

Homossexualidade nas manhãs da Globo: Identidade das minorias sexuais da Parada Gay no Bom Dia Brasil¹

Gians RODRIGUES²

Nadja HARTMANN³

Universidade de Passo Fundo – UPF

Faculdade de Artes e Comunicação – FAC/UPF

RESUMO

O presente artigo busca analisar a identidade empregada as minorias sexuais no noticiário Bom Dia Brasil, da Rede Globo, no ano de 2015. Foram analisadas duas reportagens a partir da análise de conteúdo. Analisando as reportagens não foi possível concluir se os jornalistas exercem efetivamente o papel social de conscientizar a população. Notou-se nas reportagens elementos que contribuem na criação de uma identidade generalizada e não individual das minorias sexuais, reforçando o conceito de heteronormatividade.

PALAVRAS-CHAVE: Homossexualidade; identidade de gênero; telejornalismo; Rede Globo.

1. INTRODUÇÃO

A visibilidade de gays e lésbicas no meio televisivo sempre esteve marcada por estereótipos que mostravam gays afeminados e lésbicas masculinizadas. A escancarada depreciação a qual esses sujeitos eram submetidos, particularmente em programas humorísticos, já não provoca o riso fácil e sem contestação, seja do movimento social, seja do público que assiste aos mais variados produtos midiáticos.

Nos últimos anos, algumas mudanças significativas começam a aparecer na televisão aberta, especialmente nas novelas, que têm veiculado imagens diferentes das “caricaturas” antes predominantes, impulsionada pela visibilidade das minorias – ativistas ou não – em outros setores. De forma mais tímida, o jornalismo passou a incluir esses grupos em suas pautas. Ainda com pouca cobertura, elas têm tentado mostrar seus rostos através dos telejornais. Entender como se dá a representação desses grupos pelo telejornalismo, é a intenção deste artigo.

¹ Trabalho apresentado no DT 1 – Jornalismo do XVIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul, realizado de 15 a 17 de junho de 2017.

² Graduando do curso de Jornalismo da UPF, email: gians@upf.br

³ Professora Orientadora, Mestre do curso de Jornalismo da UPF, email: nhartmann@upf.br

Esta pesquisa objetiva-se então analisar a identidade das minorias sexuais em duas reportagens do Bom Dia Brasil em 2015. São objetivos complementares e que contribuem para a restringência do nosso estudo: avaliar a identidade empregada às minorias sexuais apresentadas pelos materiais; verificar as formas de tratamento a essas minorias; observar quanto de tempo é usado pelas reportagens para falar sobre homossexualidade e preconceito; aferir quais as principais imagens capturadas durante o processo de produção e analisar se o jornalista faz o papel social dele ao conscientizar a população. O estudo se justifica pela expansão da visibilidade que as minorias sexuais vêm conquistando no decorrer dos anos e na presença da mídia em meio a sociedade.

2. TELEJORNALISMO

Souza (2004) divide a televisão brasileira em três categorias: entretenimento, informação e educação, que abrangem a maioria dos gêneros. Neste artigo analisaremos um programa da categoria informação ou telejornalismo. Ela é responsável por prestar serviços, instruir e orientar a população (CONTI, 1999). Nesta categoria estão enquadrados todos os gêneros relacionados ao Jornalismo e a transmissão de notícias. São quatro gêneros: debate, documentário, entrevista e telejornal. (SOUZA, 2004).

Os objetos de análise deste artigo são reportagens do telejornal Bom Dia Brasil. Desta forma vamos conhecer melhor algumas características deste gênero.

O telejornal “está no ar com a missão de oferecer esclarecimentos sobre os fatos” (CURADO, 2002). Para Klein (2013) as notícias de um telejornal

(...) embora sejam a principal fonte de informação de grande parte da população, ainda não possuem o mesmo destaque como objeto de investigação. As notícias ou reportagens de televisão, do ponto de vista da produção, são o resultado da construção de imagens e de texto. (KLEIN, 2013, p. 20)

O primeiro passo para iniciar a produção de uma notícia é a escolha da pauta. Já nesta decisão, há uma relação de poder entre o que é e o que não é notícia para aquele momento (CALEFFI, 2015) esse processo de seleção leva em conta a noticiabilidade. “A importância de um acontecimento é avaliada pelo jornalista, que julga se o fato é notícia e deve ser divulgado” (CURADO, 2002, p. 15).

Em um estudo sobre critérios de noticiabilidade, Galtung e Ruge (1999) listaram doze fatores para que um fato se torne notícia. Para eles o jornalista seleciona a informação estabelecendo critérios para organizar o mundo a sua volta. Esse é um papel

dos editores quando determinam uma pauta. Esse processo de seleção é amplamente discutido nas reuniões de pauta (TRAQUINA, 1999, p. 59), primeiro passo para o processo de seleção. Sobre a noticiabilidade Wolf (1995) explica que ela

Corresponde ao conjunto de critérios, operações e instrumentos com os quais os órgãos de informação enfrentam a tarefa de escolher, quotidianamente, de entre um número imprevisível e indefinido de factos, uma quantidade finita e tendencialmente estável de notícias (WOLF, 1995, p. 168)

Wolf (1995) explica ainda que na seleção dos acontecimentos são utilizados os valores/notícia, eles são definidos como regras práticas ligadas às rotinas produtivas e aos valores profissionais.

Os critérios devem ser fácil e rapidamente aplicáveis, de forma que as escolhas possam ser feitas sem demasiada reflexão. Para além disso, a simplicidade do raciocínio ajuda os jornalistas a evitarem incertezas excessivas quanto ao fato de terem ou não efetuado a escolha apropriada. Por outro lado, os critérios devem ser flexíveis para poderem adaptar-se à infinita variedade de acontecimentos disponíveis; além disso, devem ser relacionáveis e comparáveis, dado que a oportunidade de uma notícia depende sempre das outras notícias igualmente disponíveis (GANS apud WOLF 1995, 174)

Após a escolha das pautas entra em cena a apuração dos fatos, prioriza-se a versão que o jornalista acredita ser mais próxima da verdade, encontra-se aí, a segunda relação de poder da notícia (CALEFFI, 2015).

Na década de 1950, David Manning White, através de uma adaptação da teoria de *gatekeeper*, sugere que o jornalista seleciona as informações e decide o que será ou não notícia. O autor adaptou o conceito da teoria *gatekeeper*, do psicólogo alemão Kurt Lewin, que se refere à pessoa que toma as decisões. Traduzindo, a metáfora significa que o jornalista é o “porteiro”, que seleciona as informações e decide o que será notícia e, portanto, é responsável pela construção da realidade (VALENTINI & IJUIM, 2010, p. 76)

As rotinas profissionais no processo de produção da notícia é o pilar central das teorias construcionistas, que define notícia como uma construção da realidade. Essas teorias rejeitam as definições da teoria do espelho, onde as notícias eram tratadas como um recorte fiel da realidade (TRAQUINA, 2005)

Ainda segundo Valentini e Ijuim (2010) teóricos como Traquina e Alsina, apesar de não admitirem a ideia da teoria do espelho, não deixam de “admitir que as notícias não sejam verdadeiras”, mas apenas que existem “pontos de vista e diferentes formas de contar o mesmo fato” (VALENTINI & IJUIM, 2010, p. 77)

Conforme Jorge Pedro Sousa (2005) as notícias são uma construção que sofre interferências de fatores pessoais, sociais, culturais, ideológicos, históricos e tecnológicos. Para complementar, Breed citado por Traquina (1999) afirma que o jornalista ainda segue as normas da empresa, norteadas por lógicas de negócios (TRAQUINA, 1999).

Portanto, para a teoria construcionista as notícias são produzidas por “pessoas que operam, inconscientemente, num sistema cultural, um depósito de significados culturais armazenados e de padrões de discursos” (TRAQUINA, 1999, pp. 170-171).

2.1. Se passou na TV é verdade – Construção da realidade no telejornalismo

A construção da realidade na televisão também depende das imagens e o cinegrafista tem um papel importante nesse processo. As imagens capturadas por ele, além do acontecimento, dependem também do que o profissional pensa e se comporta sobre aquele fato ou pessoa capturada (KLEIN, 2008).

A imagem televisual é aquela veiculada, mas que antes foi captada numa determinada perspectiva e enquadrada de alguma forma por alguém que opera uma câmera. Essas imagens são produzidas a partir de imagens que os agentes possuem sobre os sujeitos dos acontecimentos e que geralmente circulam no meio social. (KLEIN, 2008, p. 79)

Para Curado (2002), o objeto filmado possui uma identidade. Porém, a informação jornalística vai além.

A postura, o comportamento de uma pessoa que é filmada transmite uma mensagem: o olhar enérgico ou irado, os punhos cerrados, os braços cruzados, se está deitado, agachado ou sentado, se a cabeça está erguida insolentemente ou se aparenta submissão. Tais elementos dão mais compreensão à notícia. A câmera pode valorizar aqueles aspectos. Ao ficar em posição mais elevada que a pessoa empresta-lhe mais fraqueza; se se coloca abaixo, dá-lhe mais força. Um detalhe trazido em close reafirma a sua importância (CURADO, 2002, p. 109)

Bourdieu (1997) chama a atenção sobre o poder das imagens na construção da notícia, para ele, elas podem fazer existir ideias ou representações, mas também grupos.

As variedades, os incidentes ou os incidentes cotidianos podem estar carregados de implicações políticas, éticas, etc. capazes de desencadear sentimentos fortes, frequentemente negativos, como o racismo, a xenofobia, o medo-ódio do estrangeiro, e a simples narração, o fato de relatar, *to record*, como repórter, implica sempre uma construção social da realidade capaz de exercer efeitos sociais de mobilização (ou de desmobilização) (BOURDIEU, 1997, p. 28).

Segundo Lucia Santaella (2005) a maioria das estratégias de manipulação de imagem não são “falsificações diretas da realidade expressas de maneira assertiva, mas sim uma manipulação através de uma pluralidade de modos indiretos de transmitir significados” (SANTAELLA, 2005, p. 208)

Para Champagne (1998) “as imagens exercem um efeito de evidência muito poderoso”. Elas ajudam a criar “uma realidade indiscutível” (CHAMPAGNE, 1998, p. 62). Complementando esta ideia, Verón (2004) afirma que as imagens então, são uma espécie de testemunha dos acontecimentos (VERÓN, 2004)

De acordo com Santaella (2005, p. 53) “à imagem pode ilustrar um texto verbal ou o texto pode esclarecer a imagem”. Um parece ser insuficiente sem a contextualização do outro. Para a autora, “o contexto mais importante da imagem é a linguagem verbal”. (SANTAELLA, 2005)

Segundo Klein (2008) seguido das imagens, sempre será associado o texto produzido pelo repórter e pelo editor. Ainda segundo o autor, uma colocação de Santaella, na linguagem textual, a possibilidade de os telespectadores atribuírem sentidos diferentes daqueles pretendidos pelos editores é menos provável do que com as imagens.

Deve ser levada, também, em consideração, a duração de uma reportagem. Em uma matéria inferior a um minuto “supõe uma menor importância do fato e uma redução dos elementos destacáveis” (HERREROS, 1998, p. 186 apud KLEIN, 2008). O autor destaca ainda que uma reportagem superior a dois minutos atribui maior valor aos fatos e permite um tratamento mais profundo.

Outra característica importante é o horário de exibição e o tratamento temporal empregado nos fatos. Em um jornal que vai ao ar durante a manhã pode ser empregado uma temporalidade de caráter retrospectiva, pois pode apresentar fatos que aconteceram durante a madrugada. Mas também pode ser empregada temporalidade de caráter prospectiva e preditiva em relação ao futuro (DUARTE, 2004).

Outro aspecto que deve ser levado em consideração quando se fala em construção da notícia é a estrutura em que a reportagem se apresenta. Podem ser utilizados diversos recursos para a estruturação como a escalada⁴, cabeça da notícia⁵,

⁴ Chamada das matérias no início do programa ou no final do bloco anterior (KLEIN, 2008)

⁵ Introdução da matéria feita pelo apresentador do telejornal. Ajuda situar o telespectador sobre a reportagem que segue. (KLEIN, 2008)

passagem ou boletim⁶, sonora⁷, nota coberta ou texto em off⁸ o sobe som⁹.
(HERREROS, 1998)

Para Arbex (2002), além de informar, defender e apresentar fatos com imparcialidade e verdade, o telejornalismo deve cumprir o dever de estimular a sociedade a enxergar os problemas sociais que estão acontecendo.

Segundo Rezende (2000), o telejornalismo

Cumprir um papel relevante por que atinge um público, em grande parte iletrado ou pouco habituado à leitura, desinteressado pela notícia, mas que tem de vê-la, enquanto espera a novela. Em relação aos meios impressos, acontece o contrário: o leitor só lê o que lhe interessa. É justamente por causa desse telespectador passivo que o telejornalismo torna-se mais importante do que se imagina, a ponto de representar a principal forma de democratizar a informação. (REZENDE, 2000, pp. 23-24)

Dessa forma o telejornalismo torna-se uma ferramenta formadora de opinião (REZENDE, 2000). O que chama a atenção desse público, não é o que está sendo dito, mas as imagens veiculadas (REZENDE apud TAVARES, 2010)

Para explicar como as notícias veiculadas na televisão formam opiniões, Tavares (2010) apresenta exemplos práticos como os casos de transmissão de carnaval, onde os fatos recortados pelo jornalista são de festa e alegria. E não abordando problemas inconvenientes como arrastões, ausência de banheiros públicos, odor desagradável de urina, preços exorbitantes de hospedagem e alimentação, dentre outros percalços que os foliões enfrentam. (TAVARES, 2010).

Os telejornais promovem uma experiência coletiva e cotidiana de nação. Ao representar os fatos sociais, constroem a realidade social e influenciam na expressão das identidades nacionais (BECKER, 2005). Os textos provocam efeitos de realidade e se confundem com o real porque os personagens são reais e os fatos sociais são a “matéria-prima” da produção. São construídos na tênue fronteira entre a narrativa e o acontecimento e mediante seus dispositivos audiovisuais constituem-se no “espetáculo da atualidade” (BECKER, 2005, p. 22).

Segundo Trevisan (2002) , o jornalismo tem o compromisso de mostrar a diversidade de pensamento da sociedade. Ao seguir este padrão, o telejornalismo pode

⁶ O relato do repórter no local do evento. (KLEIN, 2008)

⁷ São as entrevistas ou participações de convidados pela equipe de reportagem. (KLEIN, 2008)

⁸ Situação em que aparece a voz do repórter ou do âncora, gravada, mas coberta por imagens (KLEIN, 2008)

⁹ Situação no final da fala de alguém aparece o som ambiente. (KLEIN, 2008)

umentar ou diminuir preconceitos, ao marginalizar, ou não, os homossexuais diante da sociedade

Em relação a fontes, os autores Harvey Molotch e Marilyn Lester (1974) afirmam que embora os produtores de notícia são os jornalistas, as fontes pressionam o profissional a mudarem o enfoque ou aceitar as notícias produzidas por elas. Dessa forma, o jornalista cumpre um papel apenas de mediador entre quem produz e quem recebe a notícia.

Para Schmitz (2011) o jornalista seleciona o que é relevante ou não e veem as fontes como colaboradoras na produção jornalística. Sendo assim as fontes usam estratégias “para obter visibilidade na esfera pública, legitimar a identidade organizacional ou pessoal e formar uma imagem positiva associada à credibilidade e à boa reputação” (SCHMITZ, 2011, p.14)

3. HOMOSSEXUALIDADE

Citando Mario Cordeiro, Santos (2012) caracteriza a homossexualidade como uma atração sexual, emocional e afetiva de pessoas de um sexo por pessoas do mesmo sexo. Para Mott (2003), um gay não necessariamente é um indivíduo afeminado, e uma lésbica não deve ser necessariamente uma “machona”. O autor ainda define os homossexuais do sexo masculino como gays, transgênicos e bofes. Segundo o autor essa definição é informal e não científica, aceita pelo grupo em questão (MOTT, 2003)

Segundo Mott (2003), o Conselho Federal de Medicina retirou a homossexualidade dos desvios sexuais a partir de 1985 e em 1999 o Conselho Federal de Psicologia confirmou a normalidade da orientação sexual.

Ainda existem confusões no entendimento dos termos gênero e sexo. Para Jesus (2012), “gênero se refere a formas de se identificar e ser identificado como homem ou como mulher” (JESUS, 2012, p.12). Ainda segundo a autora a “orientação sexual em função do gênero das pessoas, assim, nem todo homem e mulher é ‘naturalmente’ heterossexual” (idem).

Segundo Paechter (2009) as construções em torno do gênero estabelecem fronteiras entre homens e mulheres, normatizando o que é aceitável para cada gênero. Ela considera que a sociedade cria as fronteiras para que se mantenha a ordem das coisas. Para isso são criados códigos de conduta que aceitam, ou discriminam os

sujeitos de acordo com seu comportamento de gênero. Esses códigos definem o que homens e mulheres podem fazer (PAECHTER, 2009).

A abordagem midiática no Brasil em relação aos direitos das minorias sexuais tem se intensificado nas últimas décadas. Segundo Kurtz e Rodrigues (2015), as minorias sexuais foram representadas, durante décadas, por estereótipos de homens afeminados e mulheres gays masculinizadas.

Para Kurtz e Rodrigues (2015), no momento em que a mídia oferece espaço para que discussões sobre estereótipos aconteçam ela contribui para as discussões democráticas sobre as minorias.

Ainda segundo os autores, existe a visão de que a conformidade dos homossexuais em padrões heteronormativos, são usados para aproximar as minorias sexuais. (KURTZ E RODRIGUES, 2015). Os autores afirmam que a condenação do “diferente” sempre foi uma forma de chamar a atenção para esse “diferente”.

De acordo com o Manual de Comunicação LGBT, escrito pela Associação de Lésbicas, Gays, Bissexuais, Travestis e Transexuais (2010) o termo heteronormatividade é uma expressão utilizada para descrever ou até mesmo identificar uma suposta norma social relacionada ao comportamento heterossexual. Ainda segundo manual esse padrão de comportamento “é condizente com a ideia de que o padrão heterossexual de conduta é o único válido socialmente e que não seguir essa postura social e cultural coloca o cidadão em desvantagem perante o restante da sociedade” (ABGLT, 2010, p. 12).

Silva e Oliveira (2016) afirmam que a ideologia heteronormativa é uma norma de padrão “social, ético, moral, científico, religioso, político e comportamental construída historicamente como ‘natural’, o gênero e a sexualidade eram, até determinada época, condições predestinadas e padronizadas” (SILVA E OLIVEIRA, 2016, p.2). Para Foster (2001) a heteronormatividade se caracteriza pela reprodução de prática e códigos heterossexuais.

O Manual de Comunicação LGBT classifica o heterossexismo como uma “atitude condizente com a ideia de que a heterossexualidade é a única forma sadia de orientação sexual. O termo é utilizado na mesma acepção que caracteriza as palavras racismo e sexismo” (ABGLT, 2010, p. 13).

Para a Cunha (2014) a identidade de gênero se refere na forma em que o indivíduo se identifica independente do sexo. Esta identificação está relacionada ao

papel que o indivíduo tem na sociedade e como ele se reconhece. Assim, essa identidade seria um fenômeno social, e não biológico. (CUNHA, 2014).

4. SUAVE NA NAVE - BOM DIA BRASIL

Criado no dia 3 de janeiro de 1983, o Bom Dia Brasil surgiu do Bom Dia São. A proposta era ser um noticiário com essencialmente político, econômico, transmitido de Brasília e com 30 minutos de duração (SECCHIN, 2007)

Em março de 1996 o telejornal ganha o formato de tele-revista. Em outubro de 2001, o programa ganha um cenário “descontraído, ambientado com sofás e mesa, no estilo de uma sala de estar, onde os apresentadores fazem comentários e entrevistas e conversam com os colunistas do jornal” (SECCHIN, 2007, p.24)

Segundo Vitor Secchin (2007) o Bom Dia Brasil teve o cuidado, desde o começo, para não apenas repetir as notícias do dia anterior, mas apresentar os fatos com atualidade e antecipação. O autor afirma ainda que esta proposta se mantém até hoje, “o que torna o Bom Dia Brasil um telejornal de furos e ideias, que sempre analisa as notícias através de entrevistas e dos comentaristas” (SECCHIN, 2007, p.24)

4.1. Reportagem: Festa para celebrar o orgulho gay em SP reuniu uma multidão na Avenida Paulista

A reportagem Festa para celebrar o orgulho gay em SP reuniu uma multidão na Avenida Paulista, foi exibida no dia 08 de junho de 2015, segunda feira.



Figura 1 (Reprodução Rede Globo - Festa do orgulho gay)

O apresentador Rodrigo Bocardi anuncia a reportagem: “A festa para celebrar o orgulho gay em São Paulo reuniu segundo os organizadores, dois milhões e oitocentas mil pessoas”. O apresentador chama a correspondente, ao vivo do estúdio em São Paulo, Gloria Vanique e continua: “A estimativa oficial da secretaria de segurança fala em quatrocentas mil pessoas, independente aí do número, o que importa é que teve muita festa né!”

A correspondente chama a reportagem do estúdio de São Paulo, ao vivo, apresentando então o tema da 19ª Parada Gay de São Paulo: “eu nasci assim, eu cresci assim, vou ser sempre assim, respeitem-me. Embalados pelo som dos tríos elétricos os participantes dançaram, desfilarão fantasias e reivindicaram direitos”.

A reportagem de Phelipe Siani inicia mostrando homens travestidos de mulher, afeminados e com uma frase: “Foi um dia pra sair do armário, a sua roupa mais elegante”, assim ele continua apresentando algumas fantasias dos participantes. “De caveira engravatada a garçom calorento...”. Ao mostrar essas imagens nota-se que não estamos falando de gays que seguem padrões heteronormativos, ou seja, que não praticam comportamentos heterossexuais (ABGLT, 2010). Podemos perceber que aqui, mostrando as fantasias que estão sendo faladas, confirmamos a afirmação de Verón (2004) que diz, que as imagens são uma espécie de testemunha dos acontecimentos.

Na sequência é introduzida a primeira sonora que não é creditada e apresenta um participante com o rosto maquiado de azul, cílios postiços, um colar de prendedores de roupa, pulseira feita com emaranhado de canos e um turbante de sacos pretos e latas. Nesta entrevista ele explica o significado de sua fantasia, a mesma “é um alerta a falta de água no planeta”.

Após a primeira sonora o repórter continua falando sobre peças de fantasias, desta vez enfatizando os sapatos. “o domingo foi também de abraços apertados, sorrisos largos e pés acabados de tanto dançar com os calcanhares tão longe do chão”. Aqui é reforçado a ideia de que, as pessoas que participam desta parada não seguem as normas sociais estabelecidas. Após falar sobre dançar de salto alto, aparece a segunda sonora, também não creditada onde o participante aparece de boné, camiseta cavada e salto alto. Nesse momento o entrevistado comenta que andar de salto “tá doendo demais é incrível como as mulheres conseguem”. Após um *off* curto sobre roupas quentes é introduzido outra sonora também sem créditos com um rapaz vestido de gueixa, que segundo o

dicionário são mulheres treinadas a entreter artisticamente seus clientes em casas de chá, jantares, banquetes, festas entre outros, que fala do calor na avenida.

Na sequência o repórter continua falando, em *off*, sobre as fantasias utilizadas pelos participantes e pela primeira vez na reportagem, cita de forma indireta o preconceito. Ele usa a imagem de um participante com uma máscara cheia de fitas tirando elas do rosto e diz: “Isso, mostra a cara, afinal aqui ninguém vai julgar ninguém, você é o dono das suas próprias vontades”.

Na sequência o repórter fala sobre educação “desde muito cedo” e introduz a sonora de Márcia Lopes que fala sobre educação. A empresária levou a filha de onze anos e está grávida. Após a sonora sobre respeito desde a infância, Siani argumenta: “e se um bebê que ainda nem nasceu já abraça essa causa, porque uma avenida como a Paulista não pode fazer o mesmo?”. Em seguida ele informa que a parada recebeu 18 trios elétricos, que as entradas dos prédios viraram bar e as sacadas camarotes “da parada mais em movimento que eu já vi”.

Na sequência, o repórter introduz duas sonoras de pessoas de fora da parada que estão apreciando o evento. A primeira diz que ficou feliz em ter levado a filha e a segunda comenta: “aqui tudo é diferente”. Logo depois faz a passagem na avenida Paulista: “essa é uma comemoração de pessoas, acima de tudo uma festa de gente que quer e merece respeito”, e prossegue, “gente que veio aqui celebrar um orgulho gigantesco do tamanho de uma Avenida Paulista inteirinha”. No trecho final o cinegrafista tira o repórter de quadro e mostra a Avenida Paulista.

A última sonora da reportagem é de Marilza Nunes, a cabeleira comenta que levou a filha para mostrar à ela como é o mundo, para ela “todo mundo tem que ser feliz”. Na sequência, mostrando homens de mão dadas e abraçados, o repórter finaliza afirmando “ser feliz, essa sim é a mais importante das opções”. O depoimento favorável a Parada desta fonte pode ser enquadrado na ideia de que as fontes usam estratégias “para obter visibilidade na esfera pública, legitimar a identidade organizacional ou pessoal e formar uma imagem positiva associada à credibilidade e à boa reputação” (SCHMITZ, 2011, p.14).

Novamente no estúdio a apresentadora Gloria Vanique associa um confronto entre policiais e manifestantes ao evento, mesmo que o fato não tenha acontecido no momento da Parada. Ela informa que depois que a “parada já tinha acabado teve confusão na esquina da Paulista com a Consolação” e que durante a parada “teve uma

quadrilha de peruanos que foi presa roubando”. A apresentadora de São Paulo retorna ao estúdio do Rio e a jornalista Ana Paula Araújo comenta que “é uma pena (...), mas dois episódios isolados não mancham nada o que foi a festa da Parada Gay em São Paulo” e continua, “adorei também ver as famílias participando né, a luta contra o preconceito tem que ser de todos”. Nesse momento o apresentador Rodrigo Bocardi comenta sobre a fala de Ana Paula que “o mundo deve ser feliz”.

4.1.1. Análise da reportagem

A reportagem completa teve ao todo quatro minutos e trinta segundos. Nesse tempo foram inseridas sonoras de sete pessoas. Duas delas eram homens travestidos e afeminados, um usava roupas masculinas e salto alto e o restante eram mulheres que foram conferir a parada um pouco mais de perto. Nenhuma sonora de homens afeminados possui crédito¹⁰, isto pode ser considerado uma forma de não identidade dessas minorias.

Para construir a reportagem foram utilizadas quarenta e duas imagens. Dezoito delas mostravam homens travestidos, chamados pela reportagem de fantasias, e afeminados. Pessoas que fugiam deste estereótipo apareceram em treze imagens, em imagens com foco aberto ou em segundo plano.

O assunto mais abordado da reportagem é a fantasia dos participantes. A única informação mais precisa dada pelo repórter é quantidade de trios elétricos que participaram. Apenas na chamada da matéria é informado o tema da 19ª Parada Gay, em nenhum outro momento fala sobre o real tema do evento. A explicação do motivo da parada é apresentada, não de uma forma clara, apenas na passagem e nas quatro últimas sonoras.

A palavra festa foi o segundo substantivo mais citado para mencionar a Parada Gay, ela foi mencionada quatro vezes perdendo apenas para o termo parada, que foi citado cinco vezes. A palavra comemoração também foi usada para descrever o evento.

Um dos objetivos da Parada Gay é diminuir o preconceito, durante toda a reportagem essa palavra apareceu cinco vezes e foi dita em sua maioria pelas sonoras. Palavras como luta, direitos, respeito, orgulho também foram citadas.

¹⁰ Crédito é apresentação do nome e função de alguém que aparece na tela por um gerador de caracteres, conhecido como GC (ARAÚJO, 2004).

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A partir da análise realizada subsidiada pelos autores apresentados, foi possível compreender o tratamento de identidade da homossexualidade no telejornal pesquisado. A reportagem Festa para celebrar o orgulho gay em SP reuniu uma multidão na Avenida Paulista apresenta gays afeminados, fantasiados de mulher, de princesa e usando salto alto. Ao mostrar essas imagens a reportagem afirma que os participantes da parada gay não possuem identidade heteronormativa. De acordo com o Manual LGBT (ABGLT, 2010), heteronormatividade é uma expressão utilizada para descrever ou até mesmo identificar uma suposta norma social relacionada ao comportamento heterossexual. Klein (2008) destaca que uma reportagem superior a dois minutos atribui maior valor aos fatos e permite um tratamento mais profundo. Por ter maior tempo, poderia, mas não destacou o tema do evento nem chamou a atenção sobre os temas defendidos pela comunidade LGBT e apoiados pela Parada. A reportagem não informou sobre assuntos de utilidade pública, como as modificações no trânsito por exemplo.

A maioria das sonoras das pessoas gays não veio acompanhada de crédito com nome e profissão, o que demonstra uma falta de preocupação em dar identidade ao entrevistado como indivíduo e cidadão. Por conseguinte, a reportagem analisada não identifica os gays como indivíduos únicos, com comportamentos distintos, mas sim com uma identidade generalizada, a mesma apresentada pelas imagens. Devemos levar em consideração, baseados em Rezende (2000) que o jornalista é um formador de opinião. O que chama a atenção do telespectador, não é o que está sendo dito, mas as imagens veiculadas.

Por mais que existam esforços para trazer a realidade nas reportagens, Klein (2008) nos lembra que “a midiatização realizada pela televisão não consegue trazer o mundo real para a tela” (KLEIN, 2008, p. 68). Os enquadramentos e movimentos das câmeras, da edição e sonoplastia, que determinam o quê e como vai ser mostrado. Nessa perspectiva, como lembra o autor, estamos diante de uma construção de linguagens, não mais ao real, mas a uma realidade discursiva.

Analisando a reportagem não foi possível concluir se os jornalistas fazem o papel social de conscientizar a população sobre o tema. Notou-se na reportagem, elementos que contribuem na criação de uma identidade generalizada e não individual das minorias sexuais.

REFERÊNCIAS

- ABGLT, Associação Brasileira de Lésbicas, Gays, Bissexuais,. **Manual de Comunicação LGBT**. ABGLT, 2010.
- ARBEX, J. J. **Showrjalismo: a notícia como espetáculo**. São Paulo: Casa Amarela, 2002.
- BECKER, B. **A Linguagem do Telejornal, um Estudo da Cobertura dos 500**. 2ª. Rio de Janeiro: E-papers Serviços Editoriais Ltda, 2005.
- BOURDIEU, Pierre. *Sobre a televisão*. Rio de Janeiro: Zahar, 1997.
- CALEFFI, R. **ESTRATÉGIAS POLÍTICAS DE COMUNICAÇÃO: O papel do telejornal na construção legislativa brasileira (Lei Carolina Dieckmann, Lei Seca e Projeto de Emenda Constitucional para Redução da maioria penal)**. 2015. <http://acervodigital.ufpr.br/bitstream/handle/1884/37292/R%20-%20D%20-%20RENATA%20CALEFFI.pdf?sequence=1> (acesso em setembro de 2016).
- CHAMPAGNE, P. **A sessão Midiática**. Em *A miséria da Mundo*, por Pierre BOURDIEU, 63-79. Petropolis: Vozes, 1998.
- COLLING, L. **Personagens Homossexuais Nas Telenovelas Da Rede Globo: Criminosos, Afetados E Heterossexualizados**. 2007. <http://www.cult.ufba.br/Artigos/Personagens%20homossexuais%20nas%20telenovelas.pdf>.
- CONTI, M. S. **Notícias do planalto: a imprensa e Fernando Collor**. São Paulo: Companhia das Letras, 1999.
- CUNHA, C. **Gênero e identidade: Muito além da questão homem mulher**. 26 de Dez de 2014. <http://vestibular.uol.com.br/resumo-das-disciplinas/atualidades/genero-e-identidade-muito-alem-da-questao-homem-mulher.htm> (acesso em 13 de Abr de 2016).
- CURADO, O. **A notícia na TV: o dia-a-dia de quem faz telejornalismo**. São Paulo: Alegro, 2002.
- DUARTE, E. B. **Televisão: Ensaios metodológicos**. Porto Alegre: Sulina, 2004.
- FOSTER, D. W.. “Consideraciones sobre el estudio de la heteronormatividade en a literatura latinoamericana.” *literatura e autoritarismo*, 2001: 49-53.
- GALTUNG, J., RUGE M. H. “A estrutura do noticiário estrangeiro – A apresentação das crises do Congo, Cuba e Chipre em quatro jornais estrangeiros.” Em *Jornalismo: questões, teorias e estórias*, por Nelson TRAQUINA. Lisboa: Veja, 1999.
- HERREROS, M. C. **Informacion Televisiva: Mediaciones, contenidos, expresión e programación**. Madrid: Sintesis, 1998.
- JESUS, J. G. de. **Orientações sobre identidade de gênero: Conceitos e termos**. Brasília: Jaqueline Gomes de Jesus, 2012.
- KLEIN, O. J. **A Midiatização no Telejornalismo em Rede. As reportagens da Rede Brasil Sul de Televisão sobre os indígenas Caingangues no Rio Grande do Sul**. 2008. <http://www.repositorio.jesuita.org.br/bitstream/handle/UNISINOS/2509/midiatizacao%20no%20telejornalismo.pdf?sequence=1&isAllowed=y> (acesso em março de 2016).
- , **A notícia em rede: processos e práticas de produção da notícia em rede regional de televisão**. Passo Fundo: UPF Editora, 2013.
- KURTZ, A. S., RODRIGUES T. R. **A homossexualidade nas páginas da Revista Veja (2010 a 2013)**. 2015. <http://portalintercom.org.br/anais/nacional2015/resumos/R10-3270-1.pdf>.
- MOLOTCH, H., LESTER M. **News as Purposive Behavior: On the Strategic Use of Routine Events, Accidents, and Scandals**. National Emergency Training Center, 1974.
- MOTT, L. **Homossexualidade: mitos e verdades**. 1ª. Salvador: Grupo Gay da Bahia, 2003.
- PAECHTER, C. **Meninos e Meninas – aprendendo sobre masculinidades e feminidades**. Porto Alegre: Artmed, 2009.
- REZENDE, G. J. de. **Telejornalismo no Brasil. Um perfil editorial**. São Paulo: Summus, 2000.
- SANTAELLA, L, NÖTH W. **Imagem: cognição, semiótica, mídia**. São Paulo: Iluminuras, 2005.

- SANTOS, V. dos. **Homossexualidade no Ambiente Escolar.** 2012.
<http://www.uel.br/revistas/lenpes-pibid/pages/arquivos/2%20Edicao/VANESSA%20SANTOS%20-%20ORIENT.%20CESAR.pdf>.
- SCHMITZ, A. A. **Fontes de notícias : ações e estratégicas das fontes no jornalismo.** Florianópolis: Combook, 2011.
- SECCHIN, V. **Análise dos Jornais da Globo.** 2007.
- SILVA, B. C. de S. L. e, OLIVEIRA J. F. Z. C. **Ideologia Heteronormativa: Uma Crítica À Luz Da Teoria Queer.** 2016.
[http://www.gepsexualidades.com.br/resources/anais/6/1467402564_ARQUIVO_HETERONORMATIVIDADEETEORIAQUEER\(2\).pdf](http://www.gepsexualidades.com.br/resources/anais/6/1467402564_ARQUIVO_HETERONORMATIVIDADEETEORIAQUEER(2).pdf).
- SOUSA, J. P. “**Construindo uma teoria multifactorial da notícia como uma Teoria do Jornalismo.**” *Estudos em Jornalismo e Mídia*, 2005: 73-92.
- SOUZA, J. C. A. de. **Gêneros e formatos na televisão brasileira.** São Paulo: Summus Editorial, 2004.
- SQUIRRA, S. **Aprender Telejornalismo: produção e técnica.** São Paulo: Brasiliense, 1990.
- TAVARES, C. **Sonoras coloridas, plumas e paetês: Um estudo sobre a cobertura de paradas gays na TV Globo.** 2010.
<http://repositorio.uniceub.br/bitstream/123456789/1121/2/20702426.pdf> (acesso em março de 2016).
- TRAQUINA, N. **Jornalismo: questões, teorias e “estórias”.** Lisboa: Veja, 1999.
- . **Teorias do Jornalismo.** 2 vols. Florianópolis, Santa Catarina: Insular, 2005.
- TREVISAN, J. S. **Devassos no paraíso.** Rio de Janeiro: Record, 2002.
- VALENTINI, G. G, IJUIM J. K. “**A realidade “com um parafuso a mais”:** teoria construcionista x revista piauí.” *Rev. Estud. Comun*, 2010: 75-82.
- VERÓN, E. **Fragmentos de um tecido.** São Leopoldo: Unisinos, 2004.
- WOLF, M. **Teorias de comunicação.** 8. Lisboa: Presença, 1995.