



## **Homossexualidade e Comunicação: o posicionamento dos acadêmicos em relação ao polêmico beijo gay nos meios de comunicação social<sup>1</sup>**

Thiago Hunger de FRANÇA<sup>2</sup>

Rafael Jose BONA<sup>3</sup>

### **RESUMO**

A homossexualidade exposta nos meios de comunicação ainda gera bastante discussão e polêmica. Porém, a temática homossexual é cada vez mais frequente e explorada em letras de músicas, roteiros de seriados de TV, telenovelas, documentários, moda e cinema. Este artigo tem como objetivo identificar o posicionamento de acadêmicos de Comunicação Social em relação ao beijo gay nos meios de comunicação e analisar a forma como o homossexual é inserido nesses meios. Para a coleta de dados, foi elaborado um questionário e respondido por acadêmicos matriculados nos cursos de Publicidade e Propaganda, Jornalismo e Relações Públicas da UNIVALI (Universidade do Vale do Itajaí) em Itajaí/SC durante o segundo semestre de 2011. Com os resultados foi possível verificar que há uma aceitação do gay nos meios de comunicação. Espera-se que a partir desse estudo possam ser suscitadas outras pesquisas na área.

**PALAVRAS-CHAVE:** Beijo Gay; Comunicação Social; Homossexualidade.

### **1 INTRODUÇÃO**

Em 1869, a médica húngara Karoly Maria Benkert criou o termo homossexualidade. No início, apresentava-se como uma conotação estritamente clínica para descrever a realidade humana das pessoas que tinham o impulso voltado para alguém do mesmo sexo (SILVA, 2011). Segundo Vidal (1985) “por homossexual, entendemos a condição humana de um ser pessoal que, ao nível da sexualidade, caracteriza-se desta peculiaridade de sentir-se constitutivamente instalado na forma de expressão exclusiva com um parceiro do mesmo sexo” (VIDAL, 1985, p. 58). Vidal ainda destaca:

Primeiramente, a questão da homossexualidade deve ser entendida como uma questão a ser considerada em um contexto global. Isto é, o ser humano deve ser visto como um ser total e não apenas voltado para sentido sexual, afinal o ser humano não se define apenas e somente a partir de sua forma de

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no IJ 6 – Interfaces Comunicacionais do XIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul realizado de 31 de maio a 2 de junho de 2012.

<sup>2</sup> Graduado em Comunicação Social: Publicidade e Propaganda (UNIVALI). E-mail: thiagohunger@hotmail.com

<sup>3</sup> Mestre em Educação (FURB), Especialista em Cinema (UTP), Fotografia (UNIVALI) e Educação a Distância: Gestão e Tutoria (UNIasselvi), Graduado em Publicidade e Propaganda (FURB). Docente do Curso de Moda e Publicidade e Propaganda da FURB (Universidade Regional de Blumenau). Docente do curso de Publicidade e Propaganda, Tecnologia em Fotografia e Produção Audiovisual da UNIVALI (Universidade do Vale do Itajaí). E-mail: [bona.professor@gmail.com](mailto:bona.professor@gmail.com)



expressar sua sexualidade: é alguém completo, total, um ser portador de desejos, vontades, vida e sonhos e não apenas sua forma de ser e de se comportar sexualmente (VIDAL, 1985, p.33).

Apesar da popularidade, os personagens gays ainda causam discussão e polêmica toda vez que são expostos na mídia. Na televisão brasileira é cada vez mais comum nos depararmos com figuras gays estereotipadas, histórias de combate ao preconceito e quadros de comédia. Um exemplo recente foi na telenovela da Rede Globo, *Insensato Coração* (2011), na qual, um núcleo GLS (Gays, Lésbicas e Simpatizantes) fixo participava ativamente da trama. Casos sobre homossexuais em novelas sempre geraram controvérsias na sociedade brasileira. Com o desenrolar das histórias, a audiência e principalmente a imprensa, começa a levantar a hipótese de acontecer o beijo na boca entre os personagens.

O principal objetivo deste trabalho foi identificar o posicionamento dos universitários dos cursos de Comunicação Social da UNIVALI (Universidade do Vale do Itajaí): Publicidade e Propaganda, Jornalismo e Relações Públicas, em relação à exposição do beijo gay nos meios de comunicação. A pesquisa trabalha a inclusão da homossexualidade na música, moda, cinema e de como os gays são retratados.

A importância deste estudo na área das interfaces da comunicação se dá pelo fato de os homossexuais e simpatizantes terem se tornado um grande público dentro da sociedade contemporânea e isso reflete diretamente nos meios de comunicação. Passeatas e paradas GLS com mais de um milhão de pessoas nas ruas comemorando o orgulho de ser gay são provas deste fenômeno de popularidade que acontece em diversas cidades pelo mundo.

Segundo Medeiros (2008), a pesquisa descritiva estuda, analisa, registra e interpreta os fatos do mundo físico sem a interferência do pesquisador. Por meio desse conceito, este trabalho científico se caracterizou como pesquisa descritiva, no qual foram levantadas informações sobre o assunto principal (homossexualidade) e pesquisado a opinião de acadêmicos dos cursos de Comunicação Social da UNIVALI, para identificar sua opinião sobre a veiculação do beijo gay na programação da televisão brasileira.

A pesquisa foi aplicada por meio de questionários, entre os dias 11 a 18 de outubro de 2011, com o auxílio da ferramenta *Google Docs*. Foram utilizadas as redes sociais Facebook, MSN e Twitter para emissão do formulário. Além disso, o questionário também foi disparado por email pelos coordenadores dos três cursos no mesmo período.



## 2 COMUNICAÇÃO E HOMOSSEXUALIDADE

A televisão é um dos meios de comunicação mais populares do mundo desde sua criação. São imensuráveis os números de emissoras e programas de TV existentes atualmente. A diversidade da programação é vasta dentro da TV aberta e fechada. Desde canal infantil até canal com conteúdo adulto 24hrs. Apesar de toda grandiosidade e expansão que a televisão conquistou nas últimas décadas, inclusive a TV brasileira, a Rede Globo que ocupa um lugar na lista de maiores emissoras do mundo. A televisão parece ser o meio de comunicação que mais resiste à modernidade.

Neste contexto, a televisão brasileira ainda possui censura e cautela ao tratar de determinados assuntos, temas que geram polêmica, mas que fazem parte do nosso dia a dia, como a homossexualidade.

Alguns meios tratam a homossexualidade com mais frequência e menor pudor, como a internet e o cinema. Sites direcionados a gays são de fácil acesso, qualquer pessoa pode assistir ao seu conteúdo. Filmes com a mesma linguagem lideram bilheterias pelo mundo todo, o longa metragem *O Segredo de BrokeBack Mountain* (2005) conquistou vários prêmios: Leão de Ouro no Festival de Veneza, Globo de Ouro, *Independent Spirit Awards*, recebeu o maior número de indicações no 78º OSCAR (oito no total) vencendo em três categorias.

Na música, a homossexualidade é pauta para letras de canções, vídeos musicais, conceito de performances, etc. Dois exemplos são: o videoclipe da cantora Christina Aguilera, *Beautiful*, no qual dois homens se beijam na boca, e o último álbum da Lady Gaga, *Born This Way*, que incentiva o homossexual a se amar do jeito que nasceu. Em *Beautiful*, Aguilera canta “*Você é bonito não importa o que eles dizem, palavras não vão te fazer cair...*”. No refrão da canção *Born This Way*, Gaga diz “*Eu sou linda à minha maneira, pois Deus não comete erros...*”, ambas fazem referência aos gays e que as pessoas devem ser felizes do jeito que elas são.

Essa relação da música, especialmente com o gênero pop, vem de muito tempo, quando Cher, Madonna e Cyndi Lauper foram algumas das cantoras precursoras que levantaram a bandeira do arco-íris<sup>4</sup>. Uma nova geração de cantoras pop se juntaria a essa causa e divulgaria o amor e apoio aos gays.

Em 2003, o VMA<sup>5</sup> surpreendeu a todos com a performance de abertura. Nela, Madonna, Britney Spears e Christina Aguilera, enquanto cantavam, simularam um casamento

---

<sup>4</sup> As cores do arco-íris se tornaram símbolo dos homossexuais.

<sup>5</sup> *Video Music Awards*, evento anual do canal americano MTV que premia os melhores vídeos musicais do ano.

com direito a beijo na boca entre as cantoras. A repercussão da apresentação foi instantânea e global. Diversos jornais, revistas, sites e programas de TV usaram a cena para estampar manchetes sensacionalistas. Após oito anos, o beijo entre as cantoras ainda é lembrado. Em recente pesquisa, a MTV divulgou um ranking das maiores performances musicais da história, e o “polêmico beijo” ficou em quarto lugar na memória do público. (MTV, 2011)



**Figura 01: O beijo de Madonna e Britney Spears no VMA 2003**  
Fonte: MTV (2011)

No Youtube, há muitos vídeos com o momento e o acesso pode ser feito sem qualquer restrição de idade. O que é censurado na TV, na internet é exibido sem qualquer tipo de censura na maioria das vezes.

Em 2011, Britney Spears também foi eleita o maior ícone gay de todos os tempos. O *The Orange Country Equality*, um projeto que promove igualdade na Califórnia, fez uma pesquisa com aproximadamente 1200 homens gays e elegeram a cantora com 31% dos votos. O responsável pelo projeto, Joel Waddell, disse que “Britney Spears é um verdadeiro ícone gay”, e ainda criticou outras cantoras. “Ela é autêntica em relação ao seu amor e não nos trata como uma ferramenta de marketing, como Madonna e outros ícones”. Esta citação é indício de que os gays já são visados como um público distinto, produtos e serviços destinados a eles são cada dia mais comum. Segundo a Billboard (2011), revista especializada em música, Lady Gaga vendeu mais de um milhão do seu álbum *Born This Way*, dedicado aos gays, em sua primeira semana de lançamento somente nos EUA, em uma época que as vendas de álbuns físicos estão cada vez mais baixas e a indústria já prevê o fim do CD em 15 anos. (FOLHA DE SÃO PAULO, 2011)

Dois fenômenos de popularidade no mundo da moda são os modelos Lea T e Andrej Pejic. Ela é transexual, desfila e fotografa para grifes femininas, ele é andrógono, desfila e fotografa para grifes femininas e masculinas. Lea T. é brasileira, filha de um famoso treinador de futebol brasileiro, Toninho Cerezo, ficou reconhecida após fotografar para a capa da

revista britânica LOVE Magazine beijando na boca a supermodelo Kate Moss e é claro, pela sua sexualidade.



**Figura 02: Capa da revista britânica LOVE Magazine**  
Fonte: <http://thelovemagazine.co.uk/> (2011)

Contudo, mesmo com esta globalização do “mundo gay”, na programação brasileira a história é um pouco diferente. Nela, a retratação do gay é estereotipada e geralmente os personagens são utilizados em quadros e cenas de humor.

Segundo Ribeiro (2010), autor do livro *A TV no armário: A identidade gay nos programas e telejornais brasileiros*, “Em geral, o gay é retratado de forma pejorativa e sempre lembrado com linguajar jocoso” (2010, p. 21). Essa representação do gay na televisão aumenta o preconceito da sociedade “heterossexual”, que começa a generalizar os gays com traços afeminados e vocabulário diferenciado. Em sua análise, Ribeiro ainda reforça

É importante reconhecer que a perspectiva de identidade está constituída por dentro da representação e que as representações constroem a realidade. Por exemplo, o cinema, a literatura, as imagens da televisão não são um espelho que reflete a realidade existente. Mas tais representações nos constituem como sujeitos e, ao mesmo tempo, nos posicionam na mesma realidade. (2010, p.33)

Um episódio que serve como exemplo dessa representação generalizada sobre o homossexual é o quadro “Valéria e Janete” do programa humorístico *Zorra Total* da Rede Globo. Valéria é uma transexual com a mesma característica do linguajar jocoso que Ribeiro menciona, com o seu bordão “*Ai, como eu to bandida*”. As personagens brincam com sexualidade e promiscuidade, reforçando a imagem negativa contra os gays.



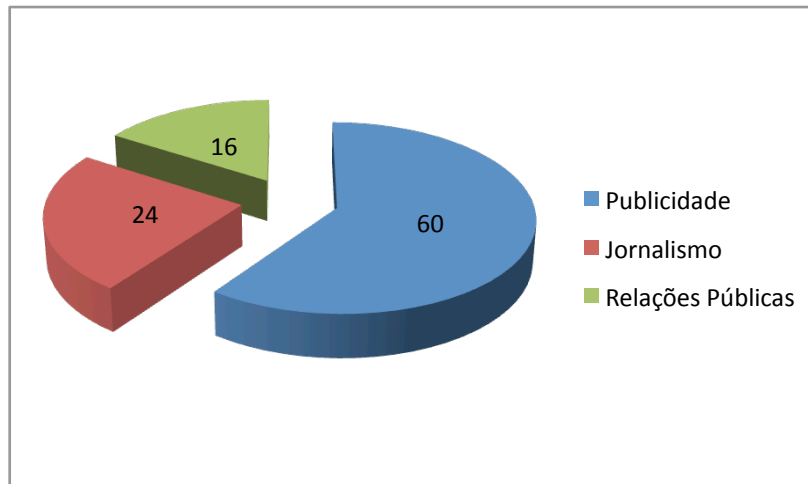
O caso que mais gera polêmica na televisão com relação aos gays, ainda é a veiculação do beijo gay. É permitido, livre e estimulado terem personagens gays em programas de TV, quando os mesmos são engraçados e possuem profissões como: cabeleireiro, maquiador, estilista, mordomo, empregos que geralmente são comuns serem ocupados por homossexuais.

Um destaque para o programa *Beija Sapo* (MTV BRASIL, 2006), apresentado pela Daniela Cicarelli, na qual um participante escolhia um dos pretendentes oferecidos pelo programa para beijar. Após muitas versões “heterossexuais”, no dia 19 de agosto de 2006 foi exibida a primeira versão gay, que mostrou o beijo entre dois homens. Um grande avanço para os gays, por determinação do Ministério Público, o programa foi transmitido em horário livre (19h) e classificado como adequado para adolescentes e crianças, uma edição lésbica foi ao ar em 27 de outubro do mesmo ano. (RIBEIRO, 2010)

A MTV Brasil é uma das poucas emissoras brasileiras que destina a maior parte da sua programação para jovens e adolescentes, debate e expõe assuntos “polêmicos” sem o menor tabu, sempre com boas iniciativas, campanhas ideológicas e criatividade. Atualmente, o canal exhibe o programa LUV, nos mesmos moldes do *Beija Sapo*, e no dia 12 de outubro de 2011 teve a sua primeira versão gay. Nas chamadas do programa a MTV perguntava “Beijo gay na televisão ainda é tabu?” e respondia “Não na MTV”, além de se posicionar como “O primeiro canal da televisão brasileira a mostrar o amor se cortes”, atitudes que ajudam a representar a realidade cada vez mais presente nos meios de comunicação. (MTV, 2011)

### **3 METODOLOGIA E TRATAMENTO DOS DADOS**

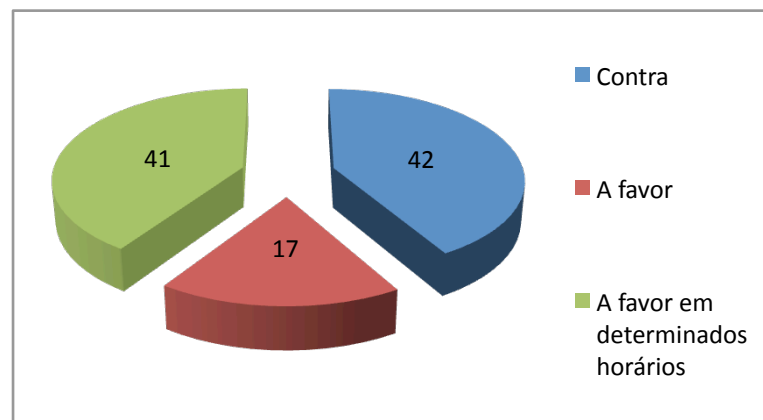
Para a pesquisa foi utilizado como instrumento de coleta um questionário. Esse foi encaminhado para os acadêmicos de Comunicação Social: Publicidade e Propaganda, Jornalismo e Relações Públicas por seus respectivos coordenadores no dia 11 de outubro de 2011. O questionário foi desenvolvido pelos autores da pesquisa com o auxílio do serviço *Google Docs*. De um universo de quase 600 acadêmicos, foram respondidos 160 questionários até o dia 20 de outubro de 2011. Dos questionários respondidos, 60% pertencem ao curso de Publicidade e Propaganda, 24% de Jornalismo e 16% de Relações Públicas.



**Gráfico 01: Acadêmicos dos cursos entrevistados**

Fonte: os autores

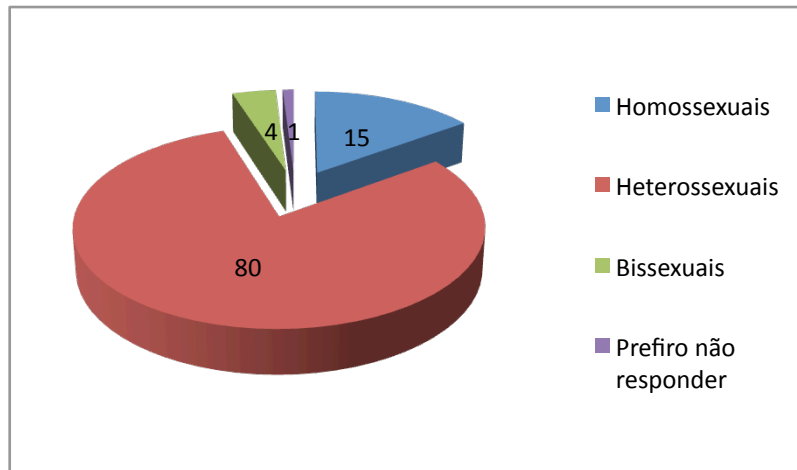
Após a análise das respostas, foi identificado que 42% dos entrevistados são contra a censura do beijo gay na televisão, 17% são a favor da censura e 41% são a favor da censura em determinados horários. Pode-se observar que o curso de Relações Públicas possui os acadêmicos que mais são contra a censura do beijo gay na televisão com 46%, em seguida os acadêmicos de Publicidade e Propaganda com 45% e por último o curso de Jornalismo com 28%. Também foi observado que os acadêmicos que mais são a favor da censura em todos os horários pertencem ao curso de Jornalismo com 34%, mas 36% responderam que são a favor da censura em determinados horários.



**Gráfico 02: Quanto à censura do beijo gay**

Fonte: os autores

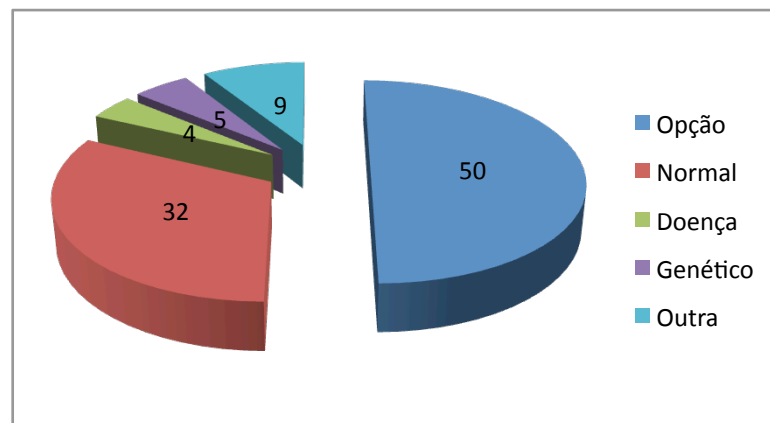
Um dos itens da pesquisa questionava a sexualidade dos acadêmicos. Isso foi pertinente para traçar o perfil do público que é a favor da exposição do relacionamento homossexual nos meios de comunicação. Dos entrevistados, 80% afirmaram serem heterossexuais, 15% homossexuais e 4% se consideram bissexuais, o seja, a maioria dos acadêmicos que responderam o questionário é heterossexual.



**Gráfico 03: Orientação sexual dos entrevistados**

Fonte: os autores

Os acadêmicos responderam o motivo pelo qual existe a homossexualidade: 50% crêem ser uma opção de cada um; 32% acham normal ser gay; 9% dizem que a causa é outra, diferente das alternativas; 5% afirmam ser genético, que o indivíduo já nasce homossexual; e, 4% ainda acreditam que se trata de uma doença, fato que já foi comprovado cientificamente não se tratar de uma patologia. Em 1989, o termo homossexualismo foi abolido do CID-10 apesar do transexualismo e alguns tipos de travestismo ainda figurarem como patologia. (KERN; SILVA, 2009, p. 509)

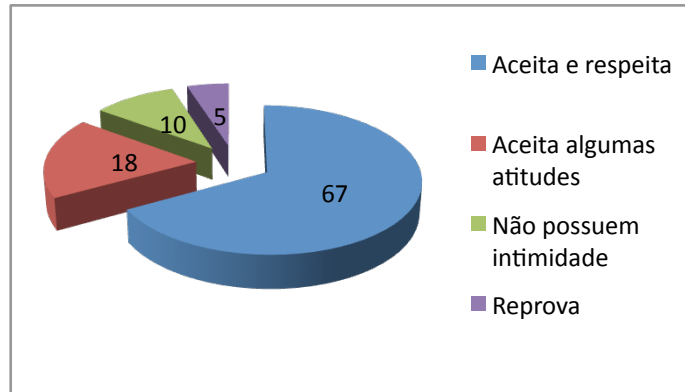


**Gráfico 04: Opinião sobre a homossexualidade**

Fonte: os autores

Perguntas sobre o relacionamento dos entrevistados com os gays foram questionadas. Destes, 93% responderam possuir um amigo ou parente gay, 7% negaram. A forma como é tratada esta relação também foi abordada: 67% aceitam e respeitam a maioria das atitudes dos seus parentes ou amigos gays; 18% dos acadêmicos aceitam algumas atitudes, mas repreendem outras; 10% possuem amigos ou parentes gays, mas não têm intimidade com eles; e, 5% reprovam os comportamentos dos homossexuais conhecidos.





**Gráfico 05: Relação dos entrevistados com gays**

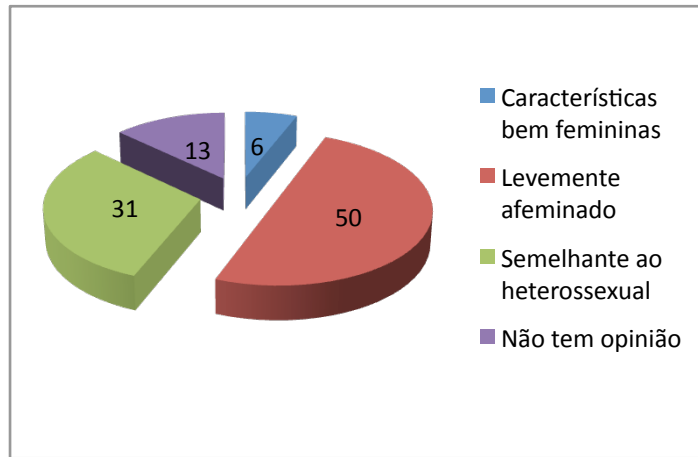
Fonte: os autores

Outra informação obtida com a pesquisa foi quanto à reação das pessoas se um gay lhes demonstrasse interesse: 53% dos acadêmicos achariam a situação normal e “levariam na boa”; 21% apenas ignoraria por não se ofender com a atitude; 19% não aprovaria esta atitude mas não tomaria nenhuma providência sobre isto; já outros 8%, além de não aprovar, repreenderia o gay.

A questão: Você já passou por alguma situação com gays que te deixasse constrangido? 50% responderam que não; 29% não se sentiram constrangidos por não se importarem com a opinião alheia; 13% disseram que já passaram por situações constrangedoras na presença dos seus parentes ou amigos gays; e, 8% não possuem opinião formada sobre a pergunta.

As duas próximas questões trataram da percepção quanto à imagem do homossexual para o público-alvo, que podem sofrer influência da imagem que a mídia transmite, por exemplo, a edição de 31 de agosto de 2011 da revista VEJA trouxe uma matéria com a seguinte chamada “*É hora de alegria, A nova safra de “homens femininos” das novelas aposenta a militância gay – e recoloca o humor em primeiro lugar*”. A chamada se dá pelo fato da novela *Insensato Coração* (2011) abordar a luta dos homossexuais por seus direitos. A impressão é de que a matéria comemora a “volta” dos personagens gays ao humor, mais divertido para o público. Isso reforça a ideia de Ribeiro, “a programação televisiva reproduz uma visão heterocentrada da sociedade, na qual personagens que fogem dos padrões estabelecidos para o homem são desqualificados” (2010, p.113). Na matéria ainda citam o personagem Crodoaldo, vivido pelo autor Marcelo Serrado, da novela *Fina Estampa* (2011), mordomo que é chamado de *slave* e submetido a diversas humilhações pela sua chefe, Tereza Cristina (Cristiane Torlone). O próprio autor da novela, Aguinaldo Silva, disse à VEJA que o personagem de Marcelo “Crô é aquele tipo de homossexual que tem devoção louca por uma mulher”. Com base nisso, 50% dos entrevistados responderam que ao imaginar uma figura

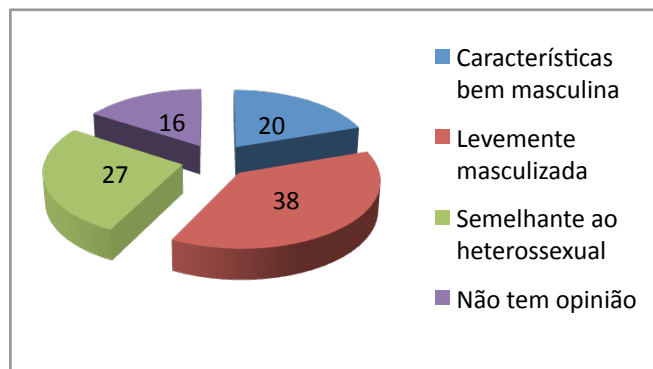
gay masculina ela seria levemente afeminada; 31% imaginam as características semelhantes a do heterossexual masculino, numa aparência mais discreta; 6% dos acadêmicos afirmaram que imaginam o gay carregado de trejeitos femininos, com um linguajar jocoso; e 13% não tinham opinião formada sobre o assunto.



**Gráfico 06: Percepção sobre a imagem do gay masculino**

Fonte: os autores

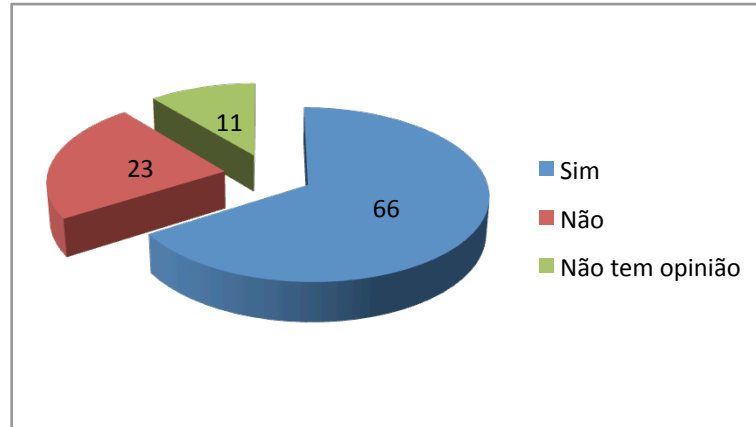
No caso da percepção da imagem gay feminina as respostas foram mais equilibradas. Dos entrevistados, 38% imaginam suas características levemente masculinizadas; 27% acham que são semelhantes a uma mulher heterossexual; 20% responderam que a imagem refere a características cheias de masculinidade; e, 16% não têm opinião formada. Esse maior equilíbrio nas respostas talvez aconteça pelo fato de os personagens femininos gays não serem abordados com a mesma frequência na mídia quanto o masculino. Os personagens femininos possuem características de mulheres fortes e corajosas, por exemplo, a personagem protagonista Pereirão de *Fina Estampa*, vivido pela atriz Lília Cabral, que trabalha como “*quebra galho*”. Essa função geralmente é praticada por homens; mesmo com o “*jeitão*” masculino não é levantado a hipótese de se tratar de uma lésbica, apenas uma mulher trabalhadora e viúva.



**Gráfico 07: Percepção sobre a imagem do gay feminino**

Fonte: os autores

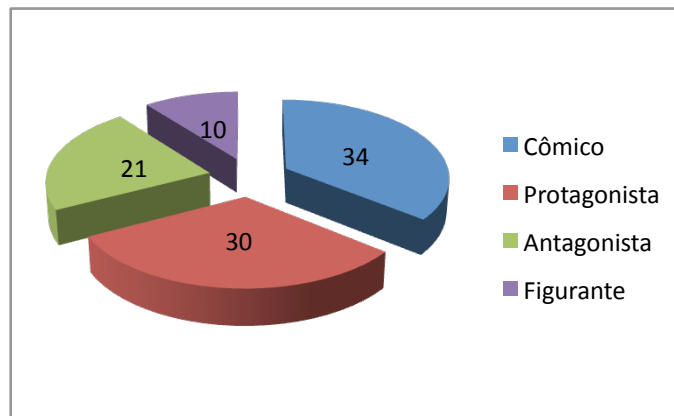
Também foi questionado sobre a importância dos personagens gays nas tramas de telenovelas, seriados e filmes. A maioria, 66% respondeu ser importante a inclusão desses personagens nos roteiros, afinal a homossexualidade é uma realidade que saiu do armário há muito tempo; 23% acham a inclusão desnecessária para o roteiro; e, 11% não tem opinião formada.



**Gráfico 08: Importância dos personagens gays**

Fonte: os autores

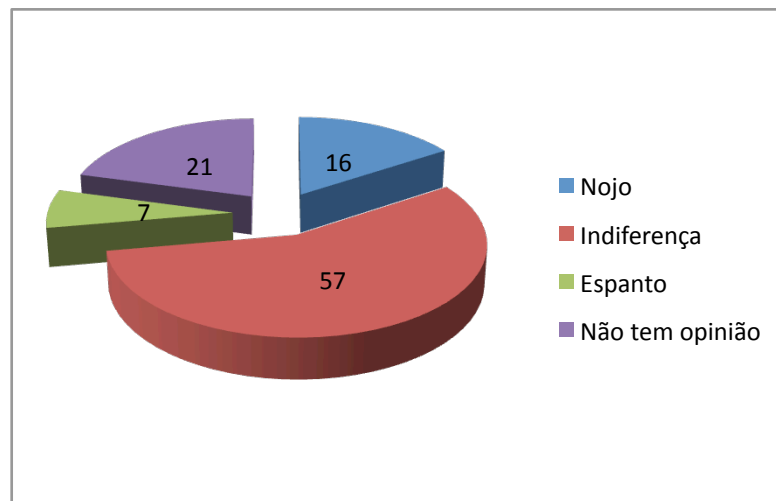
Dentro desse contexto foram questionadas quais as características que deveriam conter os personagens gays: 34% preferem o personagem em cenas humorísticas. Em entrevista a mesma revista VEJA citada anteriormente o ator Marcelo Serrado diz que “os personagens gays se tornaram clichê dos folhetins”, justamente sobre estas características cômicas que Serrado se refere. Para 30% dos acadêmicos, o papel principal em um roteiro deveria ser homossexual, uma forma de elevar o gay perante a mídia, pelo menos no Brasil. Tirando o programa humorístico *Machoman* (2011), não há registro de personagens protagonistas gays; 21% preferem que os personagens gays sejam antagonistas das tramas e 16% responderam que figuras gays devam aparecer apenas como figurantes.



**Gráfico 09: Características que se esperam de personagens gays**

Fonte: os autores

O último bloco de perguntas abordou especificamente sobre o beijo gay na mídia: 98% dos entrevistados responderam que já assistiram algum programa de TV ou filme que continham relacionamentos gays; 81% deles já assistiram uma cena com o beijo gay. Com relação ao beijo entre dois personagens do mesmo sexo, a maioria, com 57%, sentiu indiferença ao assistir a cena; 16% sentiram nojo ao ver o beijo; 7% ficaram espantados com a ação; e, 21% não souberam expressar sua opinião. A TV fechada é o meio que foi mais utilizado pelos acadêmicos para assistir ao beijo gay, devido a sua variedade de canais nacionais e internacionais, seguido da TV aberta com 26%, ressaltando que poucos beijos foram transmitidos na TV aberta brasileira; mas esses poucos geraram grande polêmica, no que aumentou ainda mais a audiência. 20% dos entrevistados responderam que a internet foi o meio pelo qual se assistiu ao beijo gay e 21% assistiram por meio de filmes no cinema.



**Gráfico 10: Sentimento ao assistir um beijo gay**

Fonte: os autores

A última pergunta da pesquisa destacava a série americana *Glee*, transmitida pela Rede Globo aos sábados às 11h30 da manhã dentro do programa infantil TV Globinho. A pergunta é pertinente para o trabalho, porque na segunda temporada da série, há uma cena em que dois personagens masculinos se beijam na boca. A questão aborda o posicionamento dos entrevistados quanto à censura nesse horário e por ser um programa específico para crianças, já que 41% são a favor da censura em determinados horários. Quase a metade dos entrevistados (49%) ainda não vê problema em transmitir o beijo gay no horário e programa; já 33% são a favor da censura por acreditar que o beijo pode influenciar as crianças a se tornarem gays; e, 19% não se posicionaram ou não souberam responder.



#### 4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente trabalho procurou estudar e compreender a relação da homossexualidade com os meios de comunicação social e como a imagem do gay é transmitida para o público nas telenovelas, filmes, músicas e seriados de TV; tendo em vista que o assunto “homossexualidade” ainda é visto como tabu pela sociedade brasileira, principalmente pelos telespectadores de novelas no país.

O objetivo do trabalho foi identificar o posicionamento dos acadêmicos de Comunicação Social: Publicidade e Propaganda, Jornalismo e Relações Públicas quanto ao beijo gay na programação brasileira. Percebeu-se que grande parte do público entrevistado aceita o beijo gay na programação, mas cerca de 50% dos entrevistados que são a favor do beijo, aceitam apenas em determinados horários.

Sobre a aplicação da pesquisa, 80% das pessoas que responderam o questionário são heterossexuais, no que deu mais credibilidade para os resultados, pelo fato da orientação sexual ser oposta ao do tema proposto. Além disso, com os resultados pode-se constatar que a percepção do público quanto ao gay masculino é mais estereotipada do que a do gay feminino. A influência da mídia pode ser determinante para a imagem que a sociedade brasileira tem da homossexualidade; a maioria dos entrevistados disseram que preferem personagens gays envolvidos no gênero comédia em filmes, séries e novelas. No Brasil é em quadros e núcleos de comédia nos quais a maioria desses personagens estão inseridos, criando ainda mais motivos de chacotas e deboches dos gays da “vida real”.

A pesquisa nos faz acreditar que a imagem retratada dos personagens gays na programação da TV brasileira nos últimos anos está estereotipando os “reais gays” e gerando preconceito. O preconceito é um dos causadores que gera a polêmica do beijo gay nas telenovelas, pois os personagens estão sempre relacionados a escândalos, sexo, falam alto, fazem baixarias; características mal vistas pela sociedade.

O trabalho é um início para tentarmos desvendar o que os comunicadores e formadores de opinião estão transmitindo de errado para uma sociedade que já nasceu carente de informação. Para os futuros trabalhos seria interessante estudar os publicitários que investem ou investiriam em propagandas durante os programas com temática gay e se o público relacionaria a imagem dos produtos aos homossexuais. A ousadia dos autores e comunicadores poderá ser decisiva para a extinção do preconceito sexual, tendo em vista a grande influência que a mídia exerce perante a sociedade.



## REFERÊNCIAS

FOLHA DE SÃO PAULO. **Fim do mercado de CDs**. Disponível em:

<<http://www1.folha.uol.com.br/mercado/900528-gravadora-preve-fim-do-mercado-de-cd-ate-2025.shtml>> Acesso em 13 set 2011.

KERN, F.A. SILVA A. L. **A homossexualidade de frente para o espelho**. Psico. v. 40, n. 4, pp. 508-515, out./dez. 2009. Disponível em:

<<http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistapsico/article/view/4939/4938/>>. Acesso em: 11 set 2011.

MEDEIROS, J.B. **Redação Científica**: a prática de fichamentos, resumos, resenhas. 10ª ed. São Paulo: Atlas, 2008.

MTV. **Luv MTV Brasil**. Disponível em: <<http://mtv.uol.com.br/programas/luv/>> Acesso em 13 set 2011.

MTV. **Vídeo Music Awards**. 2011. Disponível em: <<http://www.mtv.com/ontv/vma/2011/>>. Acesso em 13 de setembro de 2011.

REVISTA VEJA. São Paulo: Abril, n.35, 31 ago. 2011.

RIBEIRO, I. R. **A TV no armário**: a identidade gay nos programas e telejornais brasileiros. São Paulo: GLS, 2010.

SILVA, J. P. Sangue e Purpurina: um reflexão sobre a homossexualidade a partir de duas revistas brasileiras. 2011. 97 f. Monografia (Curso de graduação em Publicidade e Propaganda), Universidade do Vale do Itajaí, Itajaí, 2011.

VIDAL, M. **Homossexualidade**: ciência e consciência. São Paulo: Ed Loyola, 1985.