

CORPO, DISCURSO E REPRESENTAÇÃO: UMA ANÁLISE IMAGÉTICA DO HOMOSSEXUAL NA REVISTA VEJA

ISLEY BORGES DA SILVA JUNIOR¹
MARIA APARECIDA RESENDE OTTONI²

RESUMO: Neste artigo, apresentamos um recorte de uma pesquisa que tem como objetivo investigar como o homossexual é representado e identificado discursivamente e como ele se representa e se identifica em três edições da revista *Veja*: 1636, 1838 e 2164, dos anos 2000, 2003 e 2010, respectivamente. Para isso, nosso aporte teórico são os construtos da Análise de Discurso Crítica (FAIRCLOUGH, 2001, 2003; CHOULIARAKI & FAIRCLOUGH, 1999) e alguns estudos sobre identidade de gênero e homossexualidade (LACAN, 1999; FREUD, 1972; FOUCAULT, 1990; BUTLER, 2003; BOURDIEU, 1999; SUPLICY, 1983). A metodologia de pesquisa é baseada nos pressupostos da pesquisa qualitativa (BAUER & GASKELL, 2002) e da Análise de Discurso Crítica – enquanto teoria e método - (CHOULIARAKI & FAIRCLOUGH, 1999). Neste recorte, focalizamos a análise imagética das três reportagens. Os resultados mostram que as imagens desempenham papel importante na construção de sentidos e que estabelecem uma relação de interação com o discurso verbal. A imagem do arco-íris, considerado símbolo do ativismo *gay* e presente nas três reportagens, contribui para salientar a temática dos textos e produzir uma representação atrelada ao ativismo e à identificação de um grupo fortalecido, o que é também marcado pelo título da reportagem 2 “A força do arco-íris, pelas imagens das várias paradas do orgulho *gay* que aconteceram pelo mundo e de várias pessoas famosas, que assumiram a sua orientação homossexual. Todas as fotos que compõem as reportagens retratam homossexuais com um sorriso no rosto em relação de harmonia com os outros e com eles mesmos. Isso tudo atua na representação de uma sociedade não preconceituosa, que trata o homossexual com respeito e igualdade, denominada na reportagem 3 de “geração tolerância”. Entretanto, é preciso questionar essa representação tendo em vista dados relativos ao número de assassinatos por homofobia computado ainda hoje em nossa sociedade. Isso é uma mostra de que o preconceito ainda existe e se faz muito presente no cotidiano de muitos jovens homossexuais. Assim sendo, será que o “arco-íris” está mesmo forte e que há mesmo uma nova geração?

Palavras-chave: homossexual; discurso; imagem; *Veja*.

¹Aluno do curso de Comunicação Social: habilitação em Jornalismo, da Faculdade de Educação da Universidade Federal de Uberlândia, Av. João Naves de Ávila, nº2160, bloco G, B. Santa Mônica, Uberlândia, MG. CEP: 38400-902. E-mail: isleyborges@hotmail.com.

²Docente Adjunta 3 do Instituto de Letras e Linguística da Universidade Federal de Uberlândia. Av. João Naves de Ávila, 2121, bloco U, sala 220, campus Santa Mônica, Uberlândia, 38.408-100. E-mail: cidotoni@gmail.com.

ABSTRACT: In this article, we present part of a research that aims to investigate how homosexuals are represented and identified discursively and how they are represented and identified in three editions of *Veja* magazine: issues 1636, 1838 and 2164, of years 2000, 2003 and 2010, respectively. To that end, our theoretical support are the constructs of Critical Discourse Analysis (FAIRCLOUGH, 2001, 2003; CHOULIARAKI & FAIRCLOUGH, 1999) and some studies about gender identity and homosexuality (LACAN, 1999; FREUD, 1972; FOUCAULT, 1990; BUTLER, 2003; BOURDIEU, 1999; SUPPLICY, 1983). The research methodology is based on the assumptions of qualitative research (BAUER & GASKELL, 2002) and on Critical Discourse Analysis – as theory and method – (CHOULIARAKI & FAIRCLOUGH, 1999). In this survey, we focus on imagetic analysis of three magazine articles. The results show that images play an important role in the construction of meanings and they establish an interaction relation with the verbal discourse. The rainbow, considered a symbol of gay activism and present in the three stories, contributes to emphasize the theme of texts and produces a representation tied to activism and identification of a strengthened group, which is also highlighted by the title of story 2: “The power of the rainbow, the images of several gay pride parades that took place around the world and famous people that came out about their homosexual orientation.” All photos that make up the stories portray homosexuals with a smile on their faces and a harmonious relationship with others and with themselves. All this works on behalf of an unprejudiced society that treats homosexuals with respect and equality, named on article 3 of “tolerance generation”. However, it’s important to question this representation having in mind relative data of murders by homophobia still computed in our society today. This is an example that prejudice still exists and it’s a reality in the daily lives of many young homosexuals. Therefore, is the "rainbow" really strong and is there even a new generation?

KEYWORDS: homosexual, discourse, image, *Veja*.

1 INTRODUÇÃO

A partir de diversas discussões e leituras tecidas no Grupo de Pesquisas e Estudos em Análise de Discurso Crítica e Linguística Sistêmico-Funcional (ADC e LSF), liderado pela Profa. Dra. XXXX, floresceu em nós a vontade de investigar como os homossexuais são representados na mídia brasileira. Começamos a pensar no quanto seria relevante pesquisar as escolhas linguísticas e imagéticas feitas para a construção de representações discursivo-semióticas desses atores sociais.

Em uma pesquisa rápida pelo acervo digital da revista *Veja* (escolhida por ser uma revista de grande circulação), observamos três edições que trouxeram em sua reportagem especial de capa a temática homossexualidade – edições 1636, 1838 e 2164. Os títulos das capas chamaram a nossa atenção, pois percebemos que se relacionavam a uma possibilidade de enfoque da revista pautado na observação de mudanças na sociedade com relação à homoafetividade. São eles, respectivamente: “Gays: O desafio de assumir a identidade sexual”; “Gays: A vida fora do armário”; “Ser jovem e gay: a vida sem dramas”.

Como militante da causa *gay*, Isley Borges da Silva Junior interessou-se pela análise dessas reportagens. Uma indagação inicial que nos surgiu foi: as pessoas, no decorrer dos anos 2000 a 2010, ficaram mais tolerantes e mudaram o modo de tratar os homossexuais? Pareceu-nos, a partir de uma leitura inicial dos textos, que as dificuldades pelas quais passa um homossexual foram mudando nesse período: em 2000, assumir a identidade era questão colocada como desafio; em 2003, falava-se sobre a vida do homossexual já assumido; em 2010, a questão da homossexualidade apresentou-se desvinculada de qualquer dificuldade.

Acreditando que a Análise de Discurso Crítica constitui uma perspectiva teórico-metodológica para análises linguística e socialmente orientadas, voltadas para possibilidades de mudanças sociais e discursivas, resolvemos analisar as três reportagens especiais de *Veja*, que foram produzidas do ano de 2000 ao ano de 2010. Elas podem ser uma mostra importante de como as mudanças sociais refletem-se em mudanças discursivas e vice-versa, numa relação dialética entre discurso e sociedade.

É importante salientar que o homossexual aqui é considerado como todo aquele pertencente ao grupo LGBTTI (lésbicas, gays, bissexuais, transexuais, travestis e intersexuais) e que sempre foi uma minoria discriminada.

Vale lembrar que a Constituição Federal é taxativa em seu Artigo 3º, parágrafo IV, que traz como um dos objetivos fundamentais da república “promover o bem detodos, sem preconceitos de origem, raça, sexo, cor, idade e quaisquer outras formas de discriminação.”

Considerando tudo isso e o potencial da mídia - vista como o quarto poder (MOTTA, 2002) - e como “mídias impressas são ricas fontes de dados de projetos de pesquisa nas ciências sociais” (MAUTNER, 2008, p. 48), propomo-nos, então, a desenvolver nosso estudo com o objetivo de analisar, com base nos pressupostos teóricos da Análise de Discurso Crítica (FAIRCLOUGH, 2001, 2003; CHOULIARAKI & FAIRCLOUGH, 1999), como o homossexual é representado discursivamente e identificado nas três reportagens especiais já mencionadas.

Na investigação, centramo-nos especialmente nos significados representacional (associado ao conceito de discursos como modos de representar aspectos do mundo) e identificacional (relacionado ao conceito de *estilo*, ou seja, aos modos de ser ou identidades em seus aspectos linguísticos e semióticos) propostos por Fairclough (2003).

Este artigo constitui um recorte da pesquisa intitulada “Uma análise discursiva crítica da representação e identificação do homossexual na revista Veja”, financiada pela FAPEMIG, subsumida ao projeto “Gêneros, discursos e identidades na mídia brasileira”, coordenado pela Profa. Dra. Maria Aparecida Resende Ottoni, e vinculada ao Grupo de Pesquisas e Estudos em Análise de Discurso Crítica e Linguística Sistêmico-Funcional do Instituto de Letras e Linguística da UFU. Nele, concentramo-nos na análise imagética das três reportagens de Veja.

2 ALGUMAS CONSIDERAÇÕES SOBRE A ANÁLISE DE DISCURSO CRÍTICA

Conforme Ottoni (2007), a Análise de Discurso Crítica (ADC) pode ser considerada herdeira de uma perspectiva teórica lançada por Roger Fowler e GuntherKress, em 1979, intitulada Linguística Crítica. Esta abordagem foi influenciada por trabalhos no bojo da Teoria Social, sobretudo da Teoria Crítica, ligada aos componentes da Escola de Frankfurt e por produções dos filósofos Michel Foucault e Antônio Gramsci.

Ottoni (2007) explica que podemos dizer que a ADC é uma continuação da Linguística Crítica (WODAK, 2001), mas a amplia em escopo, e que o artigo publicado por Norman Fairclough no *JournalofPragmatics*, intitulado “CriticalandDescriptiveGoals in DiscourseAnalysis”, constitui o primeiro marco desta nova linha de investigação.

Um dos principais objetivos da ADC é “desmistificar” os discursos, desmascarando as ideologias (WODAK, 2004).

Fairclough propõe que a análise de discurso seja linguística e socialmente orientada. O terreno da ADC seria, então, composto pelo diálogo entre análise do discurso, proposições sociológicas, políticas e antropológicas e uma teoria linguística, especificamente a Linguística Sistêmico-Funcional (LSF). Assim, a ADC perpassa outros campos do saber, constituindo uma abordagem científica transdisciplinar, que serve de pilar para estudos críticos da linguagem como exercício social.

Essa transdisciplinaridade da ADC abre possibilidade para pesquisas sociais contemplarem, também, aspectos discursivos, já que a linguagem se mostra um recurso capaz de ser utilizado tanto para constituir e estear relações de dominação quanto, antagonicamente, para contrariar e suplantar tais problemas.

Nessa perspectiva teórica, o discurso é entendido como “o uso de linguagem como forma de prática social e não como atividade puramente individual ou reflexo de variáveis situacionais” (FAIRCLOUGH, 2001, p. 90). O discurso, sobretudo, é uma possibilidade do agir social: ele engloba e, concomitantemente, é englobado pelo social. Segundo Fairclough (2001, p. 91):

O discurso contribui para a constituição de todas as dimensões da estrutura social que, direta ou indiretamente, o moldam e o restringem: suas próprias normas e convenções, como também relações, identidades e instituições que lhe são subjacentes. O discurso é uma prática, não apenas de representação do mundo, mas de significação do mundo, constituindo e construindo o mundo em significado.

O discurso é um meio possível de instauração e manutenção da hegemonia, assim como de resistência e de transformação. A ADC objetiva a promoção de conscientização e da emancipação. Ela não busca apenas descrever e explicar, mas nos esclarecer os “enganos” que nos interpelam no cotidiano. Tem preocupação com os efeitos ideológicos sobre as relações sociais de dominação e exploração que, por vezes, esteiam distribuição desigual de poder.

Partindo do pressuposto de que na sociedade contemporânea convivemos com uma instabilidade no que se refere a quem domina e quem é dominado, a superação de uma ideologia proposta por um grupo hegemônico é possível. É, exatamente, a instabilidade da hegemonia que caracteriza o conceito de “luta hegemônica”. Fairclough define, minuciosamente, o conceito:

Hegemonia é liderança tanto quanto dominação nos domínios econômico, político, cultural e ideológico de uma sociedade. Hegemonia é o poder sobre a sociedade como um todo de uma das classes economicamente definidas como fundamentais em aliança com outras forças sociais, mas nunca atingido senão parcial e

temporariamente, como um “equilíbrio instável”. Hegemonia é a construção de alianças e a integração muito mais do que simplesmente a dominação de classes subalternas, mediante concessões ou meios ideológicos para ganhar seu consentimento. Hegemonia é um foco de constante luta sobre pontos de maior instabilidade entre classes e blocos para construir, manter ou romper alianças e relações de dominação/subordinação, que assume formas econômicas, políticas e ideológicas. A luta hegemônica localiza-se em uma frente ampla, que inclui as instituições da sociedade civil (educação, sindicatos, família), com possível desigualdade entre diferentes níveis e domínios (FAIRCLOUGH, 2001, p. 122).

A ideia de várias vozes que se articulam e debatem na interação é essencial para a abordagem da linguagem como espaço de luta hegemônica. São essas várias vozes que permitem a análise de contradições sociais e de lutas pelo poder. O conceito de dialogismo e o de gêneros discursivos são de Michael Bakhtin e basilares na Análise de Discurso Crítica.

Para a ADC, o discurso é um modo de ação (as pessoas podem agir sobre o mundo social e sobre outros indivíduos); um modo de representação e significação do mundo; contribui para a construção das relações sociais, das identidades sociais e dos conhecimentos de conhecimento e crença e as instituições que lhe são subjacentes (FAIRCLOUGH, 2001). Ottoni (2007, p. 343) enfatiza que há uma relação dialética entre discurso e estrutura social: o discurso é moldado e restringido pela estrutura social e é, ao mesmo tempo, socialmente constitutivo. O discurso é visto, portanto, como um aparelho maior de controle e poder, já que tem um papel fundamental na reprodução social e ainda pode contribuir para a transformação social.

É importante destacar que a ADC não se limita a Fairclough, todavia ele é o principal teórico. Ao longo do desenvolvimento da teoria, Fairclough propôs modelos diferentes de abordagem, os quais são representativos de avanço em sua teoria. Um deles é o de 2003, no qual há maior enfoque na análise linguística detalhada dos textos. Nele, o autor atribui três significados ao discurso: acional (gêneros/modos de agir), representacional (discursos/modos de representar) e identificacional (estilos/modos de ser).

Tendo em vista o foco de nosso recorte neste artigo, teceremos a seguir considerações sobre dois significados do discurso propostos em 2003: o representacional e o acional.

2.1. Discurso como modo de representação: significado representacional

O significado representacional é aquele relacionado ao conceito de discurso como modos de representar os aspectos do mundo: as interações e relações sociais, os processos, os pensamentos, as crenças, em suma, o mundo social como um todo. De acordo com Fairclough (2003), discursos representam diferentes perspectivas de mundo e contêm implícita ou explicitamente as relações que os indivíduos instituem com o mundo, o que, conseqüentemente, depende do posicionamento dos sujeitos, de suas identidades pessoal e social e da forma como estabelecem relações com outros sujeitos. Para o autor, os discursos não apenas representam o mundo, mas podem sugerir pistas para diferentes realidades e impulsionar projetos de transformação social. Os sujeitos sociais representados dentro de determinada prática social podem trazer para ela novas práticas, ressignificar, incorporar ou desincorporar outras.

Kress e Van Leeuwen (1996, 2001) *apud* Ramalho e Resende (2011) propõem uma abordagem de textos multimodais (que conjugam diferentes modos de linguagem) para análise crítica de textos. A “gramática da linguagem visual” apresentada pelos autores descreve modos culturalmente definidos por meio dos quais são articuladas imagens em composições visuais. Sendo assim, como a linguagem verbal, as imagens também atuam como forma de representação, de experiência e como mensagem. Ramalho e Resende (2011) completam dizendo que enquanto o que na linguagem verbal é realizado por meio de diferentes classes e estruturas semânticas, na linguagem visual realiza-se por distintas estruturas composicionais.

Analisaremos as imagens presentes no *corpus*, pois acreditamos que o recurso não-verbal é fundamental na construção de representações e identificações nos textos.

2.2 Discurso como modo de agir: significado acional

Segundo Fairclough (2003, p. 65), o conceito de gênero está associado ao significado acional do discurso. O autor conceitua gênero como “o aspecto especificamente discursivo de modos de agir e interagir no curso de eventos sociais”. Com base nesse autor, Ottoni (2007, p. 35) afirma que “os gêneros são definidos pelas práticas sociais a que se relacionam e pelas formas como elas são articuladas”.

O *corpus* de nossa pesquisa é composto por textos do gênero reportagem. Marques de Melo (2003, p. 66) define esse gênero como sendo “o relato ampliado de um acontecimento que já repercutiu no organismo social e produziu alterações que já são percebidas pela instituição jornalística”.

O gênero reportagem está vinculado à prática social jornalística. Os textos desse gênero, como elemento dessa prática social, têm sua produção iniciada já no processo de elaboração de pautas para cada edição e, após a redação pelo/s jornalista/s, passam por uma revisão e edição. Dessa forma, são produzidos coletivamente. Eles têm uma distribuição complexa, pois são distribuídos em vários domínios institucionais e são consumidos especialmente pelos assinantes da revista *Veja*, os quais são, em sua maioria, integrantes da classe média. Tais textos podem ser consumidos por meio da mídia impressa e do site da revista.

É importante destacar que esses textos, como parte da prática social jornalística, são restringidos pelas relações de poder e pelas estruturas sociais relacionadas a tal prática social. As publicações presentes na *Veja* retratam o que a empresa defende e são consideradas como de interesse do público leitor. Esse público, muitas vezes, tem na revista uma fonte de informação e de orientação sobre como compreender e lidar com diferentes questões sociais.

Dessa forma, a reportagem, por ser uma descrição ampliada de um acontecimento que já tem repercussão na sociedade, constitui uma amostra de como a temática homossexualidade era representada por uma parcela da sociedade e pela revista na época de suas publicações: 2000, 2003 e 2010.

3. ENTENDENDO O CONCEITO DE HOMOSSEXUALIDADE

A homossexualidade é definida como uma predisposição sexual por indivíduos do mesmo sexo (homens que sentem atração afetiva e sexual por homens e mulheres que sentem atração afetiva e sexual por mulheres). De acordo com Foucault (1990), a extensa história da colonização sobre o preconceito, colocada em prática no imaginário de diferentes sociedades, representou, desde os primórdios, a homossexualidade como uma exceção, como um desvio ou inversão de comportamentos relacionados à sexualidade.

A homossexualidade foi vista de diversas maneiras ao longo dos tempos. Até o ano 1985, no Brasil, a homossexualidade era considerada uma doença. Apenas em 1985, o Conselho Federal de Medicina passou a não considerar a homossexualidade como doença. Já o Conselho Federal de Psicologia (CFP) e outras entidades da área não se manifestaram a este respeito até muito recentemente. No ano de 1999, apenas, foi promulgada a resolução 001, que situou os psicólogos sobre as normas de atuação no que se refere às orientações sexuais. As normas especificam que a homossexualidade não pode ser considerada doença, nem

distúrbio e, dessa forma, os psicólogos não poderiam propor cura ou tratamento para a homossexualidade (LACERDA, PEREIRA & CAMINO, 2002).

Para o tratamento da questão da homossexualidade, Lacan e Freud são bases teóricas relevantes.

De acordo com Lacan (1999, p. 217) – em um de seus *Seminários* – o homossexual seria um sujeito que conserva uma relação intensa e eterna com a mãe por não se identificar com a posição do pai. O homossexual teria um “medo pavoroso de ver o órgão da mulher (...), pela suposição de que a vagina ingeriu o falo do pai”. Ainda segundo ele, o *gay* teme a penetração com a mulher, pois é neste processo que se dá o encontro dos falos. A maioria dos estudos de psicanálise aos quais tivemos acesso, não traz a homossexualidade no sujeito feminino.

Todavia, outros autores como Butler (2003), Bourdieu (1999) e Suplicy (1983) discordam de Lacan, pois acreditam que a homossexualidade, entendida como orientação sexual, não possui causa específica, ou seja, não se esteia em questões orgânicas ou fisiológicas. Ceccarelli (2000, s/p), neste sentido, esclarece que:

Ao buscar o prazer, a sexualidade escapa à ordem da natureza e age a serviço próprio “pervertendo” seu suposto objetivo natural: a procriação. Subordinar a sexualidade à função reprodutora é “um critério demasiadamente limitado”, adverte Freud. Isto vem mostrar à biologia, à moral, à religião e à opinião popular o quanto elas se enganam no que diz respeito à natureza da sexualidade humana: a sexualidade humana é, em si, perversa – entendida aqui em seu sentido primeiro: desvio de uma finalidade específica. Ou seja, em se tratando de sexualidade, não existe “natureza humana” pois a pulsão sexual não tem um objeto específico, único e muito menos pré-determinado biologicamente.

Com relação a Sigmund Freud (1972, p. 146), criador da teoria psicanalítica, ele defende que a homossexualidade está associada ao inconsciente:

Estudando as excitações sexuais, além das que se manifestam abertamente, descobriu que todos os seres humanos são capazes de fazer uma escolha-de-objeto homossexual e que na realidade o fizeram no seu inconsciente (...), assim, do ponto de vista da psicanálise, o interesse sexual exclusivo de homens por mulheres também constitui um problema que precisa ser elucidado, pois não é fato evidente em si mesmo.

Partindo de pressupostos antropológicos e psíquicos, Freud (1972; 1974) e Roudinesco (2002) afirmam que ninguém está isento da possibilidade de práticas homoafetivas. Freud indicou a existência de uma “bissexualidade psíquica imaginária” no ser

humano. Isto nos leva a pensar que fomos “domesticados” ou “moldados” à disposição psíquica considerada normal e harmônica. A heterossexualidade nos foi imposta, substancialmente, com o objetivo da reprodução – imposição esta que, como o matrimônio, corrobora com os ideais de uma família heteronormativa (homem, mulher e filhos gerados por eles).

As sociedades ocidentais foram as primeiras a caracterizar os homossexuais como sujeitos clínicos. Nessas sociedades, ser homossexual era anormal e como tal era um problema a ser estudado, pesquisado, até descobrir-se a gênese e o motivo do que se considerava um desvio, fato que se inscreve em um panorama mais vasto do surgimento do que Foucault (1990) caracterizou como “dispositivo da sexualidade”. Segundo o autor, o que designamos sexualidade é um produto histórico de um discurso sobre a sexualidade que se concebeu de diversas formas, em uma invenção histórica tardia, datada no século XIX. É desse período a criação histórica de uma experiência social através da qual “os indivíduos são levados a reconhecer-se como sujeitos de uma ‘sexualidade’, que abre para campos bastante diversos, e que se articula num sistema de regras e coerções” (FOUCAULT, 1990, p. 10).

A homossexualidade, então,

apareceu como uma das figuras da sexualidade quando foi transferida, da prática da sodomia, para uma espécie de androginia interior, um hermafroditismo da alma. O sodomita era um reincidente, agora o homossexual é uma espécie (FOUCAULT, 1990, p. 10).

Concordamos com Peter Fry e Edward (1983, p. 15) para quem “nenhuma das teorias existentes sobre a causa da homossexualidade nos convence e a nossa tendência é de tratá-las todas, sem exceção como produções ideológicas”. Isso porque acreditamos que a homossexualidade não é, como alguns a concebem, um fenômeno atrelado a causas específicas.

4 A “MENINA DOS OLHOS” DA ABRIL

“Veja: indispensável para o país que queremos ser”. Este é o slogan da revista em questão. Afinal, que país queremos ser? Queremos ser o país da revista *Veja*? A revista *Veja* foi criada em 11 de setembro de 1968, por Victor Civita e é pertencente ao grupo *Abril*.

Espelhada no modelo americano da *Times*, consolidou-se como a revista semanal mais lida do Brasil.

A revista *Veja* é distribuída semanalmente e tem público composto por 43% de homens e 57% de mulheres de 25 a 70 anos (68%), pertencentes à classe B, ou à classe média alta (53%) e moradores da região Sudeste do Brasil (59%). O veículo conta, em média, com: 922.880 assinaturas, 150.382 vendas avulsas, obtendo uma circulação líquida de 1.073.262. *Veja* possui variadas seções, a saber: Amarelas, Artes e Espetáculos, Beth Milan, Brasil, Colunistas, Datas, Diogo Mainard, Ensaio, Gente, Geral, Guia, Holofote, Internacional, Ponto de Vista, Radar, VEJA Recomenda, VEJA Essa.

Em entrevista cedida a nós, o pesquisador e professor Gerson de Sousa³ diz que o texto da revista é bastante literário e preza, demasiadamente, pela forma. Segundo ele, o texto das reportagens “nos dá a sensação de que o repórter está completamente inserido e mergulhado no espaço que ele descreve e se propõe a analisar”. Gerson completa dizendo que esta “descrição minuciosa dos ambientes/fatos torna-se, na *Veja*, o que sustenta o fato em si”.

Outra característica da revista *Veja* identificada pelo professor é a apropriação que a revista faz da história e da cultura de determinados grupos. De acordo com ele,

a revista descontextualiza as temáticas tratadas nas reportagens – através da desvinculação à acontecimentos anteriores – deslegitimando a história das minorias, como os negros e homossexuais, por exemplo, menosprezando entrevistados que não são convenientes à sua linha editorial e desconsiderando e satirizando os movimentos sociais por meio de um reducionismo histórico.

Apesar de entender que a linha editorial de um veículo de comunicação não pode ser cega, ou seja, o leitor não pode ter grandes surpresas ao abrir a revista, Sousa é taxativo:

Quando se tem uma linha editorial que não se sustenta a partir da criticidade, mas sim a partir de descrições e de uma narrativa sedutora que usa de uma apropriação da cultura e da história de determinados grupos ou indivíduos, passa-se a questionar a própria essência da prática jornalística do veículo de comunicação.⁴

Sendo assim, a essência da prática jornalística da revista *Veja* é questionada, por dar prioridade à narrativa sedutora e não pela importância das informações.

5 MATERIAL E MÉTODOS

³ Jornalista, Mestre e Doutor em Ciências da Comunicação pela ECA- USP (2003/2008) e Professor Adjunto do Curso de Comunicação Social com habilitação Jornalismo da Universidade Federal de Uberlândia. Email: gerson@faced.ufu.br.

⁴ Disponível no link: <http://goo.gl/JQb9p>. Acesso em 19 de junho de 2012.

A metodologia de pesquisa é baseada nos pressupostos da pesquisa qualitativa (BAUER & GASKELL, 2002) e da Análise de Discurso Crítica – enquanto teoria e método - (CHOULIARAKI& FAIRCLOUGH, 1999; FAIRCLOUGH, 2001, 2003).

Trilhamos o seguinte caminho para a execução desta pesquisa: a) revisão, fichamentos e discussão da literatura, atividade que foi executada durante toda a pesquisa; b) digitalização das três reportagens e leitura pormenorizada delas; c) elaboração de capítulo teórico; d) seleção das categorias analíticas, tendo em vista o material e os objetivos. São elas: intertextualidade, associada ao significado acional; interdiscursividade, associada ao significado representacional; e os recursos visuais que atuam na representação e identificação; d) análise dos textos; e) organização dos dados referentes às análises; f) redação final da pesquisa. .

Como dissemos, o *corpus* de nossa pesquisa é constituído de três reportagens especiais de capa da revista Veja: “Pai, eu sou gay”, “A força do arco-íris”, “A geração tolerância”, de 2000, 2003 e 2010, respectivamente.

6 ANÁLISE IMAGÉTICA DAS REPORTAGENS: A REPRESENTAÇÃO DOS HOMOSSEXUAIS

Otoni (2007, p. 77) afirma que “os textos diversos que circulam na sociedade contemporânea, cada vez mais, estão repletos de ilustrações coloridas, *layout* e tipografia sofisticados”. Isso significa que se passou a fazer uso de diversos modos semióticos (não mais apenas e, sobretudo, o verbal) para a produção de sentido nos textos, gerando textos multimodais. Kress e van Leeuwen foram os responsáveis por cunhar o termo “multimodalidade”. Os autores produziram, em 1996, a Gramática do Design Visual e, em 2001, a Teoria do Discurso Multimodal.

De acordo com Kress e van Leeuwen (2001, p. 20), a multimodalidade diz respeito ao “uso de vários modos semióticos no *design* de um produto semiótico ou evento, junto com formas particulares em que esses modos são combinados”. Eles se ancoram, segundo Otoni (2007), na ideia de que signos em contextos sociais concretos são produzidos a partir de uma gama de recursos semióticos. Os signos, então, seriam formados por significantes como: cores, perspectivas e linhas, utilizadas para a representação material dos significados. Além

disso, os autores ainda sugerem que a constituição da linguagem deve se dar a partir de múltiplas articulações entre diversos estratos.

O gênero selecionado para este estudo – a reportagem – é multimodal. Ele é constituído pelos modos verbal e gráfico-visual e os sentidos construídos advêm da relação textual estabelecida entre os diferentes modos utilizados para sua constituição. Acreditando nisso, a pesquisa que desenvolvemos focaliza a interação do verbal e do nãoverbal na construção de sentidos. Contudo, neste artigo, fizemos um recorte que se refere apenas à análise da inserção de imagens nas reportagens.

No que diz respeito à primeira reportagem especial analisada, intitulada “Pai, eu sou gay”, publicada em 2000, ela focaliza a revelação pelos homossexuais, para seus pais, de sua orientação sexual, as consequências e a importância dessa revelação. Nela se constrói uma relação entre o homossexual ser aceito pela família e a obtenção de sua felicidade plena.

Contribuindo para essa construção, as imagens contidas na primeira reportagem destacam a felicidade dos homossexuais que estão em harmonia com as suas famílias. A felicidade, na reportagem, é vista como consequência da exposição da verdadeira orientação sexual do indivíduo para a sua família.

Há imagens de homossexuais do sexo masculino e do sexo feminino. Com relação aos do sexo masculino, as imagens mostram-nos, na maioria das vezes, em bares ou boates *gays*, com um grupo de amigos e com bebidas alcoólicas em mãos, ou rodeados pela família. Já os homossexuais do sexo feminino são apresentados em situações cotidianas (através de uma fotografia simples posada do casal), sem qualquer referência aos clubes noturnos *gays* ou à família.

Na primeira reportagem ainda, a foto principal traz o homossexual Luiz Paulo Marinho rodeado por sua família – aparentemente o pai, a mãe, a avó e a “tia” -, reafirmando o objetivo principal da reportagem: representar o homossexual sempre muito próximo e dependente de sua família, como se isso fosse fundamental para o alcance de sua felicidade plena. No fundo da foto, percebemos nuances multicoloridas que, com a revista aberta, descobrimos ser a imagem de um arco-íris. Entendemos que essa montagem contribui para a construção de uma representação de uma luta interdiscursiva, realizada por meio das imagens, uma vez que temos o homossexual rodeado por sua família (reafirmação do discurso tradicional de gênero) e um símbolo do ativismo *gay*, o arco-íris (reafirmação do discurso emancipatório de gênero). Além disso, uma faixa com dégradé de cores que compõe o arco-íris está presente em toda a estrutura gráfica da reportagem especial, na parte superior das páginas.

No tocante à segunda reportagem especial analisada, intitulada “A força do arco-íris”, publicada em 2003, seu objetivo, de uma maneira geral, é evidenciar a força dos movimentos ativistas LGBTTI e o fato de termos cada vez mais em nossa sociedade homossexuais e uniões homoafetivas bem sucedidos.

A primeira e segunda páginas da segunda reportagem trazem imagens das várias paradas do orgulho *gay* que aconteceram pelo mundo: Tel-Aviv, Nova York, Rio de Janeiro, Roma, Paris e Toronto. A representação de casais homossexuais masculinos é idêntica à representação de casais homossexuais femininos, sendo quatro fotos. Nas duas primeiras, os casais são mostrados beijando-se e, nas duas segundas, próximos um do outro, com as mãos erguidas, comemorando algo. O planejamento gráfico da segunda página, em especial, é diferenciado: o texto da reportagem foi inserido no interior do símbolo do orifício de uma fechadura, aludindo, dessa forma, à “saída do armário” dos homossexuais, a publicização da orientação homossexual.

No decorrer da reportagem, veem-se imagens que apresentam os casais homossexuais em seu cotidiano, lendo revistas, no supermercado, nas aulas de dança, com filhos no colo ou fazendo compras no shopping. Ademais, para a comprovação da força do arco-íris, a revista trouxe fotografias de celebridades que, até naquele ano, haviam assumido a sua orientação homossexual publicamente, a saber: Richard Chamberlain, George Michael, Pedro Almodóvar, Jean-Paul Gaultier, Klaus Wowereit, Martina Navratilova, Elton Jhon, Ellen Degeneres e Rupert Everett. Um diferencial dessa reportagem no que tange ao quesito imagem é que são trazidas fotografias de casais homossexuais comemorando seus casamentos e um casal homossexual com seus filhos adotados no colo.

Quanto à terceira reportagem especial analisada, intitulada “A geração tolerância”, publicada em 2010, podemos dizer que ela tem como propósito apresentar uma nova realidade em que vivem os jovens homossexuais brasileiros. Segundo a reportagem, “os adolescentes e jovens brasileiros começam a vencer o arraigado preconceito contra os homossexuais, e nunca foi tão natural ser diferente quanto agora” (p. 106).

Nesta terceira reportagem, predomina, na foto principal, um maior número de indivíduos do século masculino (sete), em contraposição a indivíduos do sexo feminino (dois), o que pode levar o leitor a pensar que há mais homossexuais do sexo masculino que do feminino. Como na 2ª reportagem, edição 1838, encontramos nesta, fotografias de famosos que “saíram do armário”, são eles: Jennifer Knapp, Gareth Thomas, Rick Martin e Rock Hudson. Além disso, encontramos uma fotografia de Lady Gaga na última página, considerada, pela revista, a atual ícone dos jovens *gays*.

As duas primeiras reportagens analisadas (ed. 1636 e ed. 1838) apresentaram fotografias espontâneas e fotografias posadas. Já a terceira reportagem apresentou apenas fotos posadas de indivíduos envolvidos na produção da reportagem. Segundo Sousa (2002), um dos princípios básicos do fotojornalismo é que a fotografia contenha informações que retratem um instante importante, que seja espontânea. O autor diz que são essas características as que distinguem a fotografia do simples retrato.

Nesse sentido, podemos afirmar que as fotografias inseridas nas reportagens retratam o que, na perspectiva de seus produtores, constitui um instante importante. Assim, considerando que, em todas as reportagens analisadas, os homossexuais aparecem nas fotografias em companhia de alguém de sua família, podemos inferir que a relação harmônica homossexual e família é representada como importante pela/na revista.

Também presente nas três reportagens analisadas é a imagem de um arco-íris, o qual talvez seja o símbolo mais homossexualizado, já que é utilizado em eventos homossexuais públicos (como as paradas do orgulho *gay*) para que as pessoas atentem-se para o fato de que vivem em uma sociedade multicolorida, multifacetada e pluridiferenciada.

Teixeira (2010) pontua que a bandeira *gay* (com as cores do arco-íris) foi criada pelo norte-americano Gilbert Baker em 1978. Segundo ele, Baker “pretendeu que cada cor representasse um aspecto diferente da vida *gay*: rosa, para o sexo; vermelho, para o fogo; laranja, para a cura; amarelo, para o Sol; verde, para a natureza; azul turquesa, para a arte; azul índigo, para a harmonia; violeta, para o espírito” (TEIXEIRA, 2010, p. 72).

O autor propõe uma hipótese acerca do motivo de se ter adotado o arco-íris como principal símbolo da causa LGBTTI:

Para dizê-lo logo e de uma vez, minha hipótese é a seguinte: a adoção do arco-íris por parte da comunidade *gay* no mundo todo se deu em função de seus três principais atributos simbólicos, a saber, seu caráter natural, universal e inofensivo. Natural, pois trata-se de um fenômeno da natureza; universal, porque, como fenômeno da natureza, ocorre no mundo todo; e inofensivo porque o arco-íris é compreendido, salvo raras exceções, da mesma maneira, isto é, como uma imagem que transmite uma sensação de paz, alegria, tranquilidade – numa palavra, leveza (TEIXEIRA, 2010, p. 73).

Na segunda reportagem (ed. 1838/2003), o arco-íris aparece, primeiramente, no título da reportagem – “A força do arco-íris” – e corrobora com o objetivo da reportagem: apresentar a força da militância e do ativismo em torno da causa LGBTTI. Além da letra

estilo capitular apresentada em dégradé arco-íris no início da reportagem (página 73), ao longo do texto vê-se uma faixa em dégradé de cores que compõem o arco-íris (menos espessa, se comparada à da reportagem anterior), também na partes superior e inferior da página.

No tocante à terceira reportagem (ed. 2164/2010), a foto principal apresenta um grupo de jovens carregando a bandeira colorida (com as sete cores do arco-íris), ou a bandeira *gay*. Além disso, na página 110 visualiza-se uma fotografia de um casal homossexual masculino em que um deles está sobre uma escada, pintando um arco-íris em uma parede. A foto corrobora o título da reportagem especial – “A geração tolerância” -, já que, implicitamente, vê-se que o homossexual pode “pintar o seu arco-íris” ou assumir-se para quem e quando bem entender.

De um modo geral, temos representações imagéticas vinculando os homossexuais à família, ao lazer, ao ativismo, à liberdade e à felicidade. Observamos que, pelas imagens, há um apagamento dos conflitos e confrontos que fazem parte da realidade de muitos homossexuais.

As escolhas imagéticas contribuem para a construção de uma representação da questão da homoafetividade como natural e bem resolvida na sociedade, o que implica fim de conflitos e de preconceitos experimentados por gerações anteriores. Assim, projeta-se uma representação que não condiz com o real e que camufla problemas graves ainda em evidência em nossa sociedade, pois continuamos a assistir a muitos crimes de ódio que fazem como vítimas os homossexuais. Segundo o relatório anual do Grupo Gay da Bahia (GGB), em 2012 foram 308 indivíduos da população LGBTTI assassinados; 1341 homicídios de 2007 até o ano passado. Vemos o horror cada vez mais perto de nós: o jornalista e ativista da causa Lucas Fortuna foi assassinado cruelmente em Pernambuco, em novembro passado.

Acreditamos que esses dados não nos permitem dizer que temos uma geração tolerância e que a homossexualidade deixou de ser um problema e alvo de preconceito e discriminação.

7 CONCLUSÃO

Nosso propósito neste artigo foi apresentar resultados parciais da pesquisa intitulada “Uma análise discursiva crítica da representação e identificação do homossexual na revista *Veja*”. Para isso, apoiamos-nos em pressupostos da Análise de Discurso Crítica (FAIRCLOUGH, 2001, 2003; CHOULIARAKI E FAIRCLOUGH, 1999) e realizamos um

estudo descritivo-analítico-interpretativo de três reportagens especiais de *Veja* sobre a homoafetividade.

Nosso foco foi a análise das imagens que compõem os textos. Os resultados mostram que as imagens desempenham papel importante na construção de sentidos. A imagem do arco-íris, considerado símbolo do ativismo *gay* e presente nas três reportagens, contribui para salientar a temática dos textos e produzir uma representação atrelada ao ativismo e à identificação de um grupo, como também ocorre por meio de muitas marcas linguístico-discursivas, identificadas no estudo.

Da mesma forma, as imagens que compõem a reportagem 1 representam uma relação harmônica entre os casais homossexuais e entre homossexuais e sua família, após a revelação acerca da orientação sexual. Contudo, há também uma representação imagética do homossexual do sexo masculino vinculada a bares ou boates *gays*, com um grupo de amigos e com bebidas alcoólicas em mãos, o que não ocorre com as imagens de homossexuais do sexo feminino. Nesse sentido, entendemos que há uma representação estereotipada que reflete um discurso de gênero pautado em uma relação binária, segundo a qual os homens são associados à esfera pública e a espaços de lazer, que incluem bebidas alcólicas, e as mulheres, à esfera privada do lar, sem relação explícita com bebida.

Na segunda reportagem, as imagens também estabelecem uma relação de interação com o verbal. A “A força do arco-íris” – título do texto – é representada por meio de imagens das várias paradas do orgulho *gay* que aconteceram pelo mundo e de casais homossexuais desempenhando as mesmas atividades e tendo os mesmos direitos que qualquer outro casal, como o de se casar e adotar filhos. As imagens de pessoas famosas, que assumiram a sua orientação homossexual, também atuam na construção da representação da “força do arco-íris” materializada pelo discurso verbal.

Na terceira reportagem há imagens de vários homossexuais sorridentes e de pessoas famosas que também assumiram sua homossexualidade, representando o que é denominado no texto como “geração tolerância”.

Em todas as três reportagens analisadas, é perceptível um fio condutor construído por uma representação discursiva, segundo a qual os homossexuais passaram por dificuldades tremendas no passado, e, nos tempos em que as reportagens foram produzidas, vivenciavam um momento de mudança positiva, marcada pela diminuição do preconceito e pela aceitação, por parte da sociedade, de uma orientação sexual diferente da hegemônica.

Todas as fotos que as compõem retratam homossexuais com um sorriso no rosto e em relação de harmonia com os outros e consigo mesmo. Isso tudo atua na representação de uma sociedade não preconceituosa e que trata o homossexual com respeito e igualdade.

Entretanto, devemos ressaltar que essa mudança representada semioticamente nas reportagens não corresponde a uma real mudança social. O Grupo Gay da Bahia computou 864 assassinatos por homofobia nos últimos três anos, prova de que o preconceito ainda existe e se faz muito presente no cotidiano de muitos jovens homossexuais.

Como se sabe, a luta de muitos oprimidos é para poder ser o que se é, e as reportagens, em linhas gerais, deixam entrever que este objetivo está sendo atingido. Mas será que estamos conseguindo mesmo romper com as amarras de um tradicionalismo secular e caminhar para um campo menos opressor, emancipatório?

A revista *Veja* procura demonstrar que houve significativas mudanças quanto ao tratamento que a sociedade dispensa aos homossexuais de 2000 a 2010, mas cabe a nós questionar se essa mudança de tratamento é real.

Temos clareza de que a análise apresentada não disse tudo que existe nos textos e que não esgotamos tudo que há para ser dito sobre a temática de nossa pesquisa. Como afirma Ottoni (2007), muitas lacunas estão aí para serem preenchidas por investigações que possam ser desenvolvidas a partir desta, mas esperamos que nosso estudo possa contribuir positivamente para que eleitoras/es e pesquisadoras/es percebam como os homossexuais são representadas em textos veiculados na mídia brasileira e possam questionar as representações neles construídas.

8 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BAUER, M. W.; GASKELL, G. (org.). **Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som: um manual prático**. Trad.: P. A. Guareschi. 2. ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2002.

BOURDIEU, Pierre. **A dominação masculina**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1999.

BUTLER, Judith. **Problemas de gênero: feminismo e subversão de identidade**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2003.

CECCARELLI, Paulo Roberto. **Homossexualidade e preconceito**. Disponível em: <http://www.ceccarelli.psc.br>, 2000. Acesso em 25/04/2012.

CHOULIARAKI, L. e N. FAIRCLOUGH. **Discourse in Late Modernity**: Rethinking Critical Discourse Analysis. Edimburgo: Edinburgh University Press, 1999.

FAIRCLOUGH, N. **Discurso e Mudança Social**. Coord. e pref. à ed. bras. I. Magalhães. Trad. Magalhães *et al.* Brasília, DF: Universidade de Brasília, 2001.

_____. **Analysing Discourse**: Textual Analysis for Social Research. Londres e Nova York: Routledge, 2003.

FOUCAULT, Michel. **História da Sexualidade 1**: a vontade de saber. Rio de Janeiro: GRAAL, 1990.

FREUD, Sigmund. **Três ensaios sobre a teoria da sexualidade**. Rio de Janeiro: Imago: 1972 (Obras Completas, v. XVI (Ed. or.: 1916)).

FRY, Peter; MACRAE, Edward. **O que é homossexualidade**. São Paulo: Brasiliense, 1983.

KRESS, Gunther & van LEEUWEN, Theo. **Multimodal discourse**: the modes and media of contemporary communication. London: Arnold, 2001.

LACAN, Jacques. **O seminário 5**: As formações do inconsciente. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1999.

LACERDA, M., PEREIRA, C., & CAMINO, L. **Um estudo sobre as formas de preconceito contra homossexuais na perspectiva das representações sociais**. *Psicologia: Reflexão e Crítica*, 15(1), 165-178, 2002.

MARQUES DE MELO, J. **História do Pensamento Comunicacional**. São Paulo: Paulus, 2003.

MAUTNER, G. Analyzing newspapers, magazines and others print media. *In: Qualitative discourse analysis in the social sciences*. Londres: Palgrave Macmillan, 2008.

MOTTA, L. Gonzaga (org). **Imprensa e poder**. Brasília: editora Universidade de Brasília – Coleção Comunicação, 2002.

OTTONI, M. A. R.. **Os gêneros do humor no ensino da Língua Portuguesa: uma abordagem discursiva crítica**. 2007. Tese (Doutorado em Linguística) – Departamento de Linguística, Português e Línguas Clássicas, Universidade de Brasília, Brasília, 2007.

RAMALHO, V. & RESENDE, V. M. *Análise de discurso (para a) crítica*: o texto como material de pesquisa. Campinas: Pontes, 2011.

ROUDINESCO, Elisabeth. **Psicanálise e homossexualidade**. Pulsional: revista de psicanálise, São Paulo, ano IV, n. 161, set. 2002.

SUPLICY, Marta. **Conversando sobre sexo**. Petrópolis: Vozes, 2000.

TEIXEIRA, A. C. E. M. **A vanguarda conservadora**: aspectos políticos e simbólicos do movimento LGBT. *Desigualdade&diversidade (PUCRJ)*, v. 7, p. 63-80, 2010.

WODAK, R. What CDA is about: a summary of its history, important concepts and its development. In: WODAK, R. & MEYER, M. (Orgs.). **Methods of critical discourse analysis**. Londres; Thousand Oaks; Nova Delhi: Sage, 2001. p. 1-13.

WODAK, Ruth. Do que trata a ACD – um resumo de sua história, conceitos importantes e seus desenvolvimentos. In: **Revista Linguagem em (Dis)curso**, volume 4, número especial, 2004.