



“Emissora gay e satanista”: A “mídia” como objeto de fala no debate sobre direitos LGBT no Brasil¹

Laura Lima²
Rayza Sarmiento³

Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, MG

Resumo

O trabalho analisa como os meios de comunicação aparecem e são tematizados em 37 comentários de quatro plataformas (VotenaWeb, Facebook, Youtube, portais G1/Terra) e quais são as linhas argumentativas mobilizadas pelas pessoas ao falar da mídia. Utilizando o conceito de sistema de resposta social (Braga, 2006), observamos a inscrição dessas falas, relacionadas à temática LGBT, espalhadas em meios *online* sobre outros meios de comunicação e seu potencial democrático.

Palavras-chave: mídia; sistema de resposta social; internet; democracia; direitos LGBT

Introdução

“Parece que a mídia escolheu os homossexuais como a “bola da vez” para atacar a família”. Esse é um dos comentários presentes em um espaço online (VotenaWeb) dedicado à discussão de projetos de lei em tramitação no Congresso Nacional. Os meios de comunicação são tematizados, regularmente, como “a mídia”, um compacto indivisível e homogêneo, que capitaneia todos os esforços para visibilizar certas pautas. Apoiando ou criticando, as pessoas posicionam-se sobre essa “mídia”. Assim, esses ambientes podem revelar como sujeitos comuns expõem seus entendimentos não apenas sobre os assuntos ou atores envolvidos, mas também sobre o processo de midiatização de certos temas.

Neste texto, buscamos analisar como a “mídia” é tratada enquanto um objeto da fala em diferentes espaços online, mostrando diversas linhas de interpretação sobre a atuação dos meios de comunicação. Para realizar tal análise, trabalhamos com comentários sobre um tema (os direitos LGBT) que tem fomentado acaloradas discussões em várias arenas discursivas. A ideia é observar como a mídia é tematizada e discutir como essa fala social sobre ela pode ou não estar comprometida com a democracia.

¹ Trabalho submetido ao IJ 6 – Interfaces Comunicacionais do XX Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste, realizado de 19 a 21 de junho de 2015.

² Estudante de graduação, 9º período de Ciências Sociais da UFMG. Email: lauraantoniolima@gmail.com.

³ Doutoranda e mestra em Ciência Política pela UFMG. Graduada em Comunicação Social – Jornalismo pela UNAMA/PA. Email: yzasarmiento@gmail.com



Nos estudos comunicacionais encontramos vários textos sobre representações midiáticas dentro da temática LGBT (Rodrigues e Lazzarin, 2013; Marques, 2010; Melo, 2013; Reis, 2004). Pouco se sabe, contudo, sobre a forma como brasileiros e brasileiras se relacionam com as produções midiáticas acerca desses temas. A ideia deste texto surge pensando essa relação, a partir de dados obtidos no interior de uma pesquisa⁴ preocupada com a análise de debates online, em diferentes plataformas, sobre direitos de homossexuais, tais como união civil, adoção e criminalização da homofobia⁵. Nesses diferentes espaços, chamou-nos atenção a presença de um *objeto de fala* recorrente: a mídia, ou melhor, os meios de comunicação.

Interpelados como unidade monolítica ou como um sujeito específico, os meios de comunicação de massa são inseridos na discussão online e, por vezes, atribui-se a eles a necessidade (e a “culpa”) daquele debate que ali se processa. A mídia e suas representações sobre direitos homossexuais mobilizam julgamentos diversos nos comentários das quatro arenas em estudo. Nosso interesse foi descortinar as linhas interpretativas disponíveis nesses comentários e pensar as formas como os meios são trazidos à baila pelos sujeitos que ocuparam esses espaços.

Esse texto está dividido em duas partes. Na primeira, partindo de Maia (2006), com seus *modos de ver* a mídia, e Braga (2006), com sistema de resposta social, discutimos como é possível analisar a fala de um ator em um meio de comunicação sobre outro meio. Em seguida, apresentamos a análise dos casos em que a mídia é tratada como um objeto de fala no debate sobre direitos homossexuais.

1. Pensar a mídia, falar da mídia

As relações entre os meios de comunicação e questões relacionadas à vida pública são pensadas por diferentes vertentes. Maia (2006) sistematiza três desses *modos de ver*. Um primeiro veio de análises ignora os meios de comunicação na explicação de certos fenômenos sociopolíticos, tratando-os como um elemento “exógeno” da vida social. É o que Gomes (2004) trata como pesquisas “hipomidiáticas”.

⁴ A pesquisa “Deliberação online? Sistematização e aplicação de uma metodologia para o estudo de iniciativas digitais à luz da teoria deliberacionista” é coordenada pelo prof. Dr. Ricardo Fabrino Mendonça, do Programa de Pós-Graduação em Ciência Política/UFMG e financiada pela Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de Minas Gerais (Fapemig). Estudantes nos níveis de doutorado, mestrado e graduação integram as atividades de pesquisa.

⁵ Na pesquisa, interessava-nos analisar quantitativa e qualitativamente, a partir de pressupostos deliberacionistas, os argumentos, a relação de mutualidade entre as justificativas, a ocorrência ou não de desrespeito, os quadros de sentido mais ampliados, de 2526 comentários em portais de notícias, vídeos no Youtube, Facebook e em um site chamado Vote na Web.



Um segundo modo de ver sobrevaloriza os *media*, atribuindo a eles a completa responsabilidade pelo agendamento dos temas públicos. Entendem a mídia como meios, canais e/ou provedores de informação, descontextualizando a produção das demais esferas sociais. Essa lente de análise também tenta explicar déficits de conhecimento e apatia política das sociedades a partir da exposição das pessoas às produções midiáticas, em especial a televisão (Sartori, 2001).

Por fim, uma terceira e mais complexa forma de olhar os meios entende-os como parte integrante da vida social, composto por uma semântica própria, diversificada e não unitária, que permite uma análise multidimensional dos processos sociais. Para isso, diz a autora, é preciso entender as ligações entre as instituições da mídia e seus profissionais, as instituições políticas, os membros da audiência e o ambiente sociopolítico. É só a partir da relação entre esses tantos elementos que uma análise menos simplificadora da presença dos *media* nas sociedades contemporâneas pode ser realizada.

É na tentativa de superar esse dualismo entre mídia e sociedade que Braga (2006) propõe um sistema de articulação focado na forma como sujeitos e organizações sociais interagem com a produção midiática. O autor propõe um *sistema de resposta social*⁶, para além dos tradicionais sistemas de *produção e recepção* que historicamente identificaram os processos comunicacionais. De acordo com o autor, uma sociedade pode ser lida tanto pelas produções midiáticas quanto pela forma que interpela essas produções.

Braga (2006) enumera uma série de ações⁷ que podem ser desenvolvidas por esse *sistema de resposta*. Essas ações são formas de entender o que a *sociedade faz com sua mídia*, como dialoga com os estímulos advindos dos processos de midiaticização. Segundo o autor, alguns objetivos governam esse sistema de resposta: o controle dos desvios ou equívocos midiáticos; a defesa de valores sociais; e uma percepção mais qualificada (Braga, 2006, p. 46). Justamente por não acreditar em uma cisão entre os demais campos sociais e a mídia, Braga (2006) não propõe que “a sociedade corrigiria automaticamente as eventuais distorções do setor de produção”.

⁶ O sistema de resposta social aposta na autonomia interpretativa dos indivíduos para lidar com os meios de comunicação de massa, ou a “capacidade do usuário de relacioná-lo com outros produtos, de desenvolver relações entre características do produto em observação e questões do mundo e de sua vivência pessoal e social” (Braga, 2006, p. 65). Entre os casos analisados pelo autor estão a ação dos *ombudsmen*, das cartas dos leitores, dos sites de monitoramento de mídia e da crítica em notícias

⁷ Entre elas a crítica midiática, os controles de mídia e os processos educacionais e formativos para a leitura dos meios.



Embora comumente os meios de comunicação estejam atrelados a interesses políticos e sejam percebidos pela sociedade a partir da imbricação com esses interesses, Albuquerque (2000) sugere que espaços de *media criticism* desenvolvidos no Brasil podem contribuir para que os próprios profissionais entendam o jornalismo como um serviço público, quando provêm processos de accountability.

Os órgãos de *media advocacy*, um tipo de crítica mais especializada, também têm se difundido no Brasil e mobilizado diversos estudos. Eles buscam aproximar a cobertura jornalística dos temas defendidos pela sociedade civil organizada, tentando qualificar a produção da informação a partir da defesa de interesses de minorias com pouca possibilidade de expressão na imprensa (Waisbord, 2009).

Nesse sentido, o trabalho de Porto (2012) articula as teorias da representação política para pensar o papel dos meios de comunicação como agentes que também precisam prestar contas sobre seus atos, tal como ocorre na relação eleitoral. Esse tipo de engajamento com os meios de comunicação (“*media accountability movements*”) se dá a partir tanto da compreensão da necessidade de disputar espaço na construção de sentidos que circulam na sociedade pelos *media*, quanto dos meios em reportar questões, especialmente sobre direitos, que se tornam mais pujantes na contemporaneidade.

Braga (2006) afirma que esse trabalho crítico sobre a mídia pode ser oriundo de diferentes lugares e deve possuir uma variedade e penetração social que possa “estimular uma cultura de opções pessoais e de grupos que qualifique os usuários a fazerem sua própria crítica, por sua conta e risco” (BRAGA, 2006, p. 63). Esse é o interesse principal desse texto. O que dizem os sujeitos comuns quando falam sobre a mídia, em especial ao relacionarem com temas polêmicos ou sensíveis? Que tipo de interação midiático-social está disposta nos diferentes comentários online sobre direitos LGBT? Braga (2006, p. 41) sugere que a “flexibilidade da rede informatizada mundial faz da internet a mídia de escolha para os dispositivos sociais de fala sobre a mídia”.

Para pensar a internet como esse lugar propício a diferentes discursos sobre o fazer da comunicação é preciso entendê-la a partir de sua capacidade de ampliação do espaço público. Cardon (2012) defende que a internet expandiu as possibilidades de vocalização. Se antes, falar da mídia ou na mídia era atributo de especialistas, ao longo do tempo, com a difusão do acesso ao meio digital, os enunciadores amadores passaram a *tomar a palavra*. “Uma nova população de produtores e comentadores abriu barulhentemente as portas do espaço público” (Cardon, 2012, p.43), sendo a



conversação e o debate partes fundamentais do que se faz no espaço online. Essa ampliação das estruturas de vocalização, contudo, traz também à tona discursos nem sempre civis ou preocupados com uma democratização das demais esferas da sociedade. Cardon (2012) pondera ainda que a expansão do espaço público não se dá apenas de forma concreta, mas também conceitual.

O que esses falantes dizem, de forma “amadora” na concepção de Cardon (2012), sobre a mídia e seus atores, produtos e processos quando relacionados às questões LGBT é o que apresentaremos na seção seguinte. Essa relação intermediática, segundo Alzamora (2012), se constrói pelo vínculo que os sujeitos fazem entre os diferentes meios, ao se expressarem em uma mídia sobre outra, e tornam uma das características do uso comunicacional das redes online. As audiências, diz a autora, não se formam em blocos, mas em malhas “reticulares”. Concordamos com Braga (2012), quando o autor afirma que:

não só os pesquisadores se preocupam em compreender a comunicação: também a sociedade e os participantes sociais estão voltados expressamente para o fenômeno, em uma relação prática. A sociedade, suas instituições e pessoas não apenas se comunicam, mas pensam sobre isso e organizam largas partes de seu comportamento e seus processos sociais conforme o entendimento que têm a respeito (BRAGA, 2012, p.27).

Há assim uma utilização de um meio para criticar outro, para recusar um tipo de mediação ou de centralização da informação. Essa ampliação do *poder falar da mídia em outra mídia*, acerca de assuntos de interesse coletivo, fornece pistas sobre o que se espera dos *media* e de seu papel nas sociedades democráticas.

1.1 A temática LGBT em pauta

E o que a mídia fala sobre a temática LGBT? Aceitando que a representação política vai além da representação eleitoral, e que “mecanismos representativos permeiam toda a vida social. Entre eles, com destaque, está a mídia.” (MIGUEL, 2000), as questões relativas à sexualidade e ao gênero também estão presentes nesses espaços.

Representações de grupos de sexualidade estigmatizada nos meios de comunicação há algum tempo mobilizam atenções de pesquisadoras e pesquisadores (Rodrigues e Lazarin, 2013). Seja no entretenimento ou nos programas de cunho jornalístico, a forma como vínculos homossexuais são tematizados na mídia desperta uma série de interpretações e diz muito do contexto histórico, político e social em que essas narrativas se inscrevem.



Uma rápida olhada nessas representações mostra essas diferenças dentro do contexto histórico. O trabalho de Marques (2010) sobre homoafetividade em telenovelas brasileiras remonta a trajetória de diferentes personagens homossexuais, mostrando as transformações sofridas desde 1972, quando surge a primeira personagem homossexual na televisão aberta, na novela *O Machão*, até os dias mais recentes. Dos anos 2000 até os dias atuais, outros personagens homossexuais estiveram em diferentes telenovelas (*América, Mulheres Apaixonadas/ Rede Globo*), recentemente, em janeiro de 2014, o primeiro beijo gay entre homens foi transmitido em uma teledramaturgia (*Amor à vida, Rede Globo*), no horário nobre. O primeiro beijo lésbico foi transmitido em 2011 (*Amor e Revolução*) pelo SBT e mais recentemente, duas mulheres protagonizaram o primeiro beijo em novela exibida pela Rede Globo (*Em Família*).

Para além da representação nos folhetins, algumas pautas reivindicadas pelos movimentos LGBT também se tornaram objeto de notícias e discussões públicas, a exemplo do trabalho de Melo (2013), que analisa as notícias sobre a Parada Gay publicadas no jornalismo impresso brasileiro desde 1997 até 2012, ou o de Reis (2004) que ao se debruçar sobre direitos como adoção ou manifestação de afeto, discutiu as diferentes justificativas que atravessam o espaço midiático para tratar dessas questões.

Então, a representação acontece e é constantemente avaliada e criticada no campo dos estudos comunicacionais, mas o discurso da própria sociedade sobre a mídia, muitas vezes não aparece. Além da representação em questão, procuramos olhar como os meios de comunicação surgem nas falas e são objeto de críticas, elogio, reclamações por parte dos comentaristas.

2. Análise

Para análise empreendida a seguir selecionamos os comentários coletados nas plataformas em estudo dentro da pesquisa ampliada supramencionada, que citavam os meios de comunicação e forneciam algum tipo de opinião ou crítica sobre eles. No total, 37 postagens tematizam de alguma forma os próprios meios de comunicação no debate sobre direitos LGBT, seja nomeando “a mídia”, “os jornais” ou ainda uma emissora específica, “a Globo”. Desse total, 64% estão nas plataformas VotenaWeb e Portais G1/Terra (32% cada), seguidos do Facebook (19%) e do Youtube (17%).

Um primeiro esforço foi o de ler todos os comentários e sintetizar o argumento principal, com especial atenção para as possibilidades de repetição dessas construções argumentativas e linhas mestras mobilizadas por esses discursos. Na análise, fomos



inspirados pelos estudos de Braga (2006) sobre o dispositivo “carta de leitores”, no qual foram analisadas cartas que tinham falas sobre a mídia e não especialmente sobre assuntos dos jornais.⁸ Mais do que procurar pelo impacto dela no próprio veículo, é importante entender o processo social que inscreve o fato de um leitor se sentir compelido a falar sobre o jornal.

Para nossa análise, investigamos como comentários respondem às duas questões subsequentes, lembrando que todos os posts em tela estão ligados aos direitos LGBT:

- Como a mídia é convocada?
- Qual o argumento político mais ampliado que inscreve essa interação?

2.1 O tipo de convocação

A partir dos resultados de Braga (2006), listamos *a priori* possíveis formas de convocação da mídia que poderiam ser aferidas nos comentários. Chegamos a cinco delas: elogio, crítica, retificação, endossamento ou naturalização, indiferença.

A maioria dos comentários, 81%, convoca os meios de comunicação a partir da crítica, quer seja da posição do veículo sobre o tema ou do tratamento substantivo do assunto, embora ambos estejam totalmente imbricados nas postagens, tanto por quem é a favor das questões homossexuais quanto de quem possui uma posição contrária.

Um exemplo em que é tematizada a *posição do veículo* para o exercício da crítica está abaixo. O comentador aciona uma emissora específica, criticando-a por dar visibilidade exagerada aos homossexuais, usando marcadores desrespeitosos.

quanta nojeira, verdade o sistema globo deve estar em orgasmo emocional, a verdade é também estou com medo de dizer que sou hétero, pra viadadas e lesbíacas tudo para os héteros nada. (Comentário 41/ Portal de Notícias G1)⁹

Muito próxima à crítica da posição do veículo, enquanto um ator específico, há também a que discute o tratamento substantivo da abordagem, o enviesamento do tema para defender essa posição ou a parcialidade no tratamento. Se, no exemplo acima, aciona-se a emissora especificamente, no excerto abaixo se traz a forma como os *media* apresentam o tema.

⁸ O autor lembra que não se trata exatamente de uma crítica “perita”, tal como acadêmica ou as de arte e cinema, mas de uma fala social sobre o meio. Braga (2006) sustenta que uma série de pesquisas preocupadas com as essas cartas atestaram “baixos níveis de críticas” e pouco fomento ao debate público, contudo mais interessante do que a crítica em si é o uso do espaço pelos leitores. O autor encontra três formas ou ângulos de interação dos leitores com os jornais estudados a partir das cartas: elogios, críticas ao tratamento ou apuração e retificações da informação.

⁹ Os comentários foram reproduzidos sem nenhuma alteração.



e se eu for pesquisar sobre o homicídio homossexual, eu vou é nas delegacias. A mídia mente muito, meu caro Capi Etherie [nome de um postador]. (...) Num país onde ocorrem mais de 50.000 homicídios por Ano, qual fração disso é por motivo de preconceito a gays? (...) Sejamos cautelosos com essa mídia brasileira, hein...(Comentário 39/ Projeto 6/Votenaweb/grifos nossos)

Em 11% dos comentários, percebe-se endosso ou naturalização a partir da produção midiática. A maioria dos comentários que endossa a cobertura é a favor da expansão de direitos.

Ai galera acabou de passar na REDE GLOBO que agora os cartórios são obrigados a fazer a união do mesmo sexo. Chega de preconceitos!!!! (Comentário 14/ Facebook/ Página A favor 1)

Já 8% das postagens, mostram-se indiferentes às produções midiáticas. Nessa forma de convocação encontram-se os falantes que afirmam que não são influenciados pelos meios de comunicação. Convoca-se a mídia para repeli-la.

eu não falei nada baseado na mídia, eu não tenho minha opinião formada só pelo que vejo na mídia. Eu próprio tive em mãos cartilhas pró-gay que são ridículas. (Comentário 77/ Vídeo 1/ Youtube)

Não observamos comentários elogiosos ao tratamento do tema, nem dos a favor da expansão de direitos, nem dos contrários. Bem como não identificamos casos em que são retificadas informações por parte dos postadores dos comentários.

A descrição sobre as formas de convocação dos *media* exercidas pelos sujeitos nos ajuda a perceber como veículos e notícias são interpretados ao tratarem do tema. Colaboram para identificar um tipo de insatisfação tanto de quem se sente prejudicado por ter que “entrar em contato” com conteúdos que julga ser “errados”, quanto de quem acredita que a exposição desses conteúdos ainda se dá de forma pejorativa.

Nesse sentido, a discussão de Gomes (2014), sobre *media bias* e mais especificamente acerca da “sensação de distorção feita pelos meios de comunicação – *perception of bias*”, ajuda-nos a refletir sobre a cobertura midiática e os próprios meios, como atores/objetos. De acordo com o autor, os estudos apontam ser “muito comum que consumidores de notícia que são ao mesmo tempo membros de dois grupos diferentes e adversários veem como parciais as mesmas matérias” (Gomes, 2014, p.4), especialmente se tais grupos são de pessoas “sensíveis” ou “engajadas” com o tema.

Obviamente, a dificuldade de uma cobertura/exposição mais qualificada sobre direitos LGBT não pode ser entendida apenas por essa perspectiva, já que a própria inserção dos meios na sociedade é atravessada pelos valores morais que a compõem. Contudo, tal discussão é pertinente para clarear os comentários analisados, em que a



mídia é tratada por meio dessas interações como um agente impermeável. O que se vê são os meios como alvo privilegiado da crítica, por vezes contraditória, oriundas de direções opostas.

2.2 Argumento político ampliado

Para além do tipo de convocação, observamos qual argumento político mais ampliado circunscreve os *posts* em questão. Três argumentos foram identificados: (1) o argumento sobre influência da mídia; (2) o argumento sobre a visibilidade da sexualidade na mídia; e (3) o argumento do lucro e interesses corporativos midiáticos.

1. Influência da mídia

O argumento de influência da mídia tematiza a forma como os meios de comunicação influenciam os modos de pensar e partilhar informações. A maioria dos argumentos é profundamente crítica à tematização das questões homossexuais nos veículos, com discursos que enfatizam as possíveis influências ruins para crianças.

a mídia da valor a muita merda muita criança assiste a globo mesmo tarde da noite aew aparece um monte de viado falando que e certo ser gay (Comentário 147/ Youtube/ Vídeo 1)

Além disso, os meios também são acusados de manipularem informações em defesa dos homossexuais. Os postadores sustentam a não coincidência da vontade popular com as informações e/ou opiniões midiáticas, trazendo exemplos como o referendo do desarmamento¹⁰.

Não confundir apoio da TV Globo com posicionamento da população, enquanto a Globo falava em 'bancada da bala' o plebiscito foi francamente contrário ao desarmamento.(Comentário 12/Votenaweb/ Projeto 2)

Esse tipo de interação social com a mídia mostra a forma como os sujeitos que comentam nesses espaços se investem de um poder de fala que os faz contrapor o argumento da influência, ao não “acatar” tudo o que é veiculado. Por outro lado, como o próprio Braga (2006) alerta, nem sempre essa leitura interpretativa das produções gera uma crítica sofisticada, formadora e/ou educativa¹¹.

2. Visibilidade da sexualidade na mídia

¹⁰ O referendo sobre a comercialização de armas de fogo e munições no Brasil ocorreu em outubro de 2005, o resultado de tal consulta popular não permitiu que o Estatuto do Desarmamento passasse a vigorar no país.

¹¹ A defesa de valores sociais com a qual Braga (2006) se preocupa não é presença constante nos argumentos dos comentaristas. É interessante pensar que, se por um lado os sujeitos são capazes de se contrapor, interagir, produzir uma leitura autônoma sobre os meios; por outro, o resultado dessa crítica não aponta, necessariamente, para a construção de argumentos interessados na ampliação de direitos.



O argumento da visibilidade da sexualidade na mídia diz da forma como se observa a tematização das questões LGBT no campo. Ao analisar as críticas da sociedade, Braga (2006) nos fala da necessidade de se observar o teor da crítica, o que está sendo dito e a necessidade da contextualização. Analisar a crítica como *gesto social* ajuda-nos a perceber como as aparições de homossexuais podem ter dupla recepção pela sociedade: há uma parcela que considera o espaço destinado como caricatural e estereotipado e outra parte que considera a mídia capaz de construir uma visibilidade positiva, naturalizando-a.

O comentário abaixo expõe o uso da mídia como legitimadora de um discurso de apoio aos homossexuais, interação caracterizada como endosso ou naturalização. O comentador usa o argumento “saiu até no Jornal Nacional” para justificar o quão normal é a homossexualidade.

O que as pessoas não esclarecidas devem entender é que o homossexualismo é NORMAL. (...)Procura no Google por uma pesquisa de 2008 sobre os cérebros dos homossexuais, saiu até no Jornal Nacional.

A visibilidade das sexualidades também compreende os heterossexuais que dizem se sentir mal representados, associados à homofobia e discriminados.

É absurdo como a mídia enfoca os homossexuais. Nas novelas por exemplo, os héteros são colocados como homofóbicos, sendo dessa forma, também discriminados.

Além dessas interações, observamos comentadores reivindicando uma aparição mais justa para os homossexuais no cenário ampliado de visibilidade. “Passou muito tempo para mostrarem que gays são pessoas como qualquer outra”, afirma o postador abaixo, lembrando-nos do processo histórico e cultural que inscreve a visibilidade proporcionada pelos meios acerca de alguns temas.

Nem todos os héteros nas novelas são retratados como homofóbicos. A grande maioria deles é retratada como pessoas tolerantes (...).Existe uma teoria entre os estudiosos da comunicação de massa que diz que, para a sociedade em geral, as coisas só existem se são retratadas pela mídia. (...)Na mídia tudo o que se via sobre homossexuais era o estereótipo de uma pessoa efeminada, promíscua (...).Passou em muito o tempo mostrarem à população deste país que gays são pessoas como qualquer outra (...)Essa retratação na mídia veio com décadas de atraso.

Dentro dos argumentos sobre a visibilidade, há uma disputa entre discursos que evocam a defesa de uma maioria, que se sentiria ofendida com a abordagem midiática dos direitos LGBT e, por outro lado, a reivindicação de uma minoria que defende a importância de estar na cena midiática.



Nas duas postagens abaixo, nota-se como essa disputa se faz presente. O usuário contrapõe a “pressão de grupos específicos” à ideia de uma sociedade geral ou de maioria que precisa ser ouvida. O ponto é de que os meios de comunicação, ao jogarem luz sobre o tema, estão favorecendo a visibilidade uma parcela específica da população em detrimento de uma parcela maior.

O Brasil não pode continuar se sujeitando a ter seus valores guiados exclusivamente por novelas televisivas ou por corporações de mídia, é necessário rebalancear a pressão de grupos específicos com a vontade da maioria p/ fazer a nossa democracia funcionar corretamente. (Comentário 76/ Projeto 2/ VotenaWeb)

Ao tematizarem questões específicas de grupos, os meios de comunicação são acusados de não se preocuparem com as questões que “realmente importam”.

Vocês querem holofotes sobre vocês. A mídia já percebeu isso... Mas é conveniente darem atenção para vocês para tirarem o foco dos problemas sérios do país...(Comentário 47/ Facebook/Página A favor 1)

Outras postagens defendem que o tratamento atual dado ao tema pelos meios de comunicação precisa ser entendido como benéfico. Para alguns usuários, essa abordagem é vista como “apoio”, justificável pelo fato de ser “politicamente correto” defender minorias estigmatizadas.

Aqui no Brasil nós precisamos nos unir ainda mais! A hora é agora, precisamos aproveitar que a mídia nos apóia é politicamente correto defender a nossa causa! (Comentário 227/ Portal de Notícias Terra)

Os comentários demonstram que a visibilidade sobre as questões LGBT está longe de ser entendida de forma uníssona. O que notamos ao longo da análise até aqui é a centralidade dada à mídia independentemente do “lado” que o(a) postador(a) se coloca – seja quando a visibilidade é entendida como privilégio a um grupo ou como um direito conquistado, mas que ainda precisa ser corrigido. Esses comentários estão próximos do que Gomes (2004) chama de perspectiva hipermediática¹². Embora saibamos da força e importância da comunicação midiática para as sociedades contemporâneas, a expansão das discussões sobre direitos para homossexuais ou mesmo sua invisibilidade não pode ser atribuída automaticamente a eles.

3. Lucro e interesses corporativos midiáticos

Outro argumento que aparece nas postagens é a tematização das relações homossexuais como forma de atrair lucro para os meios de comunicação. Sustenta-se

¹² A perspectiva hipermediática entende os meios ou a cobertura midiática como responsáveis exclusivos pelos fenômenos sociais, atribuindo a eles uma relevância maior em detrimento de outros processos.



que a emissoras e/ou veículos não trazem à tona questões dos direitos LGBT por qualquer tipo de comprometimento com a causa (tratado no comentário a seguir como “ideologia”), mas pela preocupação com seus próprios interesses mercadológicos.

Quanto a Globo ou qualquer outro meio de comunicação, esta não defende ideologia ou causa por "princípios editoriais", mas pelo lucro que o tema possa lhes trazer (...) (Comentário 15/ Portal de Notícias G1)

Esses gays ficam querendo polêmica todos os dias, afinal não basta ter direitos (...) Esses portais de internet todos são financiados por ONGS que promovem homossexualismo, globalismo, etc... Meia dúzia promovendo baderna para milhões. fizessemos um portal alternativo teria 99% de audiência. (Comentário 333, Portal de Notícias Terra)

Diferentemente dos argumentos anteriores, em que há discordâncias no interior do quadro de interpretação - seja sobre influência ou visibilidade -, o argumento sobre o lucro é construído em apenas uma direção (crítica), tido como causa da exposição dos direitos LGBT. Assim, o agendamento do tema, dizem os postadores, ocorre não pelo entendimento de que é necessário democratizar a comunicação e construir novos discursos e representações sobre temas estigmatizados, mas sim pelo ganho econômico que pode advir dessa exposição.

2.3 Síntese da análise

Preocupado com a interação social sobre e com a mídia, Braga (2006) aposta na autonomia dos sujeitos em se constituírem como públicos críticos dos materiais midiáticos que consomem. Partindo dessa aposta do autor, notamos que interações distintas são feitas com as produções e veículos midiáticos quando tratam de assuntos relacionados aos direitos LGBT. Endosso e crítica aparecem nos comentários analisados, mas há uma questão mais ampla a envolver essas interações.

Depreende-se da análise acima que os sujeitos tratam os *media* como pouco complexos, generalizam suas produções. Os comentários trazem à tona a centralidade da mídia para a vida contemporânea, mas a encaram como um ator específico, com capacidade de agenciar a forma a visibilidade e inacessível, não sendo capaz de interlocução, apenas objeto de fala.

Observou-se ainda o quanto os meios de comunicação se tornaram lugar de críticas por motivos contrastantes. Recorre-se a eles para dizer de uma “imposição”, de “má influência” e excesso de visibilidade a grupos específicos, tais como homossexuais; e, do outro lado, para dizer do silêncio ou da estereotipia como esses grupos são



apresentados. Soma-se a isso o fato de que as críticas também apontam que o interesse público (“ou as coisas mais importantes”) dá lugar à influência econômica.

Conforme já afirmamos anteriormente, a mídia está na mira dos diferentes tipos de críticas, nem sempre preocupadas com uma maior democratização da sociedade. Contudo, nosso objetivo não é o de apontar deficiências dessas críticas, mas sim de identificar que tipo de fala social se dá sobre os meios quando dizem respeito a assuntos sensíveis. Essa descrição do olhar e da fala dos comentaristas diz não apenas do entendimento deles sobre qual função ou conteúdo esses meios deveriam desempenhar, mas de uma concepção política sobre o que deve estar visível na mídia.

De posse dessas interações advindas de lugares de fala diferentes, mas que se encontram nessa supervalorização dos meios, perguntamo-nos como a crítica à mídia pode contribuir para o aprofundamento democrático. Poder falar sobre os meios de comunicação, apresentar opiniões justificadas, identificar vieses e se autoproclamar não influenciado pela mídia é necessariamente bom em uma sociedade democrática?

Na tentativa de ensaiar tal resposta, primeiro é preciso esclarecer o conceito de democracia subjacente a essa discussão. Estamos na trilha de Dewey para quem a democracia, além de ser uma forma de governo, é uma forma de vida. Essa distinção é fundamental no pensamento do autor, já que a democratização não passa apenas pela ampliação de mecanismos institucionais, mas (e principalmente) por uma relação de liberdade entre os que partilham uma vida comum. Para Dewey (1939, p. 8), “a tarefa da democracia será sempre criar uma experiência mais livre e mais humana na qual todos compartilham e para a qual todos contribuem”. É nesse sentido que, a nosso ver, uma crítica à mídia só pode ser considerada socialmente qualificada e democrática se aposta na igualdade e liberdade. Com isso queremos dizer que, ao reivindicar espaço de fala, representação justa nos meios, maior vocalização, os sujeitos ou grupos sociais não o podem fazer menosprezando ou combatendo o direito de outros sujeitos ou grupos.

Entendemos que a autonomia interpretativa e a resposta social aos meios, para além da crítica especializada, só deve ser considerada para fins de melhoria na democracia se estiver inscrita em um movimento que estimula os sujeitos a se engajarem na compreensão do outro.

Denunciar o nazismo por intolerância, crueldade e estímulo ao ódio é o mesmo que estimular a falta de sinceridade se, em nossas relações pessoais com outras pessoas, se em nossa caminhada e conversa diária, somos movidos por preconceito de raça, cor ou outra ordem de preconceito; de fato, por qualquer coisa, salvo uma crença generosa em suas possibilidades como seres humanos, uma crença que traz



consigo a necessidade de fornecer condições que possibilitem que essas capacidades realizem-se (Dewey, 1939, p. 4).

A leitura autônoma de sujeitos comuns acerca dos meios de comunicação deve ser fortemente estimulada, mas defendemos que sua consideração como parte de um sistema de resposta social só deve ser efetiva se trazer consigo a ideia de que não podemos requerer aos *media* a exposição mais justa de uma causa própria simplesmente suprimindo ou denegrindo a exposição alheia.¹³ Apesar de não os enxergarmos dentro do sistema de resposta social, comentários com teor intolerantes e/ou violentos, sustentando discursos de ódio¹⁴, podem fazer parte do debate e como sociedade democrática, é preciso encará-los. A internet, como um espaço de grandes possibilidades para a discussão, está envolvida a questões de anonimato e privacidade constantes que precisam ser discutidas amplamente. E os meios de comunicação, como integrantes dos processos políticos, também devem estar atentos a essas manifestações.

Considerações finais

Ao longo deste texto, discutimos como comentários em diferentes arenas online mobilizam os meios de comunicação enquanto objeto de fala. Buscamos mostrar que se estudos sobre a representação dos sujeitos homossexuais ou do movimento LGBT, tanto no jornalismo quanto no entretenimento, são realizados no Brasil há certo tempo, pouco se sabe da forma como esses produtos são interpretados pelos sujeitos.

Com Braga (2006), tentamos pensar o lugar da interpelação dos sujeitos sobre a mídia dentro que o autor chama de *sistema de resposta social*. Identificamos os tipos de interação dispostos nos comentários e observamos uma maioria crítica à forma como os veículos ou emissoras abordam as questões LGBT, seja por excesso ou por falta de atenção devida aos grupos. Investigamos ainda os argumentos que sustentam essas interações, encontrando assim três grandes linhas de interpretação sobre a exposição do tema nos meios de comunicação: o argumento da visibilidade, da influência e do lucro.

Essa análise nos permitiu entender as formas como sujeitos comuns discutem o papel dos meios de comunicação a partir de assuntos moralmente sensíveis. Ela nos mostra que há uma leitura e um movimento de interpelação dos *media* de maneiras

¹³ Defendemos que discursos de ódio e intolerância, sustentados sob o argumento de influência ou visibilidade exagerada concedido a certos grupos pelos *media*, não podem ser configurados como uma crítica social qualificada, preocupada com o aprimoramento da inserção dos meios na sociedade e com a própria democracia, e necessitam de regulação.

¹⁴ Lembramos que discurso de ódio é crime e pode ser denunciado à Polícia Federal ou à ouvidoria de direitos humanos (Humaniza Redes: <http://www.humanizaredes.gov.br/>).



variadas, inclusive utilizando argumentos preconceituosos contra sujeitos e grupos sociais. Entendemos, contudo, que tornar a mídia um objeto de fala, pensando na qualificação de seus produtos e de sua presença enquanto instituição importante na vida cotidiana, não pode estar dissociado de um comprometimento com a democracia, enquanto forma de interação livre e igualitária entre todos e todas.

Referências

ALZAMORA, Geane. Especificidades da rede intermídia contemporânea: considerações sobre a audiência em contextos reticulares. *Revista Alaic*, n.17, p. 50-61, 2012.

ALBUQUERQUE, Afonso de. Um outro "Quarto Poder": imprensa e compromisso político no Brasil. *Contracampo*. n. 4. 2000, p. 23-57

BRAGA, José Luiz. *A sociedade enfrenta sua mídia*. Dispositivos sociais de crítica midiática. São Paulo: Paulus, 2006.

BRAGA, José Luiz. Interação como contexto da comunicação. *Matrizes*, ano 6, n.1, jul/dez 2012, p.25-41.

DEWEY, John. *Democracia criativa: a tarefa diante de nós*, 1939.

GOMES, Wilson. *Transformações da política na era da comunicação de massa*. São Paulo: Paulus, 2004.

MAIA, Rousiley. Mídia e vida pública: modos de abordagem. In: MAIA, Rousiley; CASTRO, Maria Céres (orgs.). *Mídia, esfera pública e identidades coletivas*. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2006, p.11-48.

SALGUEIRO MARQUES, Ângela Cristina. Representações de vínculos homoeróticos em telenovelas: do estigma à reconstrução do sentido. *Ciberlegenda*, n. 22, 2010.

MELO, Iran Ferreira de. *Ativismo LGBT na imprensa brasileira: análise crítica da representação de atores sociais na Folha de São Paulo*. 2013. Tese de Doutorado. Universidade de São Paulo.

MIGUEL, Luis Felipe; BIROLI, Flávia (orgs.). *Mídia, representação e democracia*. São Paulo: HUCITEC, 2010.

NORRIS, Pipa. *A virtuous circle: political communication in postindustrial societies*. Cambridge: University Press, 2000.

REIS, Roberto Alves. Quando o afeto ganha a esfera midiática: casos de sujeitos homoeróticos e estratégias jornalísticas para enquadrar as vozes de leigos e especialistas. 2004. Dissertação (Mestrado em Comunicação Social) - FAFICH, UFMG, Belo Horizonte.

RODRIGUES, André Iribure; LAZARIN, Lucas Roecker. O Estado da Arte dos Estudos das Homossexualidades nos programas de pós-graduação em comunicação, de 1992 a 2008. Seminário Internacional Fazendo Gênero 10, Florianópolis, 2013.

WAISBORD, Silvio. Bridging the press-civic society divide: Civic media advocacy in Latin America. In Ulla Carlson editor, *Media and Social Divides*, NORDICOM, 2009.