

INVISIBILIDADE HOMOAFETIVA NOS MEIOS DE COMUNICAÇÃO: UM OLHAR SOBRE A HETERONORMATIVIDADE NAS PROPAGANDAS DE OUTDOOR NO DIA DOS NAMORADOS

Erieide Carla da Silva

Larissa de Santana Passos

A “mudança estrutural” desta sociedade moderna evidencia a necessidade do reconhecimento das “Identidades Culturais”. Segundo Stuart Hall vivenciamos atualmente uma “crise de identidade”, isso deve-se as novas formas de vivenciarmos nossos desejos em nossa sociedade pós-moderna. São nessas novas identidades que se incluem os sujeitos não héteros que são negados e invisibilizados. Os meios de comunicação são ferramentas expressivas para a imposição das normas morais e identitárias a serem absorvidas pela sociedade. O presente artigo refere-se a uma pesquisa realizada a partir da observação de três propagandas de outdoor confeccionadas para o dia dos namorados, no qual evidencio a tendência em se representar apenas casais héteros nessas propagandas das empresas privadas, invisibilizando as demais possibilidades de desejos existentes em nossa sociedade. A mídia é uma ferramenta que cria e reproduz ações e discursos heteronormativos diariamente, principalmente no mês do “dia dos namorados” e os sujeitos que têm acesso a essas propagandas não apresentam se questionam a respeito desses representantes que estas mídias utilizam. Esse comportamento de naturalização aponta o problema da construção de sentidos sobre a representação das relações de gênero e sexualidade na sociedade atual. Essa tendência heteronormativa é incorporada pelos sujeitos sem qualquer questionamento e absorvida como algo “natural”, trazendo consequências aos homossexuais que não se enquadra nesses padrões normativos visualizados nos meios midiáticos. Através desse artigo questionamos então: Quem alimenta essa tendência normativa?; Porque é importante e necessária a constante reafirmação da heterossexualidade, através dos meios de comunicações de maior visibilidade?; Porque os sujeitos não questionam esse modelo imposto? Visualizamos o porquê dessa tendência normativa embutida de preconceitos e que permite evidenciar o que a sociedade entende como “certo” referente às orientações sexuais. Há uma necessidade de se ressignificar esse modelo normativo das relações sexuais e incorporar a esses meios midiáticos todas as formas possíveis que os sujeitos vivenciam seus prazeres e desejos e assim, possam se reconhecerem nos demais diversos espaços

desmistificando todas as formas sexistas e heteronormativas de impor condutas ditas “normais”.

Palavras-chave: heteronormatividade midiática, invisibilidade homoafetiva, mídia, diversidade sexual.