



CENTRO UNIVERSITÁRIO DE BRASÍLIA – UniCEUB  
FACULDADE DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS – FASA  
CURSO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL  
HABILITAÇÃO EM JORNALISMO  
DISCIPLINA: MONOGRAFIA  
PROFESSOR ORIENTADORA ÚRSULA BETINA DIESEL  
ÁREA: Análise do Discurso

## **HOMOSSEXUALIDADE NA TELENOVELA *AMÉRICA*: O veto do beijo**

Hugo Hander  
2032955/3

Brasília, novembro de 2006

Hugo Hander

**HOMOSSEXUALIDADE NA TELENOVELA *AMÉRICA*:  
O veto do beijo**

Trabalho apresentado à Faculdade de Ciências Sociais Aplicadas como requisito parcial para a obtenção do grau de Bacharel em Comunicação Social com habilitação em jornalismo do UniCEUB – Centro Universitário de Brasília

Prof . Úrsula Betina Diesel  
Titulação: mestre

Brasília, novembro de 2006

Hugo Hander

## **HOMOSSEXUALIDADE NA TELENOVELA *AMÉRICA*: O veto do beijo**

Trabalho apresentado à Faculdade de Ciências Sociais Aplicadas como requisito parcial para a obtenção do grau de Bacharel em Comunicação Social com habilitação em jornalismo do UniCEUB – Centro Universitário de Brasília

### **Banca Examinadora**

---

Prof. Úrsula Betina Diesel  
Orientadora

---

Prof. Cláudia Busato  
Examinador

---

Prof. Amália Raquel Perez Nebra  
Examinador

Brasília, novembro de 2006

*A minha mãe Vera e madrinha Lena, com gratidão.*

*Gostaria de agradecer à Vera (mãe), minha madrinha Lena, que foi à primeira a me apoiar no desenvolvimento do tema. Aos meus irmãos Gabriel, Guilherme, Lu, Bianca, Dani, com carinho. Meus amigos do coração Miau e Piki por me proporcionarem alegria e amizade. À minha orientadora Úrsula, que se dedicou, junto a mim, a entender melhor o tema. Aos meus tios Álvaro, Tel e Cida, com amor. As minhas amigas Silvia, Gizele, Shirley, Carla, Aline, Camila, Thais por compreenderem o tema e dividir meu carinho durante esses anos de curso. Aos professores do Uniceub por me ajudarem a desenvolver e amadurecer minhas idéias. Aos grupos homossexuais que lutam dia-a-dia em prol dos direto iguais. Em especial a minha vó Helena, o qual, amo incondicionalmente. Obrigado a todos.*

“Telenovela é consumida, reinterpretada, pelos diferentes segmentos sociais”.

Renato Ortiz

## RESUMO

O presente trabalho apresenta a análise da censura do que seria o primeiro beijo homossexual da história da televisão brasileira, na novela *América*, exibida pela *Rede Globo de Televisão*, em 2005. O objetivo principal deste trabalho é desenvolver, no âmbito da Análise do Discurso (escola francesa), perspectivas voltadas ao estudo da imagem, Indústria Cultural, e do discurso e linguagem representados na televisão. O trabalho evidencia também os significados do silêncio acerca da homossexualidade. Para isso, estão fundamentados os conceitos do livro *As formas do Silêncio: no movimento do sentido*, de Eni Puccinelli Orlandi, e autores que buscam de alguma forma explicar o discurso exposto pela televisão.

## SUMÁRIO

<b>INTRODUÇÃO</b>	<b>9</b>
<b>1 HOMOSSEXUALIDADE</b>	<b>11</b>
1.1 Mídia e Homossexualidade: a legitimação dos estereótipos	12
<b>2 TELEVISÃO E SOCIEDADE: O PODER DA INDÚSTRIA CULTURAL</b>	<b>16</b>
2.1 Rede Globo de Televisão e o papel da Indústria Cultural	18
2.2 Novela: Subproduto da Indústria Cultural	21
2.3 Novela como um método de controle social	22
<b>3 LINGUAGEM E DISCURSO</b>	<b>24</b>
3.0.1 – Imagem	24
3.0.2 – Discurso	25
3.1 – Recepção	26
<b>4 ANÁLISE DA TELENOVELA AMÉRICA</b>	<b>28</b>
4.1 – Beijo gay : Imagem explorada	30
4.2 – Censura e repercussão	32
4.3 – Declaração oficial da TV Globo	34
<b>5. CONCLUSÃO</b>	<b>36</b>
<b>6. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS</b>	<b>38</b>
<b>7. ANEXOS</b>	<b>41</b>

## INTRODUÇÃO

A comunicação, além de ser uma necessidade humana e um direito fundamental, é, também, um instrumento de defesa dos direitos humanos e da cidadania. A mídia televisiva brasileira, em particular, tem buscado desempenhar esse papel quando veicula matérias sobre homossexuais ou uniões homoafetivas, mas de uma maneira singular.

Por outro lado, ainda nos deparamos com as contradições evidentes entre a realidade da luta em prol da cidadania e o contexto de imposições da globalização, sobretudo econômicas, políticas, culturais e morais. É essencial que se reflita acerca dos problemas que ainda enfrentam as minorias sociais, sejam elas mulheres, negros, índios, portadores de deficiência mental ou motora, portadores de HIV, crianças, adolescentes, idosos, presos e, no caso particular desta análise, os homossexuais.

No presente trabalho pretende-se fazer uma análise histórico-cultural de como a televisão representa o homossexual no Brasil de forma sátira. Também são analisados os processos das telenovelas brasileiras, que tem como função social a representação do cotidiano. E colocado em junto à isso, as produções culturais da emissora *Rede Globo de Televisão* postas em consonância com os desejos e argumentos utilizados pelo chamado Indústria Cultural e Cultura de Massas. Outro ponto discutido é a utilização da linguagem em meio ao um discurso representativo de imagens para que se desenvolve uma relação próxima com o objeto, o causando um princípio de *Iconicidade*.

O ponto evidente do trabalho é a análise da telenovela *América*, exibida em 2005, que mostrou pela primeira vez a história de um homossexual em conflito com seus sentimentos. O que se observou foi a espetacularização por parte da mídia do que seria o primeiro “beijo gay” na história da televisão. Para o desenvolvimento do tema, foi necessário analisar o discurso silenciado e mercadológico imposto pela emissora.

A metodologia utilizada é a de Análise de Discurso (escola francesa) para que se possa entender melhor as práticas e normais sociais determinadas pelo contexto sócio-histórico cultural da telenovela. Com o objetivo de descrever, explicar, e avaliar

criticamente os processos de produção, circulação e consumo dos sentidos veiculados àqueles produtos da sociedade. .

A abordagem da Análise de Discurso explicitada é a de tradição francesa, onde os nomes mais influentes são Michael Foucault e Eni Orlandi. As teorias da Análise do Discurso a serem abordadas no trabalho são desenvolvidas pela semiologia dos discursos sociais, que une a linguagem e a ideologia a fim de analisar o contexto em que o discurso está inserido.

Por meio do seguinte trabalho é relatado a censura do beijo entre os personagens, Zeca e Junior, representados na telenovela *América* e a repercussão de outros veículos de comunicação de massa os grupos homossexuais a favor do beijo.

Para o desenvolvimento do tema há uma reflexão na história sobre a televisão e seus controles de linguagem. A partir das análises foram analisadas declarações feitas pela emissora, *Rede Globo de Televisão*, em vetar o “beijo gay”, e as críticas que a mídia impressa e *on line* tiveram acerca do tema.

Outro ponto destacado é sobre a questão da homossexualidade no âmbito da comunicação social, e as com premissas de como a televisão lida com o tema. Explorando não somente o assunto, mas perpetuando sua visão sobre a homossexualidade e legitimando o discurso silenciado através do veto do beijo, entre Júnior e Zeca.

## 1 HOMOSSEXUALIDADE

Originariamente, o termo homossexualidade apareceu em um panfleto alemão de autoria anônima, publicado em 1869, o qual se opunha à uma lei prussiana de anti-sodomia na Europa. No mesmo ano, o termo homossexualidade foi utilizado por um médico húngaro que defendia sua legalização. Este termo detinha uma conotação científica que permitia se falar do fenômeno de maneira objetiva e sem um julgamento negativo<sup>1</sup>. Para incluir os homossexuais dentro da legalidade, sem juízos de valor, criou-se não apenas o termo *homossexualidade*, mas também definiu-se a *heterossexualidade*.

A homossexualidade é definida como a preferência sexual por indivíduos do mesmo sexo. Este conceito é um tanto vago, já que o termo “preferência” pode conotar a tendência a escolher, optar, e hoje se reconhece que a homossexualidade não é mais vista como opção, mas como uma orientação sexual normal e definida na infância e, conforme estudos mais hipotéticos, são até mesmo encontrados na genética humana.

As pessoas têm a idéia pré-concebida de que a humanidade toda é heterossexual e que uma minoria de indivíduos encontra-se "viciados" num comportamento homossexual, e esse conceito se perpetua até hoje nos veículos de comunicação de massa como a televisão, rádio, Internet e outros. Assim, acreditam que a homossexualidade é, simplesmente, um comportamento anticonvencional que muitas pessoas escolhem externar. Como o grupo heterossexual é majoritário e elaborador das leis de comportamento aprovado e reprovado, o subgrupo homossexual tende a ser considerado como exogrupo, ou seja, um grupo fora dos padrões convencionais e portando silenciado em relação a seus gostos e comportamentos.

*Acredito que se a homossexualidade fosse uma questão de escolha pessoal, os indivíduos dentro desta orientação devem ser, igualmente,*

---

<sup>1</sup> TREVISAN, João Silvério. *Devassos no Paraíso: a homossexualidade no Brasil, da colônia à atualidade*:Rio de Janeiro: Record, 2000

*masoquistas por escolherem um modo de vida que os expõe diante de tanta hostilidade, discriminação, perda e sofrimento. Ninguém “opta” ou “escolhe ser rejeitado, discriminado e tratado com desprezo. (TREVISAN. Rio de Janeiro: :2000 – p. 55)*

A sexualidade humana é um fenômeno complexo. Entre a atração forte e exclusiva de um homem por uma mulher, de um homem por outro homem, ou de uma mulher por outra mulher, existe uma infinidade de sensações sexuais e emocionais: O desejo, o beijo ou mesmo a frieza em qualquer relacionamento humano depende dos indivíduos inseridos em determinada situação, no caso, na sociedade. E não em quaisquer das especificações arbitrárias que poderiam ser impostas através de sociedade, tais como os rótulos que tentam definir se o indivíduo é heterossexual ou homossexual.

A mídia possui um papel importante para se poder entender mais a homossexualidade, a partir do momento que ela desenvolve programas voltados para a informação sobre esses assuntos. Os veículos envolvidos nesse processo são diversos, desde das telenovelas aos programas de entretenimento. A relação entre a sociedade acerca do assunto homossexualidade, não há uma aceitação emblemática.<sup>2</sup>A imagem do homossexual contemporâneo esteve ligado a atos perversos sexuais, havendo uma não aceitação nos diversos grupos sociais que mantêm as práticas heterossexuais em vigor, inclusive os direitos civis. A mídia se aprimorou desse discurso e o mantêm até hoje.

## **1.1 MÍDIA E HOMOSSEXUALIDADE: A LEGITIMAÇÃO DOS ESTERIÓTIPOS**

No discurso acerca da sexualidade humana sempre existiu um silêncio imperceptível, algo que é estudado, mas que pouco se comenta na sociedade e na mídia. A televisão, como um veículo de comunicação de massa, desde do seu início, legitima a sexualidade humana como algo proibido e aborda pouco esse universo em

---

<sup>2</sup> TREVISAN, João Silvério, OP cit

relação aos conceitos apresentados. Mas utiliza a imagem como elemento retórico em sua audiência.

A contextualização dos sentimentos que envolvem o homem e a mulher é abordada de maneira cotidiana, evidenciando o normal. O beijo e os afetos heterossexuais são vistos nos programas de televisão com a intenção de que aquele ato é puro e legal e de alguma maneira prazerosa. No universo homossexual, as carícias são escamoteadas e não visíveis. É como se fosse posto um véu diante dos sentimentos e intenções. O discurso homossexual parece estar preso a questões morais religiosas e se torna um pano de fundo que a televisão tenta inibir. Isso advém de um processo sócio-cultural que vem se perpetuando desde Antiguidade, como uma forma pecaminosa de se expor. A Igreja têm um papel importante na desconstrução de atos homossexuais, pois os condena como um pecado.

*A desconstrução do estereótipo do homossexual e a construção de uma relação amorosa plena de sensibilidade, delicadeza e integridade, ampliada a partir do companheirismo e da amizade que promovem a aceitação do público. [...] personagens construídas solidamente na sua individualidade, como seres digno íntegros, fortes, amados, que vencem os preconceitos, as resistências e legitimam sua decisão de assumirem uma vida em comum. [...] a telenovela trouxe como contribuição permitir que a sociedade brasileira reconhecesse nessas personagens, não o direito à opção de esconder-se ou integrar-se ao grupo de homossexuais, mas o direito de assumir sua orientação no âmbito da sociedade, exercendo o papel de levar os telespectadores a conviver com a diferença e experienciar, pela via ficcional, uma situação que irá conquistar, na realidade, foro e espaço para existir. (MOTTER, 2003, p. 138).*

A grande mídia – televisão, rádio, jornais, Internet e outros – retém o discurso de integração e inteiração, mas realizam um processo de “incluir” excluindo os <sup>3</sup>gays. A imagem do homossexual veiculada na televisão geralmente é abordada com bastante humor pelos programas de entretenimento, e com isso causou uma relação de que ser homossexual é ser engraçado. Porém, é evidente que tal discurso é preparado para que o humor seja ridicularizado, influenciando o público a rir e se divertir ao ver um homossexual andando nas ruas, ou seja, a tolerância via riso.

---

<sup>3</sup> Palavra usada para se referir a homossexuais

Esse processo acontece durante anos, e o papel da televisão tornou-se importante, afinal ela não apenas trouxe à imagem de um homossexual sático, e sim, legitimou o estereótipo. Na televisão, o que se observa há anos é uma imagem caricata acerca dos reais problemas do homossexual brasileiro. Aparência extravagante, gestos efeminados de uma linguagem específica foram os fatores que ajudaram na construção social do homossexual na televisão. Portanto, a homossexualidade transformou-se durante anos em desqualificação social.

Quando as telenovelas abordaram o papel dos homossexuais e seus problemas enfrentados pela sociedade contemporânea, <sup>4</sup>houve uma rejeição por parte do público. Seus problemas sociais, afetivos e sentimentais não foram levados a sério. E isso é justificado, pois a imagem construída foi de um homossexual alegre, efeminado e extravagante. Não de personagens reais, com situações que envolvem o pré-conceito nas ruas e seus sentimentos amorosos.

Em 1995, o autor Silvio de Abreu, escreveu a telenovela *A Próxima Vitima*, com os personagens Sandrinho (André Gonçalves) e Jeferson (Lui Mendes) e já havia sido colocada a questão da homossexualidade masculina como uma forma séria a ser encarada pelos pais e a sociedade. Especialmente porque envolvia dois *gays* de cores e etnias diferentes. <sup>5</sup>O público rejeitou a história e um dos atores chegou a ser agredido nas ruas. O mesmo autor, após alguns anos, falou da homossexualidade feminina, abertamente, em *Torre de Babel*, de 1998. Rafaela (Christiane Torloni) e Leila (Sílvia Pfeiffer) iniciaram a trama como muitos casais de mulheres na vida real. Só que o casamento tornou-se uma afronta para o público, e as duas tiveram de ser implodidas – mortas - antes mesmo do shopping que dava nome ao folhetim. Somente na telenovela *Mulheres Apaixonadas*, exibida em 2003, Clara (Aline Moraes) e Rafaela (Paula Picarelli) tiveram uma maior aceitação por parte do público, ainda assim, as cenas de carícias eram retiradas.

Em 2005, a autora Gloria Perez escreve a novela *América* e pela primeira vez mostra a história de um homossexual masculino assumido em conflito com seus sentimentos afetivos. A partir desse instante, houve uma abertura para que a

---

<sup>4</sup> TREVISAN, João Silvério. *Devassos no Paraíso: a homossexualidade no Brasil, da colônia à atualidade*:Rio de Janeiro: Record, 2000

<sup>5</sup> TREVISAN, João Silvério, OP cit

diversidade sexual fosse um tema importante para a grande mídia. Beijos, carícias, família, sociedade, conflitos, Igreja, cultura foram os assuntos abordados na telenovela. A questão que perpetua, ainda hoje, é porque nas tramas dramáticas que envolvem personagens homossexuais estes são pouco aceitos pelo público. O discurso está justamente no contraponto do que a televisão mostra. Para os personagens cômicos, a construção social do homossexual foi satirizada, influenciando no caráter genérico dos *gays*. E quando são postos a fazerem papéis sérios, determinados e normais, o público satiriza e desqualifica por meio dos valores culturais herdados durante anos. O tema homossexualidade passa por uma mensagem invisível perante os olhos do público. E a forma extravagante que é exibido se torna destoante do resto da realidade, assim a homossexualidade é encarada como algo anormal.

O estereótipo é visto como uma forma de carimbo social que todos os homossexuais carregam de acordo com que é passado por cada mensagem. A mensagem na televisão é codificada através das imagens. O público observa um homossexual extravagante e engraçado, e aquilo é fixado e permanece no imaginário coletivo de toda a massa. Com isso, a construção de personagens homossexuais foi sendo generalizada e representada de forma humorística, legitimando o estereótipo apresentado nos dias atuais.

## 2 TELEVISÃO E SOCIEDADE: O PODER DA INDÚSTRIA CULTURAL

Na contemporaneidade a televisão se tornou um recurso transformador para a sociedade. A mudança no comportamento do público e uma alteração na representação do que é a realidade, tornou-se elemento essencial nas relações humanas. Até então, antes da televisão as pessoas se relacionavam por outros meios de comunicação, onde a imagem não estava em movimento. A sociedade com advento da televisão exerceu uma outra forma de representar os fatos sociais do dia-a-dia. Esta transformação se iniciou com o <sup>6</sup>*pós-modernismo* que é aplicado a mudanças ocorridas nas ciências, nas artes e nas sociedades avançadas desde 1950. O *pós-modernismo* na sociedade é a mistura da ciência e tecnologia invadindo o cotidiano com elementos processados por microcomputadores.

*O ambiente pós-moderno significa basicamente isso: entre nós e o mundo estão os meios tecnológicos de comunicação, ou seja, de simulação. Eles não nos informam sobre o mundo; eles o refazem à sua maneira, hiper-realizam o mundo, transformando-o num espetáculo. Uma reportagem a cores sobre os retirantes do Nordeste deve primeiro nos seduzir e fascinar para depois nos indignar. Caso contrário, mudamos de canal. Não reagimos fora do espetáculo. (SANTOS: 1987, p.13.)*

Atualmente, o que se observa é uma sociedade da comunicação informada sobre os assuntos da atualidade em grande velocidade. Um das características da televisão é a velocidade que percorre à informação, e uma maior aproximação do que é real. O *pós-modernismo* relaciona a forma do discurso, da linguagem, da cultura, atravessados pela teoria e a prática do poder. E a televisão e os media em geral estão no centro desses jogos de poder. Aliados a isso, um dos elementos principais dessa transformação é o recurso da linguagem visual.

- **NOVELA**

---

<sup>6</sup> SANTOS, Jair Ferreira dos. *O que é pós-modernismo*. Ed Brasiliense, 1987.

Um das formas de apresentar o cotidiano da sociedade contemporânea em meio ao *pós-modernismo* foi através do surgimento das telenovelas, nos anos 50.<sup>7</sup> Novela é um gênero literário caracterizado por sua narrativa longa e com uma grande quantidade de personagens e variedade de tramas e subtramas paralelas. O mesmo conceito é utilizado à telenovela, porém transformado em um gênero representativo com o advento da modernidade. Com o passar dos anos foi combinando o arcaico (folhetim) e o novo (TV), que o televisor é hoje o principal veículo representativo para as telenovelas.

Sua história começa após os grandes sucessos que as radionovelas introduzidas no Brasil obtiveram a partir dos anos 40. Por misturar realidade com ficção, e seu público aumentou incisivamente causando grande transformação nos meios de comunicação.

A radionovela, que tinha o rádio como veículo de comunicação, rapidamente foi acessível a todos os lares. Assim como a televisão, que exibiu a primeira telenovela brasileira na *TV Tupi* em 1951, intitulada de *Sua vida me pertence*. Desde então, se passaram mais de 50 anos e o nome “telenovela” caiu em desuso, pois as rádios investiram cada vez menos em radionovelas, passando-se a chamar no linguajar comum somente de novela.

*Dentro deste contexto a telenovela surge como uma continuidade da radionovela, e ela se impõe o sinal de desqualificação. A novela era percebida, tanto pelos produtores, pelos financiadores, como por aqueles que a realizavam como um gênero menor. (ORTIZ:1991:45)*

A taxa de crescimento de televisores no Brasil influenciou a indústria, e os veículos de comunicação que produziam novelas tiveram que levar o avanço tecnológico para o público. A partir do surgimento das novelas, a indústria do entretenimento cresceu, gerando lucro.<sup>8</sup> Entretenimento é a arte ou técnica de entreter alguém ou um grupo que tem o objetivo de prender a atenção por um tempo determinado ou indeterminado. As novelas se encaixam nesse perfil, pois têm um início

---

<sup>7</sup> MOTTER, Maria Loudes. *A construção do cotidiano na telenovela*. São Paulo: Alexa Cultural, 2003.

<sup>8</sup> MOTTER, Maria Loudes. OP cit

e fim. A espera do próximo capítulo é a principal característica das novelas, causando um sentimento de ansiedade que alimenta a cada dia a curiosidade do telespectador.

A produção na novela foi um dos fatores mais importantes para a elevação da audiência. E com o passar dos anos, a novela começou a ser diária, criando uma espécie de “intimidade” com o telespectador. Até que os donos de emissoras observaram o crescimento da audiência e investiram no custo de produção, equipamentos, equipe e cenários. A figura do escritor é considerada o ponto de partida do crescimento da novela. Nele se detém o maior poder das idéias da trama. O escritor imagina e cria a história a ser dita, mas não é o único, pois é necessário o diretor, para poder organizar as idéias, da produção e dos personagens, para dar vida à trama e fazer com que tudo pareça ser real na história.

## **2.1 REDE GLOBO DE TELEVISÃO E O PAPEL DA INDÚSTRIA CULTURAL**

Na indústria de telenovelas, a grande empresa por fazer entretenimento no Brasil é a *Rede Globo de Televisão*. Ela detém a maior estrutura já criada, e começou nos anos 50, quando o governo Jucelino Kubitschek concedeu um canal ao grupo Roberto Marinho.<sup>9</sup> A partir 1969, a empresa *Globo* consolidou-se no mercado de trabalho audiovisual e afiliou-se a um sistema da rede de telecomunicações *Embratel* para cobrir partes significativas do Brasil. A partir desse momento, a novela é visualizada em todas as casas do País. E seu crescimento é instantâneo, fazendo parte do cotidiano dos brasileiros e causando uma identificação primária que envolve as realidades sociais exibidas. Isso tem como conseqüências, ou atos deliberados, uma modificação instantânea no comportamento, na política, na estética, na religião e no papel social do País. Por meio da *Rede Globo*, a novela se torna um processo de informação da indústria do entretenimento.

---

<sup>9</sup> MELO, José Marques de. *As telenovelas da Globo – Produção e Exportação*: São Paulo. Summus, 1988.

*A Rede Globo ocupa hoje o quarto lugar entre as grandes redes mundiais (networks). A rede de televisão se acrescenta à empresa jornalística. O jornal O Globo, um sistema de radiodifusão, uma editora, uma gravadora audiovisual, uma firma eletrônica, uma empresa produtora de programas publicitários (que ocupada duzentas pessoas em tempo integral, com equipamentos ultramodernos capazes de produzir em inglês a um custo duas vezes menor que nos Estados Unidos), além de uma empresa promotora de espetáculos e de uma galeria de arte. (Michele & Armand Mattelar:1998: pág 43)*

A *Rede Globo*, e todas as grandes empresas do entretenimento, participam do chamado Indústria Cultural.<sup>10</sup> É um termo utilizado para a sociedade industrializada, do tipo capitalista liberal. Entre muitos autores que se preocuparam em estudar os meios de comunicação encontram-se Horkheimer e Adorno, os quais cunharam a expressão Indústria Cultural. Adorno (1977a) e Horkheimer empregaram o termo Indústria Cultural, pela primeira vez, no livro *Dialética do Esclarecimento* publicado em 1947, após abandonarem a expressão *Cultura de Massa* que utilizavam em seus esboços. O abandono da expressão se justifica porque “cultura de massa” se impregna de significado de que o povo produz cultura (popular), quando os autores queriam denunciar a cultura imposta ao povo e, assim, tem-se a Indústria Cultural.

A ênfase dada pelos autores às diferenças entre os termos cultura de massa e Indústria Cultural está explícito nos dizeres<sup>11</sup> “distingue radicalmente”, ou seja, a cultura de massa se origina do povo e é arte, enquanto que a Indústria Cultural fabrica produtos que atendem às necessidades de consumo das massas. A cultura de massa não visa ao consumo deliberado, apresentando originalidade e identidade própria, enquanto que a Indústria Cultural obedece a um plano de atendimento ao consumo, dificultando até mesmo o reconhecimento das diferenças entre seus diversos ramos que são assemelhados, ajustados e constituintes de um só sistema.

A indústria cultural concretiza-se apenas numa segunda fase da sociedade, a que pode ser descrita como a do capitalismo de organização (ou monopolista), ou, sendo a sociedade dita de consumo. É possível estabelecer-se uma oposição entre a cultura popular, entendida como soma dos valores ancestrais de um povo, e a cultura

---

<sup>10</sup> ADORNO, Theodor & HORKHEIMER, Ibid, p. 25.

<sup>11</sup> ADORNO, Theodor & HORKHEIMER, Ibid, p. 35

dita pop, outra designação de cultura de massa. As novelas confirmam a tese de existe uma cultura popularizada e massificada pelo consumo. Os telespectadores - aqueles que assistem à televisão - ao ver a imagem e as cenas dramáticas consomem aquele comportamento e o inserem inconscientemente no cotidiano.

Outra característica da Indústria Cultural são os seus produtos, que praticam o reforço das normas sociais, repetidas até a exaustão e sem uma discussão plena.<sup>12</sup> Ela fabrica seus produtos com a finalidade de serem trocados por moeda; promove a deturpação e a degradação do gosto popular; simplificando ao máximo seus produtos.

<sup>13</sup>Um exemplo disso são as crianças, que hoje dominam muito mais cedo a linguagem graças aos veículos como a televisão. O acúmulo de informação acaba por transformar-se em formação dos indivíduos, isto é, a quantidade provocando alterações na qualidade. A Indústria Cultural unifica não apenas as nacionalidades, mas também as próprias massas. O papel que a *Rede Globo de Televisão* desenvolve nas novelas, de acordo com a Indústria Cultural é massivo e ideológico. Isso prova que todo programa que é desenvolvido na emissora, passa por filtros condicionados pelas normas da empresa que são apropriados pela própria Indústria Cultural.

*Hoje, a indústria cultural assumiu a herança civilizatória da democracia de pioneiros e empresários, que tampouco desenvolvera uma fineza de sentido para os desvios espirituais. Todos são livres para dançar e para se divertir, do mesmo modo que, desde a neutralização histórica da religião, são livres para entrar em qualquer uma das inúmeras seitas. Mas a liberdade de escolha da ideologia, que reflecte sempre a coerção económica, revela-se em todos os sectores como a liberdade de escolher o que é sempre a mesma coisa. (ADORNO, HORKHEIMER: 1944:45)*

Com 40 anos de existência, a *Rede Globo de Televisão* é sem dúvida a maior produtora de entretenimento no Brasil. São novelas, programas humorísticos, jornalismo, programas de entretenimento e tudo que maximize sua produção cultural. Equipamentos de última geração, locações, figurinos, atores, equipe, técnicos e diversas pessoas trabalhando para poder entreter a massa e fortalecer suas idéias como um grande império da Indústria Cultural.

---

<sup>12</sup> ADORNO, Theodor & HORKHEIMER, Ibid, p. 42

<sup>13</sup> CAMPEDELLI, Samira Youssef, Op cit

## 2.2 NOVELA: SUBPRODUTO DA INDÚSTRIA CULTURAL

A novela, após seu processo de modernização tecnológica foi inserida em um contexto amplo da Indústria Cultural, pois a massa (público) assiste e se identifica rapidamente com suas histórias, tornando-se os receptores da mensagem contatada no dia-a-dia. Ela é de fato um produto da Indústria Cultural, quando foca a massificação dos produtos culturais no contexto social. Seu alcance e proporção com o passar dos anos, se tornou gigantesco, empregando pessoas e gerando lucro.

A televisão desenvolveu um espaço ético-social em toda sociedade brasileira ao criar novelas com uma linguagem própria e características materiais e tecnológicas para desenvolver no mundo globalizado. Por ter inúmeros personagens espalhados pelas tramas, a diversidade de assuntos abordados podem ser infinitos e contraditórios, afinal nem todos entendem o que é passado pelos veículos de comunicação. Desde à pobreza, a religião, a sexualidade humana, política e diversos outros assuntos. Portanto, se tornou um espaço de *mediações*.

*As mediações são esse “lugar” de onde é possível compreender a interação entre o espaço da produção e o da recepção: o que se produz na televisão não responde unicamente a requerimentos do sistema industrial e a estratégias comerciais, mas também a exigências que vêm da trama cultural e dos modos de ver. (MOTTER, 1992:pág 20)*

A novela é articulada por processos de mediações que garantem ao receptor construir práticas sociais cotidianas no seu contexto social. O universo da linguagem visual e de outros discursos na televisão é bastante absorvido pela Indústria Cultural. Existem níveis de mediação para podermos classificar o processo cultural das novelas que são as posições de classe social (fonte), o seu contexto social (lugar) e a linguagem (discurso). O sistema de linguagem que a televisão utiliza é diferente dos outros veículos de comunicação como o rádio e os jornais impressos.

É por meio da utilização da imagem, em um discurso focado na massa, que a novela desenvolve seu principal produto: a audiência. Quanto maior número de pessoas estiverem assistindo a novela, melhor será seu retorno nos lucros publicitários.

## 2.3 NOVELA COMO UM MÉTODO DE CONTROLE SOCIAL

A novela, por meio do recurso da televisão é concebida como uma modalidade de linguagem que utiliza códigos semelhantes ao que se utiliza para perceber a realidade. Ela demonstra o que é real em um universo superficial. Porém, o público que adentra nesse universo é capaz de saber o que está assistindo?

A <sup>14</sup>massa gosta de se ver representada nas telenovelas, pois não se trata de um mecanismo de fuga ou muito menos forçado. O público, quando assiste às novelas, tem o desejo de se ver representado e entrar inteiramente no social, no domínio das regras da sociedade. As histórias podem ser fictícias, porém nas novelas elas parecem próximas. É como se o receptor encanasse no próprio personagem, e o papel de despertar emoções nas novelas fosse fundamental para a conquista do público.

<sup>15</sup>O pesquisador americano, J. S. R. Goodlad, diz que o motivo de assistir telenovelas é que por meio delas que as pessoas “podem se ordenar e se organizar sua vivência social segundo o que é permitido na sociedade, ou seja, de acordo o “comportamento social adequado””.

Portanto, na sociedade atual a novela atua como um método de controle social que exerce inconscientemente na mente do receptor. Um exemplo disso são as mulheres influenciadas por uma novela e que mudam sua maneira de vestir e de se portar. Isso ocorre porque a novela é ambientada todos os dias para as pessoas. Os valores embutidos e lançados pelas novelas são o retrato das sociedades contemporâneas.

Muitos têm a sensação de que os meios de comunicação de massa manipulam a opinião pública, fazendo com que somente assimile o que é transmitido. O conceito não está totalmente errado, porém não é único. O método utilizado pela Indústria Cultural é justamente refletir as normas sociais. E em muitas vezes, atuam como forças conservadoras. Quando uma novela expõe um personagem homossexual diante do público, de alguma maneira alguém está sendo testado de acordo com as normas e práticas sociais. E na maioria das vezes são reprovados pelo público, pois tal

---

<sup>14</sup> FILHO, Ciro Marcondes. *Televisão – A vida pelo vídeo*. São Paulo. 12 ed. Moderna, 1988

<sup>15</sup> FILHO, Ciro Marcondes, Ibit, p. 45.

comportamento não condiz com o que é passado e reproduzido diariamente. A imagem do homossexual no Brasil não é transmitida de maneira informativa na novela, e sim na forma de espetáculo. O que se passa diante disso é que as novelas retratam a realidade, e o papel da Indústria Cultural é o de orientar as percepções e comportamentos por meio das práticas desenvolvidas diariamente.

### 3 LINGUAGEM E DISCURSO

O início da linguagem no mundo começou com a necessidade de se dizer algo. Quando surgiu, nas sociedades mais primitivas, o desenho foi uma das formas de passar algum conteúdo a ser interpretado. Com a evolução das sociedades, a linguagem foi aprimorada e reinventada. A pintura, a fotografia, a televisão, o rádio, o cinema e vários outros meios de comunicação têm seus processos relacionados à linguagem.

A linguagem escrita, a linguagem oral e a visual são as mais utilizadas nas sociedades contemporâneas.

A televisão explora dois tipos de linguagem em todas suas programações: a visual e a verbal. Por meio dessas duas linguagens, a televisão utiliza-se de processos contemporâneos para que haja uma comunicação direta com o público: a imagem e o discurso. Esses dois elementos estão inteiramente relacionados, a imagem produz o discurso a ser desenvolvido. Se separarmos os dois, a imagem é a sustentação (meio/recurso) e o discurso o efeito.

*A linguagem ocupou uma posição única no aprendizado humano. Tem funcionamento como meio de armazenar e transmitir informações, veículo de intercâmbio de idéias e meio para que a mente humana seja capaz de conceituar. (Donis. A. Dondis: 1997:14)*

#### 3.0.1 IMAGEM

O <sup>16</sup>processo de significação da imagem é restrita a duas vertentes principais: a que toma a imagem da mesma forma como um signo lingüístico (representação visual), discutindo as questões relativas à arbitrariedade, à imitação, à referencialidade. Ou o que toma a imagem nos traços específicos que a caracterizam, tais como extensão e distância, profundidade, verticalidade, estabilidade, ilimitabilidade, cor, sombra, textura e etc. A televisão utiliza a forma da imagem para pode representar a realidade.

---

<sup>16</sup> SANTAELLA, Lucia e NOTH, Winfried. *Imagem – Cognição, Semiótica, mídia*. Ed Iluminuras LTDA, 1997

Vivemos em uma sociedade onde a informação e cultura têm um tratamento predominantemente visual, e a televisão faz parte desse universo. Existem características que nos permitem saber como pensar sobre uma imagem, e uma delas é o grau de *Iconicidade* do objeto.

<sup>17</sup>*Iconicidade*, segundo a Semiótica periana, é a característica de um signo que tenha alguma relação de semelhança entre a representação e o objeto. Uma imagem é mais icônica que outra na medida em que tem mais propriedades comuns com o esquema perceptivo do próprio objeto. À medida que a imagem deixa-se parecer com o objeto representado dificulta-se à sua decodificação, ou seja, seu entendimento.

A televisão utiliza-se do recurso de multimodalidade (vários recursos de linguagem). Dentre esses recursos a linguagem visual é a mais utilizada, pois esta em constante movimento. A partir do momento que vejo a novela, e ela transparece a ilusão de real, a imagem exibida nesse momento é icônica. A <sup>18</sup>*Iconicidade*, para Análise do Discurso é um efeito de sentido construído por técnicas de representação. Quando as pessoas assistem uma novela o sentimento de identificação com a realidade por meio da imagem se torna intrínseco. Fica subtendido que a imagem na televisão é um processo icônico quando há uma relação entre imagem e a representação do discurso no cotidiano.

### 3.0.2 DISCURSO

O <sup>19</sup>discurso é o efeito das práticas sociais determinadas pelo contexto sócio-histórico cultural de uma sociedade. Isso ocorre, porque os veículos de comunicação de massa pertencem ao sistema. Logo, não podem ultrapassar as propostas ideológicas permitidas pela Indústria Cultural (a de massificação da sociedade). Uma vez que na televisão tudo é consumido – comportamentos, moda, política, o discurso precisa ser perpetuado e silenciado diante de alguns temas alheios a sociedade. O mercado dita o comportamento, e a televisão o reflete. Nem sempre tudo que é pensado é logo posto em prática. O sistema cria meios para que alguns discursos sejam silenciados. Pois, o

---

<sup>17</sup> SANTAELLA, Lucia e NOTH, Winfried, OP cit

<sup>18</sup> PINTO, Milton José. Ibid. p. 33.

<sup>19</sup> PINTO, Milton José. Ibid. p. 15.

que não é consoante com a realidade da televisão e do discurso imposto não é aceito segundo os interesses da Indústria Cultural.

No âmbito da Análise do Discurso (escola francesa), Orlandi (1989) observa que a noção de silêncio não pode ser confundida com o implícito. Ao contrário do implícito (não-dito), que significa por referência ao que foi dito, o silêncio não precisa ser referido ao dizer para significar. O silêncio significa, não fala. Nesse sentido, a autora reafirma que a matéria significante do silêncio é diferente daquela da linguagem verbal. E, ao promover, assim, o decentramento da linguagem verbal, abre à discussão as diferentes formas do silêncio no processo de significação.

Com a imagem não é diferente, há imagens que não estão visíveis, porém sugeridas, a partir de um jogo de imagens previamente oferecidas pelos veículos de comunicação de massa. Outras são apagadas, silenciadas dando lugar a um caminho aberto à significação, à interpretação. Na televisão à interpretação se deve a combinatória de várias linguagens (multimodalidade).

### 3.1 RECEPÇÃO

A recepção é um processo de investigação inconsciente que não só que as novelas transmitem, mas todos os seres humanos estão sujeitos a estímulos devido ao um ato produzido. Ao assistir a televisão, os telespectadores produzem emoções (estímulos) para que se possa entender o que está sendo passado, e de alguma maneira, que a mente consciente consiga decodificar a mensagem. Quando o receptor decodifica a mensagem, a opinião sobre aquele determinado assunto pode ser entendido. No campo da comunicação visual é analisado áreas autônomas como a produção, a mensagem, o meio de comunicação e a audiência para que se tenha uma boa recepção nos telespectadores.

*A mediação no processo de recepção de telenovela deve ser entendida como processo estruturante que configura e reconfigura tanto na interação dos membros da audiência como os meios, como a criação por parte deles dos sentidos dessa interação. (Maria Immacolata Vassallo de Lopes; Sílvia Helena Simões Borelli, Vera da Rocha Resende: 2002: 40)*

A relação receptores-televisão é necessariamente mediatizada porque não é unicamente unilateral, pois o público precisa necessariamente aprovar o que está assistindo.<sup>20</sup> A televisão trabalha a linguagem de maneira precisa e calculada. Nem tudo é transmitido e nem tudo é explicitamente dito. O fluxo de informações também é peneirado de maneira cautelosa. O que pode ser verificado é que os veículos de comunicação de massa são uma rede de idéias, onde somente aquilo que deva ser dito, possa ser mostrado.

Por sempre querer demonstrar o que é real, a televisão fornece ao receptor a mensagem desejada. Com as novelas acontecem exatamente isso, pois são produtos de informações da Indústria Cultural. E o desejo de retratar a realidade é preciso e mediado, em consequência, a imagem é customizada para poder se tornar um ícone (representação da realidade).

O que se pode observar na televisão é a possibilidade de lidar com várias linguagens, e a principal delas é a visual. A imagem em movimento na televisão transpõe a sensação de real. Portanto, essa é a percepção de sentido que as novelas trazem, a ilusão do real.

---

20 SOUSA, Mauro Wilton de (org). *Sujeito, o lado oculto do receptor*. São Paulo. Brasiliense, 1995

## 4.0 ANÁLISE DA TELENOVELA AMÉRICA

A telenovela *América* foi exibida pela *Rede Globo de Televisão* de 22 fevereiro de 2005, com aproximadamente 10 meses ininterruptos de gravações, até 4 novembro. No mesmo ano, a *Rede Globo de Televisão* comemorou 40 anos no mercado brasileiro, e uma mega produção era prometida em sua pré-estréia. Ficou com a responsabilidade de escrever o enredo das histórias a autora Gloria Perez, que tratou sobre questões ligadas à imigração de brasileiros aos Estados Unidos e a vida no sertão, aqui no Brasil. Na novela a autora abordou temas como o preconceito contra os cegos, e pela primeira vez na televisão brasileira, o caso de um homossexual adolescente em conflito com os seus sentimentos afetivos.

Um dos temas mais abrangentes e polêmicos apresentados em *América*, e referente ao estudo da presente monografia, foi o personagem Júnior (Bruno Gagliasso) no descobrimento da sua homossexualidade e de sua paixão pelo peão Zeca (Erom Cordeiro). O que o seguinte estudo pretende desenvolver no âmbito da Análise do Discurso (escola francesa) é o fato da especulação do que seria o primeiro “beijo gay” representado pela televisão brasileira. Vários movimentos GLSBT (Gays, Lésbicas, Simpatizantes, Bissexuais e Transgêneros) eram a favor do beijo. Porém, o que se constatou foi uma tentativa frustrante de inserir o beijo homossexual nas práticas e normas sociais de uma telenovela no último capítulo.

No decorrer de *América*, a história de Júnior começa com a crise de seus sentimentos afetivos acerca da sua sexualidade. Isso foi bastante evidenciado por seus gostos e estereótipos construídos diferentemente dos personagens heterossexuais masculinos. A opção sexual de Júnior, segundo a autora Glória Perez, era eminentemente demonstrada desde do início do folhetim.

*Júnior é gay sim. Mas no decorrer da novela isso vai sendo mostrado com calma. Ele vai sofrer muito no começo, e claro, ele é especial para mim. (Entrevista com a autora, Glória Perez, no jornal O Globo: 28/02/2005)*

Em um determinado momento Júnior se vê em dúvida, e se apaixona pelo peão (Zeca), que em consequência disso assume o relacionamento perante a família e para o espectador que assiste periodicamente à novela. Veículos de comunicação especializados no assunto – jornais, internet, rádio, televisão - começam a abordar mais o papel que Júnior estaria desempenhando na sociedade. De um outro lado o público brasileiro não sabia se aceitava o fato de assistir e acompanhar dois personagens gays ou se vetava a novela com os valores morais pré-estabelecidos.

O papel da televisão é posto em jogo, e a pergunta seria qual a reação do novo perante os olhos do público. Que desde o início da televisão brasileira, se defrontava com histórias de heterossexuais, desenvolvidas através de uma percepção homogênia dos fatos sociais. Para o público já está acostumado a assistir histórias cotidianas, nas novelas, o fato de acompanhar dois personagens homossexuais seria uma transformação por meio da convenção já estipulada pela Indústria Cultural. Modificar esse contexto já pré-estabelecido não vai ao encontro do normal. A especulação do “beijo gay” no último capítulo mobiliza esse contexto apresentado.

*Gloria Perez está fazendo o Júnior de uma forma linda. Os personagens homossexuais geralmente são muito estereotipados, mas isso não acontece com o Júnior. O que está sendo mostrado não é o amor de um homem por outro homem. É um homem com sua família, seus vizinhos, seus talentos, seus medos, sua vida. Um homem se descobrindo, se conhecendo, e depois tentando se aceitar. É o universo interior de um homem, seus sentimentos, não os seus atos. Uma das minhas intenções com esse papel é chamar atenção para a diversidade que existe no universo gay, mostrar que há muito mais que os estereótipos. De qualquer modo, eu continuo estudando o assunto. Até porque sempre gostei de estudar, de maneira geral. Mas agora já não é uma questão de preparar o personagem, porque ele já existe. O que rola é uma cumplicidade minha com o Júnior, um comprometimento com ele, um interesse por tudo que lhe diga respeito. (Entrevista com o ator Bruno Gagliasso – Globo On Line: <http://america.globo.com/Novela/America/0,,AA984143-4197,00.html>)*

Devido o papel da novela em desenvolver histórias fictícias e entreter a massa, o fato de exhibir uma situação pouco conhecida aos olhos do público causou um certo desconforto. O ponto mais abordado entre o público e a mídia sem dúvida era o final de Júnior e Zeca. A mídia explorava um possível beijo, pois jamais a novela brasileira

mostrou evidentemente um beijo homossexual. A autora afirmou em vários outros veículos, a necessidade de um final condizente com a realidade de Júnior, dizendo que seria a favor do beijo. A imagem do “beijo gay” era o ponto da especulação e consumo para a mídia e público

*Neste domingo, a autora Glória Perez afirmou que se depender do público o último capítulo de América, que vai ao ar na próxima sexta-feira, terá um beijo gay. "Em todos os sites que estão fazendo pesquisa, os pedidos pelo beijo ganham disparado. Eu recebo uma quantidade imensa de e-mails pedindo que o beijo aconteça", disse, em entrevista ao programa Fantástico deste domingo. (Terra; 31/10/2005 <http://exclusivo.terra.com.br/interna/0,,O1733262-E13967,00.html>)*

#### 4.1 BEIJO GAY: IMAGEM EXPLORADA

O discurso acerca da homossexualidade é bastante complexo, quando envolve os valores culturais já inseridos nas sociedades e nos meios de comunicação de massa. A novela *América* criou uma expectativa entre os grupos homossexuais por um reconhecimento digno em relação a seus direitos invisíveis. O tema apresentado pelos grupos homossexuais é uma afirmação da igualdade de seus direitos e o reconhecimento pleno de uma minoria. A novela, como um produto da Indústria Cultural, legitima esse comportamento e aprofunda questões como à diversidade humana.

O que envolve o suposto primeiro “beijo gay” na televisão brasileira não seria somente uma imagem exposta na televisão, mas uma atitude afirmativa de equalizar as mensagens exibidas pela televisão. No momento que somente o discurso heterossexual é reconhecido como o único, o “beijo gay” reformula esse conceito e reflete o que seria a realidade brasileira: “Existem homossexuais que se relacionam no Brasil”. Essa máxima “construída” é o que “beijo gay” estimula nos meios de comunicação para o público.

Segundo o antropólogo Cássio dos Reis (2000), o beijo, para a ciência social, é um tipo de carícia primária, no mais primitivo dos sentidos humanos. Quando o bebê está sendo formado no útero da mãe, a capacidade de reagir a toques aparece muito antes dos olhos percebem a luz, ou ainda que os ouvidos possam reagir aos sons.

Pegar o bebê no colo, beijá-lo, sentindo o tato e o sabor de sua pele, não é apenas uma primeira forma de comunicação e interação entre as pessoas, mas principalmente o início do desenvolvimento das relações interpessoais.

*O beijo aparece constantemente nesta troca de experiência e de acariciamento, trazendo uma sensação de bem estar, tanto para quem dá, quando para quem recebe. Daí inicia nossa trajetória afetiva, o beijo passando a ocupar um lugar de destaque em nossa vida e em nossos comprometimentos afetivo-sexuais. A estimulação sentida pelas carícias e pelo beijo, são mais do que técnica para um possível relacionamento sexual, é a introdução da introdução, dos recursos eróticos que desde muito cedo aprendemos a explorar. (Cássio dos Reis – 2000: 15)*

O personagem Júnior, ao beijar seu companheiro, estaria desenvolvendo a sua primeira comunicação afetiva, ou seja, o beijo em si é algo natural a todos, ele advém desde que começamos a viver.

O problema é quando esse beijo é espetacularizado na forma de “beijo gay”. A percepção que se tem é de um discurso mercadológico. Na televisão tudo é fantasioso, imaginário, porém às vezes pode-se contradizer com os fatos reais. E a proposta em *América* é justificar uma realidade brasileira ao contar a história de imigrantes brasileiros no exterior, ou seja, novela é contada conforme a atualidade dos fatos.

Na proposta da Análise do Discurso (escola francesa), o discurso sustentado seria o explorar o máximo o “beijo gay”, mas manter no final aquilo que já vem sendo silenciado. O silêncio da imagem do beijo prova que os veículos de comunicação de massa mantem o discurso heterossexual em vigor e abordam a temática homossexual e seus fatores na teoria, porém excluem na prática como uma afronta à normalidade.

Explorar ao máximo o “beijo gay” é uma tática de consumo desenvolvida pelos meios de comunicação de massa, no caso a *Rede Globo de Televisão*. A censura do beijo ficou implícita, a partir do momento que foi gravada a cena para o último capítulo, porém não mostrada. O que se viu foi um singelo olho no olho dos dois personagens no final.

O veto no último capítulo pode ter ocorrido por vários motivos internos da própria emissora, a *Rede Globo de Televisão*, mas os valores que o “beijo gay” acarreta foram espetacularizados por um discurso de incluir, excluindo no final, conforme o conceito desenvolvido no capítulo sobre Homossexualidade.

O “beijo gay” esperado no último capítulo foi frustrado, pois essa comunicação interpessoal poderia ter se desenvolvido cotidianamente na novela. Se de fato o público tivesse visto um “beijo gay” no começo da novela, ele poderia ter tido um percurso normal sem a espetacularização da mídia.

O fato da mídia e a *Rede Globo de Televisão* esperarem até o último capítulo para mostrar o “beijo gay”, causou uma comoção de *marketing*, evidenciando o distanciamento com o comum. A questão da *Iconicidade* desenvolvida no capítulo Discurso e Linguagem pode evidenciar que o “beijo gay” deveria ser representado de maneira comum. Quando as diversas mídias questionam se no final da novela haverá um “beijo gay”, isso cria a sensação de supervalorização da imagem como um produto a ser vendido no último capítulo.

A novela *América* é um exemplo de como os meios de comunicação de massa não estão preparados a desenvolver um discurso imparcial. A valorização da imagem, o discurso silenciado são alguns estigmas legitimados para uma cultura de consumo, expostos às práticas midiáticas.

## 4.2 CENSURA E REPERCURSSÃO

Segundo informações da imprensa, da autora e dos atores envolvidos, houve um beijo gravado. Ele foi explícito e estudado para que as câmeras explorassem seus melhores ângulos. O beijo foi escrito para ser exibido no último capítulo, em decorrência da especulação sobre o assunto, e também de um desejo pessoal da autora. Ele seria mostrado no final com o objetivo de elevar a audiência e finalizar o desfecho dos personagens.

*O ator Bruno Gagliasso, 23, chorou ao saber do corte da cena do beijo entre o seu personagem Junior e o peão Zeca (Erom Cordeiro), relatam sites de fofocas. A cena havia sido gravada, mas a Globo não exibiu no último capítulo da novela "América" na sexta-feira e reprisado neste sábado. O galã gravou a cena do beijo sete vezes, na última segunda-feira, no Projac (Rio). No capítulo exibido pela Globo, o beijo é apenas insinuado, com olhares e os rostos próximos. Nem um "selinho" foi mostrado. Na gravação original, os lábios dos dois atores se tocavam, evoluindo para um beijo apaixonado, mas num estilo "contido" (sem língua), nada parecido com tantos "calientes" já protagonizados por*

*casais héteros na teledramaturgia - nem com o que o "Carreirinha" Matheus Nachtergaele deu em Gagliasso numa recente festa da vida real. A censura provocou revolta no meio homossexual. Na Globo, ninguém assume a culpa pelo corte da cena. Glória Perez, autora da novela, responsabiliza a cúpula da emissora pelo veto. "Eu e o Marcos [Schechtman, diretor da novela] tivemos duas reuniões com a cúpula e defendemos a cena até o final. Não sou maluca, divulguei que o beijo ia sair. Está na hora de ser mostrado. O beijo tinha aceitação. Não vou carregar isso. É injusto", disse Glória em entrevista publicada na edição da Folha de S. Paulo deste domingo. (Folha On Line: 06/11/2005 - <http://www1.folha.uol.com.br/folha/ilustrada/ult90u54954.shtml>)*

O objetivo da Indústria Cultural é ditar o consumo de massa. A imagem é a principal recurso utilizado. No cinema o "beijo gay" poderia ter sido mostrado, na mídia impressa, seria motivo de informação caso fosse abordado. Porém, o discurso televisivo é exibido para grandes massas e de alguma forma é influenciado por pequenos grupos sociais que impõem um comportamento único como em relação à religião e o Estado. Esses grupos são citados, pois a imagem do homossexual é criticada e não reconhecida pelos mesmos.

No caso da novela *América*, é explícito que a censura partiu da emissora, uma vez que a liberdade de expressão da autora foi vetada. Houve uma repercussão por parte da mídia impressa e dos grupos homossexuais, que de alguma forma pressionou que a emissora se explicasse sobre o assunto. Segundo a *Rede Globo de Televisão*, não existiu censura, mas uma indicação da emissora em transmitir um final condizente com o que foi passado no decorrer da novela. Ao se utilizar da Análise de Discurso (escola francesa) não se pretende no trabalho fazer julgamentos, mas levantar as condições de produção, circulação e consenso dos discursos, enfim de analisar o fator evidente durante a exibição do último capítulo.

*Na novela América, a Globo desistiu do beijo gay na última hora. Mas a MTV vai compensar sete vezes a falta de ousadia da outra emissora. No próximo dia 15, haverá uma versão gay do Beija sapo, de Daniella Cicarelli. No programa, já gravado, há sete beijos entre adolescentes do mesmo sexo: um príncipe beija três "sapos"; na platéia, três "pererecas" - como são as garotas chamadas pela apresentadora - ganham beijos de outras meninas. (No mínimo: 24/08/2006 - <http://olhaso.nominimo.com.br/?p=231>)*

*Cerca de 300 gays e lésbicas estenderam bandeiras gigantes com as cores do arco-íris em frente ao Congresso Nacional. Eles participam do 12º Encontro de Gays, Lésbicas e Transgêneros, que vai de hoje (8) até sexta-feira (11) na Câmara dos Deputados. Os manifestantes pedem o fim do preconceito e a legalização do casamento homossexual. Além de estender as bandeiras, os homossexuais trocam beijos apaixonados no gramado do Congresso. Um dos coordenadores do movimento, Marcos Paulo, diz que a manifestação – que ganhou o apelido de "beijaço" – é uma forma de protesto pelo fato de a novela América, da Rede Globo, não ter transmitido o beijo entre dois personagens homossexuais que tinham destaque em sua trama. (Informe Sergipe – SE: 08/11/2005)*

*O "beijaço" reuniu cerca de 300 manifestantes, de várias partes do Brasil, no gramado em frente ao Congresso Nacional. O protesto é contra a censura da Rede Globo, que vetou o beijo entre os personagens Júnior e Zeca no último capítulo da novela América. "Já que a novela não mostrou, os homossexuais reais vão mostrar o beijo aqui em frente ao Congresso", disse Leandro Oliveira, da ONG Estruturação. "Queremos trazer à tona o que não foi veiculado pela TV brasileira" - disse Marcelo Nascimento, presidente da ABGLT (Associação Brasileira de Gays, Lésbicas e Transgêneros). (AGLT - Associação Goiana de Gays, Lésbicas e Travestis - Cultura: <http://www.aglt.org.br/00cultura4.htm>)*

#### **4.4 DECLARAÇÃO OFICIAL DA TV GLOBO**

Após a repercussão do veto do "beijo gay" na novela América, a assessoria de imprensa da Rede Globo de Televisão divulgou nota oficial, no dia 8/11/2005, para esclarecer à mídia sobre a decisão da emissora em retirar o beijo no final da novela.

*A TV Globo se orgulha por ter sido pioneira e por ser ainda a única emissora a se utilizar da sua teledramaturgia para, sistematicamente, tratar de questões relevantes da realidade da nossa sociedade. E, neste campo, não temos tabus, tratando de temas sem restrições, podendo citar, como exemplos, racismo, prostituição e até reforma agrária. O tema homossexualismo chega a ser recorrente, constou seguidamente das três últimas novelas das oito, tendo sempre com premissa a crítica à homofobia. Temos certeza de que fomos bem sucedidos em todos esses exemplos. No que se refere ao beijo entre dois personagens do mesmo sexo, no capítulo final de América, a direção da emissora, antes de qualquer gravação, recomendou à autora e à direção da novela para que a cena fosse escrita com as mesmas sutileza e delicadeza com que o assunto foi tratado durante a novela. Foram apresentadas gravações com diferentes formatos, que permitiam entender, com mais ou menos intensidade, que estaria ocorrendo um beijo. A direção da TV Globo, ainda sim, determinou uma mudança na versão escolhida, optando pela abordagem que julgou mais apropriada para exibição numa novela das*

*oito. Com a certeza de que em nada prejudicou a mensagem geral que a autora passou sobre o tem". (Rede Globo de Televisão:8/11/2005)*

Como afirma Lopes, Borelli e Resende (2002, p. 12-13): A telenovela representa um repertório de representações identitárias compartilhado por produtores e consumidores, construído no Brasil ao longo de 35 anos, e, por meio dela é possível estudar a recepção não um momento em si, mas uma perspectiva a partir da qual se pode estudar todo o processo de comunicação, a partir da qual a vertente latino-americana das mediações aparece explicitamente ligada ao reposicionamento que o estudo sobre as culturas populares produz no campo da comunicação.

## 5 CONCLUSÃO

O tema que foi desenvolvido para a conclusão do trabalho sobre o veto do beijo homossexual na telenovela *América*, veio com a finalidade de evidenciar os fatos relacionados acerca do primeiro “beijo gay” gravado para ir ao ar no último capítulo e posteriormente censurado. O discurso silenciado e escamoteado pela *Rede Globo de Televisão* induz o que já é conferido conforme às análises postuladas acerca do assunto.

Conforme observado, de acordo com a Análise do Discurso, a mídia reafirma sua posição conservadora quando censurou a imagem do beijo dos homossexuais na telenovela *América*. Trata-se dos direitos de uma classe cujo gênero é silenciado pela sociedade e mantido pelos meios de comunicação, em especial a televisão. O papel da Indústria Cultural é entreter e influenciar a percepção dos fatos e modos do interesse público.

A novela cria no imaginário das pessoas uma fantasia e destaca, na maioria de seus personagens heterossexuais, um comportamento único e homogêneo. Diferentemente, quando se trata dos personagens homossexuais, o que se vê é uma censura explícita, no que diz respeito ao um papel representado por dois jovens *gays* do interior do Brasil que assumam publicamente sua orientação sexual. É muito comum ver na televisão homossexuais em programas de auditório ou programas humorísticos que trazem a temática gay sempre do ponto de vista da comicidade, reforçando o imaginário de que o homossexual é uma pessoa em situação inferior a dos demais heterossexuais.

O papel representado pelos dois jovens na novela *América*, pode ter influenciado na conduta ética da emissora de televisão em avaliar o que deve ser vetado ou não. O fato de abrir espaço na mídia para essa temática faz com que se legitime a convenção de que ser ético é ser heterossexual, afinal os beijos são cenas repetitivas para os demais personagens. O que circula no imaginário das pessoas, e reforçado pela novela, a não exibir o beijo.

Outro ponto destacado é a forma que a televisão trata o que seria o primeiro “beijo gay”, como uma forma de estereótipo, aos demais beijos realizados. A mídia

imprensa sem dúvida o reforçou como um beijo fora do normal, criando para o final da novela um suspense frustrado, onde as maiores das vítimas foram as classes homossexuais representadas ali no individual-coletivo das pessoas. A forma como o beijo foi construído pela grande mídia tem um viés publicitário, tornando e legitimando os poucos diretos do movimento. Se o papel da novela é criar histórias no imaginário popular, ela se detém em casos cotidianos e tão reais? Portanto, observa-se que se o beijo entre os dois personagens homossexuais viesse a acontecer desde o começo da novela, a aceitação seria melhor por parte dos telespectadores e a mensagem visual não chocaria e não provocaria tantas polêmicas com os outros veículos de comunicação e da própria *Rede Globo de Televisão*. Com isso, mais uma vez, podemos observar que o papel da televisão de entreter foi de o manusear a opinião pública acerca de um assunto importante que é o respeito à diversidade humana.

A censura interna que partiu da emissora só retrata como a ética e o compromisso com o interesse público são deixados de lado. O beijo foi gravado e ali ficou implícito o veto da *Rede Globo de Televisão*, o público ficou frustrado por tal atitude. E o que foi mostrado naquele momento é que a liberdade de imprensa ainda é um ponto utópico e moralmente validada. Os comunicadores sociais, aqueles com de responsabilidade na formação de opinião e na construção de valores, precisam ter consciência daquilo que estão fazendo. É necessário refletir sobre aquilo que se quer colocar no ar e pensar no ponto de vista de quem aparece e de quem está do outro lado da tela recebendo aquele tipo de informação. Da mesma forma que legitima e reproduz os valores já postos na sociedade, a transmissão da informação pode, pelos mesmos caminhos, propor a construção de novos valores estimulando a desconstrução dos estereótipos e proporcionando a diminuição do preconceito e da discriminação. Uma outra comunicação é possível, independente do assunto abordado.

## 6 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ADORNO, Theodor & HORKHEIMER, M. In: *A indústria cultural: o esclarecimento como mistificação das massas*, Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1985;

Agência de notícias - GLBTS (Gays, Lésbicas, Bissexuais, Transgêneros, Simpatizantes) -

JORNAL FLORIPA2. Disponível em

< [http://www.jornalfloripa.com.br/agenciagls/paginas\\_navegar-](http://www.jornalfloripa.com.br/agenciagls/paginas_navegar-)

[www.agenciagls.jornalfloripa.com.br/vien.asp?NewsID=441](http://www.agenciagls.jornalfloripa.com.br/vien.asp?NewsID=441)> Acesso em 6. jun. 2006

Artigo. Brokeback Mountain é Aqui. Uma matéria do jornalista Léo Mendes.

ARBEX, José. *O poder da TV*. São Paulo, Scipione, 1995.

CAMPEDELLI, Samira Youssef. *A telenovela*. São Paulo, 2 ed, Ática, 1987.

MELO, José Marques de. *As telenovelas da Globo – Produção e Exportação*. São Paulo.

Summus, 1988.

DONDIS, Donis A. *Sintaxe da linguagem visual*. [Tradução Jefferson Luiz Camargo] 2 ed. São Paulo, 1997

FILHO, Ciro Marcondes. *Televisão – A vida pelo vídeo*. São Paulo. 12 ed. Moderna, 1988

Folha On Line. Glória Perez vetou beijo gay, diz Globo. Disponível em <

<http://www1.folha.uol.com.br/folha/ilustrada/ult90u54945.shtml>> Acesso em 10. jun. 2006-10-02

FOUCAULT, Michael. *História da Sexualidade, 1: A vontade de saber*. [Tradução de Maria

Thereza da Costa Albuquerque e revisão de J.A.Guihon Albuquerque]. Rio de Janeiro. Graal, 1984.

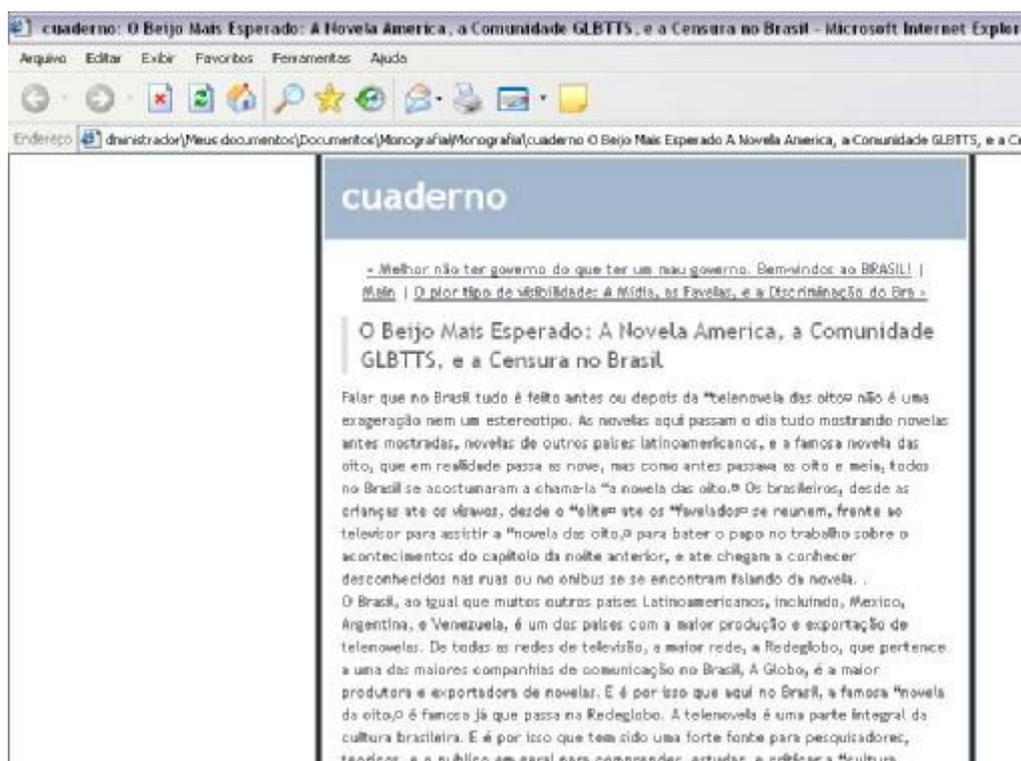
FRY, Peter e MACRAE, Edward. *O que é homossexualidade*. São Paulo: Editora Brasiliense, 1983

Gênero – Revista do Núcleo Transdisciplinar de Estudos de Gênero da Universidade Federal Fluminense (UFF). V.4, N 1. (1 sem. 2000). Rio de Janeiro, 2000

- Globo.com. Entrevista com o ator Bruno Gagliasso. Disponível em <  
<http://america.globo.com/Novela/America/Personagem/0,,PS132-4201,00.html#>> Acesso 6. jun.  
2006
- Globo.com. Entrevista com a autora Glória Perez. Disponível em <  
<http://america.globo.com/Novela/America/0,,AA1060790-4190,00.html>> Acesso 6. jun. 2006
- Globo.com. Declaração oficial da Rede Globo de Televisão<  
<http://america.globo.com/Novela/America/0,,A124165487.html>> Acesso 6. jun. 2006
- LOPES, Maria Immacolata Vassallo de. BORELLI, Simone Helena Simões. RESENDE, Vera da Rocha Resende. *Vivendo com a telenovela: mediações, recepção, reteleficionalidade*. São Paulo. Summus, 2002.
- MATTERLART, Michele e MATTERLART, Armand. *O carnaval das imagens: a ficção da TV*. 2 ed. São Paulo. Brasiliense, 1998.
- MOTTER, Maria Loudes. *A construção do cotidiano na telenovela*. São Paulo: Alexa Cultural, 2003.
- SANTAELLA, Lucia e NOTH, Winfried. *Imagem – Cognição, Semiótica, mídia*. Ed Iluminuras LTDA, 1997.
- SANTOS, Jair Ferreira dos. *O que é pós-modernismo*. Ed Brasiliense, 1987
- SOUSA, Mauro Wilton de (org). *Sujeito, o lado oculto do receptor*. [Tradução e transcrição de Sílvia Cristina Dotta e Kiel Pimenta]. São Paulo. Brasiliense, 1995
- TREVISAN, João Silvério. *Devassos no Paraíso: a homossexualidade no Brasil, da colônia à atualidade*. 3 ed. Rio de Janeiro: Record, 2000
- TÁVOLA, Artur da. *A telenovela brasileira : história, análise e conteúdo*. São Paulo. Globo, 1996.
- ORLANDI, Eni Puccinelli. *As Formas do Silêncio: No movimento dos sentidos*. 2 ed. São Paulo: Hacker Editores, 2002.

ORTIZ, Renato. BORELLI, Sílvia Helena Simões. RAMOS, José Mário Ortiz. *Telenovela: História e Produção*. São Paulo. 2 ed. Brasiliense, 1991.

## ANEXOS



Anexo A: Repercussão sobre o veto do beijo homossexual na telenovela América.



Anexo B: Jornais de mídia impressa noticiam o veto e a ira dos grupos homossexuais.

Observatório da Imprensa – Microsoft Internet Explorer - [Trabalhando off-line]

Arquivo Editar Exibir Favoritas Ferramentas Ajuda

Endereço C:\Documents and Settings\Administrador\Meus documentos\Documentos\Monografia\Monografia\Observatório da Imprensa.htm

## Tv em Questão

Início > Seções > Tv em Questão

### AMÉRICA, O FINAL

## Globo frustra público e nem justifica a censura

Por Alexandra Martins Costa em 7/11/2005

Esta análise da notícia fez parte de um exercício da matéria Ética e Legislação no Jornalismo, para mostrar de que forma os meios de comunicação trataram o suposto beijo de Júnior (Bruno Gagliasso) com Zeca (Erom Cordeiro) no capítulo final da novela *América*.

Análise da notícia:

A partir do dia 27/10, domingo, faltando oito dias para o fim da novela *América*, começou a vazar a notícia de que haveria o primeiro beijo entre pessoas do mesmo sexo numa novela brasileira. O fato foi muito repercutido na mídia do exterior.

A revista de fofoca *Contigo!*, da editora Abril, confirmou o beijo gay em entrevista com o ator Erom Cordeiro, o Zeca de *América*. A jornalista Fernanda Laskier escreveu "Ator se prepara para dar primeiro beijo homossexual masculino das novelas brasileiras na pele do peço Zeca, a nova paixão de Júnior". Na mesma semana, em 30/10, a jornalista Marina Caruso, na revista *Ístoé*, da Editora Três, chamou atenção na matéria "Indulgência azul" para o fato de "Máscaras astutas".

Alexandra M.  
Estudante de 3o  
Ano de Jornalismo  
Brasil

Outros artigos

AMÉRICA, O FIN  
O Beijo. A jornalista  
Marcelo Sales  
8/11/2005

AMÉRICA, O FIN  
Globo frustra pú  
blica a censur  
Alexandra Mart  
8/11/2005

BAIDARIA NA TV  
Justica suspende  
João Kleber  
8/11/2005

**Anexo C:** Observatório de imprensa crítica censura imposta pela Rede Globo de Televisão para o final de *América*.



**Anexo D:** Imagem exibida no final de *América*, entre os personagens Júnior e Zeca.