
A construção da identidade gay e os estereótipos nos vídeos do *Põe na Roda*: uma radiografia do canal¹

Robson Evangelista dos SANTOS FILHO²
Mariana Ramalho PROCÓPIO³
Universidade Federal de Viçosa, Viçosa, MG

RESUMO

O presente artigo apresenta uma análise sobre a construção da identidade gay nos vídeos do canal *Põe na Roda*. Como resultado desta análise, foi possível elaborar uma radiografia deste canal do *YouTube*, evidenciando as principais temáticas abordadas e os formatos audiovisuais utilizados, assim como os estereótipos mobilizados pelos vídeos para a construção identitária. Para tanto, valemo-nos das contribuições de Daniel Mazzaro Vilar de Almeida (2016), sobre o percurso identitário da homossexualidade, e de Dylia Lysardo-Dias (2006), sobre a concepção de estereótipos.

PALAVRAS-CHAVE: homossexualidade; identidade; estereótipos; *Põe na Roda*.

1. INTRODUÇÃO

As discussões apresentadas neste artigo provêm do projeto de iniciação científica “A construção de identidade(s) por meio de uma análise dos vídeos do Canal *Põe na Roda*”, desenvolvido pelo Programa Institucional de Bolsas de Iniciação Científica (PIBIC), com o financiamento da Fundação de Amparo a Pesquisa do Estado de Minas Gerais (FAPEMIG). Por meio desta pesquisa, analisamos como as questões relacionadas aos LGBTs são tratadas nos vídeos do canal *Põe na Roda* no *YouTube*, de que modo a identidade gay é por eles construída e a quais discursos se ancora. Buscamos identificar as principais temáticas que contribuem para a construção da identidade da comunidade LGBT, especificamente do segmento gay, pelo canal *Põe na Roda*, evidenciar quais são os estereótipos mobilizados para esta construção identitária e elencar as características estruturais e discursivas das suas produções audiovisuais.

Em 2016, apresentamos durante o XXXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação um esboço deste projeto de pesquisa, na ocasião ainda em fase inicial, a partir da análise de dois vídeos do canal. Agora, com a pesquisa então concluída, retornamos para divulgar os resultados obtidos, que nos permitiram estabelecer uma

¹ Trabalho apresentado na Divisão Temática Interfaces Comunicacionais do XXIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste, realizado de 7 a 9 de junho de 2018.

² Graduado em Comunicação Social – Jornalismo e Mestrando em Letras, na área de Estudos do Texto e do Discurso, pela Universidade Federal de Viçosa, Bolsista de iniciação científica pelo edital PIBIC/FAPEMIG entre março de 2016 e janeiro de 2017, e-mail: robsonangelistasantofilho@gmail.com.

³ Orientadora do trabalho. Doutora em Estudos Linguísticos pela FALE/UFMG. Professora dos cursos de graduação em Comunicação Social – Jornalismo e de pós-graduação em Letras na Universidade Federal de Viçosa, e-mail: mariana.procopio@ufv.br.

radiografia do canal *Põe na Roda*. Fizemos uma investigação preliminar para que pudéssemos ter um panorama abrangente do canal, assistindo a todos as produções publicadas entre abril de 2014, data da criação do canal, e dezembro de 2016, totalizando 205 vídeos. Em seguida, selecionamos 40 produções que achamos serem mais representativas dos objetivos do canal por possuírem conteúdos relacionados à identidade e por explorarem melhor as questões referentes à homossexualidade.

Definido o *corpus*, listamos os vídeos em um quadro de análises e fizemos uma categorização das produções de acordo com as temáticas abordadas, os formatos utilizados e as visadas discursivas, ou seja, as pretensões percebidas a partir dos discursos presentes nos vídeos – provocar humor e entreter ou passar informação com um caráter mais sério. A partir disso, debruçamo-nos sobre as análises dos vídeos de acordo com as categorias que evidenciamos na tabela e procuramos encontrar os estereótipos agenciados. Com isso, pudemos elaborar considerações relativas ao material analisado e, conseqüentemente, uma descrição geral do nosso objeto.

Criado em 2014, o canal *Põe na Roda*⁴ produz e lança semanalmente vídeos que tratam de questões LGBTQs, destinando-se principalmente ao público gay, mas também com conteúdos sobre/para lésbicas, bissexuais, travestis, transexuais, transgêneros e até mesmo para heterossexuais. O canal contém atualmente 328 vídeos, contabilizando 778 mil inscritos e quase 110 milhões de visualizações⁵. Produzido originalmente por Pedro Castilho, Nelson Sheep e Felipe Abe e recentemente apenas pelos dois primeiros, o canal também conta com a participação de celebridades, pessoas nas ruas, membros da comunidade LGBTQ e alguns convidados, como seus amigos, familiares e namorados. Já o nome *Põe na Roda* faz referência ao objetivo de trazer para discussão temas do universo gay, a fim de desmitificar alguns deles e, concomitantemente, lutar contra o preconceito e oferecer visibilidade ao grupo LGBTQ. O canal se propõe a aliar ativismo, humor e informação, tratando de assuntos variados. Suas produções consistem em esquetes humorísticos, além de reportagens, notícias, entrevistas, quadros de *games*, de perguntas e respostas, de conselhos para problemas do cotidiano, entre outros. Embora os produtos cômicos sejam a maioria, alguns vídeos fazem abordagens de forma mais séria, de acordo com a temática abordada e com o formato utilizado, como será explorado pela radiografia apresentada no presente artigo.

⁴ Disponível em: www.youtube.com/user/canalpoenaroda.

⁵ Dados consultados em 10 de abril de 2018.

2. REFERENCIAL BIBLIOGRÁFICO

A homossexualidade sempre existiu na história da humanidade e, de acordo com Daniel e Baudry (1977, *apud* PINHO, 2010), não foi ignorada, mas interpretada, explicada e admitida de modos diversos. Conforme aponta Almeida (2016, p. 22), “como quaisquer outras sexualidades ou quaisquer outras identidades, acompanha o modo de ver da sociedade” e, dessa forma, segundo Uziel (1999, p. 4) “já ocupou a esfera religiosa como pecado, a legal como crime e a médica como doença”.

Na Era Cristã, quando a conduta sexual passou a ser regulada pelas autoridades civis e eclesiásticas, a prática homossexual foi considerada como pecado contra a natureza e crime passível de morte, uma vez que não era realizada para a produção de filhos. Na Idade Média, seguiu-se a perseguição, com tortura e extermínio dos que praticavam a chamada sodomia. Na Idade Contemporânea, especificamente do século XIX para o XX, quando o sexo passou a pertencer ao domínio da medicina e esta modificou as temáticas do cristianismo, foram criados vários vocábulos, como o termo homossexual, cunhado em 1869 por Karoly Benkert. Pela visão médica, a homossexualidade foi entendida como inversão sexual e considerada uma anomalia, levando os médicos a voltarem-se para os corpos homossexuais de modo a defini-los. Na sequência, sob uma perspectiva psíquica, pensou-se que esses indivíduos “desviantes” não tinham apenas uma prática sexual anormal, mas também a personalidade, daí passou-se a identificar não somente marcas no corpo, como também comportamentos e profissões. Em outros momentos, a homossexualidade foi definida como um fenômeno congênito e hereditário. Tentou-se explicá-la, ainda, por meio do ambiente e por maus lugares que produziam o vício (ALMEIDA, 2016).

Do século XX para o XXI, os homossexuais passaram a se identificar como indivíduos homossexuais e não se limitavam mais, portanto, a pessoas praticantes de atos homossexuais (ZANOTTI, 2010, *apud* ALMEIDA, 2016). Esta mudança de percepção coincide com o contexto da modernidade e da transformação da concepção de identidade de uma perspectiva permanente para outra mais dinâmica a partir das modificações na compreensão do ser humano e das noções de sujeito (HALL, 1998). Com isso, desenvolveram-se identidades mais concretas e positivas, passaram a existir locais e serviços destinados a eles, como bares e pubs que possibilitavam encontros e serviam de refúgio. Nascia, assim, uma subcultura homossexual, na qual os indivíduos

possuíam várias identidades: uma ligada à sua profissão, “mostrada” no cotidiano, e outra “escondida”, revelada apenas nos momentos de lazer (ALMEIDA, 2016).

A figura do homossexual foi tornando-se pública em todo o mundo, com o “sair do armário” como bandeira de luta e movimentos como o Orgulho Gay, que foram impulsionados pela Rebelião de Stonewall em 1969, além da eliminação da homossexualidade da lista de doenças mentais da Associação Americana de Psiquiatria em 1973 e da lista de doenças da Organização Mundial de Saúde (OMS) em 1990, o que também contribuiu para a visibilidade gay (ALMEIDA, 2016).

Na década de 80, com o surgimento da AIDS, conhecida na época como “câncer gay” e “doença dos homossexuais”, voltou a se atribuir o estereótipo do enfermo aos gays, agora tidos como pervertidos que alastram a doença do século, mesmo cientistas apontando que a epidemia também afetava heterossexuais. Para reverter esta situação, grupos de militância decidiram divulgar a imagem do “gay comportado”, que se encaixava no molde heterossexual. Ainda assim, o preconceito continuou. E, embora negativamente, nunca havia se falado tanto sobre a homossexualidade, que passou a ser incorporada nas esferas política, educativa e comunicativa (ALMEIDA, 2016).

Sobre esta última esfera, é preciso discorrer sobre a importância da atuação da mídia, que contribuiu para um maior entendimento por parte dos homossexuais sobre a liberdade de poder ser quem são e para a aceitação deles pela sociedade (TIRELLI, 2011), embora, por vezes, tenha atuado na contramão, uma vez que, dependendo do modo como representa os homossexuais, a mídia, detentora do poder de formação da opinião pública, ao invés de desmitificar estereótipos, pode, num efeito reverso, acabar por reforçá-los (QUINTÃO; GUIMARÃES; DUARTE, 2013).

Esta dinâmica pode ser explicada a partir das contribuições de Lysardo-Dias (2006), segundo a qual ao pensar em mídia, pensa-se automaticamente em discursos e no poder deles. De acordo com ela, a circularidade destes discursos espalha representações aparentemente homogêneas e inquestionáveis, que, ao serem repetidas e retomadas, consolidam-se e cristalizam-se como representações socialmente partilhadas, às quais se dá o nome de estereótipos. Toda vez que são acionados, de alguma forma são também atualizados, uma vez que estão inseridos em um contexto efetivo de comunicação e de interação social que os reforçam.

Como uma das formas de representações sociais, que, conforme Moscovici (2003), objetivam familiarizar aquilo que ainda não é familiar, trazendo para o universo

consensual aquilo que é largamente difundido, o estereótipo é, para Lysardo-Dias (2006), uma representação fixada e partilhada por uma coletividade que depende dele para interagir, acionado de modo a dar legitimidade ao discurso e funcionar como um modo de conhecimento da realidade. O estereótipo também consiste na imagem feita pelos sujeitos, de si mesmos e dos outros, como uma forma de conhecimento da identidade social (LYSARDO-DIAS, 2006), mas, de acordo com Procópio-Xavier (2012, p. 64), pode “fomentar impressões preconceituosas e discriminatórias em função de uma identificação pejorativa do outro”. Devido a esse caráter cristalizado e possivelmente pejorativo, muitos estudiosos preferem utilizar o conceito de representações sociais, que tende a ser mais dinâmico e menos marcado negativamente. Para a pesquisa, usamos estereótipos por acreditarmos haver nos vídeos do canal *Põe na Roda* uma recorrência a modelos de representação cristalizados da identidade gay.

Sobre a representação, se na mídia tradicional os gays não conseguiram tanto espaço ou o tratamento correto, é no ciberespaço que isso ocorre de forma mais abrangente, graças à Web 2.0, que, segundo O’Reilly (2005), marca o papel de participação ativa dos internautas na produção de conteúdos na internet. A rede funciona, então, como uma alternativa, o principal meio de socialização, com chats e redes sociais que permitem até o anonimato e, principalmente, comunicação para o grupo, com páginas dedicadas à identidade homossexual. Buckingham e Willet (2006) apontam que, em um contexto de discriminação social em que o discurso hegemônico da heteronormatividade está literalmente inscrito no espaço público, o espaço virtual é muitas vezes utilizado como forma de expressão da orientação sexual, como é o caso do canal *Põe na Roda*, que valeu-se da internet e das suas potencialidades para criar e transmitir conteúdos que tratam de questões ligadas ao universo LGBT, o que talvez seria inviável na grande imprensa, objetivando quebrar estereótipos e mostrar a identidade gay, inexistente em alguns veículos ou ridicularizada em outros.

3. RESULTADOS E DISCUSSÕES

Dos 205 vídeos do canal *Põe na Roda*, vários são produzidos a partir de alguns quadros fixos, tais como: *Jogação* e *Gaymes* (14 vídeos), que consistem em brincadeiras com famosos, como Fábio Porchat e Oscar Filho, ou *youtubers*, como Fernando Escarião e Cauê Moura, sobre elementos do universo gay e testes entre namorados ou pais e filhos; *Ajuda, Põe na Roda* (25 vídeos), em que os produtores do canal, junto ao

sexólogo Claudio Picazio, discutem determinados temas a partir de pedidos dos seguidores do canal, geralmente com assuntos sobre sexo e relacionamentos; *24 Perguntas* (22 vídeos), em que artistas conhecidos na comunidade LGBT, como Inês Brasil, Nicole Bahls, Gretchen, Valesca e Harry Louis, respondem a questões diversas; *Sauna Justa* (5 vídeos), quadro com um cenário que sugere uma sauna, onde os apresentadores, junto com convidados, discutem temas diversos, como diferença entre gays e lésbicas e identidade de gênero; *Põe na Mala* (19 vídeos), que consiste em reportagens realizadas durante viagens, como para Las Vegas e Londres, e coberturas de eventos, como Feira do Fetiche e Paradas LGBTs pelo mundo; *Piores Chats no Grindr* (5 vídeos), com a apresentação de algumas conversas engraçadas dos aplicativos de pegação gay; *Põe no Vlog e Top 10* (9 vídeos), quadros nos quais os membros do canal comentam assuntos variados, como eleição de Trump, ataque à boate Pulse em Orlando, cenas de sexo gay na TV e participação de atletas LGBTs nas Olimpíadas.

Além dos vídeos destes quadros, o canal já produziu também vídeos de bastidores de outros vídeos (16 vídeos), retrospectivas dos vídeos produzidos no decorrer do ano (5 vídeos), notícias (que não tinham necessariamente relação ao universo gay e teve apenas 5 edições), clipes e musicais (5 vídeos) com paródias sobre, por exemplo, saída do armário, afeminados e homofobia.

O restante das produções consiste principalmente em esquetes humorísticos, reportagens e documentários, listados e categorizados na tabela a seguir.

Vídeo	Data	Temática	Formato	Visada
Não é por ser gay que eu...	19/08/2014	Estereótipos	Esquete	Humor
Opção sexual?	19/08/2014	Estereótipos	Reportagem	Humor
Vamos roubar suas namoradas	10/06/2014	Homofobia	Esquete	Humor
Como é ser gay e idoso?	20/07/2016	Preconceito no grupo	Documentário	Sério
Negro e gay	05/10/2016	Preconceito no grupo	Quadro Sauna Justa	Sério
Homofobia ou opinião?	11/05/2016	Homofobia	Quadro Põe no Vlog	Humor
Ataque em Orlando e comentários homofóbicos	15/06/2016	Homofobia	Quadro Põe no Vlog	Humor
Gaydar: é gay ou hétero?	03/02/2015	Estereótipos	Reportagem	Humor
Barbies	16/12/2014	Subgrupos gays	Reportagem	Humor
Ursos	10/02/2015	Subgrupos	Reportagem	Humor
Drag Queens	29/04/2015	Subgrupos	Reportagem	Humor

Afeminados	20/05/2015	Subgrupos	Reportagem	Humor
Religiosos x LGBT	02/09/2015	Religião	Reportagem	Sério
Evangélicos que aceitam gays	24/06/2015	Religião	Reportagem	Humor
Gays x Lésbicas	04/03/2015	LGBT	Quadro Sauna Justa	Humor
Identidade de gênero: travestis e trans parte 1	12/08/2015	LGBT	Quadro Sauna Justa	Sério
Travestis e trans parte 2	13/08/2015	LGBT	Quadro Sauna Justa	Sério
Travestis e trans parte 3	14/08/2015	LGBT	Quadro Sauna Justa	Sério
Não basta ser pai	05/08/2014	Família	Documentário	Sério
Mãe sempre sabe?	06/05/2014	Família	Documentário	Sério
Os nossos filhos	21/10/2014	Família	Documentário	Sério
Expulso de casa por ser gay	03/11/2016	Família	Documentário	Sério
Não é por ser lésbica que eu...	30/09/2014	Estereótipos	Esquete	Humor
Não é por ser bissexual que eu...	24/02/2016	Estereótipos	Esquete	Humor
E se fosse com você?	09/09/2014	Homofobia	Documentário	Sério
Vivendo no armário: gays não assumidos	08/07/2014	Aceitação	Documentário	Sério
A vida fora do armário	15/07/2014	Aceitação	Documentário	Sério
Lésbicas fora do armário	20/01/2016	Aceitação	Documentário	Sério
Dia do orgulho hétero	24/02/2015	Homofobia	Esquete	Humor
Ele foi curado	02/12/2015	Homofobia	Esquete	Humor
Vende viado?	22/07/2014	Subgrupos	Esquete	Humor
Heterofobia no futebol	03/06/2014	Homofobia	Esquete	Humor
Coisas que gays cansaram de ouvir	12/08/2014	Estereótipos	Esquete	Humor
Coisas que lésbicas cansaram de ouvir	13/01/2016	Estereótipos	Esquete	Humor
Entrevista de emprego	23/09/2014	Homofobia	Esquete	Humor
Frases que valem tapa na cara	19/08/2015	Estereótipos	Esquete	Humor
Menino ou menina?	14/04/2015	LGBT	Esquete	Humor
Como perguntar se é gay sem perguntar se é gay	20/10/2016	Estereótipos	Esquete	Humor
Lua de mel	26/08/2015	Homofobia	Esquete	Humor
Xingar os gays não faz sentido	17/06/2014	Homofobia	Esquete	Humor

Foi possível perceber que nos esquetes e nas reportagens prevalece o discurso humorístico, enquanto que nos documentários há a prevalência de um discurso mais sério. O próprio canal faz uma separação destas visadas discursivas em sua aba de

playlists dos vídeos, havendo, ao lado das seleções dos vídeos de quadros fixos, uma nomeada *Para rir* e outra *Para refletir*, fazendo referência, respectivamente, aos vídeos humorísticos e aos mais sérios. Sobre estes formatos, já se espera, por natureza, que esquetes sejam humorísticos e que documentários sejam mais sérios, mas é curioso pensar em reportagens que, consagradas como um formato mais sério com a finalidade de informar, assumam o objetivo de provocar humor. As reportagens do canal obedecem à estrutura original do formato, com a presença do repórter e outras características do gênero, mas a visada é entreter. Podemos relacioná-las, então, ao conceito de infotimento, que, de acordo com Dejavite (2006), consiste em um conteúdo que fornece, ao mesmo tempo, informação e diversão ao público. Mesmo sendo aplicado especialmente a conteúdos editoriais, podemos nos valer deste conceito ao pensar que, conforme aponta Dejavite (2004, p. 131), “muitos conteúdos tidos como sérios podem ser considerados não-sérios, dependendo da forma de serem veiculados”.

A variação de visada discursiva também se dá de acordo com o tema tratado no vídeo. Em alguns casos, é possível perceber a presença de ambas as visadas, mas para esta análise levamos em consideração a que prevaleceu na produção. Os vídeos que apresentam depoimentos e histórias de homossexuais negros e idosos, que sofrem preconceito no próprio grupo gay, e de outros segmentos da comunidade LGBT, como lésbicas, travestis e transexuais, são sérios, ao passo que os vídeos que mostram os subgrupos gays dos ursos, *barbies* e afeminados são humorísticos. Acreditamos que quando se trata de questões do segmento gay, os produtores do canal sentem-se com maior liberdade de utilizar o humor, mas quando abarcam os outros segmentos LGBTs e grupos que são negligenciados não apenas na comunidade gay, mas na sociedade em geral, preferem usar a visada séria, talvez em razão de não estarem ingressados nestes grupos e de não poderem, portanto, assumirem este local de fala da mesma forma que o fazem para temas específicos da comunidade gay.

Todos os vídeos que falam de família e de aceitação são mais sérios, talvez por consistirem em temáticas mais duras que exigem seriedade, principalmente se objetivam conscientização. Já os vídeos que apresentam estereótipos costumeiramente relacionados à comunidade gay fazem uso do humor e podemos pensar nessa escolha como uma estratégia discursiva de colocar o assunto em pauta. Entretanto, quando o tema é homofobia, pode-se perceber uma variação do discurso utilizado, uma vez que nos documentários aparece o discurso sério e nos esquetes e *vlogs*, o humorístico. Em

dois casos, os vídeos valeram-se de discursos sérios com a intenção de provocar o humor. Pode parecer intrigante pensar que a homofobia é apresentada por meio de discursos humorísticos, apesar do ativismo que o canal adota, mas percebemos que, nestes casos, são feitas encenações fictícias pelos membros do canal e, em contrapartida, quando são contadas histórias reais de outras pessoas, a visada é séria e os produtores surgem apenas para fornecer dados da violência contra LGBTs.

Em síntese, podemos dizer que as principais temáticas abordadas nas produções do *Põe na Roda* e que contribuíram para a construção identitária gay pelo canal foram aceitação, família, religião, homofobia, preconceito no grupo gay, subgrupos gays, comunidade LGBT e estereótipos. Para essa construção, foram mobilizados nos vídeos diversos estereótipos, relacionados à religiosidade, à ética e à moralidade, ao discurso médico e biológico, dentre outros, sobre os quais discorreremos a seguir, a partir dos conjuntos temáticos para maior entendimento.

Nas categorias temáticas de aceitação e família, percebemos assuntos que mobilizaram estereótipos sobre considerar a homossexualidade como pecado, desvio de conduta, opção, anormalidade, doença, promiscuidade e como algo adquirido a partir da convivência, assim como sobre gostos, profissões e comportamentos gays estereotipados e sobre modelos de família. Exemplos destes estereótipos são as falas do Daniel no vídeo *Vivendo no armário*, quando ele diz que “o suicídio é um pecado menor do que a homossexualidade” e que “Deus não ama os gays e que poderia curá-lo”, todos ligados a discursos religiosos. No vídeo *A vida fora do armário*, Guilherme, ao fazer uma comparação, deu a entender que ele resolveu experimentar relações com homens e, assim, tornou-se gay, como nos depoimentos de Devancyr, do vídeo *Não basta ser pai*, em que ele diz que “cada um escolhe o que quer” e “tem o direito de ser o que quer ser”, também considerando, dessa forma, a homossexualidade como uma escolha. Também apareceram nos vídeos destas temáticas estereótipos que reforçam o binarismo e a heteronormatividade, como a fala do Thiago sobre “ter que ser muito macho para se assumir”, no vídeo *A vida fora do armário*.

Nos vídeos que abordaram como temas os subgrupos gays e o preconceito que acontece na própria comunidade gay, evidenciamos estereótipos relacionados ao pecado, à doença e à promiscuidade, como nas falas do João, sobre os “jovens dos aplicativos que só querem pegação”, e do Victor, sobre já ter se achado doente e procurado ajuda para se curar, presentes no vídeo *Gay e idoso*. Neste vídeo, notamos,

ainda, alguns estereótipos que não apareceram em outras produções, referentes à marginalidade e à solidão, como nos depoimentos do Adão e do João, respectivamente.

Outros tipos de construções estereotípicas notadas nos vídeos destas temáticas foram aquelas vinculadas à aparência, a padrões de beleza, sexo e desejo. Podemos citar como exemplos disso os comentários do Alberto no vídeo *Negro e gay*, em que ele narra que, mesmo sendo versátil, é constantemente cobrado para ser ativo por ser negro, que as pessoas imaginam os negros como dotados, fetichizando-os, e que os desejam apenas para sexo. Ainda nessa perspectiva, notamos a presença de estereótipos relacionados aos padrões estéticos nos vídeos *Barbies*, *Ursos*, *Afeminados* e *Drag Queens*, que foram construídos no formato de reportagens e numa alusão ao programa Globo Repórter. Neles, os membros do canal apresentam estes subgrupos da comunidade gay, fazendo uso de alguns estereótipos atribuídos a eles recorrentemente, como o corpo sarado dos gays conhecidos como *barbies* ou o corpo com pelos dos gays chamados de ursos.

Dois vídeos tiveram como temática principal a religião. Em um deles, na reportagem *Religiosos x LGBT*, foi feita uma cobertura do dia em que foi votada na Câmara Municipal de São Paulo a inclusão do ensino de identidade de gênero no plano de ensino municipal, entrevistando tanto membros da comunidade LGBT, favoráveis ao projeto, quanto religiosos, contrários à implementação. Vários entrevistados religiosos justificaram suas presenças no protesto com a motivação de “defender a família tradicional brasileira”, fazendo referência ao estereótipo de modelo familiar. Um deles disse que “Deus criou o homem ‘homem’ e a mulher ‘mulher’”, valendo-se, assim, de estereótipo ligado à religião.

No documentário *E se fosse com você?*, que tem como tema a homofobia, dois gays, uma transexual, um bissexual e um heterossexual que já sofreram ataques homofóbicos contam as suas histórias, sendo intercalados pelas falas dos produtores do canal, que apresentam dados sobre a homofobia no Brasil e fazem um apelo para a importância de uma lei que a criminalize. A estrutura narrativa do vídeo é composta apenas por relatos dos acontecimentos e no fornecimento de informações, mas em um momento foi possível perceber o uso de um estereótipo pelo personagem heterossexual, que, ao contar o episódio em que foi agredido, explica que, no momento do ocorrido, estava com uma camiseta apertada e, por isso, os agressores podem tê-lo confundido com um homossexual.

Nos outros vídeos sobre homofobia, produzidos sob o formato de esquetes, conseguimos perceber a utilização de discursos e contextos invertidos para transmitir a mensagem pretendida, como no vídeo *Heterofobia no futebol*, produzido na época da Copa do Mundo de 2014. Nele, os produtores do canal estão em uma sala assistindo ao jogo e pronunciam frases que geralmente são utilizadas por torcedores para xingar os jogadores, mas substituindo os termos, como, por exemplo, “futebol é coisa de viado”, “vai, homenzinho”, “joga como gay, hétero”, “são paulino é tudo hétero mesmo”. No final do vídeo, aparece a mensagem “A heterofobia no futebol não faz sentido. A homofobia também não!”. Outro exemplo da utilização de discursos e contextos invertidos é no vídeo *Entrevista de emprego*, que foi produzido em parceria com a Campanha Livres e Iguais, da Organização das Nações Unidas, para abordar a discriminação no mercado de trabalho. O vídeo apresenta uma situação em que um homossexual, caracterizado com voz grossa e uma toca na cabeça, se candidata a uma vaga de emprego em um salão de beleza e é entrevistado por um heterossexual, que imagina que o candidato estava ali com a intenção de ser contratado como eletricista ou manobrista. Em seguida, o entrevistador questiona os conhecimentos do candidato a respeito do universo gay. Em um dado momento, ele comenta que “não é preconceito, mas contratar um hétero pode estragar a imagem da sua empresa”, fazendo claramente, de modo irônico, uma alusão ao discurso proferido por alguns empregadores.

Estas situações também recorrem a estereótipos, como forma de se comportar e de se vestir, profissões e gírias que foram cristalizadas a respeito da comunidade gay. Outro vídeo também foi produzido dessa forma invertida: *Vamos roubar a sua namorada* mostra diversas situações em que os gays estão com a parceira de um homofóbico, como fazendo compras, assistindo seriado e reparando no corte de cabelo. Alguns estereótipos foram mobilizados, por exemplo, aludindo que os gays preocupam-se com o visual, que usam roupas e perfumes de marca ou que demoram para se arrumar mais do que as mulheres.

Vários vídeos do canal, inclusive os mais populares, tiveram como temática principal estereótipos que são costumeiramente relacionados à comunidade LGBT. Portanto, mais do que nos vídeos sobre outros assuntos, nestes há uma maior recorrência da utilização de estereótipos, isto é, de imagens cristalizadas e pejorativas, também com a finalidade de desconstruir algumas delas. Nos vídeos *Não é por ser gay que eu...*, *Não é por ser lésbica que eu...* e *Não é por ser bissexual que eu...*,

personagens diversos proferem estereótipos sobre corpo, gírias, roupas, gostos, comportamentos, relacionamentos, profissões, caráter, além daqueles relacionados à religião, à família, à heteronormatividade e que consideram a homossexualidade como promiscuidade e/ou opção. Todos advêm de ideias consolidadas e amplamente difundidas na sociedade a respeito dos LGBTs, tais como podemos perceber, por exemplo, nos discursos: “Não é por ser gay que eu falo miando, que só ouço Madonna e Lady Gaga, que sou engraçado, que eu sei fazer coreografia, que não dou orgulho para o meu pai ou que não possamos constituir uma família”; “Não é por ser lésbica que eu não uso maquiagem ou salto, que só uso camisa xadrez, que não possa ser mãe”; “Não é por eu ser bi que eu esteja confuso, que eu vá ter um relacionamento aberto, que eu não possa ser casada no papel”.

Nos vídeos *Coisas que gays cansaram de ouvir* e *Coisas que lésbicas cansaram de ouvir* são encenadas várias situações de discursos reproduzidos constantemente, como “Quem é a mulher/o homem da relação?”, “Isso é uma fase”, “Que desperdício!”, “Você nem parece!”, dentre outros. Já no vídeo *Frases que valem tapa na cara*, um convidado leva um tapa toda vez que diz frases sobre a comunidade gay, todas elas recorrendo a um estereótipo, tais como “Isso é modinha”, “Tudo bem ser gay, desde que não dê em cima de mim, desde que não seja na minha frente”, “Só quer chamar atenção”, “Quer ser mulher”, dentre outros.

No vídeo *Opção sexual?*, os produtores do canal entrevistam pessoas nas ruas para saber se elas acham que gays nascem assim ou se tornam gays. Um dos produtores, Pedro HMC, reflete sobre não ter sido questionado em nenhum momento sobre o que ele queria ser, hétero ou gay. Em outro momento, o outro produtor, Nelson Sheep, pergunta a um dos entrevistados que respondeu achar que as pessoas tornam-se gays quando é que ele havia virado hétero. Esta mesma questão é repetida a vários outros entrevistados, que não souberam explicar. Um senhor diz que “ser gay é opção e a culpa disso é da mãe que não deu carinho e afeto durante a infância”. Nisso, Pedro diz ter tido carinho e afeto da sua mãe e mesmo assim é gay. O entrevistado diz que, então, ele não é gay. Uma senhora diz que “as pessoas nascem perfeitas, viram sem vergonha porque querem”. Uma mulher diz que a causa pode ser a convivência com outros gays e um homem diz que héteros nascem assim, mas gays viram e que estes podem se curar, pois “milagres existem”. Podemos notar aqui a utilização de estereótipos que relacionam a homossexualidade a uma questão de escolha e justificam-na a partir de explicações

como falta de educação em casa e convivência com outros gays. E outra vez apareceram estereótipos referentes à religião e à ideia de anormalidade e promiscuidade.

No vídeo *Gaydar: é gay ou hétero?*, os produtores do canal vão as ruas para interrogar as pessoas sobre a sexualidade de quatro participantes. Sobre o primeiro deles, um rapaz diz que ele é hétero, pois não estava fazendo pose, outros dizem que ele é gay devido ao seu olhar meigo e pela roupa que estava vestindo. Sobre o segundo homem, uma senhora argumenta que ele é hétero porque parecia ser sério. Os entrevistadores também se valem de alguns estereótipos, como o Nelson, que disse que os gays se depilam e malham, e o Pedro, que disse que é possível adivinhar quem é gay ou não pelo jeito de andar. Sobre o terceiro homem, Nelson questiona se ele é hétero apesar de ter um alargador e um palhaço diz achá-lo gay por ter jeito afeminado de “menina linda e simpática”. Outros entrevistados fizeram referências a estereótipos como ele ser forte e másculo, estiloso e vaidoso. Sobre o quarto e último homem, uma pessoa opina que ele é másculo, mas um pouco afeminado, outra que ele tem uma postura mais centrada que os gays não costumam ter. Outra vez podemos perceber aqui como, principalmente nesta situação de avaliar se alguém é heterossexual ou homossexual, as pessoas recorrem aos estereótipos, sejam estes relacionados a vestes e pertences, conduta, corpo, personalidade ou aparência.

Em todos estes casos aqui apresentados, independente da temática dos vídeos, foi possível perceber que há a mobilização de vários estereótipos, tais como do pecado, do erro ou desvio de conduta, da anomalia ou doença, dentre outras representações sociais pejorativas e cristalizadas na sociedade. Estes estereótipos estão sustentados por discursos-base, como o discurso médico ou científico, da religião, da moral e da autenticidade. Os estereótipos que associam a homossexualidade ao pecado estão sustentados por discursos religiosos, expressos por doutrinas ou ideologias. Os estereótipos que colocam a homossexualidade como erro ou desvio de conduta pertencem ao domínio da ética e da moral cujos discursos partem de julgamentos comuns. Já os estereótipos que representam os homossexuais como anormais ou doentes fazem parte de discursos médicos ou biológicos. E há, ainda, os estereótipos ligados aos discursos da autenticidade, ou seja, que partem dos pontos de vista dos sujeitos.

É interessante pensar que alguns estereótipos estão sustentados por vários discursos-base e atravessados por diversos tipos de saberes, como a promiscuidade, que se insere nos domínios da moral, da religião e da ciência. Da mesma forma, o

estereótipo que relaciona a homossexualidade a uma escolha do indivíduo pode estar sustentado por discursos científicos, como quando alguém diz ter “nascido assim” ou quando outro diz que “as pessoas nascem homem ou mulher”, discursos religiosos, como quando alguém se refere à criação de Adão e Eva, ou discursos de autenticidade, quando os indivíduos se posicionam a partir de suas opiniões.

4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A partir da enorme recorrência a estereótipos encontrada nos vídeos do canal *Põe na Roda*, podemos concluir que, como ideias pré-concebidas e cristalizadas, de alguma forma os estereótipos direcionam e simplificam o entendimento das questões e temáticas abordadas, servindo, pois, como estratégia discursiva. Mesmo que a proposta do canal seja desconstruir os estereótipos, os discursos ainda mobilizam vários deles, pois dependem dessas ideias compartilhadas para inserir os assuntos. Apesar de ter como público-alvo os homossexuais, os vídeos, por estarem disponíveis na internet, também podem ser acessados e assistidos por heterossexuais e necessitam, portanto, se valer de representações sociais de modo que seus conteúdos também sejam compreendidos por eles. Todavia, na tentativa de desconstruir alguns estereótipos, podem acabar reforçando-os, o que acontece em razão de, apesar de o canal ser uma mídia alternativa, continuar refém de retomadas de modelos mentais prontos, consolidados na sociedade, dos quais é muito difícil escapar e, mesmo ao querer propor novos modelos, os velhos são resgatados.

Percebemos também que os estereótipos mobilizados e sustentados por discursos-base consistem em pares opostos, como os discursos da moral *versus* os da autenticidade e os da religião *versus* os da ciência. Isso significa que, mesmo para fundamentar a multiplicidade, esbarramos em dualidades das quais parece não ter como fugir, como se continuasse a tentativa de alocar o mundo em compartimentos estanques.

É preciso ressaltar que aqui relatamos os resultados obtidos em nossa pesquisa de modo sintético, principalmente em razão da limitação do espaço, mas acreditamos que esta radiografia possa contribuir para uma descrição geral do canal *Põe na Roda* e, inclusive, servir como subsídio para futuros estudos e trabalhos sobre esse objeto.

5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALMEIDA, D. M. V. **Performatividades gays**: um estudo na perspectiva brasileira e argentina. Tese (Doutorado) – Programa de Pós-Graduação em Estudos Linguísticos da Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG). Belo Horizonte – MG, 2016.

BUCKINGHAM, D; WILLET, R. **Digital generations**: children, young people, and new media. New Jersey: Routledge, 2006.

DEJAVITE, F. A. **INFOtenimento**: Informação + entretenimento no jornalismo. São Paulo: Paulinas, 2006. 124 p. (Coleção Pastoral da Comunicação: teoria e prática).

_____. A evolução do jornalismo de infotenimento do jornal diário. **Revista Mackenzie Educação, Arte e História da Cultura**, ano 3/4, n. 3/4, p. 125-134, 2003/2004.

HALL, S. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Rio de Janeiro: DP&A, 1998.

LYSARDO-DIAS, D. O discurso do estereótipo na mídia. In: EMEDIATO, W.; MACHADO, I.L.; MENEZES, W. (Orgs) **Análise do Discurso**: Gêneros, Comunicação e Sociedade. Belo Horizonte: Faculdade de Letras da UFMG, 2006. p. 25-36.

MOSCOVICI, S. **Representações Sociais**: investigações em psicologia social. Tradução por Pedrinho A. Guareschi. Petrópolis: Vozes, 2003.

O'REILLY, T. **What Is Web 2.0**: Design Patterns and Business Models for the Next Generation of Software. O'Reilly Publishing, 2005.

PINHO, F. A. Aspectos éticos em representação do conhecimento em temáticas relativas à homossexualidade masculina: uma análise da precisão em linguagens de indexação brasileiras. **Tese (Doutorado em Ciência da Informação)** – Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação da Faculdade de Filosofia e Ciências da Universidade Estadual Paulista (UNESP). Marília – SP, 2010.

PROCÓPIO-XAVIER, M. R. **A configuração discursiva de biografias a partir de algumas balizas de História e Jornalismo**. Tese (Doutorado) – Programa de Pós-Graduação em Estudos Linguísticos da Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG). Belo Horizonte – MG, 2012.

QUINTÃO, D; GUIMARÃES, P; ANDRADE, G. **Espaço midiático: comportamento social face às representações e estereótipos homossexuais**. In: Anais do XVIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste, Bauru – SP, 2013.

TIRELLI, C. Consumo de entretenimento noturno por casais gays. **Revista Pensamento Contemporâneo em Administração**, v. 5, n. 2, p. 79-94. Rio de Janeiro, mai/ago 2011.

UZIEL, A. Reflexões sobre a parceria civil registrada no Brasil. **Sexualidade, Gênero e Sociedade**, IMS/UERJ, n. 11, p. 8-11, julho 1999.