



Diversidade sexual nas ondas do rádio: uma análise sobre o programa CBN Mix Brasil¹

Edileide Oliveira BEZERRA²

Jeferson Luís Pires ROCHA³

Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa, PB

Resumo

Com as mudanças e avanços sociais percebe-se cotidianamente a necessidade de espaços que possibilitem a compreensão da diversidade de gênero. O rádio brasileiro dá um salto importante no momento em que apresenta intenção de promover um espaço destinado à reflexão em torno dos acontecimentos que marcam o cotidiano do universo LGBT com enfoques transversais como a orientação sexual, que muitas vezes são ignorados na cobertura do radiojornalismo. Nesse sentido, este trabalho tem por objetivo realizar uma análise descritiva do conteúdo do Programa *CBN Mix Brasil* (revista semanal sobre diversidade sexual) compreendendo a evolução histórica de mídias para esse gênero existentes no Brasil, comparando com as teorias do jornalismo, a fim de perceber como essas teorias se relacionam com a prática aplicada ao programa em análise.

Palavras-chave: rádio; jornalismo; diversidade; CBN Mix Brasil.

1. A Mídia brasileira e o público LGBT

O período de ditadura militar, em especial as décadas de 1970 e 1980, foi marcado por movimentos sociais que buscavam uma revolução no Brasil, nas áreas políticas, econômicas e sociais. Esses anseios se refletiram também na imprensa, que pode ser verificado pelo fato de terem surgido diversas publicações alternativas que mostravam uma rebeldia aos costumes da sociedade daquela época. Essa mídia alternativa é definida por Kucinski em quatro aspectos:

O de algo que não está ligado a políticas dominantes; o de uma opção entre duas coisas reciprocamente excludentes; o de única saída para uma situação difícil e, finalmente, o do desejo das gerações dos anos 60 e 70, de protagonizar as transformações sociais que pregava. (KUCINSKI, 1991, p. XIII)

Naquela época, surgiu uma classe de jornais que rejeitava o discurso ideológico predominante do regime militar brasileiro. Kucinski (1991) afirma que tais jornais buscavam criticar os costumes, enfatizando uma ruptura social com base nos

¹ Trabalho apresentado no DT 1 – Jornalismo do XVI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste realizado de 15 a 17 de maio de 2014.

² Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Jornalismo da UFPB, email: edileidejp@gmail.com.

³ Mestrando do Programa de Pós-Graduação em Jornalismo da UFPB, email: redenatal@gmail.com.



movimentos de contra-cultura norte-americanos e em movimentos como orientalismo, anarquismo e existencialismo de Jean Paul Sarte.

Nesse movimento de contra-cultura e em busca de espaço para tratar de temas sociais, surge em 1963, o que se pode considerar como a primeira publicação em formato de jornal que tratava do homossexualidade: O Snob, uma publicação de Agildo Guimarães que circulou no Rio de Janeiro até meados de 1969. Gallas e Oliveira (2012) definem O Snob como: “[...] de estética bastante rudimentar, era distribuído de mão em mão no Rio de Janeiro. Uma das características dessa publicação era o direcionamento à florescente cultural gay brasileira que começava a se estabelecer nos grandes centros urbanos”. (GALLAS e OLIVEIRA, 2012, p. 4). A publicação era produzida por homossexuais assumidos que se expressavam através do jornal com informações a respeito das festas sociais no Rio de Janeiro, como ressalta Santos e Veloso (2010): “Nesses eventos, as bichas estavam sempre em busca dos bofes, situações que ilustravam as páginas do jornal.”

Em paralelo a essa publicação, outros jornais são produzidos com o mesmo objetivo, como em Salvador, com Fatos e Fofocas, editado por Waldeilton de Paula. O quinzenal também circulava de mão em mão e, assim como O Snob, tinha foco no colonismo social.

Ainda na mesma década, surge o tablóide O Beijo, produzido pelos jornalistas Júlio César Montenegro, Genilson Cezar, Ronaldo Brito e Caio Túlio Costa, no ano de 1977. Segundo Kucinski (1991, p. 83), a publicação era dedicada “ao comportamento, sociologia e cultura, à discussão do prazer e sua necessidade. Era um ataque também ao espírito jesuítico do jornal Opinião, ao culto do sacrifício, ao representamento e até à repressão da sexualidade”.

No ano seguinte, de forma mais duradoura, surge um novo jornal para discussões sobre a homossexualidade e conteúdo mais aprofundado, surge O Lâmpião de Esquina. O impresso carioca de leitura para maiores de 18 anos começou a ser pensado em 1978, sendo seu primeiro exemplar impresso em abril do ano seguinte. Era um espaço reservado para dar voz a uma classe da sociedade e que considerou-se importante para a construção de uma identidade nacional pluralista. A ideia de uma publicação não-periódica surgiu após a visita de um jornalista de uma revista homossexual americana, como destaca Palmar (2012):

Após uma visita de Winston Leyland, editor do Gay Sunshine, revista homossexual americana, onze pessoas se reuniram na casa do pintor Darcy



Penteado e criaram a ideia do veículo. Participaram da reunião o próprio Darcy Penteado, Adão Costa, Aguinaldo Silva, Antonio Chrysóstomo, Clóvis Marques, Francisco Bittencourt, Gasparino Damata, Jean-Claude Bernardet, João Antônio Mascarenhas, João Silvério Trevisan e Peter Fry, posteriormente esses constituíram o Conselho Editorial do jornal.

O próprio jornal em sua primeira edição declara ser à frente de luta de grupos oprimidos ou rejeitados pelo sistema e um artigo de opinião escrito por Francisco Bittencourt, demonstra a importância de ser a primeira publicação para o gênero:

Quem, antes de nós, falava no Brasil do direito ao prazer (em qualquer posição) e do uso livre do corpo? Nunca um oprimido, fosse travestir ou prostituta. Só o bom burguês, do alto do seu colchão recheado de festa. A nós, pobres, homossexuais, prostitutas e negros restou sempre a viela escura, e assim mesmo sob a constante ameaça de ver surgir no fim dela o fatídico camburão da polícia. Hoje não são poucos os membros dessas comunidades oprimidas que vêm à nossa redação não só para abrir o verbo sobre seus problemas, como para proclamar seu orgulho, ainda que canhestro por se sentir sujeito vivo, parte integrante de uma causa que sabem estar estreitamente ligada à dignidade humana. (BITTENCOURT, 1979, p. 2)

Curiosamente, com o fim do Lampião, percebe-se um crescimento do número de publicações de cunho pornográfico nas ruas do país, como destaca Kusinski (1991, p. 84): “Lampião de Esquina começou elegante e terminou pornográfico. Sua circulação coincidiu com a explosão pornográfica no país em decorrência da abertura e das pressões de uma demanda reprimida pela pornografia”.

No entanto, mesmo com as publicações voltadas para os homossexuais, percebe-se que, na história mundial, esse público sofreu e ainda sofre preconceito social. À época dessas publicações, a discriminação era corroborada pelo estado brasileiro, através da polícia (mesmo não havendo uma legislação específica) e pelos pastores religiosos. A prática homossexual foi caracterizada por muito tempo até como doença, como destacam Gallas e Oliveira (2012, p. 5):

[...] no início do Século XX até meados dos anos de 1970, foram forjados novos discursos para dar conta dos homossexuais, cuja atuação transformava irremediavelmente o campo social. Ainda predominava a repreensão moral e o enquadramento do homossexual como “doente mental” ou socialmente pernicioso, capaz de balançar as estruturas mais sólidas. Essa concepção refletiu diretamente nas publicações brasileiras. Perét (2011) lembra que até a década de 60 os periódicos nacionais divulgavam, sobretudo, apenas dois cenários peculiares na abordagem do tema homossexualidade: figuras públicas satirizadas através de charges e ilustrações ou fatos policiais envolvendo homossexuais e travestis.

Nesse contexto, na década de 1980, os homossexuais seguem sofrendo repressão quando a Síndrome da Imodeficiência Adquirida (AIDS) começa a se propagar pelo



Brasil e é associada pela igreja como uma reação da natureza aos homossexuais. A imprensa também contribuiu para a discriminação quando publica matérias com títulos “Doença misteriosa leva a morte de homossexuais” - O Globo - e “Peste-gay já apavora São Paulo: é a pior e mais terrível doença do século. Dois brasileiros mortos” - Notícias Populares, 1983 (GALLAS e OLIVEIRA, 2012, p. 6).

Entretanto, essa discussão sobre a AIDS também contribuiu para que houvesse abertura de espaço nas mídias tradicionais para a discussão sobre a sexualidade e homossexualidade, como descreve Santos e Veloso (2010, p. 4):

A explosão da AIDS possibilitou a abertura dos meios de comunicação para a discussão da sexualidade e, em particular, da homossexualidade. Surgiram, então, vários boletins e publicações destinadas à educação sexual e informações sobre a doença. No final do século XX a cultura gay estava em evidência e, em meio a todo esse boom o mercado editorial brasileiro publica, em 1995, a revista *Sui Generis*, que insere na sociedade um tratamento inovador no marketing dos produtos gays no Brasil.

A *Sui Generis* pode ser considerada a primeira revista dedicada ao público gay do Brasil, por tratar do assunto abertamente e por se diferenciar das demais produções em formato de jornais offset para tal público que circulavam no país.

Já a década de 1990 é marcada pelo surgimento de outras revistas com mesmo perfil, acrescido de informações nacionais e internacionais, como as revistas *Homens e Banaloca* (1997) - sendo que esta última se transformou em *G Magazine* (1998) - além das femininas *Gold* (1999) e *Íntima & Pessoal* (1999) que traziam nus masculinos com foco no público feminino, mas nitidamente consumidas pelo público homossexual.

Nessa mesma década, com o início da popularização da internet no Brasil, começam a surgir blogs e páginas na internet com conteúdo focado aos homossexuais. Um exemplo, é a criação do portal *Mix Brasil*, hospedado pela Universo Online (UOL) desde 1993, no ar até os dias atuais, considerado como referência da imprensa gay no Brasil e o maior portal com esse tipo de conteúdo da América Latina (SANTOS e VELOSO 2010, p. 8 e 9)

Outro destaque da década de 1990 é para a televisão, com a veiculação de um beijo gay em rede nacional pela primeira vez, como define Oliveira (2011): “o primeiro beijo gay ocorreu há 21 anos, na minissérie ‘Mãe de Santo’, exibida pela extinta TV Manchete. Em cena estavam os atores Raí Bastos e Daniel Barcelos”⁴. No entanto, só nos anos 2000 é que a TV começa a apresentar programas realmente voltados à temática gay em sua programação, mesmo que de forma pontual, como o programa *Fica comigo*

⁴ A cena está disponível no YouTube que pode ser acessada pelo site: <http://goo.gl/qPMkCI>



da MTV Brasil, que foi o primeiro a apresentar o início de um relacionamento gay com pessoas reais que culminou com um beijo ao final do programa exibido em 08 de agosto de 2001⁵.

Dois anos depois, a emissora paulista Canal 21 estreia o programa Planeta G, o primeiro integralmente dedicado ao público gay, apresentado das 2h às 2h30, com assuntos “sobre saúde, legislação, lazer, mercado profissional e moda” (ESTADÃO, 2003). Dois anos depois, a MTV continua na luta pela disseminação do tema e apresenta Beija Sapo Gay Meninos apresentado no dia 23 de novembro de 2005. O diretor de programação da MTV, na época, Zico Góes, destacou que a emissora buscou reafirmar o propósito de combater o preconceito num momento em que a Rede Globo fazia suspense em mostrar o primeiro beijo gay numa novela: “No momento em que a Globo diz que vai ter (o beijo) e não tem, isso passa uma mensagem para o jovem de que aquilo é realmente uma coisa errada” (GÓES *apud* DORJIVAL FILHO, 2005).

Nos últimos anos, percebendo que o público homossexual vem aumentando em todo mundo e, a partir de pesquisas de mercado, que revelam este público como alto poder de consumo, as produções em todas as mídias aumentam cada vez mais. São criados espaços e programas, assim como as agências de publicidade também se especializam cada vez mais. Para se ter uma ideia a própria MTV apresentou uma programação especial para o público homossexual no dia 12 de outubro de 2011 (A CAPA, 2011). Os temas que envolvem este público também passam a ser abertamente apresentados e discutidos, como por exemplo, no programa Na Moral da TV Globo apresentado em 19 de julho de 2012 que tratou do casamento gay (ZERO HORA, 2012).

No rádio, o primeiro programa específico para tratar de temas que envolvem a homossexualidade foi o CBN Mix Brasil que estreou em rede nacional em 15 de maio de 2011, sendo apresentado aos domingos das 22h às 23h até os dias atuais. Apesar do tema ser discutido pontualmente no rádio, o programa da CBN se destaca por ser um espaço destinado a discutir a diversidade. Mixbrasil (2011), define que o programa é “[...] uma oportunidade não só para a comunidade gay se ver retratada num veículo da mídia *mainstream*, mas também para o grande público entrar em contato com esta realidade sem os estereótipos que muitas vezes acompanham a cobertura jornalística

⁵ Informações contidas no artigo de Ricardo Galhardo, “O primeiro beijo gay da TV, 50 anos depois”, publicado no Jornal O Estado de São Paulo, 10/8/2001 e disponível em: <http://goo.gl/czFdBH>



tradicional”. Além disso, por estar em uma rádio *allnews*, a formatação do programa apresenta os assuntos de maneira mais séria e credível.

2. CBN Mix Brasil: teoria e prática na produção em radiojornalismo para públicos específicos

O rádio se destaca da televisão por ter a possibilidade de se adaptar aos anseios do ouvinte com maior facilidade devido às suas características que viabilizam produções com equipes e custos menores, por exemplo. Numa perspectiva histórica e comparando com a própria televisão, o rádio é pioneiro na busca por atender a segmentos mais restritos de público – antes mesmo dos canais de TV à cabo, seja através de programações parciais ou totalmente dedicadas a determinados públicos. Esse fenômeno conhecido como segmentação é definido por Hausman et al (2010, p. 5-6):

[...] Segmento é a característica estatística das populações humanas; a palavra é usada no singular na indústria da comunicação para designar qualquer foco da audiência. Ao atrair um segmento do público (como pessoas de certa idade, sexo ou com uma determinada renda) que divide uma preferência por um certo tipo de música, uma emissora pode esperar atrair anunciantes que queiram vender produtos para ouvintes desse grupo.

Nesse sentido, percebe-se que a maioria das emissoras de rádio buscam segmentar suas programações total ou parcialmente, para atingir os públicos específicos alinhando tudo isso às estratégias comerciais e de programação. Exemplos práticos no Brasil são emissoras como a Rádio Jovem Pan FM com programação produzida para o público jovem e a Central Brasileira de Notícias (CBN), com 24 horas de programação jornalística apresentada em diversos formatos.

Dentro da grade de programação da rádio CBN, também há divisões de programas que buscam atingir determinada fatia de público, o que não impede que outros ouvintes possam consumi-lo. No caso específico, o CBN Mix Brasil, apesar de temas que destinam-se ao público LGBT, pode ser ouvido por pessoas de outros grupos inclusive não-simpatizantes, porque a produção do programa tem o preocupação de tratar de temas do cotidiano fazendo uma relação não agressiva com o público alvo.

Pode-se dizer também, que a revista CBN Mix Brasil, tem como foco principal o jornalismo, incluindo também a opinião de especialistas e ouvintes. Como trata-se de um tempo reduzido, os temas são trabalhados e escolhidos para tentar chamar a atenção do ouvinte, fazendo com que ele acompanhe o programa. Portanto, assim como todas as



produções jornalísticas, a produção do programa utiliza de critérios de noticiabilidade, como define **Wolf (2012, p. 202)**: “(...) um conjunto de elementos por meio dos quais o órgão informativo controla e administra a quantidade e o tipo de acontecimentos que servirão de base para a seleção das notícias(...)”. Nessa perspectiva, **Golding-Elliot (apud WOLF 2012, p. 202-203)** destaca:

Os valores/notícia são usados de duas maneiras. São critérios para selecionar, do material disponível para a redação, os elementos dignos de ser incluídos no produto final. Em segundo lugar, eles funcionam como linhas-guia para a apresentação do material, sugerindo o que deve enfatizado, o que deve ser omitido, onde dar prioridade na preparação das notícias a serem apresentadas ao público.

Wolf (2012, p. 207) ainda ressalta que os valores-notícia são derivados dos seguintes pressupostos: a) os caracteres substantivos das notícias; o seu conteúdo; b) a disponibilidade do material e os critérios relativos ao produto informativo; c) o público; d) a concorrência. A partir desses critérios e levando-se em consideração o formato do programa em análise, pode-se constatar que a produção utiliza-se dos critérios substantivos da notícia e do conteúdo, além do foco nos interesses do público, apesar dos índices de audiência não ser a preocupação principal, como afirma **Chaves (2012)**:

A gente nunca trabalhou com audiência, nunca trabalhou com meta de audiência, até porque essa não é uma política da CBN. Inclusive a aferição de política de IBOPE para o rádio ela é muito questionável. Ela não é como para TV, por exemplo, que é muito precisa. Para o rádio não, é uma aferição que é feita a cada três meses. Então a gente nunca se balizou por audiência de IBOPE ou de pesquisas como ouvintes. O que a gente tem de muito bacana e cada vez mais crescente é a quantidade de e-mails e de retorno de ouvintes que ouvem a rádio. Tanto de pessoas dentro do público GLS e LGBT, quanto de ouvintes da rádio CBN em geral, independente do tema, mas para estar em contato com esses assuntos.

Constata-se que mesmo não havendo aferição atualizada da opinião do público para o rádio, a equipe de produção do referido programa se preocupa em receber as mensagens dos ouvintes e, a partir daí, trabalhar para que os anseios dos consumidores sejam atendidos. Entretanto, mesmo que haja uma grande participação do público, não há capacidade de se produzir um programa somente com opiniões recebidas pelos ouvintes, pois sempre haverá a necessidade de edição e inclusão de assuntos de outra ordem que a produção julgue interessante para o restante do público.

Essa atitude relaciona-se com a ideia de que os critérios relativos ao público são concebidos a partir da imagem que o jornalista têm desses receptores, mesmo que não haja essa definição com exatidão, por se tratar de um meio de comunicação que pode ser



recebido por milhões de pessoas (WOLF 2012, p. 222). A seleção ainda acontece pelos valores substantivos, seja porque interessa a um determinado grupo pequeno, tenha algum impacto sobre a nação ou atinjam um grande número de pessoas, por exemplo.

Além desses critérios, percebe-se que o CBN Mix Brasil também busca relacionar os temas discutidos durante toda a semana nos principais programas noticiosos da emissora. Essa prática, comum aos meios de comunicação contribuem para que o ouvinte possa construir sua visão dos acontecimentos ao seu redor, uma das premissas básicas da hipótese da *agenda-setting*, como descreve Shaw (apud WOLF 2012, p. 143):

Em consequência da ação dos jornais, da televisão e dos outros meios de informação, o público é ciente ou ignora, dá atenção ou descuida, enfatiza ou negligencia elementos específicos dos cenários públicos. As pessoas tendem a incluir ou excluir dos próprios conhecimentos o que a mídia inclui ou exclui do próprio conteúdo. Além disso, o público tende a conferir ao que ele inclui uma importância que reflete de perto a ênfase atribuída pelos meios de comunicação de massa aos acontecimentos, aos problemas.

Entretanto, Hohlfeldt et al (2001) ressalta que a hipótese da *agenda-setting* leva em consideração que esse agendamento não é capaz de dizer o que o receptor irá pensar, mas sim, oferecer temas que certamente estarão no centro das conversas sociais e ainda destaca: [...] como se pressupõe um efeito de influência da mídia sobre o receptor, ela não se dá de forma mágica e imediatamente, mas necessita de um certo tempo para se efetivar e ser constatável”. (HOHLFELDT et al, 2001, p. 202).

Vale salientar também, que o programa por focar em um público específico, muitas vezes excluído - como se constata no relato histórico já apresentado - ele também traz temas e enfoques esquecidos pelos demais programas ou mídias. Assim, também pode-se considerar que o espaço caracteriza-se teoricamente no sentido de ir contra o processo geral da *agenda-setting*, como define Martins (2007, p. 85):

Esse *contra-agendamento* compreende um conjunto, que passam, estrategicamente, pela publicação de conteúdos na mídia e depende, para seu êxito, da forma como o tema-objeto-de-advocacia foi tratado pela mídia, tanto em termos de espaço, quanto em termo de sentido produzido. Pode-se, então, afirmar que o *contra-agendamento* de um tema pode ser parte de uma mobilização social; parte de um Plano de Enfrentamento de um Problema, corporativo ou coletivo.

Nessa perspectiva, o programa atende aos anseios de um público que quer ser visto na mídia, numa busca de inclusão social e cidadã. Percebe-se, portanto, que o CBN Mix Brasil, considerando essas possibilidades apresentadas pelas teorias e hipótese, utiliza de técnicas para chegar aos seus públicos, mesmo que não seja intencionalmente a respeito



dos efeitos que essas teorias e hipótese causam no receptor. Tudo isso pode ser constatado numa análise detalhada que será apresentada a seguir.

3. CBN Mix Brasil e os temas do público LGBT

A temática homossexualidade, quando investigada, na produção jornalística é, na maioria das vezes, sob a tônica da discriminação e violação dos direitos, onde a polícia e o judiciário são principais fontes, além de acadêmicos, representantes das Igrejas, que marcam presença nos debates em torno desse assunto promovidos mídia.

Entre as pautas, na maioria das vezes, esse universo aparecia sempre nas editorias policiais, com notícias sobre crimes com características homofóbicas. Um erro comum da grande mídia é cobrir a homofobia apenas em situação de crime, quando deveria levantar a reflexão de uma forma mais complexa, do que motiva de tais crimes. Contudo, não se pode negar o importante papel da imprensa em registrar os fatos até como forma de documentá-los e denunciá-los.

Com as mudanças da sociedade contemporânea se tornando cada vez mais plural e a melhor organização e protagonismo do movimento LGBT, outras pautas começaram a agendar a mídia, embora de forma esporádica, assuntos que tratam do direito à orientação sexual e sua violação com relação aos homossexuais, matérias sobre filhos de casais do mesmo sexo, discussão sobre o direito dos transexuais de realizarem cirurgia para a mudança de sexo e ganharem nova identidade jurídica, e ainda medidas que estão paradas no congresso, como o projeto de lei (PL 122) que tramita desde 2006 e prevê a criminalização da homofobia.

Embora a temática homossexual tenha aumentando no agendamento da mídia e ocupado espaços nos noticiários, principalmente com um novo conceito de família - concebido na sociedade a partir da decisão do Supremo Tribunal Federal (STF) de reconhecer a união homoafetiva, ainda assim, os assuntos deste universo são tratados de forma equivocada por alguns segmentos midiáticos; a situação piora ainda mais, no rádio, onde lamentavelmente ainda abriga profissionais com pouca formação intelectual na condução de programas de caráter jornalismo, apresentando fortes marcas de reprodução do fundamentalismo religioso infiltrado a partir da família até os espaços de poder, seja na comunicação ou no parlamento devido ao entrelaçamento entre Estado e Igreja. Toda vez que os protagonistas dos discursos fundamentalistas religiosos conseguem ocupar espaços na mídia, especialmente da bancada evangélica que, atacam



diretamente os homossexuais, fortalecem uma visão distorcida, além de incitar indiretamente à violência.

A interferência religiosa não colabora com o agendamento de interesse público no tocante à diversidade sexual, pois se contrapõe aos preceitos constitucionais, como destaca Vecchiatti (2010):

[...] fundamentações religiosas não podem ser consideradas pelo Poder Judiciário e, portanto, pelo Supremo Tribunal Federal, na tomada de suas decisões. Somente a racionalidade laica pode sê-lo, sob pena de se impor valores religiosos oriundos de dogmas tidos como indiscutíveis pelas religiões respectivas a pessoas que não compartilham de tais valores religiosos, o que é vedado pelo próprio princípio da liberdade religiosa [...]

Uma abordagem antidiscriminatória mais permanente é possível verificar na proposta da revista semanal sobre a diversidade sexual, CBN Mix Brasil, que além de cumprir o papel de denunciar crimes de violação dos direitos humanos, também apresenta conteúdo de uma agenda positiva com enfoques para as conquistas de direitos sexuais e de cidadão com o intuito de legitimar e fortalecer as possibilidades de incorporação de novos direitos para a população de lésbicas, gays, bissexuais, travestis e transexuais (LGBTT).

Apresentado por Pétria Chaves e André Fischer, o programa segue um roteiro com entrevistas, reportagens, assuntos de política, saúde, direitos, turismo, cultura, além de comentar os principais fatos da semana, em cerca de sessenta minutos, divididos em quatro blocos, conforme quadro abaixo:

Quadro 1 – Distribuição temporal do programa em análise

Programa CBN Mix Brasil - 23 de junho de 2013				
	BLOCO 1	BLOCO 2	BLOCO 3	BLOCO 4
TEMPO	00:13:20	00:16:40	00:05:13	00:22:01

A audição do programa aqui analisada foi ao ar no dia 23 de junho de 2013⁶, no domingo após as manifestações que ocuparam ruas e avenidas das principais cidades brasileiras organizadas pelo Movimento Passe Livre com o lema “não é por centavos, mas por direitos” (MORETZSOHN, 2013).

A linha editorial deste produto analisado apresenta discussões atuais que levam os ouvintes a pensar sobre certos temas polêmicos e até obscuros como foi o caso do projeto popularmente chamado de cura gay. Enquanto protestos chamavam atenção de toda a imprensa, o Presidente da Comissão de Direitos Humanos da Câmara dos Deputados, o pastor Marco Feliciano colocou em sessão e conseguiu aprovar em âmbito

⁶ Programa disponível em <https://soundcloud.com/edileide/cbn-mix-brasil-23-06-2013>.



de comissão uma proposta que atenta contra a noção básica da Organização Mundial de Saúde, que atestou que a homossexualidade não pode ser considerada um desvio psicológico. A proposta de autoria deputado João Campos (PSDBO-GO) autoriza psicólogos a tratar pacientes que busquem reverter a homossexualidade. Esse foi o tema do editorial de abertura do programa da CBN, com análise e contextualização com duras críticas do apresentador André Fischer, seguido por um quadro chamado o Gongos, que é dado para alguém ou alguma situação que não merece aplausos. Neste caso, o âncora André Fischer deu um gongo para a Comissão do Direitos Humanos, especialmente ao Pastor Feliciano:

- Pétria Chaves: bom André, qual que é o gongo?
- André Fischer: à comissão dos direitos humanos inteira, aquele bando de gente que não nos representa, principalmente esse pastor estelionatário, racista, homofóbico, misógino, pastor Marco Feliciano. (CBN MIX BRSIL, 26 jun. 2013)

Seguindo as análises, Pétria Chavez fundamentou para a entrada da participação gravada da vice-presidente do Conselho Federal de Psicologia (CFP), Clara Goldman, que ressaltou que não cabe ao congresso, arbitrar sobre as profissões do país:

Não é função do parlamento legislar ou em torno dos marcos legais das categorias profissionais. Esse projeto é inadequado do ponto de vista da missão parlamentar, ele é anacrônico porque ele retrocede a um tema que a própria Organização Mundial da Saúde já se posicionou, há mais de vinte anos a homossexualidade foi retirada do código internacional de doenças (CBN MIX BRSIL, 26 jun. 2013)

Em seguida, ao vivo por telefone, a âncora entrevistou o presidente do Sindicato dos Psicólogos de São Paulo, Rogério Giannini que continua a tratar da temática da cura gay. Para se ter ideia sobre o foco da produção a respeito do tema, foram utilizados seis minutos e vinte segundos com essa temática no primeiro bloco do programa.

Encerrando esse espaço reservado, e já que os apresentadores escolhem para quem vai o gongo da semana, eles também escolhem para quem vão os aplausos da semana que foram para ministra da secretaria de Direitos Humanos, Maria do Rosário, para o ministro da Saúde, Alexandre Padilha, e deputado federal Simplício Araújo (PPS-MA), por terem se manifestado totalmente contra o projeto da cura gay, e alguns artistas que apoiaram a causa durante a semana Bruno Gagliasso, Leandra Leal, a cantora Vanessa Camargo que com cartazes convidaram os fãs a participarem de uma passeata contra Feliciano, e ao povo brasileiro por todas as manifestações.

A seguir, elencamos os principais destaques do programa:



- Como as manifestações abrem discussão para uma sociedade democrática de plural;
- Entrevista Mix (por telefone): Carlos Tufvesson, coordenador da Coordenadoria Especial da Diversidade Sexual da Prefeitura do Rio de Janeiro que falou sobre política pública para a diversidade.
- O casamento gay – Nilton Bonder, rabino e líder espiritual da Congregação Judaica do Brasil, apoia a causa;
- Entrevista com recurso do vídeo: Um protagonista da própria vida - transexual masculino Leo Moreira Sá se define como um 'ser humano em mutação'. Em monólogo, ele fala sobre sua transformação de Lou em Leo e a vida de abusos e liberdade⁷.
- Radar Mix: dicas para o ouvinte aproveitar durante a semana.

Esses temas são apresentados em diversos formatos jornalísticos, mas o que chama a atenção é a participação de personagens que envolvem os temas discutidos, através de entrevistas (gravadas ou ao vivo). Para se ter uma ideia, no programa analisado, no quadro Entrevista Mix foram utilizados pouco mais de quinze minutos, quase um quarto do programa. Já no quadro Mundo Mix, são dispensados quase vinte minutos numa entrevista que também utiliza do recurso de transmissão de imagens. Esse recurso é considerado pelos estudiosos de rádio, como uma técnica que aproxima o ouvinte e um espaço para esclarecimento de diversos temas ao mesmo tempo. Prado apud Barbosa Filho (2003, p.94) destaca:

[...] a entrevista é formalmente um diálogo que representa uma das fórmulas mais atraentes da comunicação humana. Produz-se uma interação mútua entre o entrevistado e o entrevistador, fruto do diálogo. Esta interação – natural na comunicação humana em nível oral – exerce um efeito de aproximação do ouvinte que se sente incluído no clima coloquial, ainda que não possa participar.

Outro destaque da produção do programa é o uso da opinião: os âncoras têm a liberdade de expor seus pensamentos, no entanto, cautelosos, buscam embasar suas opiniões com os depoimentos de especialistas em entrevistas gravadas ou ao vivo por telefone ou no próprio estúdio. Essas participações contribuem para reforçar o discurso e o tema em discussão, proporcionando também, um espaço de ampla discussão com pensamentos críticos ao ouvinte.

⁷ Disponível em: <http://cbn.globoradio.globo.com/programas/cbn-mix-brasil/2013/06/23/UM-PROTAGONISTA-DA-PRÓPRIA-VIDA.htm>



4. Considerações Finais

A partir de uma análise histórica do jornalismo pautado pelas temáticas voltadas para o público LGBT, podemos perceber o quão é necessário e importante espaços na mídia para ajudar a legitimar e constituir direitos sexuais na sociedade brasileira. Dentro desse contexto, o programa de rádio CBN Mix Brasil, como pioneiro no segmento, e de transmissão em nível nacional para cerca de 30 emissoras espalhadas pelo país, vem se destacando como um canal de fortalecimento ao movimento homossexual, desmistificando e retirando a temática das editoriais policiais, e apresentando sob a ótica da cultura, social, política, comportamento, do mundo plural e da diversidade.

Pelos atuais enfrentamentos pautados na esfera parlamentar, no âmbito de congresso nacional, relacionados à intolerância pela diversidade sexual, é claro que as mudanças são lentas e cheias de protagonistas com vozes contrárias e poderosas, daí a responsabilidade da imprensa em seguir um caminho mais propositivo para um maior equilíbrio social.

No programa analisado, percebe-se que o público, mesmo segmentado, não precisa estar aquém das discussões que envolvem a sociedade. No discurso dos entrevistados, constata-se a necessidade de se fortalecer a democracia num estado igualitário e de respeito mútuo, fazendo cumprir-se o papel social de um meio de comunicação, proporcionando a reflexão de temas sociais, ajudando assim, a formar cidadãos com consciência mais justa com base no respeito às diferenças.

Entretanto, fazendo uma análise em relação às outras emissoras de rádio e demais mídias, é nítida a necessidade de se criar espaços de discussão para temas de um público que precisa ser respeitado e que vem sendo historicamente marginalizado. Essa necessidade se mostra justamente pela essência dos meios de comunicação de massa, que por serem concessões públicas, deveriam estar disponíveis ao público para apresentação e discussão de temas sem preconceitos. Mas o que se percebe é justamente o contrário: interesses econômicos, políticos e de uma parte restrita da sociedade imperam sobre todo o restante do público receptor.

É necessário também que programas como o CBN Mix Brasil sejam replicados não só pelo conteúdo, mas pela forma de abordagem buscando ouvir o público, e especialistas, com o objetivo principal de informar. Pela análise, pode se concluir que, mesmo que haja opinião, ela é justificada por argumentos de especialistas, como no caso da cura gay.



Enfim, deve-se levar em consideração que não só a sociedade brasileira precisa avançar quando se trata de temas como a homossexualidade, mas também, a própria mídia, que ainda precisa acordar para a democracia em todos os sentidos. Os homossexuais e outros segmentos devem ser tratados igualmente pelas mídias, com direito a voz e sem estereótipos, como acontece com o objeto desta pesquisa, que busca ampliar os horizontes dos ouvintes. Falta, portanto, empreendedorismo por parte das mídias brasileiras, como o que aconteceu com a CBN e o programa Mix Brasil.

Referências

- A CAPA. **MTV Brasil exhibe programação especial à comunidade gay no "Dia das Crianças"**. Disponível em: <<http://acapa.virgula.uol.com.br/cultura/mtv-brasil-exibe-programacao-especial-a-comunidade-gay-no-dia-das-criancas/3/4/14938>>. Acesso em 01 jul. 2013.
- BARBOSA FILHO, André. **Gêneros radiofônicos: os formatos e os programas em áudio**. São Paulo: Paulinas, 2003.
- BITTENCOURT, Francisco. **Nossa Forma é a própria imagem da nossa alma-límpida e pura**. O Lâmpião da Esquina, Rio de Janeiro, dezembro, 1979. Opinião, pág. 2.
- DORJIVAL FILHO. **Beijo gay: Globo esconde; MTV mostra**. Disponível em <<http://www.dgabc.com.br/Noticia/326422/beijo-gay-globo-esconde-mtv-mostra-referencia=buscas-lista>>. Acesso em 30 jun.. 2013.
- ESTADÃO. **Canal 21 terá o primeiro programa para gays**. Disponível em: <<http://www.estadao.com.br/arquivo/arteelazer/2003/not20030819p2904.htm>>. Acesso em 01 jul. 2013.
- GALHARDO, Ricardo. **O primeiro beijo gay da TV, 50 anos depois**. Disponível em: <<http://www.observatoriodaimprensa.com.br/artigos/qtv150820015.htm>>. Acesso em 30 jun. 2013.
- GALLAS, Ana Kelma Cunha; OLIVEIRA, Yakowenko **Guerra de. Publicações Destinadas aos Homossexuais no Brasil: O Snob (1963-1969) e Lâmpião da Esquina (1978-1981)**. Disponível em: <<http://www.portcom.intercom.org.br/navegacaoDetalhe.php?option=trabalho&id=50882>>. Acesso em 01 jul. 2013.
- HOHLFELDT, Antonio; MARTINO, Luiz C.; FRANÇA, Vera Veiga. **Teorias da Comunicação: conceitos, escolas e tendências**. 4. ed. Rio de Janeiro: Vozes, 2005.
- KUCINSKI, Bernardo. **Jornalistas e revolucionários: nos tempos da imprensa alternativa**. São Paulo: Escrita Editorial, 1991.
- MARTINS, Luiz. **Sociedade, esfera pública e agendamento**. In. BENETTI, Márcia e LAGO, Cláudia. Metodologia da Pesquisa em Jornalismo. Petrópolis, Vozes, 2007.
- MIX BRASIL. **Mariza Tavares, diretora nacional de jornalismo da CBN, comenta a trajetória do programa**. Disponível em: <<http://mixbrasil.uol.com.br/radio/radio/cbn-mixbrasil-completa-1-ano.html>>. Acesso em 30 jun. 2013.
- MORETZSOHN, Sylvia Debossan. **PROTESTOS URBANOS: Muito além dos 20 centavos**. Disponível em: <http://www.observatoriodaimprensa.com.br/news/view/muito_alem_dos_20_centavos>. Acesso em 30 jun. 2013.



OLIVEIRA, Fernando. **Curiosidade: cena exibida pelo SBT não foi o primeiro beijo gay da TV brasileira. Assista ao verdadeiro.** Disponível em

<<http://colunistas.ig.com.br/natv/2011/05/13/curiosidade-cena-exibida-pelo-sbt-nao-foi-o-primeiro-beijo-gay-da-tv-brasileira-assista-ao-verdadeiro>> Acesso em 01 jul. 2013.

PALMAR, Aluizio. **Lampião da Esquina, marco importante na luta contra a ditadura.** Disponível em:

<<http://www.documentosrevelados.com.br/midias/recortes/imprensa-nacional/lampiao-da-esquina-marco-importante-na-luta-contr-a-ditadura>. Acesso em 30 jun.. 2013.

SANTOS, Joseylson Fagner dos. VELOSO; Maria do Socorro Furtado. **Corpo e Sentimento – 46 anos de imprensa gay no Brasil.** Disponível em:

<<http://www.bocc.ubi.pt/pag/santos-joseylson-veloso-maria-corpo-e-sentimento.pdf>>. Acesso em 30 jun. 2013.

VECCHIATTI, Paulo Roberto. **Laicidade Estatal e Contraditório Material. O caso de Entidades Religiosas que queiram apresentar “amici curiae” em processos judiciais perante o STF.** Disponível em: <<http://www.gadvs.com.br/?p=467>> Acesso em: 07 jun. 2013.

WOLF, Mauro. **Teorias da Comunicação de Massa.** São Paulo: Editora WMF Martins Fontes. 2012.

ZERO HORA. **Casamento gay é o tema de debate do "Na Moral" desta quinta.**

Disponível em: <<http://zerohora.clicrbs.com.br/rs/cultura-e-lazer/segundo-caderno/noticia/2012/07/casamento-gay-e-o-tema-de-debate-do-na-moral-desta-quinta-3824955.html>>. Acesso em 01 jul. 2013.

ENTREVISTA

CHAVES, Pétria. Em 11 de fevereiro de 2012. (Gravada)