

# DIVERSIDADE E MERCADORIZAÇÃO DE PAUTAS SOCIAIS: A REPRESENTAÇÃO DE PESSOAS TRANSEXUAIS NA MÍDIA BRASILEIRA<sup>1</sup>

Chalini TORQUATO<sup>2</sup>

## RESUMO

Como parte das contradições do Capitalismo, a lógica de mercado que produziu novas ferramentas de comunicação abriu espaço também para formas mais autônomas de construção de sentidos, favorecendo a disseminação de ideias alternativas. Essas disputas de narrativas afetam as relações de poder na constituição de significados e fortalecem o questionamento de valores e normatividades construídos cotidianamente pela mídia tradicional, revelando a violência simbólica praticada às diferentes vivências, na medida em que estabelece tanto o que é normal, quanto o que não é (BOURDIEU, 1989). Na medida em que o desconhecido sobre a alteridade é historicamente moldado pelos discursos midiáticos, portanto, é fundamental exercitar o olhar crítico sobre o condicionamento de visões de mundo e como tem sido permeado por estereótipos (MERSKIN, 2011) e parcialidades de grupos dominantes. Os indivíduos consumidores desse cenário de complementaridade de informações por variados meios passam, então, a se tornar mais atentos e exigentes por conteúdos mais diversos. Tal fenômeno tem impactando notavelmente a produção midiática, algo sentido na medida em que começam a pipocar conteúdos que versem um maior respeito à diversidade, ou seja, uma adaptação que a dinâmica produtiva sofre a partir da demanda, dentro da lógica da competitividade. Para analisar tal fenômeno, a presente pesquisa tem como enfoque escolhido os conteúdos relativos à população transexual na mídia brasileira, buscando observar se as pautas sociais deste grupo minoritário estão de fato encontrando eco nessas produções, ou se podem ser entendidos como uma apropriação de seus temas, como parte do processo de “mercadorização” (MOSCO, 2009). Para avançar neste debate, busca-se uma revisão bibliográfica a partir da Economia Política da Comunicação (EPC) numa perspectiva de gênero (MEEHAN; RIORDAN, 2002; DEPLHY, 2015; FRASER, 2009; KOLLONTAI, 2011; STEEVES; WASKO, 2002); combinando-a com estudos de identidade, raça, perspectivas decoloniais, contrassexualidade, problematizando regime heteronormativo e opressão sistematizada (BUTLER, 2003; PRECIADO, 2015; PRECIADO, 2019, CURIEL, 2015, LORDE, 2019). A interferência desses aspectos na produção de conteúdo de mídia, em estereótipos (MERSKIN, 2011) e na representação de pessoas transexuais é analisada a partir de pesquisas referentes a conteúdos publicitários, jornalísticos e de entretenimento (MONTOVANI; FREITAS, 2018; MALTA et. al, 2018). Entre as principais conclusões está a observação de que essas representações midiáticas, ainda que sofrendo interferências da lógica de mercado, em princípio, são bem vistas. No entanto, é primordial observar o quanto elas têm cedido a uma normatividade para construir narrativas mais aceitáveis para o olhar do grande público, tendendo a não confrontar padrões dominantes. A presente pesquisa é justificada não apenas por se debruçar sobre um objeto socialmente relevante, como a representação de pessoas trans na mídia, mas também por resgatar uma visão feminina da EPC, tradicionalmente negligenciada. Além disso, ela faz parte de um esforço maior de avançar na construção de laços integradores fundamentais entre esta área e os estudos de feminismo e gênero, como colocado por Janet Wasko (2006), acrescentando, ainda, uma

---

<sup>1</sup> Resumo apresentado ao GT8 - Estudos críticos sobre identidade, gênero e raça do VIII Encontro Ulepícc-Brasil.

<sup>2</sup> Professora Adjunta da Escola de Comunicação da UFRJ (ECO/UFRJ). chalini.torquato@eco.ufrj.br

perspectiva decolonial latino-americana (LUGONES, 2019; CURIEL 2015), para a percepção de fenômenos sociais midiáticos contemporâneos dentro do sistema capitalista.

### **Palavras-chave**

Representação midiática; transexualidade; mercadorização; gênero; diversidade.

### **Referências bibliográficas**

BOURDIEU, P. *O poder simbólico*. Rio de Janeiro: Bertrand, 1989

BUTLER, Judith. *Problemas de gênero*. Civilização Brasileira, 2003.

CURIEL, Ochy. La descolonización desde una propuesta feminista crítica. in *Feminismo siempre: descolonización y despatriarcalización de y desde los feminismos de Abya Yala*. ACSUR-LAS SEGOVIAS, 2015. Disponível em: <<https://suds.cat/wp-content/uploads/2016/01/Descolonizacion-y-despatriarcalizacion.pdf>>. Acesso em 25 jun. 2019.

DELPHY, Christine. O inimigo principal: a economia política do patriarcado. *Rev. Bras. Ciênc. Polít.* [online]. 2015, n.17, pp.99-119. <http://dx.doi.org/10.1590/0103-335220151704>.

FRASER, Nancy. Feminismo, capitalismo e a astúcia da história. *Mediações*, Londrina, v. 14, n.2, pp. 11-33, Jul./Dez. 2009.

KOLLONTAI, Alexandra. A nova mulher e a moral sexual. *Expressão popular*, 2011.

LORDE, Audre. Idade, raça, classe e gênero: mulheres redefinindo a diferença. In HOLANDA, H.B. *Pensamento feminista: conceitos fundamentais*. Rio de Janeiro: Bazar do tempo, 2019

LUGONES, María. Rumo a um feminismo decolonial. In Hollanda, Heloísa Buarque de (org.). *Pensamento feminista: conceitos fundamentais*. Rio de Janeiro: Bazar do Tempo, 2019, 357-377.

MALTA, Renata B.; OLIVEIRA, Gardênia S.; NETTO, Nilson D.B. A representação de pessoas trans na publicidade: um estudo de recepção. In TORQUATO, Chalini; CARRERA, Fernanda. *Mídia e Diversidade: caminhos para reflexão e resistência*. Campina Grande: Xeroca!, 2018. Pp. 142-166. Disponível em: <<https://goo.gl/qmJyGr>>. Acesso em 12 ago 2019.

MEEHAN, R. Eileen; RIORDAN, Ellen (EDS.). *Sex & Money: Feminism and Political Economy or Media*. Minneapolis-MN: University of Minnesota Press, 2002.

MERSKIN, Debra L. *Media, minorities and meaning: a critical introduction*. New York: Peterlang, 2011

MONTOVANI, Denise; FREITAS, Viviane. Quando a mídia pauta a transexualidade: abordagens controladas de contra-discursos. In TORQUATO, Chalini; CARRERA, Fernanda. *Mídia e Diversidade: caminhos para reflexão e resistência*. Campina

Grande: Xeroca!, 2018. Pp. 68-97. Disponível em: < <https://goo.gl/qmJyGr>>. Acesso em 12 ago 2019.

MOSCO, Vincent. *The Political Economy of Communication*. 2 ed. London: Sage, 2009.

PRECIADO, Paul. Multidões queer: notas para uma política dos “anormais”. In Holanda, Heloísa Buarque de (org.). *Pensamento feminista: conceitos fundamentais*. Rio de Janeiro: Bazar do Tempo, 2019, 421-429 pp.

PRECIADO, Paul. *O que é Contrassexualidade?* Territórios de Filosofia. 2015. Disponível em: <<https://territoriosdefilosofia.wordpress.com/2015/05/05/o-que-e-a-contrassexualidade-paul-beatriz-preciado/>>. Acesso em 12 ago 2019.

STEEVES, H. Leslie; WASKO, Janet. Feminist Theory and Political Economy: Toward a Friendly Alliance. p. 17-30. In: MEEHAN, R. Eileen; RIORDAN, Ellen (EDS.). *Sex & Money: Feminism and Political Economy or Media*. Minneapolis-MN: University of Minnesota Press, 2002.

WASKO, Janet. Estudando a Economia Política dos Media e da Informação. In SOUSA, Helena (org.). *Comunicação, Economia e Poder*. Porto: Porto editora, 2006. Pp. 29-60.