



## Os Homossexuais na Mídia Segundo Militantes, Acadêmicos e Jornalistas<sup>1</sup>

Fernando Luiz Alves BARROSO<sup>2</sup>  
Universidade Federal de Sergipe - UFS

### Resumo

O objetivo deste artigo é apresentar o debate que se vem desenvolvendo entre militantes homossexuais, acadêmicos ligados aos chamados *estudos gays e lésbicos* (teoria *queer*) e jornalistas, nas décadas mais recentes, no Brasil, sobre a representação de gays, lésbicas, bissexuais e travestis na mídia hegemônica e, em particular, na chamada grande imprensa noticiosa. Embora estes analistas percebam distinções entre os meios de comunicação e os discursos que veiculam sobre os indivíduos identificados por aquelas designações, suas análises ressaltam as estratégias de controle e dominação exercidas pela mídia sobre aqueles mesmos indivíduos.

**Palavras-chave:** imprensa; cultura da mídia; discurso; homossexualidade

### Introdução

Acreditamos que o interesse deste estudo decorre, entre outros fatores, da ampliação da visibilidade pública que gays, lésbicas, bissexuais e travestis vêm alcançando tanto na mídia quanto em outros setores estratégicos que compõem a chamada esfera pública, dos modos variados e conflitantes de como estes indivíduos vêm propondo esta visibilidade e das diferentes respostas que a sociedade mais ampla vem dando a este processo. O rompimento com a condição de clandestinidade da *condição homossexual* e o enfrentamento – individual ou coletivo, através dos canais tradicionais de manifestação política ou não – da homofobia parecem estar no cerne da ação *visibilizante* de tais indivíduos. Assim, torna-se necessário acompanhar e analisar o referido debate.

Partimos do pressuposto de que os discursos midiáticos podem ser vistos como práticas culturais construtoras de novas identidades (identidades homossexuais, por exemplo) e de novas comunidades. Estes discursos exprimem, portanto, práticas culturais forjadas no interior de relações de poder. Assim, acreditamos que as identidades homossexuais (*negativas* ou *positivas*) que se apresentam na realidade (no cotidiano) são, em grande parte, efeito deste papel desempenhado pelos meios de comunicação. Este pressuposto

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no NP Comunicação e Culturas Urbanas, do VIII Nupecom – Encontro dos Núcleos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do XXXI Congresso Brasileiro da Comunicação.

<sup>2</sup> Doutor em Ciências da Comunicação pela Universidade do Vale do Rio dos Sinos (UNISINOS), Professor do Departamento de Artes e Comunicação da Universidade Federal de Sergipe (UFS). E-mail: fbarroso20@gmail.com



implica a adoção do conceito de *cultura da mídia*, tal como proposto pelo estudioso norte-americano Douglas Kellner (2001), como ferramenta analítica apropriada para o exame anunciado. Neste sentido, entende-se que estamos empenhados em perceber como a cultura veiculada pela mídia a respeito da população homossexual vem sendo percebida por militantes, acadêmicos e jornalistas.

No que diz respeito especificamente à grande imprensa noticiosa contemporânea, estamos pressupondo que o tratamento noticioso relacionado ao universo homossexual tende a adotar o *paradigma da informação* como fonte de inspiração. Esta noção compõe o desenvolvimento teórico proposto por Traquina (2001 e 2004) e presta-se à descrição das características mais gerais do jornalismo contemporâneo. Sua emergência resulta do esforço de superação do *paradigma da propaganda* que regeu as práticas jornalísticas antes que estas atingissem o estágio de profissionalização e passassem a adotar a notícia como mercadoria. No modelo emergente de jornalismo, a notícia aparece como o produto básico da atividade jornalística e sua produção pauta-se pelo princípio da *objetividade*.

Traquina (2001, pp. 65-68) sugere que os processos de consolidação do *paradigma da informação* e do princípio da *objetividade* resultaram da/na *teoria do espelho*. Segundo este autor, esta teoria representa muito mais uma construção *ideológica* emergente no ambiente das redações jornalísticas como meio para a conquista da legitimação do jornalismo como atividade *profissional*, voltada para a veiculação da informação de interesse público sobre a atualidade, isenta das pressões dos diferentes grupos de poder presentes nas relações e nos processos sociais. O princípio da *objetividade* é, ele mesmo, um aspecto central presente no debate que estamos inventariando. Assim, interessa descobrir, entre outros aspectos, como militantes homossexuais, acadêmicos e jornalistas vêm avaliando seu papel na construção dos discursos midiáticos a respeito das identidades homossexuais.

Metodologicamente, esta pode ser considerada uma pesquisa exploratória, desenvolvida a partir da consulta a materiais bibliográficos e documentais. A partir dos pressupostos apontados acima, nosso trabalho de investigação empírica consistiu no levantamento (garimpagem) e na análise de matérias jornalísticas sobre a questão homossexual em importantes publicações brasileiras e, ao mesmo tempo, de depoimentos e entrevistas de militantes homossexuais, acadêmicos e jornalistas presentes em livros, jornais e revistas especializadas ou não. As descobertas da pesquisa resultaram do cotejamento dos dados coletados a partir das referidas fontes.



## O Debate Anunciado

Numa entrevista concedida por João Silvério Trevisan à revista *Caros Amigos*, o veterano militante do movimento homossexual brasileiro aponta contradições decisivas no modo como os homossexuais são representados pela mídia hegemônica no Brasil. O trecho citado é indicativo desta perspectiva de análise:

Marina Amaral – (...) Como você vê a relação da mídia brasileira com os homossexuais?

JST – Quando dá notícia, aparece; quando não dá notícia, até logo. Isso é a mídia basicamente. Você sabe.

MA – E as novelas que incluíram personagens homossexuais?

JST - Dá ibope? Não deu ibope, então você mata, você põe dentro do supermercado e explode o supermercado, e lá foram para os ares as duas lésbicas. Porque não estava dando ibope (2000, p. 36).

Na mesma entrevista, Trevisan afirma que

O papel que a AIDS cumpriu para os homossexuais foi fundamental. As pessoas não se dão conta disso, nunca se falou tanto sobre a homossexualidade, *nunca a homossexualidade esteve tão visível nas primeiras páginas dos jornais* (grifo meu), nunca ela se tornou tanto um assunto da sociedade como se tornou graças à AIDS. Porque antes era uma coisa colocada detrás de um biombo. (2000, p. 36)<sup>3</sup>.

Estas afirmações contribuem para reforçar o argumento de que a cultura veiculada pela mídia a respeito da população homossexual no Brasil seria refratária à expansão e à influência política e cultural dos chamados *movimentos sociais de minorias* emergentes nas modernas sociedades ocidentais desde o final dos anos de 1960. Se este argumento resiste a um exame rigoroso e crítico, restará o reconhecimento de que a mídia repercute os desdobramentos políticos e culturais destes movimentos enquanto *notícia* e, ao mesmo tempo, resiste a rever os enfoques a partir dos quais descreve a realidade como um destes mesmos desdobramentos.

Por outro lado, avaliando esta problemática a partir da perspectiva de historiador, Green (2000, p. 416) observa que

“Apesar da censura do governo durante a década de 1970, informações esparsas sobre o surgimento e o crescimento do movimento internacional de gays e lésbicas começaram a encontrar espaço na imprensa brasileira. Embora os artigos sobre a homossexualidade no Brasil variassem entre a hostilidade e a simpatia, dependendo do jornal, as notícias internacionais, ainda que pouco frequentes, tendiam a apresentar um retrato positivo dos movimentos de gays e lésbicas em outras partes do mundo. Os artigos informavam os

---

<sup>3</sup> A avaliação de Trevisan, na *Caros Amigos*, sobre o tratamento midiático à questão homossexual no Brasil inclui ainda a afirmação de que a questão dos travestis “*é uma das tragédias do Brasil que não chegam aos jornais*”.

leitores sobre os protestos, ações legais e atividades voltadas à ampliação dos direitos democráticos para gays e lésbicas nos Estados Unidos e na Europa”.

E acrescenta que

“Pesquisa realizada a respeito da cobertura do *Jornal do Brasil* sobre a homossexualidade entre 1965 (quando a direção do jornal efetuou uma indexação interna das matérias) e 1978 revela que a imprensa no exterior dava muito mais ênfase a notícias sobre homossexuais no exterior do que no Brasil. Talvez isso se devesse à censura, tanto do governo como própria. A partir de 1977, ocorre um crescimento vertiginoso no número de artigos abordando questões nacionais, um reflexo da abertura política e da ampliação do espaço de debate sobre o assunto. Outros jornais, como o *Notícias Populares*, com sua abordagem sensacionalista e pejorativa da homossexualidade, apresentavam pouca cobertura sobre o cenário internacional” (pp. 442-443).

Reportando-se a um caso concreto, Green e Polito (2006, p. 156) afirmam que

“Em maio de 1968, a revista *Realidade* publicou um longo artigo sobre a homossexualidade masculina, cujo subtítulo era ‘o mundo triste e angustiado dos homens que negam sua condição de homens’. Este artigo chama a atenção pela *mudança de enfoque sobre a homossexualidade nos periódicos brasileiros. Geralmente, os homossexuais eram encontrados ou nas páginas policiais ou nas matérias jornalísticas sobre o Carnaval* (grifo nosso). Apesar de a revista insistir em velhas teses médicas a respeito da homossexualidade como ‘doença’, reunir depoimentos de médicos, pedagogos, professores de teoria moral, rabinos, padres e sociólogos convidados a opinar sobre o ‘problema’, por outro lado, nenhum dos homossexuais entrevistados supôs-se como portador de uma ‘doença’ em função de suas preferências homossexuais”.

Estas citações sugerem que, no Brasil, a representação dos homossexuais pela mídia tem uma história (isto é, apresenta mudanças de enfoque no decorrer do tempo) e vem seguindo múltiplas direções. Do ponto de vista histórico, Green e Polito chamam a atenção para a existência de um enfoque *tradicional* (caracterizado pelo destaque a aspectos da cultura homossexual ligados à criminalidade e ao carnaval), prevalecente até os anos 1960, e para a emergência de iniciativas renovadoras, com enfoques alternativos, nas décadas subseqüentes.

Estas citações indicam também que a população homossexual tem recebido um tratamento midiático que varia entre os discursos abertamente *negativos* e os discursos que privilegiam a *informação* comprometida com os valores da democracia, da cidadania, dos direitos humanos, do dinamismo e da pluralidade política e cultural próprios à vida urbana das modernas sociedades ocidentais. No entanto, tomadas em



conjunto, estas citações indicam ainda a persistência e a renovação do enfoque *tradicional* referido acima tanto na mídia impressa quanto na eletrônica. Acreditamos que o desenvolvimento de pesquisas mais específicas sobre a difusão, pela mesma instituição, de discursos expressivos de valores conflitantes a respeito do mesmo grupo social, poderá fortalecer o conceito e o argumento de Kellner a respeito da cultura da mídia.

A incidência de posturas pejorativas e preconceituosas ocorre com maior frequência nas mídias voltadas para o consumo massivo e popular tais como a chamada *imprensa sensacionalista* e a televisão. O caso da “explosão das duas lésbicas”<sup>4</sup> numa telenovela da TV Globo, apontado por Trevisan, é reconhecido, no ambiente de militância homossexual, como emblemático dessa questão. Enquanto a chamada *imprensa séria* apresenta um tratamento mais *nuançado* e *objetivo* em relação aos homossexuais e informa sobre os aspectos *luminosos* de sua (homossexuais) mobilização política em favor da cidadania, a *imprensa sensacionalista* destaca os aspectos *sombrios* destes indivíduos tomados isoladamente. Nesta imprensa, gays e lésbicas aparecem envolvidos pelo sofrimento, pelo desamor, pela perversão, pela solidão, pela criminalidade, pela neurose, pelo escândalo, pela marginalização e pela violência.

Um exame panorâmico da cobertura, pelas principais revistas semanais de informação do Brasil, permite a sustentação de hipóteses sobre a representação *positiva* das homossexualidades na grande imprensa. A revista *Veja*, por exemplo, trouxe o tema como matéria de capa em edições de maio de 1993, fevereiro de 2000 e junho de 2003. Também a *Época* trouxe o tema na capa de sua edição de setembro de 1999. E ainda a revista mensal *Super Interessante*, de julho de 2004, repetiu este procedimento. Nas chamadas de capa, há o destaque da palavra “gay” e sugere-se (ou se apresenta, de fato) indivíduos e grupos desafiando a *heteronormatividade*, ultrapassando as fronteiras do gueto e apresentando (sem medo, com orgulho e alegria) sua orientação sexual nos contextos da família, do trabalho e da sociedade mais ampla.

Segundo Trevisan (2002, p. 376), o tratamento *favorável* da mídia brasileira aos homossexuais deve ser compreendido num contexto em que as organizações da militância homossexual buscavam alternativas às posturas radicais típicas da fase inicial do movimento (na transição entre as décadas de 1970 e 1980) e assumiam estratégias que visavam construir o movimento como “movimento de massa” e também uma maior

---

<sup>4</sup> Trata-se do casal de lésbicas, personagens da telenovela exibida em 1998 pela TV Globo, Torre de Babel.



*integração social* para os homossexuais. Para o autor, “a ênfase de um ‘movimento de massa’ orientou-se para outros parâmetros, envolvendo a mídia, que desempenhou a função de *fazer chegar à massa* (grifo do autor)”.

Este assunto (a conquista de direitos e de respeito para além do *gueto*) parece ser um *leitmotiv* para reportagens na grande imprensa noticiosa. A partir deste referente, ora trata-se das experiências de indivíduos isolados e seus contextos específicos, ora trata-se das lutas e da confraternização massiva por conquistas alcançadas. A história do militante curitibano Toni Reis e seu namorado David Harrad (cidadão inglês) chamou a atenção dos meios de comunicação de massa em virtude da luta de ambos para a obtenção do visto de permanência de Harrad no Brasil. A mídia mostrou-se interessada neste caso a partir do momento em que a mãe de Reis ofereceu-se para casar com o *genro* como alternativa para mantê-lo junto ao filho.

O assassinato do adestrador de cachorros Edson Nérís da Silva por *skinheads* em São Paulo, em fevereiro de 2000, também atraiu a atenção da mídia. Silva foi assassinado enquanto passeava de mãos dadas com seu namorado numa praça do centro da cidade. O Projeto de Parceria Civil Registrada entre Pessoas do Mesmo Sexo, proposto pela então deputada federal Marta Suplicy (PT-SP) e as paradas anuais pelo orgulho gay também despertam grande interesse pela imprensa.

Nas sociedades democráticas ocidentais, estas paradas vêm assumindo um caráter de *manifestação massiva de visibilidade pública das diferenças sexuais a partir das homossexualidades*. Isto advém dos fatos de serem organizadas pelas entidades do movimento para assumirem esta característica e de serem o acontecimento promovido pelo movimento homossexual mais destacado pela mídia, mais notado pela sociedade mais ampla e, portanto, de maior interesse institucional e político, dentro e fora do movimento<sup>5</sup>. Além de cobrirem regularmente estes fatos, os meios noticiosos divulgam pesquisas que aferem a opinião da sociedade mais ampla a respeito dos homossexuais.

Desde a experiência pioneira da *Coluna do Meio*, de Celso Curi (e pela qual o mesmo foi processado por atentado ao pudor), na edição paulistana do jornal *Última Hora*, em fevereiro de 1976, tem aumentado a presença de homossexuais assumidos como assinantes de colunas voltadas para este tema em jornais diários. Uma das experiências

---

<sup>5</sup> Este “dentro e fora do movimento” refere-se às conexões que as entidades do movimento mantêm com o Estado, o mercado GLS, a mídia e os partidos “de esquerda”, na “oposição” ou na “situação”, para o apoio na infra-estrutura, divulgação e organização das paradas, bem como ao capital político que este apoio costuma gerar para as instâncias apoiadoras.



mais significativas neste sentido é a coluna assinada por André Fischer e Vange Leonel na *Revista da Folha*, publicada semanalmente no jornal *Folha de São Paulo*.

No entanto, é possível perceber que esta cobertura apresenta um enfoque que privilegia o gay ou a lésbica enquanto pessoas de classe média, com grande capacidade de consumo, com patrimônio material e simbólico significativo ou real capacidade para adquiri-los, e que, ao mesmo tempo, sejam pessoas jovens, monogâmicas, bem alimentadas e com dentes perfeitos, de pele branca, corpo tratado (em forma), cabelos loiros e olhos claros. Pode-se dizer que, em geral, esta cobertura é simpática aos homossexuais incluídos neste perfil, bem como às suas demandas por cidadania. Assim, tem-se um tratamento jornalístico com um filtro que rechaça e reforça a marginalização de indivíduos e práticas sexuais contrários ao padrão descrito acima.

A partir do reconhecimento de que a psicanálise oferece as ferramentas analíticas apropriadas para a compreensão da *imprensa sensacionalista* e do seu tratamento aos homossexuais, Angrimani (1995, p. 66) afirma que “o tratamento que o jornal sensacionalista dá ao homossexual é preconceituoso, marginalizante, ofensivo e retrógrado”. E acrescenta que, nesta modalidade de imprensa, “o homossexual aparece como um perverso degenerado, cuja conduta fere a ‘normalidade’ e coloca em risco as instituições”.

Para o autor, a compreensão dos protocolos da *imprensa sensacionalista* deve remeter aos mecanismos presentes nos inconscientes do produtor e do consumidor desta modalidade de imprensa. Este pressuposto justifica sua defesa de que é necessário “acrescentar um ponto de vista psicanalítico ao estudo da comunicação” (ANGRIMANI, 1995, p. 17). Este acréscimo guia o pensamento de Angrimani no sentido de assumir conceitos tais como perversão, libido, tabu, transgressão, projeção, narcisismo (próprios do método psicanalítico), como fundantes para sua abordagem. Com base neste método, ele argumenta que

“quando ele (o homossexual) sofre uma violência, quando é assassinado, o jornal sensacionalista edita a notícia de forma paralela, estendendo a ação criminosa ao lado da homossexualidade da vítima. O propósito implícito parece ser o de ‘justificar’ (ou pelo menos ‘compreender’) o ato violento. O criminoso ganha um status ‘diferente’, identificado como transgressor de ‘importância’ especial, por ter punido um transgressor mais temido, inconscientemente, pelo tecido social” (1995, p. 70).

Entre a militância, a denúncia desta modalidade de tratamento jornalístico constitui uma bandeira histórica do movimento homossexual. MacRae (1990) afirma que, ainda em



sua pré-história, por volta de 1978, o Somos (grupo paulista pioneiro do movimento homossexual brasileiro) manifestou-se publicamente contra o jornal *Notícias Populares*. O autor esclarece que, “data desta fase do grupo o seu primeiro aparecimento em público com uma carta de protesto enviada ao sindicato dos jornalistas reclamando da forma sensacionalista e preconceituosa com que a imprensa costumeiramente tratava a homossexualidade” (p. 102). Esta citação é indicativa de que, para o movimento, desde os seus primórdios, a *imprensa sensacionalista* é vista como *inimiga*. Esta modalidade de imprensa foi uma das instâncias responsáveis pela difusão da noção de “peste gay” atribuída à Aids na primeira fase desta epidemia.

Em entrevista à revista *Isto É* (1977), Winston Leyland, editor do jornal *Gay Sunshine*, na cidade norte-americana de São Francisco, na década de 1970 (cuja visita ao Brasil em 1977 com o objetivo de levantar material para publicação de uma antologia de contos produzidos por escritores homossexuais brasileiros, provocou uma reunião de artistas e intelectuais homossexuais e estimulou a criação do *Lampião da Esquina*, o primeiro jornal homossexual numa perspectiva política e com circulação nacional) afirmou que

“O problema parece ser os meios de comunicação (grifo nosso), pois eles se concentram basicamente nos travestis. É claro que estes também fazem parte do mundo homossexual, mas não é o segmento mais significativo. (...) Os jornais e revistas só se preocupam com aspectos sensacionalistas que acentuam a falsa imagem da comunidade homossexual. Isso cria um círculo vicioso, porque, de um lado, os homossexuais não têm acesso aos meios de comunicação, e, por outro lado, a imprensa continua transmitindo uma imagem deformada desse grupo”<sup>6</sup>.

A crítica ao tratamento sensacionalista a respeito das práticas homossexuais também emerge no interior do próprio campo jornalístico brasileiro. Um exemplo desta modalidade de crítica é a repercussão, entre jornalistas, ao tratamento noticioso concedido ao episódio da autuação, por atentado ao pudor, de um tenente-coronel do Exército, flagrado com outro homem, durante a madrugada, dentro de um carro estacionado numa avenida da cidade do Rio de Janeiro, em 1996. Esta repercussão foi objeto de exame no artigo intitulado *Assassinato moral*, escrito por Lenita Outsuka e publicado na seção *Ética* da revista *Imprensa* de novembro de 1996.

O artigo informa que o caso recebeu ampla cobertura nos noticiários de jornais, revistas e televisão em todo o Brasil, discute seu interesse público nos termos como foi tratado e

---

<sup>6</sup> Cf. MUNERATO, Elice e CAMPELLO, Myriam. Convite aos homossexuais. In *Revista Isto é*, n. 39, 21 de setembro de 1977, pp. 60-61.



defende que a falha ética central consistiu na identificação nominal do militar. O título do artigo demonstra que, através deste procedimento, um sub-produto do sensacionalismo é o *aniquilamento moral* da pessoa identificada. Este ponto de vista é sustentado com o argumento de que, neste caso, mais do que expor, como espetáculo escandaloso, um cidadão e um aspecto de sua intimidade, interessaria aproveitar a oportunidade para discutir, com profundidade, a questão da homossexualidade nas forças armadas. A autora argumenta que esta repercussão, entre os próprios jornalistas, expressa a recorrência, no meio profissional, da “discussão sobre direito de informação e liberdade de expressão contra o direito à privacidade e o respeito à intimidade” (1996, p. 60).

Na televisão brasileira, a representação das homossexualidades é ainda mais ambígua e problematizada. Este veículo difunde uma multiplicidade de discursos a este respeito. Sua emissão ocorre tanto em programas jornalísticos quanto de entretenimento, e em atendimento aos mais diversos interesses. Assim, há discursos voltados para a *informação*, a desinformação, o preconceito, o insulto, a cidadania, o entretenimento, a educação etc.

Na programação voltada para o entretenimento, prevalece o jogo cuja regra básica consiste na valorização dos indivíduos jovens, brancos, de classe média e discretos e a desvalorização (pelo silenciamento ou pela estereotipização) dos indivíduos não classificáveis neste padrão e que apresentam comportamento *imoderado*. Assim, o critério para veiculação de discursos *positivos* a respeito da população homossexual pela televisão tem a ver com a aparência, com o comportamento e com o poder de consumo. A análise de Nunan (2003) sobre a representação dos homossexuais pela mídia privilegia a televisão como objeto de estudo e elege as noções de *preconceito* e *estereótipo* como conceitos centrais para apreender o significado desta representação. Tomando por base os pressupostos gerais da Psicologia Social, a autora sustenta que “o *preconceito* pode ser definido como uma atitude hostil ou negativa para com determinado grupo, baseada em generalizações deformadas ou incompletas” (NUNAN, 2003, p. 59). E acrescenta que

“Esta generalização (ou representação mental) é chamada *estereótipo* e significa atribuir características pessoais ou motivos idênticos a qualquer pessoa de um grupo social, independentemente das variações individuais. Os estereótipos são ao mesmo tempo a causa e a consequência do preconceito, e ambos (estereótipo e preconceito) geram *discriminação* contra o grupo-alvo, apesar de poder haver discriminação independente destes dois fatores. No que se refere à discriminação, esta pode ir desde

um tratamento diferenciado, passando por expressões verbais hostis e de desprezo, chegando ou não a atos manifestos de agressividade” (2003, p. 59).

A eleição da noção de *estereotipização* para descrever os investimentos discursivos midiáticos sobre determinados grupos sociais como estratégia de representação/dominação destes grupos é recorrente em diferentes áreas das ciências humanas. Discutindo os discursos (as imagens) veiculados pela televisão brasileira sobre o *Nordeste brasileiro* e o *povo nordestino*, e inspirado no método arqueológico proposto por Michel Foucault, Albuquerque Júnior (1999) aponta o caráter estereotipado daqueles discursos. Segundo o autor,

“O discurso da estereotipia é um discurso assertivo, repetitivo, é uma fala arrogante, uma linguagem que leva à estabilidade acrítica, é fruto de uma voz segura e auto-suficiente que se arroga o direito de dizer o que é o outro em poucas palavras. O estereótipo nasce de uma caracterização grosseira e indiscriminada do grupo estranho, em que as multiplicidades e as diferenças individuais são apagadas, em nome de semelhanças superficiais do grupo” (1999, p. 20).

E acrescenta que

“O estereótipo é um olhar e uma fala produtiva, ele tem uma dimensão concreta, porque, além de lançar mão de matérias e formas de expressão do sublunar, ele se materializa ao ser subjetivado por quem é estereotipado, ao criar uma realidade para o que toma como objeto” (1999, p. 20).

Estas definições podem ser vistas como indício da relevância que o conceito de estereótipo vem assumindo nas ciências humanas para caracterizar práticas de representação/dominação individual e social. Elas apontam para a centralidade que estas práticas vêm assumindo nas estratégias contemporâneas de dominação e controle sobre indivíduos e grupos sociais. Num mundo globalizado e fortemente marcado pela presença dos meios de comunicação como o contemporâneo, a recorrência à *estereotipização* nos termos apontados acima demonstra a eficácia produtiva (produção de subjetividades estereotipadas e subordinadas) deste procedimento.

Nunan parte da idéia de que a crescente presença/visibilidade que as homossexualidades vêm alcançando nos meios de comunicação não vem implicando a reversão da estratégia da *estereotipização negativa* deste grupo social. Para a autora, “os homossexuais têm sido praticamente invisíveis na mídia, exceto quando são mostrados como vítimas (de violência ou ridículo) ou vilões, papéis estes reforçados pela epidemia da AIDS” (2003, p. 97). No entanto, a autora reconhece que, aos poucos, através de



filmes, séries televisivas, telenovelas e programas de entrevistas, a televisão vem apresentando imagens alternativas e não-extraordinárias das homossexualidades.

Seu enfoque na televisão é justificado pelo impacto que este veículo tem na sociedade brasileira. E, por esta perspectiva, importa examinar como as novelas e os demais programas *populares* têm feito a representação das homossexualidades. Nunan argumenta que esta representação tem destacado as figuras do *homossexual violento* e do *homossexual efeminado*. A autora conclui que

“Em suma, apesar de a homossexualidade ainda ser freqüentemente tratada na televisão brasileira de maneira estereotipada ou excessivamente cuidadosa (atenuando a realidade gay, para não ‘chocar’ os telespectadores), as iniciativas de determinados autores para dar maior visibilidade aos homossexuais não deve ser menosprezada, sobretudo se levarmos em conta a ampla difusão que as novelas têm em nossa sociedade” (2003, p. 102).

Os estudos gays e lésbicos destacam os discursos da *imprensa sensacionalista*, da televisão e do cinema como emblemáticos das representações midiáticas a respeito das homossexualidades. É a partir deste recorte que estes estudos desenvolvem sua crítica ao discurso midiático e denunciam sua visão fundada na noção de *heteronormatividade*. Nosso mergulho neste campo político e teórico faz supor que a mídia tem sido objeto de grande desconfiança. O texto de Navarro-Swain (2000), por exemplo, é breve, panorâmico e (sendo a autora uma historiadora) construído a partir de uma perspectiva diacrônica.

A discussão proposta por Navarro-Swain sobre os meios de comunicação aparece em meio a uma descrição mais geral dos movimentos mais recentes de integração e visibilidade do lesbianismo em diferentes campos sociais, movimentos estes tomados como um dos efeitos da consolidação do *dispositivo da sexualidade* nas sociedades modernas. As imagens geradas por estes movimentos vêm formando o que a autora chama de “imagens do tempo presente” sobre o lesbianismo. E, em meio a estas imagens, constitui-se a aparição do lesbianismo na mídia.

Navarro-Swain associa-se aos *estudos gays e lésbicos* ou teoria *queer*, uma tradição acadêmica que se vem firmando a partir, principalmente, dos Estados Unidos. O ponto de partida dessa perspectiva teórica é a crítica da naturalização do sexo biológico e das práticas sexuais. A autora (2000, p. 80) argumenta que, “questionando-se a importância dada ao sexo biológico, percebe-se a própria construção social como modeladora do humano”. Avançando o pensamento a partir deste pressuposto, Navarro-Swain assimila



os meios de comunicação a “tecnologias de reprodução de gênero”<sup>7</sup> e argumenta que estas tecnologias

“trabalham no sentido de reinstalar as imagens tradicionais de mulheres e homens galvanizados em imagens estereotipadas do ‘macho-man’, da ‘femme fatale’ ou ‘barbie’. As revistas femininas, o cinema, a televisão, vídeos, publicidade, revistas em quadrinhos, desenhos animados, na maior parte das vezes reproduzem os papéis de gêneros, seus valores e sua importância”. (2000, p. 70).

Esta citação indica que, em vez de considerar algum veículo midiático em particular, a autora volta seu olhar sobre a comunicação midiática em seu conjunto. Mais especificamente, este enfoque centra-se nas mídias destinadas ao consumo por públicos massivos, heterogêneos e populares. Navarro-Swain não se propõe a construir uma *teoria dos meios* destinada a explicar o modo como estes costumam representar o lesbianismo. Sua contribuição limita-se à reiteração da noção de mídias como “tecnologias de reprodução do gênero”.

No entanto, a autora apresenta um inventário da abordagem dos meios sobre o lesbianismo que ilustra a hipótese formulada. Este inventário permite concluir que os veículos de comunicação desenvolvem as estratégias do *silenciamento* e da *estereotipização*. O estereótipo é definido como uma estratégia montada a partir das visões de um “modelo único de ser” para os homens e para as mulheres e da intolerância em relação às práticas diversas a este modelo.

A autora conclui afirmando que

“O Múltiplo aqui é disciplinado em torno do Uno, obedecendo ao *dispositivo da sexualidade* (o grifo é dela): as práticas sexuais se expandem, mas o modelo permanece o mesmo” (2000, p. 75).

Assim, esta estratégia consistiria em fixar socialmente este modelo e mostrar a imagem da diversidade numa perspectiva *negativa* para promover sua eliminação. No caso, o “modelo único de ser” mulher apoiaria-se na idéia da “verdadeira mulher” e as diversidades exibidas de modo recorrente seriam a prostituta e a lésbica. Este seria, essencialmente, segundo Navarro-Swain, o padrão norteador dos processos midiáticos sobre o tema em questão.

Tudo indica que a desconfiança, presente nos estudos gays e lésbicos, segundo Navarro-Swain, a respeito da cobertura concedida pela grande imprensa noticiosa sobre este

---

<sup>7</sup> A autora informa que este termo foi proposto por Teresa De Lauretis, uma das formuladoras do projeto teórico referido, em sua obra “*Technologies of gender. Essays on theory, film and fiction*”, Bloomington, Indianápolis, Indiana University Press, 1987.



tema, embora inclua a chamada *imprensa séria*, remete mais especificamente aos jornais sensacionalistas. O discurso destes estudos sugere que o moralismo/conservadorismo e conseqüente julgamento pejorativo ao comportamento homossexual presente na primeira é sempre dissimulado pelas técnicas de produção textual inspiradas pelo *paradigma da informação* e sua orientação em favor da *objetividade*. Neste sentido, para os estudos gays e lésbicos, enquanto a *imprensa séria* promove a dissimulação do preconceito pela manipulação de técnicas de produção textual, na *imprensa sensacionalista* e nas mídias voltadas para consumo popular e massivo, o preconceito se mostra abertamente.

### **Conclusões**

Tomadas em conjunto, as apreciações resenhadas acima demonstram a insatisfação que o discurso midiático a respeito da população homossexual gera entre militantes do movimento homossexual, acadêmicos e mesmo jornalistas. No entanto, é possível perceber a rejeição a visões monolíticas a respeito da mídia e dos discursos e valores que esta veicula. As declarações apresentadas sugerem haver o reconhecimento de distinção entre os meios voltados para públicos com maior nível de instrução formal e os meios populares e massivos. Em relação à televisão, ocorre a distinção entre os programas de jornalismo e entretenimento.

Apesar de sugerirem o reconhecimento destas distinções, as avaliações apresentadas não deixam de denunciar as estratégias de controle político e cultural prevaletentes nos discursos midiáticos a respeito da população homossexual. Embora haja o reconhecimento do avanço representado pela emergência do *paradigma da informação* para o reforço dos valores da democracia e dos direitos humanos, não se deixa de ver que sua assunção permite a dissimulação do jogo de valorização dos homossexuais de classe média e propensos à normalização/domesticação.

Este exame da fala de militantes, acadêmicos e jornalistas ajuda a compreender que, embora contemple a possibilidade de disputas, a cultura veiculada pela mídia a respeito da população homossexual parece fundar-se na idéia de que a estereotipização *não* é a alternativa ao silenciamento. Pelo contrário, a combinação de uma com o outro é que é a prática mais apropriada para a garantia do controle e da dominação política e cultural daquela população.



## Referências bibliográficas

ALBUQUERQUE JÚNIOR, Durval Muniz de. **A invenção do Nordeste e outras artes**, Recife, FJN, Massangana, São Paulo, Cortez, 1999. 340p.

ANGRIMANI, Danilo. **Espreme que sai sangue: um estudo do sensacionalismo na imprensa**, São Paulo, Summus, 1995. 157p.

GLASS, Verena. Eu quero o meu direito de ser anormal: entrevista com João Silvério Trevisan. **Caros Amigos**, São Paulo, ano IV, n. 43, out. 2000, p. 30-36.

GREEN, James. **Além do carnaval – a homossexualidade masculina no Brasil do século XX**, São Paulo, UNESP, 2000. 541p.

GREEN, James N. e POLITO, Ronald. **Frescos Trópicos: fontes sobre a homossexualidade masculina no Brasil (1870-1980)**, Rio de Janeiro, José Olympio, 2006. 192p.

KELLNER, Douglas. **A cultura da mídia – estudos culturais: identidade e política entre o moderno e o pós-moderno**. Bauru (SP), EDUSC, 2001. 454p.

MACRAE, Edward. **A construção da igualdade – identidade sexual e política no Brasil da ‘abertura’**, Campinas (SP), UNICAMP, 1990. 322p.

MUNERATO, Elice e CAMPELLO, Myriam. Convite aos homossexuais (Entrevista com Winston Leyland). **Isto É**, São Paulo, n. 39, 21 de setembro de 1977, pp. 60-61.

NAVARRO-SWAIN, Tania. **O que é lesbianismo**, São Paulo, Brasiliense, 2000, Coleção Primeiros Passos, 313. 104p.

NUNAN, Adriana. **Homossexualidade: do preconceito aos padrões de consumo**, Rio de Janeiro, Caravansarai, 2003. 360p.

OUTSUKA, Lenita. Assassinato moral. **Imprensa**, São Paulo, Feeling Editorial, ano X, número 110, 1996.

TRAQUINA, Nelson. **O estudo do jornalismo no século XX**, São Leopoldo (RS), UNISINOS, 2001. 220p.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do jornalismo – porque as notícias são como são**, Florianópolis, Insular, 2004. 224p.

TREVISAN, João Silvério. **Devassos no paraíso – a homossexualidade no Brasil, da colônia à atualidade**, 5ª. Ed., Rio de Janeiro, Record, 2002. 588p.