



O MOVIMENTO LGBT E A MÍDIA: UMA DISCUSSÃO SOBRE O PAPEL DA *GAY AND LESBIAN ALLIANCE AGAINST DEFAMATION* (GLAAD) NA MÍDIA DOS EUA

Luiz Henrique Coletto¹

Resumo: neste artigo discuto o papel que a *Gay and Lesbian Alliance Against Defamation* (GLAAD) ocupa no competitivo cenário das organizações LGBT dos Estados Unidos e como, em decorrência deste próprio cenário e da história do país, ela é hoje uma corporação cujas estratégias passam por amplo foco em captação de recursos, gestão eficiente e relação constante com altos executivos das principais emissoras, sites e jornais do país. Ao fazer esta análise, também recorro a alguns apontamentos acerca do Brasil – especificamente em relação ao binômio *movimento LGBT – mídia*, que é o pertinente a esta pesquisa – como modo de estabelecer um primeiro diálogo entre estes dois contextos geoculturais específicos e distintos.

Palavras-chave: GLAAD; movimento LGBT; *media advocacy*; observação participante.

Este artigo é parte da pesquisa de mestrado intitulada *O movimento LGBT e a mídia: tensões e disputas pela representação no Brasil e nos Estados Unidos*, cujo trabalho de campo divide-se em dois grandes conjuntos: observação participante e entrevistas em profundidade feitas em Los Angeles, Califórnia (EUA) e entrevistas em profundidade realizadas no Brasil². Além destas técnicas, pesquisa de acervo, coleta de materiais e análise de documentos diversos também compõem a pesquisa. Neste artigo em específico, são discutidos os dados³ colhidos em campo no escritório da *Gay and Lesbian Alliance Against Defamation* (GLAAD)⁴, organização sem fins lucrativos que monitora a mídia dos Estados Unidos em relação à representação da população LGBT.

¹ Bacharel em Jornalismo e mestrando no Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura da Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ). É bolsista CAPES. E-mail: luiz.media@gmail.com.

² Esta etapa do trabalho de campo ainda está em execução (junho 2012).

³ Como esta etapa encerrou-se no final de abril de 2012, e logo comecei a pesquisa no Brasil, não fazem parte deste artigo a análise das entrevistas em profundidade (16 gravadas) realizadas em Los Angeles, uma vez que estão todas em inglês e a transcrição delas ainda não pode ser feita.

⁴ Aliança Gay e Lésbica Contra a Difamação. Embora a organização atue em prol de toda a população LGBTIQ, a tradução que me foi indicada por um dos entrevistados era a de manter “aliança gay e lésbica” ao invés de LGBT. Utilizarei GLAAD no texto.

A observação participante e as entrevistas foram realizadas no período de dois meses no escritório de Los Angeles do grupo.

Aqui discuto qual o papel e o espaço que GLAAD ocupa no competitivo cenário das organizações LGBT dos Estados Unidos e como, em decorrência deste próprio cenário e da história do país, GLAAD é hoje uma corporação cujas estratégias passam por amplo foco em captação de recursos, gestão eficiente e relação constante com altos executivos das principais emissoras, sites e jornais do país. Ao fazer esta análise, também recorro a alguns apontamentos e discussões breves acerca do Brasil (especificamente em relação ao binômio *movimento LGBT – mídia*, que é o pertinente a esta pesquisa) como modo de estabelecer um primeiro diálogo entre estes dois contextos geoculturais específicos e distintos.

Aids, difamação e mídia: o surgimento da GLAAD

Tanto no Brasil como nos Estados Unidos e em vários outros países, a epidemia Hiv/Aids foi responsável, no plano político-social, pela efervescência de organizações de enfrentamento ao estigma oriundo da “peste gay” e ao próprio preconceito contra a população gay e lésbica (ou contra práticas e afetos não heterossexuais), naquele momento ainda mais recrudescida. Num sentido de produção (positividade), o vírus foi responsável pela emergência mais acentuada de organizações LGBT – no Brasil, por bastante tempo referidas dentro do guarda-chuva “Movimento Homossexual Brasileiro” (MHB) – e/ou pelo fortalecimento do movimento em países como os Estados Unidos, cujas organizações já remontavam ao início dos anos 50.⁵ A história de surgimento de

⁵ A formação e história do movimento LGBT não será objeto de discussão neste artigo, cujo enfoque é outro – também porque há vasta literatura sobre o tema. Indico, entretanto, alguma literatura que está presente em minha pesquisa de mestrado. Sobre a história e a formação do movimento LGBT no Brasil e nos Estados Unidos, ver: (i) Brasil: MACRAE, Edward. *A construção da igualdade: identidade sexual e política no Brasil da Abertura*. Campinas: Ed. da Unicamp, 1990. FACCHINI, Regina. *Sopa de letrinhas?: movimento homossexual e produção de identidades coletivas nos anos 90*. Rio de Janeiro: Garamond, 2005. SIMÕES, Julio A.; FACCHINI, Regina. *Na trilha do arco-íris: do movimento homossexual ao LGBT*. 1. ed. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo, 2009. FACCHINI, Regina; FRANÇA, Isadora L. De cores e matizes: sujeitos, conexões e desafios no Movimento LGBT brasileiro. *Sexualidad, Salud y Sociedad - Revista Latinoamericana*, n.3, 2009, pp. 54-81. GREEN, James N. Além do carnaval: a homossexualidade masculina no Brasil do século XX. São Paulo: Ed. UNESP, 2000. (ii) Estados Unidos: D’EMILIO, John. *Sexual Politics, Sexual Communities: the making of a homosexual minority in the United States, 1940-1970*. Chicago: University of Chicago Press, 1983. _____. Cycles of Change, Questions of Strategy: the gay and lesbian movement after fifty years. In: RIMMERMAN, Craig A.; WALD, Kenneth D.; WILCOX, Clyde. (Ed.). *The Politics of Gay Rights*. (The Chicago Series on Sexuality, History, and Society) Chicago: University of Chicago Press, 2000. p.31-53. CHAUNCEY, George. *Gay New York: gender, urban culture, and the making of the gay male world 1890-1940*. New York: Basic Books, 1994. CLENDINEN, Dudley; NAGOURNEY, Adam. *Out for Good: the struggle to build a gay rights movement in America*. New York: Simon & Schuster, 1999. DUBERMAN, Martin. *Stonewall*. New York: Dutton, 1993.

GLAAD em 1985 está profundamente associada à cobertura da imprensa estadunidense acerca da epidemia da Aids em meados dos anos oitenta. Como relatam Davidson e Valentini (1992),

In New York, the *New York Post* took a leading role in sensationalizing Aids. For months, New Yorkers were subjected to a series of screaming headlines [...]. With public hysteria whipped up by the media, proposals for quarantining and tattooing all people with Aids and closing all bars and bathhouses frequented by lesbians and gays were discussed by public officials, and, in some cases, implemented. Responding to these events, and inspired in part by an article in *Christopher Street Magazine* that called for a new approach to gay and lesbian rights through media reform, a small group of New York-based journalists and writers agreed that the lesbian and gay community needed an anti-defamation organization devoted to countering the media's homophobia and promoting accurate and positive coverage of lesbians and gays. They formed GLAAD. When the group called a town meeting to discuss what could be done about the *N.Y. Post* and its headline homophobia, nearly 700 people attended.⁶

Já nos anos seguintes, GLAAD passa a redefinir seu foco de modo mais preciso e começa a tornar-se uma organização cujo papel central é o de *advocacy* junto à mídia hegemônica dos Estados Unidos, o que a torna uma entidade única tanto nos países quanto no resto do mundo.⁷ A maioria dos países em que há um movimento LGBT organizado e desenvolvido não possui uma organização (ONG, OSCIP ou outros modelos) cuja dedicação seja exclusiva à mídia: monitorar seus conteúdos, analisar quanti e qualitativamente as representações feitas da população LGBT, realizar ações de repúdio que envolvem desde boicote até pressão pública, além de buscar coberturas equilibradas e não homo/lesbo/transfóbicas na imprensa.

Nestes quase 27 anos, a organização passou por diversas fases e mudanças, como registram os poucos trabalhos sobre a história de GLAAD: o artigo de Davidson e Valentini publicado em 1992, em que Craig J. Davidson, primeiro Diretor-Executivo

⁶ “Em Nova York, o *New York Post* teve um papel central na sensacionalização da Aids. Durante meses, os nova-iorquinos foram submetidos a uma série de manchetes sensacionalistas [...]. Com a histeria pública instigada pela mídia, propostas de pôr em quarentena e tatuar todas as pessoas com Aids e fechar todos os bares e banheiros públicos frequentados por lésbicas e gays foram discutidas pelas autoridades e, em alguns casos, implementadas. Respondendo a estes eventos e inspirados, em parte, por um artigo na *Christopher Street Magazine* pedindo por uma nova abordagem acerca dos direitos de gays e lésbicas por meio da melhoria da cobertura da mídia, um pequeno grupo de jornalistas e escritores baseados em Nova York concordaram que a comunidade lésbica e gay precisava de uma organização antidifamação focada em conter a homofobia da mídia e em promover coberturas positivas e honestas de lésbicas e gays. Eles formaram a GLAAD. Quando o grupo convocou uma reunião na cidade para discutir o que poderia ser feito acerca do *N.Y. Post* e suas manchetes homofóbicas, cerca de 700 pessoas compareceram.” Tradução minha.

⁷ Tenho o registro de apenas outra organização LGBT cuja missão ou enfoque é o *advocacy* junto à mídia em prol da comunidade LGBT na África do Sul. A *SA Gay & Lesbian Alliance Against Defamation* é, segundo o grupo informa em suas páginas no Facebook e no Twitter, um “grupo por direitos civis igualitários que responde ao heterossexismo na mídia popular e na sociedade sul-africanas”. Cf. *SA GLAAD* em <https://twitter.com/#!/SA_GLAAD>. Acesso em: 06 jun 2012.

do grupo, registra a formação, o crescimento e as principais atividades de GLAAD em seus primeiros seis anos (Davidson faleceu em agosto de 1991 e o artigo foi finalizado por seu companheiro Michael G. Valentini) e a tese de Doyle (2005) sobre o grupo realizada entre os anos 2000 e 2005. O trabalho de Doyle é particularmente central para mim por sua inscrição teórica e metodológica afinada com minha pesquisa, além de ser o único registro acadêmico de maior vulto feito por alguém de fora do grupo. O autor examinou a crescente profissionalização da organização e discutiu “o valor da visibilidade na política sexual contemporânea”.⁸ A pesquisa de Doyle também endereça uma questão importante na arena político-sexual da atualidade, os conflitos sobre legitimidade e diversidade de representação da população LGBT na mídia – tema cada vez mais central também no Brasil com a paulatina consolidação dos estudos *queer*. O trabalho de Doyle também tem uma particularidade importante para a produção de um contraste – presumido, mas a ser discutido – em relação a meu estudo porque investigou uma organização cujo modelo é inexistente no Brasil em relação ao tema da diversidade sexual⁹. Assim, auxilia na formulação de questionamentos sobre como o movimento LGBT brasileiro entende e constrói sua relação com a mídia.

O ativismo profissionalizado e os desafios *em campo*

O registro que Doyle fez da profissionalização de GLAAD ao longo do tempo não corresponde exatamente a uma surpresa do ponto de vista histórico (ou, para colocar em termos do materialismo histórico, o contexto político, econômico e cultural dos Estados Unidos explica o modelo de organização a que GLAAD corresponde). A forma como o ativismo LGBT desenvolve-se nos Estados Unidos reflete bastante da cultura liberal, individual(ista) e capitalista do país. É assim que a atividade do ativista é vista de modo profundamente profissional, e esta foi uma das primeiras grandes diferenças que senti em relação ao modo como o imaginário brasileiro formula a atividade do ativista ou militante: como trabalho voluntário em que o ativista dedica-se “por amor” ou “por devoção” à causa. Tive oportunidade de discutir também com alguns entrevistados a questão cultural em que os norte-americanos têm uma forte tradição de apoiar financeiramente as organizações que (em tese) lhes representam.

⁸ Doyle, 2005, vii, tradução minha.

⁹ Com muitas especificidades e objetivos diferentes, os Observatórios são exemplos de organizações que têm dentre suas ações o monitoramento da mídia a partir de algum recorte (Observatório da Imprensa, Observatório das Favelas, Observatório do Direito à Comunicação, Observatório Brasil da Igualdade de Gênero, Observatório de Sexualidade e Política/SPW, etc.) e, em alguns casos, estratégias para inserção de suas pautas na imprensa.

Assim tanto organizações LGBT como organizações de direitos humanos, grupos religiosos e conservadores, organizações pela preservação ambiental – para citar algumas – têm suas ações e funcionamento sustentadas especialmente por meio de doadores e filantropia de grandes milionários. No Brasil, embora ainda não tenha desenvolvido pesquisas mais profundas sobre o tema, e ainda esteja começando a tratar da questão com os entrevistados, parece-me que o aspecto cultural vai ao encontro da percepção já apontada acima quanto à atividade “nobre e voluntária” do ativista: as organizações dependem sobremaneira de financiamento público (via editais, patrocínios, apoios e parcerias) e não haveria uma cultura de doação e suporte às organizações que, em tese, nos representam em diversos segmentos.

Passei dois meses no escritório da GLAAD em Los Angeles. Eu exercia papel duplo dentro da organização: era pesquisador e estagiário. Este duplo papel, como vim a perceber ao longo do trabalho de campo, criou-me facilidades e dificuldades. Doyle (2005, p.430) já registrara isso acerca de sua pesquisa na GLAAD, e seu relato é interessante porque sua entrada na organização foi oficialmente apenas como pesquisador.

I was not limited to any particular role in the organization, which had the advantage of giving me access to a great variety of interactions among GLAAD participants at many levels, but had the disadvantage of making my role in the organization permanently unclear. There were times when it seemed I had no role or function at all, which could be unnerving both for me and for GLAAD staffers.¹⁰

Quando me recordava, durante o trabalho de campo, destas e de outras observações de Doyle sobre sua pesquisa, também me ocorria outro fator que entraria em jogo no modo como os membros da organização me “enquadravam”: eu era um estudante de mestrado de um país latino-americano, e estava lá estagiando enquanto pesquisava sobre o trabalho da organização. Minha posição institucional (estagiário da divisão de Mídia em Língua Espanhola) criava-me, então, a dificuldade de ser visto mais como estagiário do que como pesquisador em alguns momentos, especialmente no contato para as entrevistas; também criava-me a facilidade de estar efetivamente realizando uma observação participante, já que pude me engajar, em diversas oportunidades, nas atividades do grupo para além das minhas próprias atividades enquanto estagiário.

¹⁰ “Eu não estava limitado a nenhum papel em particular na organização, o que tinha a vantagem de me dar acesso a uma grande variedade de interações junto aos membros da GLAAD em vários níveis, mas tinha a desvantagem de tornar meu papel na organização permanentemente incerto. Houve momentos em que parecia que eu não tinha nenhum papel ou função, o que era inquietante tanto para mim como para os funcionários da GLAAD.” Tradução minha.

Aqui me parece importante demarcar uma escolha de exercício inicial quanto a este trabalho de campo e a este artigo: nestas oito semanas no escritório da GLAAD, produzi em torno de 70 páginas de diário de campo, além da coleta de centenas de e-mails e alguns materiais impressos (e muitos online) da organização. Meu objetivo neste momento é discutir mais o trabalho de campo e seus dilemas do que categorias analíticas sobre este trabalho de campo. Isso se dá por duas razões fundamentais: seria um esforço teórico e metodologicamente injustificado analisar tais notas sem as 17 entrevistas realizadas com funcionários do grupo; esta análise também não se justifica *per se* uma vez que meu objeto não é a organização por si só, mas sim seu *advocacy* e funcionamento em relação ao cenário brasileiro: a compreensão de ambas as realidades culturais por meio de contrastes, oposições, similitudes, assimilações de modelos e estratégias, só pode ser adequadamente feita num trabalho reflexivo *a posteriori* à ida a campo, diante das notas, relatos, entrevistas e materiais coletados. Dito isso, descrevo brevemente a constituição da organização no período em que realizei meu trabalho de campo.

GLAAD possuía 42 membros no período em que realizei minha pesquisa (de 22 de fevereiro a 23 de abril de 2012). No escritório de Los Angeles, estavam 22 membros; no de Nova York, 20. Este número engloba estagiários (*interns*) e membros com posição intermediária (*fellows*), ou seja, membros que trabalham meio período e não são considerados exatamente parte do *staff*. No período em que estive no escritório de Los Angeles, várias mudanças de *staff* ocorreram, o que demonstra a alta rotatividade na organização. De modo permanente, a estrutura da organização naquele período é a que segue¹¹:

Executivo
Mike Thompson – Presidente em Exercício
Programas e Comunicação
Herndon Graddick – Vice-Presidente de Programas e Comunicações
Nick Adams – Gerente de Comunicação do GLAAD Media Awards
Brendan Davis – Pesquisador Associado de Mídia
Aaron McQuade – Diretor de Notícias e Campo da Mídia
Daryl Hannah – Vice-Diretor de Notícias e Campo da Mídia
Justin Ward – Estrategista Sênior do Campo da Mídia

¹¹ As traduções das posições são minhas.

Kimberley McLeod – Estrategista de Mídia de Comunidades de Descendência Africana
Matt Kane – Diretor Associado de Mídia de Entretenimento
Max Gouttebroze – Estrategista de Mídia de Entretenimento
Monica Trasandes – Diretor de Mídia em Língua Espanhola
Brian Pacheco – Estrategista de Mídia em Língua Espanhola
Ross Murray – Diretor de Mídia sobre Religião, Fé e Valores
Rich Ferraro – Diretor de Comunicações
Seth Adam – Gerente de Comunicações e Publicações
Allison Palmer – Diretora de Iniciativas Digitais
Shae Smith – Coordenadora de Produção Online
Operações
Charlotte Wells – Vice-Presidente de Operações
April Domino – Administrador de Escritório
Roman Valdez – Gerente de Serviços de Doadores
Matt Oxley – Diretor Financeiro
Arnaldo Ochoa – Contador Sênior
Nick Contino – Diretor de TI
Andy Sheng – Administrador de Base de Dados (database)
Anoush d’Orville – Consultor de TI
Desenvolvimento
Eric Douglas – Vice-Presidente de Desenvolvimento
Juan Barajas – Vice-Diretor de Desenvolvimento
Doreen Zetterlund – Diretora Associada de Membros
Jovan Bowles – Diretor Associado de Eventos
Michael Fountas – Gerente Sênior de Eventos
Johnny Gonzales – Gerente Sênior de Eventos Especiais
Melanie Whitney – Coordenadora de Eventos
Kevin Huynh – Coordenador de Eventos
Shikha Jain Cruz – Diretora de Relações com Corporações e Fundações
Melanie Simangan – Gerente de Relações com Corporações e Fundações

Não tive contato com todos estes membros já que quase metade deles trabalha no escritório de Nova York. Em minha última semana no escritório, que propositalmente coincidiu com o principal evento da organização, o *GLAAD Media*

Awards (Prêmio de Mídia da GLAAD, em tradução livre), tive a oportunidade de conhecer alguns membros do staff de Nova York, embora de modo bastante breve. Já em Los Angeles, minhas interações mais frequentes eram com Monica Trasandes e Brian Pacheco, da Divisão de Mídia em Língua Espanhola, na qual eu estava lotado como estagiário. Com Brian e Monica tive várias reuniões para tratar de assuntos da área (cobertura da mídia em língua espanhola acerca da comunidade LGBT latina, eventos da área, *media trainings*, entrevistas de Monica a jornais e outros programas, etc.), além da convivência diária. No meu primeiro dia, fui formalmente apresentado para cada um dos funcionários em suas respectivas seções. Brian apresentava-me como pesquisador e estagiário (“*He is doubling as an intern and researcher*” dizia Brian) e, em algumas oportunidades, eu explicava mais detalhadamente minha pesquisa. A receptividade de todos foi bastante boa, embora muitos, principalmente em posição sênior, não tivessem demonstrado tanta disponibilidade em função de suas rotinas. Entretanto, a maioria ficou agradavelmente surpreso com o fato de eu ter ido do Brasil até lá, sem outros recursos que não próprios (além de minha bolsa de pesquisa), para pesquisar sobre a organização. Numa base diária, minhas interações e pequenas conversas eram mais frequentes com Melanie Simangan, Roman Valdez, Andy Sheng, Doreen Zetterlund e Matt Oxley, além de Monica e Brian.

Minha rotina no escritório começava às 10h e encerrava-se entre 17h e 18h. Minhas funções como estagiário eram duas principais: monitorar alguns programas selecionados por Brian e trabalhar na tradução para o Português de um guia da organização sobre como ativistas e organizações LGBT podem relacionar-se com a mídia e seus profissionais. Embora inicialmente houvesse dito a Monica e Brian que minha escala seria de trabalho das 10h às 15h e de pesquisa das 15h-17h, isso raramente assim se manteve. Minhas observações eram constantes, e seguidamente fazia pesquisas na internet e na base de dados do grupo sobre fatos que surgiam no escritório, nas minhas conversas com os membros e também nas entrevistas. Assim, passava uma média de 7h no escritório realizando pesquisa e trabalho (estágio) de modo concomitante.

De modo não surpreendente, as interações mais informais “revelaram” fatos importantes para minha pesquisa. Reproduzo abaixo trecho de meu diário de campo do dia 23 de fevereiro, meu segundo dia na GLAAD:

Antes de chegar ao escritório, encontrei um dos funcionários [local omitido]. Conversamos sobre Los Angeles e museus para visitar. Já em direção ao escritório, na rua, falamos um pouco mais sobre a organização. Relatou-me

sobre o recente momento (dez/jan) em que cerca de 30% dos funcionários foram demitidos, que o ano de 2011 não foi bom para as organizações sem fins lucrativos (houve menos dinheiro sendo doado) e que **o presidente da GLAAD havia se demitido no meio de 2011, o que deixava a organização numa situação delicada, pois sem uma figura forte na presidência que possa dar segurança para os maiores doadores.**

Os fatos acerca da saída do então Presidente da organização até meados de 2011, Jarrett Barrios, só me ficaram mais claros quase o final do trabalho de campo, quando pesquisei mais a fundo o contexto em que sua saída se deu. Embora dentro da organização isso tenha sido me dito uma ou duas vezes, nunca se comentou claramente sobre a extensão da situação – e, principalmente, como isso afetou a organização financeiramente, o que contribuiu para a drástica redução do quadro de funcionários no começo de 2012. A propósito desta interação, e de outras de natureza similar fora do escritório, a pertinência da observação participante neste tipo de pesquisa fica evidente. Facchini (2005, p.33) recorda da particularidade da observação participante diante da análise das identidades que são construídas pelo movimento LGBT brasileiro. Embora em meu caso não esteja tratando de construção de identidades, o que diz a autora reflete claramente a relação entre o discurso em situações formais (e.g., na entrevista) e as possibilidades outras fora do formal:

Se, por um lado, os processos de construção de identidade permitem compreender a dinâmica interna de um movimento, por outro, **pela análise da dinâmica interna, podem-se perceber conflitos que iluminam normas não expressas e como as identidades construídas delimitam processos de inclusão e exclusão** de potenciais beneficiários – de carne e osso – da ação do movimento. (grifo meu)

Ou seja, o convívio rotineiro com os “informantes” propicia de modo agudo a percepção de conflitos e transbordos em relação àquilo que está cristalizado em pronunciamentos públicos, documentos oficiais e entrevistas. No estudo de Doyle (2005), a observação participante foi importante para identificar como a dinâmica interna do grupo, suas ações e suas políticas institucionais jogavam luz sobre o resto do movimento LGBT e sobre conflitos em torno do que ela representa e a quem ela representa.

Num mesmo sentido, Taddei e Gamboggi (2011, p.11), discorrendo sobre o trabalho seminal de Malinowski, vão observar o seguinte:

[...] aprendemos a evitar falar – e mesmo pensar – a respeito de certos temas, como questões ligadas aos tabus, mesmo que eventos de alguma forma relacionados a tais tabus sejam frequentes. O ponto central é a conclusão que **essas questões dificilmente vem à tona através de técnicas de pesquisa que dependem da verbalização consciente dos informantes, como é o**

caso das entrevistas. Malinowski se deu conta de que, ao permanecer por tempo suficiente com determinado grupo social, o pesquisador tem a oportunidade de **observar comportamentos e eventos sociais (como certos rituais) que dificilmente seriam mencionados em entrevistas [...]** (grifos nossos)

Evidentemente que esta arguta constatação de Malinowski tratava de um universo de questões bastante diverso daquelas com as quais me deparei. Aqui “tabus” corresponderiam a fatos indesejados acerca da história de GLAAD. Também é relevante observar como os discursos internos nem sempre estão totalmente afinados em torno de certos assuntos, como foi neste caso que relatei acima. Entretanto, tanto nas interações cotidianas quanto nas entrevistas, sobressaiu-se (sem muita surpresa, eu diria) o nível de coerência interna e controle na formulação de respostas a questões sensíveis por parte daqueles que ou detêm posição sênior na organização ou são comumente porta-vozes (*spokesperson*) dela.

Monitorando a mídia: identidades

A quantidade de produção de material sistematizado sobre representação, monitoramento, ações, etc. é abundante e central na estratégia da GLAAD. Alguns exemplos dimensionam isso: a organização lançou em 2005 o relatório *Onde estamos na TV* (*Where we are on TV*), referente à temporada 2005-2006 da televisão norte-americana. A entidade faz o levantamento sobre a condição dos personagens LGBT na televisão desde meados dos anos 90, mas a partir de 2005 começa a lançar os relatórios *Onde estamos na TV* de modo mais completo. Nos anos subsequentes, os dados são cada vez mais detalhados e volumosos, com recortes sobre gênero, etnia e raça, gêneros dos programas (drama, comédia), presença de travestis e transexuais (*transgender*¹²), de bissexuais, juventude, etc. Uma característica expressiva destes relatórios é que eles trazem muitos dados quantificados, em que a organização retoma o percentual de personagens LGBT do ano anterior em relação ao do novo relatório, além de elaborar detalhados gráficos e tabelas com os recortes “identitários” a que nos referimos acima. Após o término da temporada, a entidade lança (desde 2007) o Indicador de Responsabilidade da Rede (NRI)¹³, que analisa como os personagens constantes no

¹² Politicamente, o movimento LGBT dos Estados Unidos, em geral, adota a expressão *transgender* (transgênero) para se referir a indivíduos cuja identidade de gênero é diversa da associação *homem – identidade masculina e mulher – identidade feminina* (cisgêneros). Já no Brasil, a expressão transgênero é raramente utilizada pelo movimento LGBT, que faz o uso das palavras travestis e transexuais para se referir ao segmento T do movimento.

¹³ “O Indicador de Responsabilidade da Rede produzido pela GLAAD é uma avaliação sobre a quantidade e a qualidade das imagens de lésbicas, gays, bissexuais e transgêneros na televisão. Sua

relatório *Onde estamos na TV* (prévios à entrada das temporadas no ar) foram efetivamente representados; aqui se destaca a avaliação que a entidade faz para cada emissora, com os indicadores Excelente, Bom, Adequado e Fraco.

Este dois exemplos de sistematização anual sobre representação refletem algumas das iniciativas¹⁴ que a organização tem desenvolvido desde que foi criada. O trabalho de monitoramento na área de entretenimento é especificamente feito por Matt Kane e Max Max Gouttebroze (Divisão de Mídia de Entretenimento), além da *fellow* Megan Townsend. Dezenas de séries, programas de auditório, reality shows, telenovelas e filmes para a televisão são monitorados todos os dias. O mesmo se dá na Divisão de Língua Espanhola, cujo monitoramento também inclui telejornais. Já o monitoramento do campo jornalístico é feito pela Divisão de Notícias e Campo da Mídia, toda ela em Nova York. Há também a cobertura de questões afeitas à relação com religiões e fé. Esses monitoramentos refletem na produção constante de diversos textos para o blog da GLAAD, e também constam dos e-mails internos diários quando há algo relevante (uma cobertura negativa sendo acompanhada pelo grupo, uma entrevista que vai ocorrer com alguém que recebeu *media training* da organização, etc.).

No que diz respeito à reação a coberturas negativas ou difamatórias, as estratégias são diversas e dependem do nível de influência do emissor (grande emissora, telejornal, CEO de organização, personalidade, etc.) e do tipo de cobertura e mensagem que foram veiculadas. A partir disso, a organização avalia o modo que considera mais efetivo para conseguir estabelecer um diálogo ou então um boicote (em casos extremos). O trecho abaixo ilustra esse tema. Ele faz parte do diário de campo de 09 de março de 2012 em que uma dessas situações e estratégia são abordadas numa reunião que Monica fez com Brian e comigo:

Antes das 15h, fomos Brian e eu para a sala de Monica, e ela ainda conversava com alguém pelo telefone: era a vice-presidente de uma organização católica pró-LGBT, chamada *Dignity*; Monica conversava com ela sobre uma entrevista a ser dada ao canal CNN para comentar as recentes declarações do Papa sobre casamento entre pessoas do mesmo sexo; o canal havia contatado GLAAD para que se manifestassem, e então Monica

intenção é a de servir como um roteiro no sentido de aumentar representações justas, precisas e inclusivas de LGBTs na mídia.” (GLAAD, 2009, p.2, tradução minha)

¹⁴ Há várias outras, dentre as quais: *GLAAD Media Reference Guide* (terminologia), *Inclusive Newspapers List* (jornais inclusivos), *Prom Resource Kit* (adolescentes gays e baile colegial), *Violence Against Transgender People Resource Kit* (kit para cobertura sobre o tema da violência contra transgêneros), *Mother’s Day and Father’s Day Resources Kits* (kits para abordar o tema do Dia dos Pais e do Dia das Mães), *GLAAD Advertising Media Program – Mainstream Advertising Best Practices* (melhores práticas publicitárias), *Transgender Day of Remembrance Resource Kit* (kit para o Dia da Memória Transgênera), além de vários materiais sobre temas específicos como casamento igualitário, adoção, crianças, *bullying*, suicídio, negros, leis inclusivas, latinos e hispânicos, etc.

explicou-me que há casos em que é mais interessante que alguém que “não é pago para ser ativista” (como os funcionários da GLAAD) possa ser entrevistado – já em outros é melhor que seja alguém da GLAAD mesmo. Neste caso, ela estava tentando emplacar esta senhora no lugar de alguém da GLAAD, pois ela considerava que ela seria mais eficiente para contrapor o Papa por ser uma *insider* (católica).

A construção que GLAAD fez de um ativismo midiático pró-LGBT levou-a a ter um espaço considerável no campo midiático dos Estados Unidos e um papel único no cenário das organizações LGBT sem fins lucrativos do país. O relacionamento que a organização desenvolveu com estúdios de Hollywood, os principais jornais do país, e com diversos jornalistas, editores, produtores e roteiristas tem ajudado no estabelecimento mais contumaz de um diálogo em torno de questões como representações diversas, respeitadas e inclusivas da população LGBT na mídia do país, e coberturas mais equilibradas sobre questões LGBTs nos noticiários.¹⁵

A maior organização LGBT dos Estados Unidos hoje é a *Human Rights Campaign* (HRC), cuja arrecadação em 2010 foi de quase 38 milhões de dólares. GLAAD, nas palavras de seus próprios membros, é uma organização de aproximadamente 7,9 milhões de dólares anuais. Assim, ela é hoje uma das maiores organizações LGBT nacionais junto da HRC e da NGLTF (*National Gay and Lesbian Task Force*). Parte essencial da estratégia da organização reside na captação de recursos por meio de doadores-membros, grandes doadores, parcerias corporativas, apoios de fundações (como *Gill Foundation* e *Arcus Foundation*, hoje as principais fundações parceiras da GLAAD), pequenos eventos e as três edições¹⁶ do *GLAAD Media Awards*, evento responsável por aproximadamente 30% da receita do grupo, de acordo com vários entrevistados. Cabe ao Departamento de Desenvolvimento da organização captar recursos e manter a relação com doadores, além de prospectar novas formas de angariar fundos para o grupo. Já o Departamento de Operações atua na manutenção dos escritórios e das operações (banco de dados, setor financeiro, sistemas online, etc.) da organização.

¹⁵ Um exemplo que pude acompanhar foi o lançamento do projeto CAP (*Commentator Accountability Project*), cujo objetivo é “disponibilizar informações importantes sobre entrevistados antigay frequentes nas mãos das redações, de jornalistas, editores e apresentadores”. Cf. <<http://www.glaad.org/cap>>. Acesso em: 06 jun 2012.

¹⁶ GLAAD faz uma edição do *Media Awards* em Nova York, outra em Los Angeles e uma em São Francisco.

Considerações para análise e discussão

Um primeiro ponto de discussão que me parece relevante para a pesquisa no Brasil está na crítica que Doyle (2005, p.viii) aponta ao modelo de ativismo que GLAAD empreendera. Afirma o autor:

I describe how, as a result of field positioning objectives, corporate media professionals have come to dominate efforts by the gay and lesbian movement to improve the representation of sexual minorities in *mainstream* culture. **This professionalization has tended to produce normalized representations of gays and lesbians and has fundamentally altered the relationships between the gay and lesbian movement and the media, leading to unprecedented levels of integration.** While this integration has contributed greatly to GLAAD's fundraising and institution building objectives, it has not necessarily led to more influence in the media advocacy system, especially in periods of conflict, and may in fact have made it more difficult for the gay and lesbian movement to advocate effectively on behalf of diverse lesbian, gay, bisexual and transgender constituencies.¹⁷

Os estudos de Leandro Colling e outros têm refletido sobre a *representação normalizada* de homossexuais na telenovela brasileira, entretanto, o processo não parece guardar grande semelhança ao estadunidense: as relações entre o movimento LGBT brasileiro e a mídia não apresentam – nem nos relatos que circulam das percepções dos ativistas nem em pesquisas que ainda não têm investigado esta relação no Brasil – alterações, muito menos integração; também não parece ser decorrente de alguma profissionalização do *advocacy* midiático pró-LGBT que as representações normalizadas teriam passado a se destacar na última década no país (COLLING, 2007; COLLING e PIRAJÁ, 2011).¹⁸

Outras questões que coloco em forma de hipóteses a partir deste trabalho de campo com GLAAD e da perspectiva de reflexão comparada no trabalho de campo aqui no Brasil: (i) há a presunção de que a relação entre o movimento LGBT e a mídia é tensionada, e a investigação empírica tem demonstrado isso tanto no caso de GLAAD

¹⁷ “Descrevo como, resultando de objetivos de posicionamento no campo, profissionais da mídia corporativa vieram a dominar os esforços do movimento LGBT para melhorar a representação de minorais sexuais na cultura *mainstream*. Essa profissionalização tem tendido a produzir representações normalizadas de gays e lésbicas e tem alterado fundamentalmente as relações entre o movimento LGBT e a mídia, conduzindo a níveis de integração sem precedentes. Enquanto essa integração tem contribuído muito para captação de recursos e construção dos objetivos institucionais da GLAAD, ela não necessariamente levou a maior influência no sistema de *advocacy* da mídia, especialmente em períodos de conflito, e pode ter, na verdade, tornado mais difícil para o movimento LGBT advogar efetivamente em nome de grupos de lésbicas, gays, bissexuais e transgêneros diversos.” Tradução e grifo meus.

¹⁸ Veja-se: “a partir dos anos 2000, a Globo consolida a estratégia de alternar personagens gays caricatos com a “narrativa da revelação” para aqueles em que pesam dúvidas sobre as suas orientações sexuais. [...] De 2000 até meados de 2007, já contabilizávamos pelo menos onze telenovelas com personagens homossexuais. Ao que parece, *também é nesta década que se intensifica uma tentativa de apresentar um maior número de casais gays inscritos dentro de um modelo que consideramos heteronormativo.*” (COLLING, 2007, p.215, grifo meu)

quanto no Brasil; e (ii) as estratégias que são empregadas pelos atores políticos LGBTs brasileiros na inserção de suas demandas no campo midiático e no processo de reação a representações consideradas inadequadas não são refletidas (e concebidas) de modo sistemático ou como uma estratégia desenvolvida pelo movimento LGBT de modo objetivo.

REFERÊNCIAS

COLLING, Leandro. Personagens homossexuais nas telenovelas da Rede Globo: criminosos, afetados e heterossexualizados. **Gênero**, v. 8, p. 207-221, 2007.

_____; PIRAJÁ, Tess C. Queridas, mas nem tanto: a representação da travestilidade em Queridos Amigos. **Revista FAMECOS**, v. 18, p. 507-528, 2011.

DAVIDSON, Craig J.; VALENTINI, Michael G. **Law & Sexuality: Rev. Lesbian & Gay Legal Issues** 103 (1992). Cultural Advocacy: A Non-Legal Approach to Fighting Defamation of Lesbians and Gays.

DOYLE, Vincent A. **The Gay and Lesbian Alliance Against Defamation and The Cultural Politics of Mainstreaming**. 2005. Tese (Doutorado em Comunicação) – University of Massachusetts Amherst, Amherst, 2005.

FACCHINI, Regina. **Sopa de letrinhas?: movimento homossexual e produção de identidades coletivas nos anos 90**. Rio de Janeiro: Garamond, 2005.

GLAAD. **Network Responsibility Index 2008-2009**. [New York]: GLAAD, 2009.

TADDEI, Renzo; GAMBOGGI, Ana Laura. Etnografia, meio ambiente e comunicação ambiental. **Caderno Pedagógico** (Lajeado. Impresso), v. 8, p. 9-28, 2011.