



A Percepção da Identidade Homoafetiva em Telenovelas:
as Recepções Massiva e da Audiência Folk em Perspectivas Comparadas¹

Guilherme Moreira FERNANDES²

Paulo Roberto Figueira LEAL³

Universidade Federal de Juiz de Fora, Juiz de Fora, MG

RESUMO

Este trabalho – a partir dos pressupostos teóricos da Folkcomunicação – busca analisar os diferentes modos de receber a mensagem midiática por parte de grupos massivos e de audiências específicas, em questões relativas à identidade homoafetiva projetada pelas telenovelas. Com base numa pesquisa de opinião sobre a homossexualidade e num grupo focal, procura-se entender de que modo a representação da homoafetividade na televisão impacta a construção das identidades e dos valores destes grupos. Nessas pesquisas, aponta-se que há uma dicotomia na recepção: enquanto o grupo de cultura contra-hegemônica formado pelos homossexuais enfatiza a não afetividade entre os casais das diversas tramas da rede Globo, o grupo massivo, apesar de aprovar os personagens na trama, majoritariamente se coloca contra formas explícitas de afeto, como o beijo entre personagens de mesmo sexo.

PALAVRAS-CHAVE: Folkcomunicação; Estudos da Recepção; Telenovela; Identidade; Homoafetividade.

INTRODUÇÃO

A realidade contemporânea é, cada vez mais, marcada pela presença cotidiana dos meios de comunicação de massa na vida social. Fenômenos de variados campos – políticos, econômicos, culturais – são impactados, em alguma medida, pelas variáveis relativas aos processos de mediação efetivados pelos veículos de comunicação. Neste sentido, perscrutar qual é a efetiva extensão desses impactos constitui questão crucial para a compreensão da contemporaneidade.

Todas as disputas sociais passam, hoje, pela batalha por corações e mentes que se processam no espaço midiático. Não seria diferente para as questões relacionadas aos grupos minoritários: a luta por representações não estereotipadas desses grupos nos meios de

¹ Trabalho apresentado na Divisão Temática Interfaces Comunicacionais, da Intercom Júnior – Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Estudante de graduação do 9º período do curso de Jornalismo da Facom/UFJF. Email: gui_facom@hotmail.com.

³ Professor Orientador. Professor adjunto da Facom/UFJF. Email: pabeto@uol.com.br.



comunicação de massa e o desenvolvimento de outros espaços comunicativos alternativos são processos cruciais para estes segmentos sociais.

Tendo o presente trabalho foco nos sentidos socialmente atribuídos à homoafetividade⁴, é importante, antes, delinear os pressupostos teóricos com os quais aqui se trabalha: a suposição de que os meios de comunicação ocupam papel de destaque na formação de valores não implica admitir que eles sejam os únicos agentes a fazê-lo, nem tampouco que os receptores sejam passivos nos processos de apreensão das mensagens midiáticas. Logo, sem abdicar do pressuposto de relevância dos meios, não se adota o pressuposto de que os valores sociais que circulam pela mídia massiva sejam as únicas fontes possíveis para a construção de sentidos sobre a homoafetividade ou qualquer outro tema.

Neste rumo, conseqüentemente, valoriza-se a percepção de que grupos minoritários não somente têm a capacidade de resistir aos discursos hegemônicos no ato da recepção, mas são ativos produtores de suas próprias culturas – o que implica o desenvolvimento de alternativas de comunicação (seja pela estratégia da cultura e da comunicação popular, seja na luta por espaço na mídia massiva). Diante disso, talvez seja necessário recuperar e colocar em diálogo com essas perspectivas teóricas já citadas uma contribuição eminentemente brasileira muitas vezes negligenciada ou subaproveitada: a Folkcomunicação, desenvolvida pelo pernambucano Luiz Beltrão.

A REPRESENTAÇÃO MIDIÁTICA DE GRUPOS MINORITÁRIOS: APORTES DA FOLKCOMUNICAÇÃO

Em 1967, em sua tese de doutorado, Beltrão (2001, p. 79) definiu a Teoria da Folkcomunicação como sendo “o processo de intercâmbio de informações e manifestações de opinião, ideias e atitudes da massa, por intermédio de agentes e meios ligados direta ou indiretamente ao folclore”, e expôs que a importância da teoria era “a necessidade imprescindível de estarmos atentos a essa forma esquisita do intercâmbio de informações e ideias entre os dois brasis, no interesse da afirmação e do desenvolvimento nacional”.

Beltrão partiu dos pressupostos de Edison Carneiro (1965) e sua dinâmica do folclore. Carneiro (1965) apontava que o folclore não seria estático como previam os folcloristas

⁴ Afetividade entre pessoas de mesmo sexo.



tradicionais, e sim um processo dinâmico que “o povo atualiza, reinterpreta e readapta constantemente os seus modos de sentir, pensar e agir em relação aos fatos da sociedade e aos dados culturais do tempo” (p. 02), peculiares às camadas populares. Carneiro (1965) afirmava que o folclore era uma reinvenção social e que ele se projetava no futuro com expressões da sede de justiça: “o folclore, com efeito, se nutre dos desejos de bem-estar econômico, social e político do povo e, por isso mesmo, constitui uma reivindicação social” (p. 22).

Assim, o povo, costumeiramente, não tem nos veículos ortodoxos de comunicação meios de expressar suas opiniões e ideais - o que leva à utilização de veículos não tradicionais. Nesse ínterim, aparece a figura do líder de opinião, como personagem quase sempre do mesmo nível social e de franco convívio com seus pares, tendo sobre eles uma vantagem: tem mais acesso aos meios de comunicação do que seus liderados.

Treze anos mais tarde, Beltrão continua sua investigação acerca da Folkcomunicação e lança o livro “Folkcomunicação: a comunicação dos marginalizados”. Nesse volume, o pesquisador confronta o sistema de comunicação social com o sistema da folkcomunicação. Para ele o sistema de comunicação social é “o conjunto de procedimentos, modalidades e meios de intercâmbio de informações, ideias, experiências e sentimentos adotado pelas elites eruditas” (BELTRÃO, 1980, p. 20). Tal sistema vertical de comunicação exige do receptor duas características fundamentais. Primeiro o nível intelectual, responsável por decodificar as informações veiculadas e, o segundo, a capacitação econômica para a posse dos *mass media*.

Beltrão percebe que o usuário do sistema da folkcomunicação é um indivíduo frequentemente marginalizado, ou seja, vive à margem de duas culturas: a hegemônica e aquela específica de seu grupo. Deste modo, sofre influência de ambas, constituindo um híbrido cultural. O marginal “é um indivíduo à margem de duas culturas e de duas sociedades que nunca se interpenetram e fundiram totalmente” (BELTRÃO, 1980, p. 39).

De acordo com Beltrão, os usuários do sistema da folkcomunicação podem ser divididos em três grandes grupos: rurais marginalizados; urbanos marginalizados e os culturalmente marginalizados. Como na folkcomunicação cada ambiente gera seu próprio vocabulário e sua própria sintaxe. Conforme Beltrão (1980, p. 40), cada agente-comunicador emprega um determinado canal, que, de acordo com suas especificidades, vai dar conta de transmitir as mensagens que se quer passar.



Os grupos culturalmente marginalizados podem ser urbanos ou rurais, constituem-se de indivíduos marginalizados por contestação à cultura e organização social estabelecida, em razão de adotarem práticas sociais contrapostas aos ideais generalizados (ou, pelo menos, majoritários) na comunidade. Beltrão estabelece uma subdivisão nesse grupo, agrupando-os em: messiânico, político-ativista e erótico-pornográfico. Os indivíduos pertencentes a esse grupo aspiram a “uma vida livre de sofrimentos, angústias, injustiças e opressões e/ou de pleno gozo das riquezas e prazeres que a civilização proporciona a uma minoria privilegiada” (BELTRÃO, 1980, p. 104).

Numa visão que obviamente está contaminada pela própria leitura hegemônica que o autor critica, Beltrão afirma que o grupo erótico-pornográfico, objeto de análise desse trabalho, constitui-se por:

Todos os que não aceitam a moral e os costumes que a comunidade adota como sadios, propondo-se a reformá-los em nome de uma liberdade que não conhece limites à satisfação dos desejos sexuais e práticas hedônicas consideradas perniciosas pela ética social em vigor (BELTRÃO, 1980, p. 104).

A revolução sexual vivenciada no século XX foi fundamental para que os indivíduos desse grupo pudessem se expressar. A década de 1960 foi especialmente marcada pelos movimentos feministas e do chamado ‘Poder Jovem’, que juntos foram importantes para politizar questões relativas ao gênero e à sexualidade, fazendo destas temáticas bandeiras centrais numa década marcada pela contestação política,

Não se deve esquecer que enquanto os discursos da comunicação social são dirigidos ao mundo, os da folkcomunicação se destinam a um mundo em que palavras, signos gráficos, gestos e atitudes mantêm relações com a conduta das classes integradas, marginalizadas da sociedade, que vivem esmagadas pela tendência massificadora da cultura dominante disseminada sistematicamente pelos aparelhos convencionais da reprodução ideológica (escola/família/Estado/Igreja) e reforçada pelos veículos da indústria cultural⁵.

Nessa visão, Roberto Benjamin (2000) apresenta a nova abrangência da Folkcomunicação, que de acordo com professor podem seguir seis linhas, a saber: 1) a comunicação (intergrupala e grupala) ocorrente na cultura folk; 2) a mediação dos canais folk para a recepção da comunicação de massa; 3) A apropriação de tecnologias da comunicação de massa e o uso dos canais massivos por portadores da cultura folk; 4) a presença de traços da cultura de

⁵ Produção de bens simbólicos disseminados em escala industrial.



massa absorvidos pela cultura folk; 5) a apropriação de elementos da cultura folk pela cultura de massa e pela cultura erudita e 6) a recepção na cultura folk de elementos de sua própria cultura reprocessados pela cultura de massa.

Para esse trabalho, chama-se a atenção o sexto ponto defendido por Benjamin e caracterizado por ser a linha que apresenta menos pesquisas no campo da Folkcomunicação. Ao explicá-lo, Benjamin narra um estudo realizado em 1995 na cidade de Tracunhaém (PE). Foi verificado que graças à novela “Coração Alado” (1980) houve uma mudança no artesanato local. Na ficção existiam personagens oriundos dessa localidade que comercializavam produtos de artesanato, porém as peças não eram típicas daquela região.

Com o turismo, existiu uma procura por aquelas peças e prontamente os artesãos passaram a confeccioná-las. O que merece atenção nesse ponto de pesquisa é que os portadores de uma cultura folk decodificam e recebem informações advindas de sua própria cultura pela mídia massiva de forma distinta daquela não portadora dessa cultura.

A TELENVELA E A QUESTÃO DA IDENTIDADE HOMOAFETIVA

Certamente a telenovela é o gênero dramático mais consumido no Brasil e constitui um elemento crucial para estudar e entender a identidade brasileira contemporânea. A telenovela dita moda, influencia costumes, incita à reflexão social sobre os temas por ela abordados. Muitos podem não admitir, mas sabem o que acontece na telinha, assim exemplificando o papel central da mídia (sobretudo da teledramaturgia) na formação da agenda pública.

A telenovela, segundo Thomas Tufte (1996), é um mediador cultural, é ela a responsável por discutir a vida cotidiana. As múltiplas, dinâmicas e ambivalentes articulações de culturas resultantes das telenovelas, para Tufte, podem ser divididas em dois tipos de discursos: o pessoal e o de classe. No discurso pessoal cabe uma associação e identificação emocional com a família e a comunidade, principalmente no campo amoroso.

Já Anamaria Fadul (2000) diz que a família representada na telinha se aproxima do que ocorre no real. O discurso dramático, segundo a autora, não atinge grandes audiências se o público não se identificar com algum personagem. A semelhança com o real tende a provocar reflexões íntimas, o que faz com que o espectador se ligue no desfecho da história.



Sobre o papel da televisão, esta é capaz, na opinião de Aluizio Trinta (2007), de compor contextos envolvendo indivíduos, grupos e comunidades que elaboram, propõem, celebram, negociam e defendem suas identidades, através de seu autoconceito e autocompreensão. Trinta (2007) ainda sustenta que sistemas de representação estão ligados à formação identitária, uma vez que “uma identidade é construída quando dado sistema de representação proporciona forte identificação por parte dos que o reconhecem, aceitam e adotam” (TRINTA, 2007, p. 153). De fato, a televisão pode funcionar como instrumento de repartição de saberes, experiências e habilidades.

Portanto, para cada identidade existente existem representações sociais dominantes sobre elas (veiculadas também na mídia). Constroem-se sentidos públicos para o que significa ser, por exemplo, homossexual - sentidos historicamente dados que se alteram ao longo do tempo e do espaço. Mais do que um fenômeno natural, a homossexualidade - ou, na expressão preferida pelos segmentos que defendem os direitos destes grupos, a homoafetividade – constitui um debate cultural.

Manuel Castells (2008) vê a identidade como “o processo de construção de significado com base em um atributo cultural, ou ainda um conjunto de atributos culturais inter-relacionados, o(s) qual (is) prevalece (m) sobre outras fontes de significação” (p.22). Ele propõe três formas de se construir uma identidade: legitimada (introduzidas por instituições dominantes, a exemplo do nacionalismo); resistência (criada por atores que se encontram em posição desvalorizada pela lógica da dominação) e projeto (quando atores sociais utilizam-se de um material cultural para construir uma nova identidade capaz de redefinir sua posição na sociedade).

O autor sugere que identidades que começam como resistência podem acabar resultando em projetos, ou mesmo, tornarem-se dominantes. Especificamente sobre o movimento de lésbicas e gays, Castells afirma que “não são simples movimentos em defesa do direito humano básico de escolher a quem e como amar. São também expressões poderosas de identidade sexual e, portanto, de liberação sexual” (p. 256).

Teresa Sell (2006) comenta que o fato da identidade gay não ser bem aceita socialmente faz que a interação entre o indivíduo portador da identidade homossexual com a sociedade sofra conflitos: “o conflito vem da noção de que sua própria identidade consiste nas relações do ‘eu’ com o ‘outro’. Assim como o indivíduo percebe em desacordo com seus padrões sociais, a sociedade lhe reserva a rejeição e esta passa também a fazer parte da identidade do sujeito”(p.31)



METODOLOGIA

Conforme salienta Castelo Branco (2006 a, p.113), a Folkcomunicação pode abarcar pesquisas qualitativas e quantitativas, além de diversas técnicas de coletas de dados, como questionários e entrevistas, de acordo com as especificidades do objeto e dos objetivos de estudo. Portanto, existe uma amplitude não só de assuntos, mas também de métodos, que podem ser abordados. Castelo Branco (2006 b, p.122) ainda afirma que a Folkcomunicação não tem uma metodologia própria, o que a distingue das demais pesquisas é a especificidade do objeto e o aporte teórico lançado por Beltrão.

Assim, com base nos pressupostos dos Estudos da Recepção, utilizamos na presente monografia duas técnicas de pesquisa com a intenção de dar conta das hipóteses folkcomunicacional aplicadas a um segmento historicamente marginalizado – o dos homossexuais. A primeira foi uma pesquisa de opinião, feita com um grupo generalista, selecionado aleatoriamente, para dar conta de qual a imagem este universo tinha da homoafetividade.

A técnica da pesquisa de opinião baseia-se na aplicação de questionários⁶ quantitativos para o público em geral, audiência massiva, com o objetivo de diagnosticar como é percebida a identidade homoafetiva em telenovelas, analisando fatores como religião, religiosidade, grau de escolaridade, profissão, sexo, sexualidade, faixa etária, renda familiar e bairro que habita. Foram aplicados 152 questionários, nos dias 19, 20 e 21 de maio, no período de 11h às 14h, no calçadão da rua Halfeld em Juiz de Fora, local de passagem de muitos juizforanos de diversos segmentos sociais.

Já a outra técnica utilizada, agora de caráter qualitativo, foi o grupo focal com homossexuais, que teve como objetivo perceber os aspectos valorativos e normativos que são referências de um grupo em particular. Para realizá-lo, foi pedido para presidente do Movimento Gay de Minas (MGM), Marco Trajano, que convidasse aproximadamente dez pessoas, portadoras da identidade homossexual, para participar da pesquisa. Das doze pessoas convidadas, sete compareceram à reunião, que aconteceu no dia 05 de junho, às 19 horas. Foi exibido um

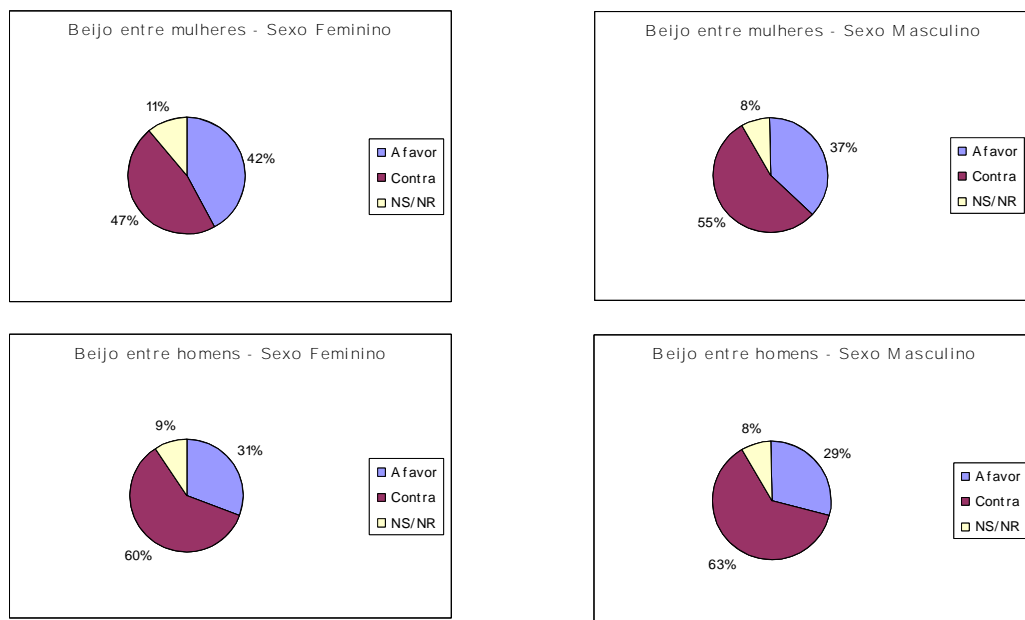
⁶ Pela quantidade de questionários aplicados, a pesquisa não objetivou constituir uma amostra estatisticamente representativa de toda a população, mas sim ofertar indícios de valores socialmente arraigados entre o público em geral



DVD com cenas de algumas novelas⁷ e depois prosseguimos por um debate de aproximadamente uma hora e meia.

A RECEPÇÃO DA REPRESENTAÇÃO DA HOMOSSEXUALIDADE EM TELENOVELAS: PÚBLICOS DISTINTOS, DECODIFICAÇÕES DISTINTAS

Dos 152 questionários aplicados no calçadão da rua Halfeld em Juiz de Fora 40,8% pesquisados eram do sexo masculino e 59,2% eram do feminino. Como forma de demonstrar a opinião dos entrevistados sobre o afeto entre homossexuais retratado na mídia, consideramos o beijo em telenovela uma evidência ímpar. Por isso perguntamos se eles eram a favor ou contra a exibição de um beijo entre duas mulheres e entre dois homens. No que tange ao gênero, a aceitação do beijo entre mulheres foi maior entre as mulheres (42,2 %) do que entre os homens (37,1 %), embora a maior parte, de ambos os sexos, fossem contra a exibição. O quadro⁸ não varia muito em relação à exibição do beijo entre dois homens: são a favor 29% dos homens e 41 % das mulheres. Vê-se que a única diferença significativa é em relação ao sexo masculino, pois os homens aceitam melhor o beijo entre duas mulheres do que entre dois homens.

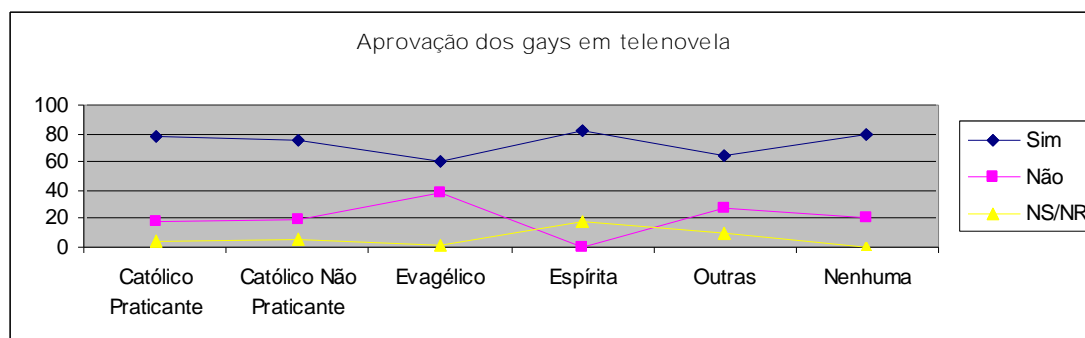
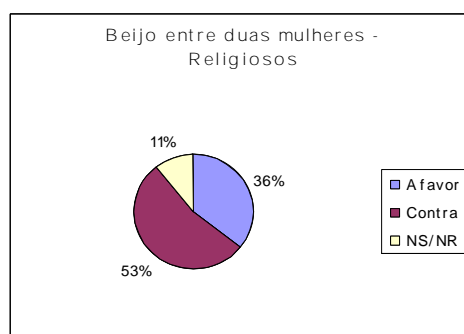
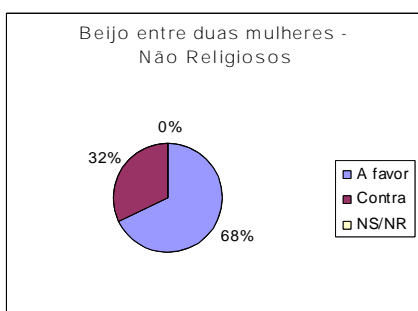


⁷ A saber: A próxima vítima (1995), Torre de Babel (1998), Mulheres Apaixonadas (2003), Senhora do Destino (2004), América (2005), Páginas da Vida (2006), Paraíso Tropical (2007) e A Favorita (2008).

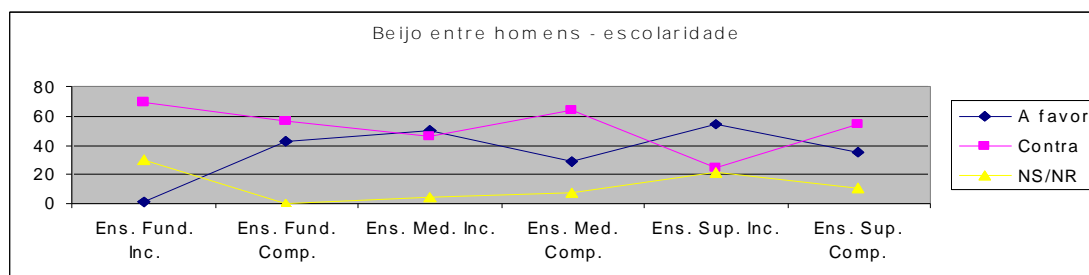
⁸ Como não há grande diferença entre a aceitação do beijo entre lésbicas e gays por parte da audiência massiva, usaremos só um desse fator nas análises a seguir, de forma alternada.



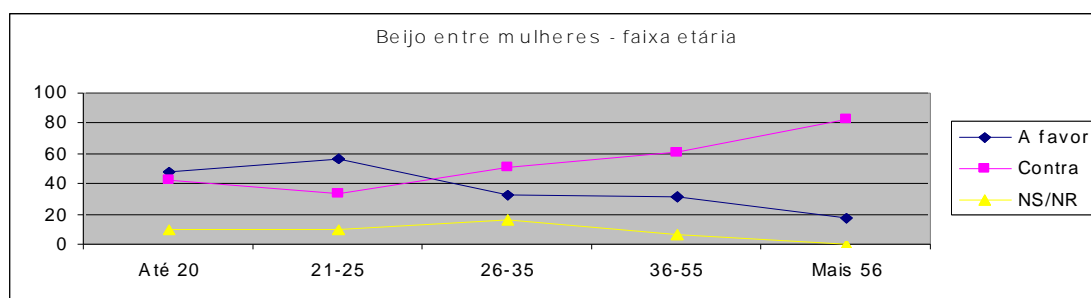
Já no que se refere à religiosidade, percebe-se que ela está diretamente influenciada na aceitação, uma vez que, entre os não-religiosos, 63,6% são a favor do beijo e, entre religiosos, esse número cai para 31,2%. Ao fazer uma análise por religião em específico, envolvendo a aceitação dos personagens homossexuais na televisão, percebe-se que existe uma resistência maior entre os evangélicos: apenas 57,1% deles aceitam os personagens gays, contra 75,7% de católicos não-praticantes, 78% de católicos praticantes e 81,8% dos espíritas.



No cruzamento das respostas com a variável escolaridade, verifica-se que o percentual mais baixo em relação à aprovação do beijo está nos que possuem o ensino fundamental incompleto, 7,7%. Já o índice de rejeição menor, encontra-se nos que estão cursando o ensino superior, 25%.



O quesito de faixa etária, por sua vez, mostrou, praticamente, ser diretamente proporcional. Quando menor a faixa etária, maior é a aprovação do beijo entre duas mulheres. Os dados mostram que na faixa etária de até 20 anos, 48,4% são a favor; já nos que têm de 21 a 25 o valor chega a 56,3%, ou seja, mais da metade é favor da veiculação do beijo, o que mostra que os tempos pode estar mudando. À medida que a idade vai subindo a aceitação diminui: dos que têm entre 26 a 35 anos, 33,3% são a favor do beijo, já nos que têm de 36 a 55 os números abaixam para 31,8% e, finalmente, nos que estão acima dos 56 o índice é de apenas 16,6%.



A pesquisa também buscou verificar se as pessoas já se identificaram com algum personagem de telenovela. Para a nossa surpresa, somente 27% dos entrevistados declaram que sim, 71,7% disseram que nunca se identificaram e 1,3% não soube ou não quis responder. Porém, quando questionamos se a telenovela tem o poder de influenciar o comportamento das pessoas os dados se modificam: 78,9% apontam que sim (sendo que 66,7% deles ganham até cinco salários mínimos). Outro dado surpreendente é que 76,3% dos entrevistados acham que a constante exibição de personagens *gays* em telenovelas pode diminuir o preconceito para com o grupo LGBTTT⁹ (Lésbicas, Gays, Bissexuais, Travestis, Transgêneros e Transexuais).

Na prática, essas dissonâncias apontam o como o processo de decodificação do discurso televisivo é diferenciado. De acordo com Itania Gomes (2007 p. 213), os gêneros televisivos permitem entender o processo comunicativo não a partir das mensagens, mas a partir da interação. Assim, os gêneros são formas reconhecidas socialmente: “Colocar a atenção nos gêneros implica reconhecer que o receptor orienta sua interação com o programa e com o meio de comunicação de acordo com as expectativas geradas pelo próprio reconhecimento do gênero”.

Portanto, supõe-se que públicos portadores de determinados repertórios culturais específicos tendem a reagir ao discurso midiático de modo também específico. Para verificar se

⁹ Sigla definida na Conferência Nacional LGBTTT que ocorreu em Brasília-DF em junho de 2008.



um grupo portador da identidade homoafetiva reagiria de modo bastante diferente dos resultados já apresentados sobre as opiniões de um público generalista, procedemos à segunda etapa da pesquisa: a verificação de como um grupo folk – no caso, homossexuais -, decodificava a sua representação nas telenovelas.

O Grupo Focal¹⁰, realizado no dia 05 de junho de 2009, contou com sete presentes. Destes, quatro de declararam *gay* e três se afirmaram como lésbicas. Deste público, três não veem telenovela, dois as assistem todos os dias, um três vezes por semana e outro uma vez por semana. Das atuais novelas, a preferida é a global “Caminho das Índias”. Foi perguntado também qual foi a telenovela que representou o mais próximo possível da realidade *gay*. Três pessoas afirmaram que foi “Paraíso Tropical” (Gilberto Braga/2007), uma escolheu “América” (Glória Perez/2005), outra “Senhora do Destino” (Aguinaldo Silva/2004) e, por fim, outra escolheu “Mulheres Apaixonadas” (Manoel Carlos/2003); um marcou a opção nenhuma.

Tal como sustenta Itania Gomes (2004), o significado de uma mensagem (televisiva) muda de acordo com o código com que o receptor interpreta e que esse código é determinado pela situação socioantropológica do receptor, pelo quadro de referência cultural geral no qual a situação comunicativa se insere. Pelo fato do grupo focal ser composta pela identidade marginal - nos termos de Beltrão (1980) -, vê-se que a análise aqui empreendida não tem como objetivo ser uma análise massiva e, sim, específica deste grupo.

Assim, é do seguinte modo que um dos componentes do grupo estudado analisa a constante exibição de personagens homossexuais em telenovelas, fazendo análises que a telenovela evoluiu durante os anos, uma participante destaca a trama “A Próxima Vítima” pelo fato de introduzir um casal interracial, e explica “A estratégia foi fazer com que o público aceitasse aquele casal e só no final da novela a questão a afetividade vem a público” já em relação à explosão do casal de lésbicas em “Torre de Babel”, ele argumenta “Elas eram mulheres ricas, bem sucedidas, que possuíam uma situação legal e isso aos olhos dos conservadores não pode ser, porque se você é gay a relação tem que ser complicada”.

A mudança de perspectiva também foi analisada, a partir do momento em que se pega a explosão do shopping em Torre de Babel de 1998 e a juras de amor e afetos trocados em Mulheres Apaixonadas de 2003. Num intervalo de cinco anos a temática foi recebida com menos

¹⁰ Os membros do Grupo Focal foram identificados com uma numeração.



preconceito, conforme apresenta um dos membros do grupo focal. Ele ainda argumenta a evolução da ‘problemática’ homossexual no decorrer dos anos, nos anos 80 havia, segundo ele, uma maior rejeição, apesar de existir ainda hoje, é bem menor que antes. Outro ponto de destaque foi o casal de “Paraíso Tropical” que não passaram pelo conflito de se aceitar enquanto homossexuais. A trama já os apresentou como um casal definido, porém o participante do grupo focal ressalta que não houve cenas afetivas neste caso, como ocorreu em “Mulheres Apaixonadas”, “Senhora do Destino” e “América”.

Apesar da evolução no tema retratado nas telenovelas, a questão da afetividade incomoda um dos presentes, que afirma “os últimos casais eles tendem a negação da afetividade. Quando você pega aquele casal de “Paraíso Tropical”, eles parecem dois amigos que estão juntos e que por acaso dormem na mesma cama. Eles não têm manifestação de afeto, não agem em nenhum momento como namorado”. O participante também chama a atenção para o beijo, que seria “a principal forma de demonstrar afeto, quando eu amo, eu beijo, seja beijo na testa, no rosto, onde for, é uma manifestação de afeto”. Assim, o grande mote da discussão é que a pessoa pode ser homossexual, desde que não demonstre.

A respeito de declarações desse tipo, Trevisan (2002 p. 306) aponta que “as telenovelas padecem de um recato espantoso, em se tratando de cenas de amor homossexual, especialmente quando comparamos ao atrevimento das cenas de alcova entre homem e mulher. Essas circunstâncias redutoras geraram protestos dos grupos de ativismo homossexual”. O beijo como manifestação de afeto é que o público portador da identidade homoafetiva almeja. Porém, como foi visto na pesquisa de opinião, boa parte da população repudia esta cena nas telenovelas. No grupo focal foi detectado que o beijo, que para uns seria um avanço, para outros não muda nada. Houve, no grupo focal, grande variedade de posições sobre isso, enquanto uns acreditam que não vai haver qualquer alteração. Outros acreditam na educação pela imagem. Um participante diz que a memória do brasileiro é fraca, pode haver o beijo, será comentado e depois esquecido, já a polêmica do não beijo gera uma maior discussão. Outro participante acredita que deve haver um beijo sim por questão política “as pessoas precisam acostumar com o beijo gay, para que ele se torne tão natural como um beijo hétero”.

Trevisan (2002 p. 370) afirma que “a formação de uma identidade guei estaria reinstaurando a função normatizadora dos médicos e psiquiatras, por colocar a sexualidade



dentro de definições e categorias estritas”. Já Fry e MacRae (1983) têm uma outra explicação para a união de todos os homossexuais numa mesma categoria. Os autores afirmam que:

Acima de tudo, o grande fator de união dos homossexuais de ambos os sexos é a posição marginalizada e desviante que lhes é reservada na sociedade. Além da discriminação a que estão sujeitos, existem outros problemas comuns aos dois grupos [gays e lésbicas], como, por exemplo, a falta de modelos tradicionalmente estabelecidos que norteiam as relações homossexuais. (FRY e MACRAE, 1983, p. 112)

Outro ponto que gerou discussão no grupo foi a identificação com os personagens gays das novelas. Mesmos aqueles que não se identificaram com os personagens acharam válida sua permanência no ar ao suscitar o debate. Verificou-se que a idade de cada um dos entrevistados foi o determinante para suas reflexões. Uma participante afirma que “a telenovela contribuiu para a minha identidade lésbica, no momento da alta-aceitação”, ela aponta que várias novelas foram importantes. Já outra participante completa “No período também da adolescência, eu pude ver como uma coisa normal, por causa da novela. E o carisma também que as pessoas pegaram pelas duas personagens”. Outro se identificou com o personagem de “América”, e completa “a descoberta da minha sexualidade foi muito confusa, por isso me identifiquei muito com o personagem da telenovela América”

Nessa perspectiva, a formação de identidades relaciona-se, também, à situação social e à inserção cultural do indivíduo. Logo, existe, atualmente, uma “movimentação de identidades”, na visão de Trinta, sendo que atores sociais podem assumir identidades variadas, instáveis e multipolares. Mauro Sousa (2006) aponta que os *media* são vistos enquanto espaço aglutinador na fragmentação social, espaço de centralização nos processos de exclusão das pessoas. Na televisão, a identidade se confunde com a busca de um comum, com mediações entre o vivido isolado, fragmentado e diferente, e a necessidade de seu oposto mediante a inclusão.

Silvia Gomide (2007 p. 407), ao analisar a identidade lésbica, afirma que ao assumi-la, as mulheres se aproximam da subcultura lésbica e, ao mesmo tempo, gerenciam a comunicação dessa informação estigmatizadora para o restante da sociedade. “As lésbicas tendem a ser habitantes de dois mundos, o heterossexual e o *gay*. E, para conseguir viver, trabalhar e amar, precisam satisfazer exigência e de ambos”. A pesquisadora ainda completa que “a subcultura lésbica construiu resistência à heterossexualidade dominante, parcialmente através de estilo e



apresentação pessoal, uma vez que a reconstrução de códigos culturais é central para grupos marginalizados”.

Os integrantes do grupo focal acreditam que a homossexualidade feminina, na mídia, é melhor aceita que a masculina, e segundo eles isso acontece pela negação da sexualidade da mulher “a sociedade ver a mulher como um ser sem sexo, que não sente tesão, então elas podem dormir juntas, já que não existe tesão mesmo”.

Mais uma vez é perceptível que, na tradição da teledramaturgia brasileira, os personagens *gays* podem fazer papéis cômicos, de personagens bonzinhos, mas não podem fazer cenas de afetividades. A afetividade entre o casal homossexual é questionada. Assim, a primeira medida que deveria ser tomada nas telenovelas, na opinião do grupo focal, são cenas que envolvem o amor de iguais, deixar de forma explícita cenas de afetividade. Outra questão é a desproporção de casais homossexuais e heterossexuais nas tramas. Sempre é apresentado um único casal *gay* no meio do mundo hétero. Por fim, depois da exibição de cenas de carinho e afeto e do tal beijo, um casal homoafetivo como protagonistas da trama seria um verdadeiro sonho.

CONCLUSÃO

As pesquisas realizadas para a produção deste trabalho permitiram constatar a diferença de recepção existente entre a cultura hegemônica e a audiência folk analisada – reforçando a percepção de Beltrão e de seus seguidores, que atestam a importância da comunicação como possibilidade de maior fortalecimento das identidades de grupos marginalizados quanto mais eles conquistarem voz.

Mas ainda há muito que se avançar. A pesquisa com o público geral indica, por exemplo, que a exibição de um beijo homoafetivo é problemática, visto que, das 152 pessoas entrevistadas, apenas 55 foram a favor, o que corresponde a 36,1%. Há preconceito explícito sobre a homossexualidade: quando instados a listar palavras que associam aos homossexuais, apenas 25,7% se remetiam a expressões de cunho positivo, de não marginalização do *gay* enquanto cidadão. O paradoxo é que esse mesmo público é a favor dos personagens *gays* da trama: 73% acreditam que eles devem permanecer no ar e 76,3% pensam que a constante aparição de *gays* na teledramaturgia pode diminuir o preconceito com o grupo.



Já quando comparamos estes dados com os do grupo focal constituído por homossexuais, vemos que a telenovela ainda está muito longe de atender os anseios do grupo LGBTTT. Todos os participantes afirmaram que querem cenas de afeto explícito, mostrando que há amor nas relações entre pessoas do mesmo sexo. Se os *mass media* mostrarem os gays como pessoas comuns, que têm uma relação amorosa similar aos casais heterossexuais, poder-se-ia pensar que mudaria a visão de que os homossexuais são promíscuos e mantêm relações unicamente para satisfazer os anseios sexuais.

Há evidências de que as telenovelas estão avançando nesse assunto. O *gay* está deixando de ser apenas um marginal (no sentido beltraniano). Cenas das novelas “Mulheres Apaixonadas”, “Senhora do Destino” e “América” mostraram a afetividade *gay* de maneira menos preconceituosa. Apesar de membros do grupo focal acharem que ela foi apenas induzida, podemos ver, pelas imagens exibidas e em anexo, juras de amor entre personagens ganharam legitimidade – algo antes restrito às relações heterossexuais.

Continuam a existir graves lacunas. Observa-se, por exemplo, que temas como a homoparentalidade (adoção de crianças por casais homossexuais) só são mostradas no último capítulo da trama, não havendo espaço para o debate. Foi assim em “Senhora do Destino” e em “Páginas da Vida”. Justamente por se tratar de um tema tão polêmico deveria ter um tratamento mais ‘sério’, de modo a mostrar que casais de mesmo sexo também são capazes de educar e cuidar de uma criança.

Polêmicas à parte, é fato que a telenovela sozinha não é capaz de mudar o mundo. Mas pode abrir espaço para o debate. Ao focar personagens bem estruturados e não estereotipados, podem contribuir para que haja uma mudança de pensamento acerca da homoafetividade por parte de quem hoje a rejeita – e pode também contribuir para que a representação dessa identidade seja, cada vez menos, estigmatizada como marginal.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BELTRÃO, Luiz. Folkcomunicação: a comunicação dos marginalizados. São Paulo: Cortez, 1980.
_____. Folkcomunicação: um estudo dos agentes e dos meios populares de informação de fatos e expressão de ideias. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2001.
BENJAMIN, Roberto. Folkcomunicação no contexto de massa. João Pessoa: Ed. UFPB, 2000.
CARNEIRO, Edison. Dinâmica do Folclore. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1965.
CASTELLS, Manuel. O poder da identidade. São Paulo: Paz e Terra, 2008.



- CASTELO BRANCO, S. “Folkcomunicação: metodologias possíveis”. In: SCHMIDT. Folkcomunicação na arena global: avanços teóricos e metodológicos. São Paulo: Ductor, 2006 a. p. 101-115.
- _____. “Metodologia folkcomunicacional: teoria e prática”. In: DUARTE, Jorge e BARROS, Antônio (org.). Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação. São Paulo: Atlas, 2006 b. p. 110-124.
- FADUL, Anamaria. “Telenovela e família no Brasil”. In: Comunicação & Sociedade. Ano 22. n° 34. São Bernardo do Campo: Umesp, 2000. p.13-39.
- FRY, Peter e MACRAE, E. O que é homossexualidade. São Paulo: Brasiliense, 1983.
- GOMES, Itania. Efeito e Recepção. Rio de Janeiro e-papers, 2004.
- _____. “A noção do gênero televisivo como estratégia de interação”. In: FERREIRA, G.e MARTINO, L. Teorias da Comunicação. Salvador: EDUFBA, 2007. p. 194-216.
- GOMIDE, Silvia. “Formação da identidade lésbica: do silêncio ao queer. In: GROSSI, Miriam et. al (org.). Conjugalidade, parentalidades e identidades lésbicas, gays e travestis. Rio de Janeiro: Garamond, 2007. p.405-422.
- SELL, Teresa Adada. Identidade homossexual e normas sociais. Florianópolis: Editora UFSC, 2006.
- SOUSA, Mauro. “Práticas de recepção mediática como práticas de pertencimento público”. In: _____ (org.). Recepção mediática e espaço público: novos olhares. São Paulo: Paulinas, 2006. p. 215-242.
- TREVISAN, João Silvério. Devassos no paraíso. Rio de Janeiro: Record, 2002.
- TRINTA, Aluizio R. “Identidade, identificação e projeção: telenovela e papéis sociais, no Brasil”. In: SILVEIRA JR. P. e COUTINHO, I. Comunicação: tecnologia e identidade. RJ: Mauad X, 2007. p.151-164.
- TUFTE, T. “La televisión como mediador cultural: el caso de las telenovelas brasileñas”. In: MARQUES DE MELO (org.). Identidades Culturais Latino-Americanas.: S. B. Campo: Umesp: 1996. p. 55-63.



Anexo I

UFJF/FACOM

Questionário (Audiência massiva)

- 1) Sexo: () Masculino () Feminino
- 2) Faixa Etária:
() Até 20 anos
() 21 a 25 anos
() 26 a 35 anos
() 36 a 55 anos
() 56 ou mais
- 3) Grau de escolaridade:
() Primeiro grau incompleto
() Primeiro grau completo
() Segundo grau incompleto
() Segundo grau completo
() Curso superior incompleto
() Curso superior completo
- 4) Profissão

- 5) Você é religioso? () Sim () Não
() NR/NS
- 6) Religião:
() Católico praticante
() Católico não praticante
() Evangélico
() Espírita
() Outras: _____
- 7) Renda familiar
() Até dois salários mínimos
() De dois a cinco salários mínimos
() De cinco a dez salários mínimos
() Acima de dez salários mínimos
- 8) Bairro em que mora em Juiz de Fora.

- 09) Você se considera homossexual?
() Sim () Não () NR/NS
- 10) Você acredita que a telenovela tem poder de influenciar o comportamento das pessoas?
() Sim () Não () NR/NS
- 11) Você já se identificou com algum personagem de telenovelas?
() Sim () Não () NR/NS
- 12) Você aprova os personagens gays em telenovelas?
() Sim () Não () NR/NS
- 13) Você acredita que a constante aparição de personagens gays em telenovelas pode diminuir o preconceito com o grupo?
() Sim () Não () NR/NS
- 14) Você é a favor ou contra a exibição de um beijo entre dois homens em uma telenovela?
() A favor () Contra () NR/NS
- 15) Você é a favor ou contra a exibição de um beijo entre duas mulheres em uma telenovela?
() A favor () Contra () NR/NS
- 16) Defina, em uma palavra, o que vem em sua mente sobre a homossexualidade.
