibilite independência financeira, entre outros fatores fundamentais para a cidadania e dignidade das pessoas transvestigêneres maranhenses (Amatra, 2024).

A criação da Amatra foi datada em 2014, mas os trabalhos em prol da população transvestigênera do Maranhão começaram a se desenhar bem antes disso. Segundo a atual presidente da Amatra, Andressa Sheron Santana Dutra (Informação verbal)<sup>5</sup>, é entre os anos 1980 e 1990 que esse trabalho começa a se articular a partir da ativista e militante Sabrina Drumond. Pioneira na luta pelos direitos das pessoas transvestigênera maranhense, Sabrina, que fez parte do grupo “*Gayvota*” (*um dos primeiros grupos de militância LGBTQ+ do Maranhão*), foi responsável por dar início à estruturação do que viria a ser a ATRAMA. Ela era ativista e militante do movimento LGBTQI+ do Maranhão, “foi uma das primeiras mulheres transexuais que levantou a bandeira do segmento Trans no estado, tornando visível a luta por garantias de direitos dessa população. Foi a fundadora da primeira instituição Trans do Maranhão a Associação de Travestis e Transexuais do Maranhão (Atrama)” (Ses/Ma, 2022).

O trabalho de Sabrina Drumond, junto a outras líderes da época, como Babalu Rosa, foi fundamental para que a população transvestigênera do Maranhão pudesse se organizar a partir de um lugar de propriedade sobre suas vivências e protagonismo. Ela foi cruelmente assassinada em 2009, vítima de transfobia, enquanto realizava um de seus trabalhos sobre Prevenção a IST (HIV/AIDS) para mulheres trans e travestis, profissionais do sexo, na Avenida Guajajaras, no bairro São Cristóvão.

Andressa Dutra contou que, após a morte de Sabrina, entre os anos de 2011 e 2013, o movimento LGBTQIA+ do Maranhão ficou sem discussões, sobretudo “no âmbito do poder público para as pessoas travestis e transexuais”. Até que, em 2014, a Amatra foi fundada durante o “Primeiro Encontro de Travestis e Transexuais do

---

<sup>5</sup> Entrevista concedida por Andressa Sheron Santana Dutra (Presidente da Amatra), por meio do aplicativo WhatsApp, no dia 24 de março de 2024.

---

Maranhão”, no qual diversas lideranças nacionais estiveram presentes, como Jovanna Cardoso, também conhecida como Jovanna Baby: ativista, escritora, matriarca do Movimento Trans no Brasil e uma das fundadoras do primeiro movimento travesti na América Latina.

O perfil da Amatra na rede social *Instagram* (@amatramaranhao) vem sendo alimentado desde agosto de 2018 com uma diversidade de conteúdos informativos, educativos e de conscientização sobre as pautas transvestigêneres. Atualmente, possui um total de 1.731 seguidores, 2.235 pessoas são seguidas pela página e 766 publicações já foram compartilhadas no feed<sup>6</sup>.

Durante pouco mais de cinco anos, o perfil da Amatra no *Instagram* tornou-se um dos principais meios de comunicação entre o trabalho da associação e a população transvestigêneres maranhense. A diversidade de seus conteúdos perpassa assuntos como discussões sobre gênero, sexualidade, identidade, questões mais centrais acerca de vivências transvestigêneres, reuniões institucionais e projetos. A página também se configura como um espaço de denúncia, uma vez que casos de transfobia, lgbtfobia e discriminação também são relatados e compartilhados.

Além disso, e sobretudo, o perfil da Amatra busca compartilhar para as pessoas transvestigêneres a possibilidade de se criar novas narrativas, outros saberes, humanizando e potencializando suas vivências, e reivindicando maior visibilidade. A relação com o público, por meio dos comentários nas publicações e das mensagens no *direct*, também se configura como uma forma de acolhimento e orientação. Também procura-se demarcar seu lugar de protagonismo, enquanto organização atuante, pioneira e de referência na luta transvestigêneres no estado do Maranhão, que desempenha um trabalho reconhecido local e nacionalmente.

O Brasil é um dos países que mais consome redes sociais em todo o mundo, ficando atrás apenas da Índia e Indonésia. Segundo o portal Resultados Digitais (2023), “os brasileiros passam, em média, 3 horas e 46 minutos por dia conectados às redes”. Uma pesquisa feita pelo mesmo portal revelou que o *Instagram*, que possui um total de 113 milhões de usuários, foi a terceira rede social mais usada em 2023 no Brasil.

O Brasil também é um dos países que mais mata pessoas transvestigêneres em todo o mundo. De acordo com o relatório anual da Associação Nacional de Travestis e

---

<sup>6</sup> Dados atualizados no dia 28 de junho de 2024.

Transexuais do Brasil (Antra), de autoria de Benevides (2024), foram mais de 145 pessoas trans assassinadas só no ano de 2023. Destas, 136 eram travestis e mulheres trans e 9 eram homens trans e pessoas transmasculinas. Ainda segundo o relatório, o país configurou, pelo 15º ano consecutivo, como o mais perigoso para pessoas transvestigêneres viverem.

Este trabalho torna-se relevante, uma vez que perpassa por temáticas que ampliam as discussões tanto acadêmica, quanto socialmente. No campo da Publicidade e Propaganda, busca compreender e analisar, com base na Semiótica, como as narrativas de pessoas transvestigêneres têm sido construídas, a partir do trabalho de uma instituição do 3º setor, em uma das redes sociais mais usadas em todo o mundo: o *Instagram*. No que tange à relevância social, propõe-se um olhar de mais atenção aos cenários e recortes que compõem as vivências transvestigêneres, e como a construção dessas novas narrativas, para além da violência e marginalização, têm colaborado para essa população.

Considerando o contexto apresentado acima, buscamos solucionar a seguinte problemática: quais narrativas estão sendo construídas sobre pessoas transvestigêneres no perfil da Associação Maranhense de Travestis e Transexuais (Amatra), na rede social *Instagram*? A partir dos levantamentos preliminares, emergiram-se duas hipóteses: H1) As narrativas transvestigêneres construídas no *Instagram* da Amatra versam por uma diversidade que realmente inclua todas as pessoas, a partir de representações que geram identificação, possibilidades e pertencimento; H2) Na construção dessas narrativas, o perfil da Amatra utiliza de recursos como a linguagem neutra e a diversidade de corpos transvestigêneres para garantir a inclusão.

Os objetivos específicos desta pesquisa são: a) Descrever como as pessoas transvestigêneres são representadas no perfil da Amatra; b) Identificar quais são os corpos presentes nos conteúdos; c) Mapear o uso da linguagem neutra e demais aspectos de gênero nas legendas; d) Apresentar quais narrativas predominam nos conteúdos do perfil.

Os principais autores utilizados para tratar sobre Gênero, Sexualidade e Diversidade foram: Benevides (2024), Butler (2018), Jesus (2012), Morais (2024), Souza (2023), Trevisan (2018) e Vergueiro (2016). Já para as temáticas que versam sobre Comunicação, Propaganda, Semiótica e Narrativas, utilizamos Heller (2013),

Kotler (2017), Landowski (2017), Laudares e Goulart (2019), Lévy (1999), Prado (2017), Rodrigues (2023) e San'tanna (2018). Para a análise, foram selecionadas duas postagens de momentos de relevância para a comunidade, do perfil Amatra (@amatramaranhao) no *Instagram*.

Iniciamos o artigo com a parte do referencial teórico, no qual discorremos sobre os conceitos de Comunicação e Propaganda Digital e Narrativas Digitais, Transgêneridades e Identidades de Gênero. Em seguida, apresentamos a abordagem metodológica e, por fim, chegamos às análises e respectivas considerações finais.

## **2. COMUNICAÇÃO, PROPAGANDA DIGITAL E NARRATIVAS DIGITAIS**

A comunicação é um processo fundamental e totalmente inerente à existência humana. Desde as civilizações mais remotas aos grandes centros urbanos atuais, a comunicação sempre esteve presente enquanto fenômeno responsável por profundas transformações sociais. Sant'Anna (2018, p. 02), ao falar sobre comunicação, afirma que “tudo comunica”: “Para os seres humanos, o processo não é só fundamental, como vital. É fundamental porque toda sociedade humana - da primitiva à contemporânea - se baseia na capacidade do homem de transmitir suas intenções (...)”.

A propaganda é outro fenômeno que ocorre há séculos na sociedade, mesmo que inicialmente não tenha surgido com esse termo e sua função específica. A disseminação de ideias era algo comum em diversas comunidades antigas. Ao abordar a origem histórica do termo "propaganda", Cezar e Silva (2015) mencionam que começou a ser difundido a partir da *Congregatio Propaganda Fide*, ou Congregação para a Propagação da Fé, instituição criada pelo Vaticano no início do século XVII. No entanto, é durante a Segunda Guerra Mundial que a propaganda se desenvolve tecnicamente ao nível que conhecemos hoje.

As redes sociais, por sua vez, surgiram em um cenário pós-globalização, impulsionadas pela criação da Internet e pelo uso das Tecnologias da Informação e Comunicação (TIC), tornando-se um recurso fundamental para alcançar dimensões globais. Durante a pandemia da Covid-19, que teve início em dezembro de 2019, houve um aumento significativo no consumo de informações nas redes, pois as pessoas passaram mais tempo em casa devido ao lockdown.

---

Para Ramos e Martins (2018), as redes sociais vão além da simples promoção de entretenimento e comunicação. Com base em um amplo estudo histórico e estrutural, as autoras buscaram identificar as potencialidades do Instagram em sua textualidade, ultrapassando a função básica de um aplicativo.

As narrativas digitais emergem desses processos comunicacionais desenvolvidos ao longo do tempo. De acordo com Lévy (1999, p. 151), existe uma universalidade nas narrativas que, independentemente do formato utilizado, oral ou escrito, influenciou a narrativa digital por meio do ato de narrar. O autor expõe que as narrativas digitais são compostas por três formas: imagem, texto e música, e ressalta a protagonismo da participação de produz essas narrativas.

### 3. COMUNICAÇÃO DIGITAL, TRANSGÊNERIDADES E IDENTIDADES DE GÊNERO

#### 3.1 Identidades de gênero

As primeiras discussões sobre “gênero” são atribuídas aos movimentos feministas da década de 1960, juntamente com os estudos até a década de 1970, nos Estados Unidos e na Europa. Meio século depois, o debate sobre Identidade de Gênero, sobretudo no Brasil, segue presente com avanços importantes.

A nova edição do “Guia LGBTQIA+” (2023, p. 16-27), de autoria do Ministério Público do Estado do Ceará, lançado em 2023, traz diversas informações acerca da pauta. Inclusive, os conceitos básicos que perpassam gênero e sexualidade:

*Sexo Biológico* está ligado a características físicas. Já a *Identidade de Gênero* é sobre autopercepção, sobre como a pessoa se enxerga e reconhece em si.

Cabe aqui ressaltar a distinção entre Sexo e Gênero, uma vez que não são as genitálias do indivíduo que irão determinar o seu gênero. Jesus (2012, p. 8-9) reforça essa diferença ao ressaltar que gênero é construção social: “Sexo é biológico, gênero é social, construído pelas diferentes culturas. E o gênero vai além do sexo”.

O pensamento transgressor é um dos fundamentos que norteiam a obra de Judith Butler que se deleita em legitimar as vivências independente de determinadas normas de gênero. Em “Problemas de Gênero”, publicado originalmente em 1990, a

---

autora propõe uma reflexão sobre como compreendemos “gênero” e nos movimentamos em sua construção.

Ao problematizar, literalmente, as discussões sobre gênero, Butler (2018) prontamente questiona: “Porventura a noção de “construção” sugere que certas leis geram diferenças de gênero em conformidade com eixos universais da diferença sexual? Como e onde ocorre a construção do gênero?” (Butler, 2018, p. 28).

### **3.2 Identidades Dissidentes em Comunicação, Memórias e (R)Existências**

De acordo com Carvalho e Bortolozzi (2020, p. 7), as identidades dissidentes são aquelas "cuja identificação de gênero e/ou orientação sexual foge ao que é tido socialmente como norma: a cisgeneridade, a heterossexualidade e a monossexualidade (relação afetiva/sexual por apenas um gênero/sexo)". Quem não se enquadra nesse "padrão correto", além de desafiar essa norma, muitas vezes é alvo de discriminação e violência.

Vergueiro (2016) sintetiza o termo cisgeneridade como sendo a identidade de gênero daquelas pessoas cuja "experiência interna e individual do gênero" corresponde ao "sexo atribuído no nascimento" a elas (Vergueiro, 2016, p. 44). Em concordância com Jesus (2012), o termo "cisgênero" engloba as pessoas que se sentem alinhadas com o gênero atribuído ao nascimento, ou seja, "as pessoas não transgênero".

A partir de uma pesquisa profunda, decolonial e de análise sobre a cisgeneridade, Vergueiro (2016) aborda temáticas que revelam e desafiam as dissidências existentes. "Falar sobre essas diferenças de corpos e identidades de gênero sem desumanizá-las, patologizá-las e exotificá-las - sem colonizá-las, enfim - é um desafio significativo" (Vergueiro, 2016, p. 46).

A luta pelos direitos que abordavam a diversidade sexual e a identidade de gênero emergiu no Brasil por volta de 1970, durante a resistência contra a Ditadura Militar. Nesse período, surgiram alguns expoentes, como o Jornal da Esquina, um projeto jornalístico construído por intelectuais, jornalistas e artistas homossexuais no Rio de Janeiro (Trevisan, 2018).

Na mesma década, em São Paulo, o SOMOS, fundado por homossexuais em 1978, foi considerado o primeiro grupo brasileiro de defesa dos direitos LGBT+. No Maranhão, o movimento embrionário estava representado pelo Grupo Tibira, nomeado

---

em homenagem ao indígena Tibira, "executado ainda no período da colonização em São Luís, por ser homossexual; alegadamente consistindo no primeiro caso de execução por homofobia das Américas" (Santos, 2018, p. 44-45).

#### **4. METODOLOGIA**

Esta é uma pesquisa descritiva e exploratória, em conjunto com a análise semiótica, sobre como estão sendo construídas as narrativas acerca de pessoas transvestigêneres no perfil da Amatra no Instagram: @amatramaranhao. Para isso, foram selecionadas postagens que tratam de dois momentos relevantes para a comunidade: 1) realização da “1º Marsha Nacional Pela Visibilidade Trans”, que ocorreu em Brasília (DF) e 2) realização da “Semana Estadual da Visibilidade Trans”, realizada em São Luís (MA). O período que compreende os posts analisados é de 6 de janeiro a 26 de fevereiro de 2024.

Para a análise geral dos conteúdos selecionados, será utilizada a Análise Semiótica (greimasiana), compreendendo seus aspectos fundamentais, tais como Figuratividade, Signos e Significações. A abordagem traz ainda Dimensões Cromáticas, Eidéticas e Topológicas a fim de uma compreensão mais holística sobre a temática.

Além disso, a análise também versa sobre os aspectos políticos, sociais e de identidade de gênero que envolvem os conteúdos transvestigêneres em questão. Marketing digital e de Conteúdo também serão pontos utilizados para contextualizar e gerar links entre os conteúdos e as análises.

#### **5. ANALISANDO A AMATRA E SUAS SIGNIFICAÇÕES**

##### **5.1 “1º Marsha Nacional Pela Visibilidade Trans”**

O primeiro conteúdo analisado trata-se de um vídeo que convoca a sociedade, em especial a população transvestigêneres, para participação na Marsha em Brasília. Os critérios de seleção foram: a) Emblematicidade: por ser o 1º material sobre a Marsha divulgado pela Amatra sobre o assunto (como uma apresentação desse momento para o MA); b) Diversidade de corpos presentes; c) Mobilização e Identificação Social.



Figura 01: Reels sobre a 1ª Marsha Trans - Momentos Analisados



Fonte: Página do Instagram Amatra (@amatramaranhao), 2024

Em formato de reels, o vídeo tem 15 segundos e apresenta elementos de Signos e Significações inerentes à comunidade transvestigênera. A abertura exibe o título do evento seguido do subtítulo "A MAIOR OCUPAÇÃO TRANS E TRAVESTI DO PAÍS". As cores azul, rosa e branco, usadas na parte textual, fazem referência às cores da Bandeira Trans, representando pessoas transmaculinas, transfemininas e intersexos, em transição de gênero, neutro ou indefinido. O uso dessas cores, que em conjunto significam "leveza", proporciona uma harmonia visual e de sentido, conforme Heller (2013). No entanto, há uma descontinuidade ao incluir também as cores preto e "verde água" na mesma composição.

A abertura também mostra a bandeira trans hasteada junto a estrelas brilhantes em diferentes formatos, sugerindo um momento de luta, celebração e orgulho. A imagem ao fundo do Prédio do Congresso Nacional de Brasília, juntamente com as letras em negrito dos elementos textuais, destaca a importância participativa e histórica para a comunidade trans.

O conjunto desses signos compõe aspectos que configuram relações e permeiam a narratividade e a representatividade das pessoas transvestigêneras. Essa relação semiótica é expressa por Landowski (2017) quando ele afirma que "a figuratividade, como componente da discursividade, se define semioticamente por sua relação com a narratividade". Ambos os conceitos (discursivos e narrativos) referem-se, respectivamente, à "dimensão semântica dos discursos" e à "sua organização sintática".

"Ocupar, (RE)Existir, Lutar, Avançar", apresentadas em letras cursivas e maiúsculas, são expressões verbais que compõem o segundo momento do vídeo (ver Anexo B). Nas cores rosa e azul, em tons mais suaves, elas buscam dialogar, em primeiro plano, com a identidade visual da comunidade trans, enquanto ao fundo, em

---

segundo plano, temos momentos coletivos de corpos diversos durante atos políticos nas ruas. Entre as possíveis interpretações, está o objetivo de estimular a participação das pessoas por meio da identificação e do empoderamento social.

O próximo ato do vídeo apresenta uma composição básica e visualmente poluída. O uso de momentos de atos de rua da comunidade junto com informações textuais sobre a Marsha Trans dificultou a leitura como um todo. A diversidade tipográfica, bem como cromática, torna o momento possivelmente desconfortável para quem assiste. Os elementos eidéticos utilizados não favorecem uma experiência positiva, comprometendo os aspectos topológicos de suporte e consumo do usuário por meio de seu dispositivo, resultando, respectivamente e supostamente, na perda de interesse e saída do conteúdo.

A parte seguinte do vídeo também é composta por grupos de pessoas diversas em atos de rua, em segundo plano, enquanto palavras de afirmação ganham forma, através de animação, em primeiro plano: "Direitos, Dignidade, Cidadania". O uso desses termos configura signos presentes como parte fundamental e temática da Marsha Trans.

Por fim, a última parte do vídeo traz o conjunto de logos das instituições realizadoras e apoiadoras da Marsha. São um total de 37 logos, em diversos formatos, cores e tamanhos, que podem gerar significados que vão desde a simples representação de uma marca até a identificação pessoal e emocional de pessoas que possuam alguma relação com determinada instituição. A apresentação das logos atribui ainda credibilidade ao evento, bem como visibilidade para as próprias instituições.

Outro elemento analisado, presente nesta publicação, é a legenda - aqui considerada como "elemento verbal". Inicialmente, ela é composta pelo título do evento, seguido da seguinte frase: "Ajuda a gente a fazer barulho pelos direitos das pessoas trans no Brasil?". Tal expressão configura-se como uma chamada direta e clara para o público, trazendo significados que vão além do simples sentimento, como a mobilização social. Landowski (2017, p. 105) discorre sobre essa questão do sensível e ressalta que ele não "apenas se sente", mas também é capaz de produzir conhecimento. Aqui, no caso, um conhecimento prático e mobilizador.

Topologicamente, o formato do conteúdo expõe a intenção do consumo através de dispositivos móveis, como o smartphone. No geral, é possível que o usuário tenha

uma experiência interessante ao se deparar com o vídeo. O termo "Marsha" intriga, uma vez que estimula a curiosidade para saber se houve um "erro ortográfico" ou o que de fato está por trás dessa expressão. Na ocasião, o nome do ato se tratou de uma homenagem a uma das figuras mais importantes do movimento trans mundial: a ativista americana, Marsha P. Johnson.

## 5.2 Semana Estadual da Visibilidade Trans

O conteúdo em questão refere-se ao primeiro post de divulgação oficial das atividades realizadas em São Luís (MA) durante o “Mês da Visibilidade Trans”, que acontece anualmente em janeiro. "Semana Estadual da Visibilidade Trans: Empregabilidade e Reconhecimento Trans e Travesti" - esse foi o nome e tema da ação realizada pela Amatra em parceria com a Defensoria Pública, SEDIHPOP, Governo do Estado e demais parceiros. Os critérios de seleção foram os seguintes: A) Fator de representatividade: diversidade de corpos; B) Importância para a comunidade transvestigênera do estado; C) Riqueza de elementos e impactos.

Composto no formato “Carrossel”, o conteúdo original possui um total de 8 imagens que trazem informações sobre o evento, a programação detalhada e figuras representativas. A parte textual (legenda) atua como um complemento das imagens, fornecendo mais elementos e informações, além de desempenhar o papel de convidar o público para o evento.

Figura 02: Semana Estadual de Visibilidade Trans - Imagens Analisadas



Fonte: Página do Instagram Amatra (@amatramaranhao), 2024

A primeira peça gráfica apresenta, em primeiro plano, a imagem de uma jovem trans em uma pose que transmite confiança, com um olhar fixo e atento. O uso de sua imagem representa a presença e participação ativa de jovens transvestigêneres na luta

---

pelos direitos da comunidade. Além disso, destaca-se pelo fato de ser uma jovem militante reconhecida, associando-se ao tema por meio de sua imagem e significado.

Na parte superior esquerda da imagem, encontra-se a logo do evento. As cores rosa, branco e azul fazem referência à bandeira do movimento trans. Uma mão branca aberta segurando um coração, nas cores do movimento trans, no centro, chama a atenção para o tema, enquanto simboliza união, afeto e acolhimento para a comunidade. A harmonia cromática combina com as bordas onduladas da logo, complementada pelo título do evento que se estende pela extensão circular da logo. A composição desperta sensações de conforto, positividade e dinamismo.

O título, em letras garrafais e com uma fonte mais "rústica", juntamente com a data do evento, tem o objetivo de chamar a atenção para uma informação crucial do conteúdo. Além do aspecto estético, o destaque do tema evidencia a intenção de enfatizar que as narrativas das pessoas transvestigêneres estão sendo reescritas, e que este evento representa um momento de agregação e ruptura. A escolha da tipografia também visa facilitar a leitura e conferir contemporaneidade à composição.

Na parte inferior, está a régua com as logos das instituições e órgãos públicos envolvidos na realização do evento. Em um fundo branco, a presença dessas logos interrompe a harmonia visual da imagem como um todo. Apesar disso, elas permanecem visíveis, conferindo credibilidade ao evento. Logo acima, o indicativo de continuidade do conteúdo, "Confira a Programação", é acompanhado por um conjunto de pequenas setas apontando para a direita, sugerindo ao usuário que conheça a programação.

O fundo da imagem é outro elemento que carrega diversos significados. A variação nas tonalidades cromáticas do movimento trans se mescla com corações dispostos ao longo de toda a imagem. Conforme Heller (2013) explica, o rosa transmite positividade, frequentemente associada a características femininas, enquanto o azul é considerado a cor da harmonia. Ambas cores, mesmo em tonalidades distintas aqui, se unem aos outros elementos que compõem a mensagem, evocando sensações e sentimentos convidativos.

As demais imagens seguem a mesma linha em termos cromáticos e eidéticos, inspiradas na identidade visual do movimento trans e detalhando o conteúdo

programático. As peças mantêm um padrão de alinhamento dos elementos textuais e não textuais, alternando-se a cada representação figurativa.

A representação da figura feminina nas duas últimas imagens do conteúdo (mulher trans, negra), apresentada em primeiro plano, irradia uma expressividade receptiva que, à primeira vista, já é capaz de despertar efeitos positivos e intrigantes. A figuratividade dessa representação também está presente nas mãos unidas, que podem evocar diversos significados, como escuta, compartilhamento e outras sensações semelhantes.

A sequência de imagens sobre a Semana Trans em São Luís (MA) vai muito além de um simples conteúdo de divulgação. Pensada e idealizada por e para pessoas transvestigêneres, essa mensagem se configura, entre seus inúmeros significados, como um marcador de participação política, um espaço de protagonismo no movimento como agentes atuantes e também como instrumento de celebração das ancestralidades.

## **6. CONSIDERAÇÕES FINAIS**

A partir das análises semióticas e narrativas apresentadas, podemos perceber que os conteúdos da Amatra analisados durante esta pesquisa convergem em seus objetivos, apresentando pontos em comum, como informar, empoderar, mobilizar, reivindicar direitos e respeito, celebrar e reconhecer lutas e ancestralidades, e demarcar espaços e lugares que se querem e têm o direito de estar. Os grupos transvestigêneres presentes nas publicações, predominantemente no formato visual, demonstram a relação semântica entre os elementos dos conteúdos e as identidades visuais que compõem os signos pertencentes ao movimento trans, buscando atingir não apenas esse público, mas também ampliar o alcance para além da comunidade LGBTQIAPN+.

Ao longo das análises, ficou evidente a importância do estudo das temáticas, especialmente relacionadas ao gênero, de forma interseccional. Compreender que, para além de corpos e representações, as pessoas transvestigêneres também possuem marcadores sociais e subjetividades de sentido foi essencial para um processo analítico mais completo e assertivo. Outro fator relevante foi a predominância da diversidade representativa em todos os conteúdos analisados, visando gerar identificação social, despertar sensibilização e provocar mobilizações concretas.

---

Um dos objetivos específicos propostos nesta pesquisa foi apresentar as narrativas predominantes no perfil da Amatra no *Instagram*, visando a tornar conhecidos outros imaginários para além daqueles impostos socialmente para as pessoas transvestigêneres. Todos os conteúdos analisados trazem em sua construção semionarrativa a figura trans como agente autônomo, ativo e protagonista de suas histórias. Seja no reels de divulgação da Marsha Trans, no discurso da deputada Erika Hilton ou nas imagens de divulgação da Semana de Visibilidade Trans em São Luís (MA), todos esses conteúdos são compostos por pessoas transvestigêneres em primeiro plano, assumindo posições representativas de liderança, empoderamento, demarcando e ocupando seus lugares de direito, e sendo vistas e ouvidas em todas as suas demandas e reivindicações. Perceber predominantes essas novas narrativas mais prósperas e dignas para essa população, subvertendo as margens que a sociedade cisheteronormativa historicamente impôs, é reforçar o discurso compartilhado por autoras como Vergueiro (2016) e Moraes (2024) sobre autoafirmação identitária, subversão decolonial do sistema e valorização das memórias ancestrais.

Por outro lado, dentro dos objetivos específicos, identificamos a impossibilidade de analisar plenamente os recursos provenientes do uso da legenda nas publicações. Embora ausente em apenas um dos três conteúdos analisados, a não utilização desse recurso evidencia a necessidade de construir conteúdos de forma mais estratégica e potencializada pelos recursos existentes nas redes sociais, como o Instagram. Kotler (2017) e Torres (2018) discorrem sobre a importância desses elementos inerentes ao marketing digital, fundamentais para assegurar que o conteúdo performe de forma promissora e eficiente. Neste caso, o Marketing de Conteúdo, enquanto estratégia para as redes sociais, configura-se como aspecto sugerido a partir das análises.

A pesquisa realizada evidenciou que tem surgido, a partir de muito trabalho e luta de base, ancestral e coletiva, novos tempos para as pessoas transvestigêneres. Essa nova era, percebida através do perfil da Amatra no Instagram, pode ser vista através de novas narrativas criadas e recriadas, e novos imaginários construídos, especialmente de forma direta para a população trans que outrora sequer teve a oportunidade de se ver num lugar mais digno e próspero. Se antes as pessoas transvestigêneres só eram imaginadas nas esquinas noturnas, agora elas também estão presentes nas universidades, na TV, no cinema, lecionando em sala de aula, no teatro e nos mais diversos espaços

possíveis. Tem sido um trabalho gradativo, com uma luta oficial e nacional de 20 anos reconhecidos, mas que têm transformado muitas vidas.

O trabalho da Amatra, percebido por meio do perfil no *Instagram*, é prova dessa movimentação que reconhece, humaniza e amplia as novas narrativas dissidentes. Seja pela da Semana Estadual de Visibilidade Trans ou ao compartilhar o discurso de uma das figuras mais emblemáticas para a comunidade trans, é indiscutível que o papel da Amatra, enquanto agente mobilizador e transformador, tem sido fundamental para a construção de novas narrativas e possibilidades para a população transvestigênera maranhense.

## 7. REFERÊNCIAS

AMATRA. **AMATRA - Associação Maranhense de Travestis e Transexuais**, 2024. Página Inicial. Disponível em: <AMATRA – Associação Maranhense de Travestis e Transexuais (wordpress.com)>. Acesso em: 22 de mar. de 2024.

BENEVIDES, Bruna G. Dossiê: assassinatos e violências contra travestis e transexuais brasileiras em 2023. **ANTRA (Associação Nacional de Travestis e Transexuais)**, Brasília, p. 01-119, jan. 2024.

BUTLER, Judith. **Problemas de gênero: feminismo e subversão da identidade**. Tradução de Renato Aguiar. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2018.

HELLER, Eva. **A psicologia das cores: como as cores afetam a emoção e a razão**. 1º Edição. São Paulo: Gustavo Gili, 2013.

JESUS, Jaqueline Gomes de. **Orientações sobre identidade de gênero: conceitos e termos**. 2º Edição. Brasília, 2012.

KOTLER, P; KARTAJAYA, H; SETIAWAN, I. **Marketing 4.0: Do Tradicional ao Digital**. Rio de Janeiro: Sextante, 2017.

LANDOWSKI, Eric. **Com Greimas: interações semióticas**. São Paulo: Estação das Letras e Cores: Centro de Pesquisas Sociosemióticas, 2017.

SANT'ANNA, Armando. **Propaganda: teoria, técnica e prática**. 9º ed. São Paulo: Cengage Learning, 2018.

TORRES, Claudio. **A Bíblia do Marketing Digital: tudo o que você queria saber sobre marketing e publicidade na Internet e não tinha a quem perguntar**. 2. ed. São Paulo: Novatec, 2018.

TREVISAN, João. S. **Devassos no Paraíso: a homossexualidade no Brasil, da colônia à atualidade**. 4. ed. rev. e ampl. Rio de Janeiro: Objetiva, 2018.

VERGUEIRO, Viviane. **Por inflexões decoloniais de corpos e identidades de gênero inconformes: uma análise autoetnográfica da cisgeneridade como normatividade**. 2016. Dissertação (Mestrado em Cultura e Sociedade), Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2016.