

UNIVERSIDADE DE PASSO FUNDO

Regiele do Amarante de Oliveira

**COMO O ADOLESCENTE PERCEBE OS
RELACIONAMENTOS HOMOAFETIVOS NAS
TELENOVELAS**

Passo Fundo

2015

Regiele do Amarante de Oliveira

COMO O ADOLESCENTE PERCEBE OS
RELACIONAMENTOS HOMOAFETIVOS NAS
TELENOVELAS

Monografia apresentada ao Curso de Jornalismo, da Faculdade de Artes e Comunicação, da Universidade de Passo Fundo, como requisito parcial para obtenção do grau de Bacharel em Jornalismo, sob a orientação da Ms. Nadja Maria Hartmann.

Passo Fundo

2015

Regiele do Amarante de Oliveira

Como o adolescente percebe os relacionamentos homoafetivos nas telenovelas

Monografia apresentada ao Curso de Jornalismo, da Faculdade de Artes e Comunicação da Universidade de Passo Fundo, como requisito parcial para obtenção do grau de Bacharel em Jornalismo, sob orientação da Ms. Nadja Maria Hartemann.

Aprovada em _____ de _____ de _____.

BANCA EXAMINADORA

Prof^a. Ms. Nadja Maria Hartmann – UPF

Prof. Dr. _____ - _____

Prof. Dr. _____ - _____

Agradeço em primeiro lugar a Deus pela conquista desse sonho. Sonho que não sonhei sozinha, aos meus pais Antônio e Rejane, obrigada por todos esses anos de amor e dedicação para com a minha pessoa. Ao meu irmão João Denis por ser um dos meus grandes apoiadores e exemplo. Ao Jeová, por toda calma, carinho, amor, compreensão e auxílio ao longo dessa jornada. À minha professora orientadora Nadja Maria Hartmann, pelos ensinamentos e palavras de motivação ao longo deste trabalho. Aos demais professores e colegas do Curso de Jornalismo, que compartilharam comigo experiências, dicas, ensinamentos e alegrias. Obrigada também as minhas amigas, o apoio de vocês e as palavras motivadoras na hora do cansaço também contribuíram para o fim dessa jornada.

Não espere que venha um nome de fora, um livro de longe, ensinando a amar o que temos ao alcance dos olhos. Teime como está fazendo, em valorizar o Homem do Brasil em sua normalidade. E não apenas os produtos do esforço desse Homem. Acredite na força pessoal do seu afeto no plano da penetração analítica. Acima de tudo, veja com seus olhos. Ande com seus pés. Depois compare com as conclusões de outros olhos e com as pegadas de outros pés. (...)

Câmera Cascudo

RESUMO

A pesquisa intitulada “*Como o adolescente percebe os relacionamentos homoafetivos*”, busca analisar a influência da telenovela sobre o comportamento social e o impacto no desenvolvimento dos adolescentes, buscando identificar como eles reagem sobre as questões da representação homoafetivas nas telenovelas. Para atingir tal objetivo, a pesquisa teve como metodologia a revisão bibliográfica e de análise qualitativa-quantitativa com aplicação de 100 (cem) questionários com adolescentes entre 14 a 18 anos, alunos de escolas localizadas em Passo Fundo, no Norte do RS. Após análise, a pesquisa chega à conclusão que a percepção do adolescente sobre os relacionamentos homoafetivos representados nas telenovelas é positiva. Porém, desde que a telenovela foque em personagens não estereotipados.

Palavra-chave: Adolescentes, Homoafetividade, Folkcomunicação, Telenovela.

LISTA DE TABELAS

Tabela 1. Demonstrativo de aplicação questionários Escola Pública	48
Tabela 2. Demonstrativo de aplicação questionários Escola Particular.....	49

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1. Gráfico das práticas religiosas.....	49
Gráfico 2. Gráfico tempo na internet.....	50
Gráfico 3. Gráfico geral das relações com os pais.....	51
Gráfico 4. Adolescente e a relação televisão em família.....	51
Gráfico 5. Gráfico hora/dia adolescente e televisão.....	51
Gráfico 6. O adolescente e a tv.....	52
Gráfico 7. O adolescente e a relação com a telenovela.....	53
Gráfico 8. O adolescente e a relação com a telenovela por semana.....	53
Gráfico 9. O gosto do adolescente referente a personagens homossexuais.....	54
Gráfico 10. O sentimento positivo da representação homossexual em qualquer hora.....	55
Gráfico 11. O adolescente e a percepção sobre os personagens homossexuais.....	56
Gráfico 12. O adolescente e a representação dos relacionamentos homoafetivos.....	56
Gráfico 13. Gráfico demonstrativo geral sobre representação e aceitação pública.....	57
Gráfico 14. O adolescente e temas homossexuais em telenovela 1.....	58
Gráfico 15. O adolescente e temas homossexuais em telenovela 2.....	58
Gráfico 16. Relação de homossexuais com a família.....	59
Gráfico 17. Relação de homossexuais com amigos.....	59
Gráfico 18. O sentimento sobre homossexuais.....	60
Gráfico 19. O adolescente e o apoio aos amigos.....	60
Gráfico 20. O adolescente e o apoio à família.....	60
Gráfico 21. O assunto abordado na família.....	61
Gráfico 22. O assunto abordado na escola.....	61

Sumário

Introdução.....	10
1 – Um Panorama Sobre a Telenovela.....	14
1.1. A telenovela enquanto gênero audiovisual.....	14
1.2. O desenvolvimento histórico da telenovela	16
1.3. O surgimento da telenovela como a conhecemos.....	19
1.4. A fabricação audiovisual do produto telenovela	20
1.4. A telenovela e seu papel social.....	23
1.5. A telenovela e a homoafetividade.....	26
1.6. A telenovela e o adolescente.....	30
2 – A Comunicação Humana - Panorama sobre Folkcomunicação e Indústria Cultural	33
2.1. Folkcomunicação - a comunicação dos marginalizados.....	33
2.1. Indústria cultural e seus elementos.....	38
3 – Metodologia	45
3.1 Apresentações dos dados	47
3.2 Análise	61
4. Considerações Finais.....	65
Referências.....	67
Apêndices	70

INTRODUÇÃO

Para o autor Romeu Gomes (2000), desde o século XVI a sociedade passou a observar e discutir sobre sexualidade. Tudo isso se deve ao forte processo de modernização que se iniciou no século XVI, aliado ao poder da ciência e da tecnologia. Como resultado desse processo surgiu uma ruptura com as influências do século passado, onde a sexualidade foi fortemente influenciada pelas ideias e simbolismos cristãos, aliados aos momentos culturais, políticos e econômicos vividos na época.

Atualmente nossa realidade não está muito diferente daquela época, pois, assuntos que envolvem sexualidade ainda geram debates, discussões e ganham polêmicas dentro e fora da mídia, em ambientes acadêmicos ou no seio familiar. Segundo, Souza (2014), apesar de a sexualidade ser definida como um conjunto de fenômenos de aspectos biológicos, hoje já se sabe que é também um fenômeno social e psicológico e só pode ser compreendido quando situado no âmbito e nas regras da cultura em que se vive. Em cada sociedade existem diferentes tipos de proibições e regras em relação à atividade sexual. Outro fator está relacionado ao processo de adaptação cultural do ser humano, onde o controle da sexualidade é um dos aspectos centrais.

Para melhor compreensão do trabalho, vale destacar que, o termo homoafetividade é a relação entre duas pessoas do mesmo sexo, que têm os mesmos direitos e deveres de casais heterossexuais assegurados e previstos pelo código civil brasileiro desde o dia 05 de maio de 2011. A relação entre casais homossexuais começou a ganhar em 2005, um novo vocábulo, criado pela desembargadora, jurista e professora Maria Berenice Dias. Ela começou a defender que o afeto é o fator mais relevante na atração que uma pessoa sente pelo mesmo sexo. Segundo Dias (2005), a homoafetividade vai além da relação sexual, é, um vínculo criado pela afetividade, pelo carinho e pelo desejo de estar com o outro em uma convivência harmônica. O termo homoafetivo foi criado pela desembargadora para diminuir a conotação pejorativa que se dava aos relacionamentos homossexuais, e tornou-se uma expressão jurídica para tratar do direito relacionado à união de casais do mesmo sexo.

Ou seja, quando falamos em homossexualidade abordamos todos os aspectos que envolvem os homossexuais desde preconceito, discriminação até os relacionamentos

homoafetivos. Por tanto, a homoafetividade está contida dentro da homossexualidade, enfim, neste trabalho não diferenciamos uma da outra.

A discussão em torno da influência dos meios de comunicação, em especial, os de massa não é recente e tão pouco inovador. Muito se discute sobre o papel que as emissoras de televisão exercem sobre a formação de opinião na sociedade brasileira. Inúmeros artigos já foram publicados sobre o tema, entretanto, poucos são os estudos que realmente envolvem pesquisas a fundo sobre o mesmo, como nos afirma o professor José Marques de Melo (1998).

Até agora, as investigações de campo têm sido dirigidas para análise dos fenômenos comunicativos, tomando como ponto de referência os símbolos da cultura de massas, e considerando apenas o fluxo da transmissão indireta das mensagens. Pouca atenção tem sido dada ao processo da comunicação interpessoal ou intergrupal, cuja característica essencial é a bilateralidade e o informalismo. (MARQUES DE MELO, 1998 p. 195).

As telenovelas – objeto deste estudo - são fragmentos fictícios da representação da realidade social, e muito se discute sobre o poder que esse produto pode ter ou não na vida de quem o consome. Frases, roupas, cabelos ou mesmo os próprios jargões dos personagens são incorporados normalmente pela própria sociedade no seu dia a dia. Ou seja, parte-se do pressuposto que as telenovelas retratam de uma maneira fictícia a realidade social, e que fenômenos de variados campos como políticos econômicos e culturais são abordados e geram impactos, em alguma medida, no público que o consome.

Neste sentido, esta pesquisa busca estudar e compreender qual é a relação entre a telenovela e o adolescente, bem como compreender no que o modo de representação contido nela pode exercer para a construção de uma nova visão sobre os relacionamentos homoafetivos. Quanto tempo o adolescente dedica a esse entretenimento? Qual o papel da telenovela na vida desse público, em que dimensão esse gênero atua em seu comportamento?

Descobrir que significados mercadológicos esse produto cultural pode gerar em adolescentes é algo crucial para o trabalho do jornalista, uma vez que as telenovelas pautam redações, assim como debates acadêmicos e no seio familiar. Outro fator importante também é o de compreender sobre como os adolescentes percebem e repassam os conteúdos das telenovelas, assim como, classificam as mensagens e se os conteúdos da telenovela têm influências no seu dia-a-dia. Enfim, esta pesquisa se justifica tendo em vista o quanto o

desenvolvimento humano se encontra particularmente vinculado às influências da mídia e em especial do fenômeno das telenovelas, que é o principal produto audiovisual brasileiro, sendo exportado para vários países. Podemos salientar outro fator importante para esse estudo, o de compreender a relação entre a produção de conteúdo e o público.

Vale ressaltar que o trabalho de um jornalista não se define apenas pelo domínio de técnicas de entrevistas, edições e produção de reportagens ou programas. Uma das principais ferramentas de trabalho dos jornalistas são as pessoas e as suas histórias e perspectivas. Compreender o que faz o indivíduo com os meios é algo crucial para jornalista, uma vez que buscamos produzir informações para o público, assim como nas redações, também é possível nos encontrar em outros meios, como por exemplo, no entretenimento, blogs, literatura, ou seja, nosso trabalho nos permite gerar diferentes tipos e formatos de mídia.

No primeiro capítulo apresento um panorama geral da telenovela, abordando o gênero audiovisual da telenovela e, em seguida, o seu desenvolvimento histórico e o surgimento da telenovela como conhecemos. Apresento também o papel social da telenovela na sociedade brasileira, a telenovela e o adolescente e por fim a telenovela e a homoafetividade.

No segundo capítulo apresento os embasamentos teóricos da pesquisa com referências na teoria da Folkcomunicação e Indústria Cultural. No terceiro capítulo, será apresentada a metodologia aplicada ao trabalho. Para o desenvolvimento desse trabalho de Conclusão de Curso, a metodologia usada é baseada na pesquisa qualitativa e quantitativa.

O desenvolvimento do trabalho consiste primeiramente em uma pesquisa bibliográfica, para embasamento teórico e construção do poder de argumentação. São utilizados para essa pesquisa publicações de artigos, livros e periódicos sobre o tema a ser estudado. Estudo esse que faz usos da teoria de Folkcomunicação desenvolvida pelo professor Luís Beltrão (1967), a pesquisa se utiliza também de autores como, por exemplo, os professores Andres Teixeira Kalikoske (2010) e José Carlos Aronchi de Souza (2004), entre outros profissionais.

Na segunda parte do trabalho vamos utilizar de uma pesquisa qualitativa-quantitativa, realizada através da aplicação de um questionário. Segundo Castelo Branco (2006) a Folkcomunicação pode compreender pesquisas qualitativas e quantitativas, além de diversas técnicas de coletas de dados, como questionários e entrevistas, tudo de acordo com as especificidades do objeto e dos objetivos de estudo. Portanto, existe uma abrangência de assuntos e também de métodos, que podem ser abordados. Castelo Branco (2006) vai além e afirma que a Folkcomunicação não tem uma metodologia própria, e o que a distingue das demais pesquisas é a especificidade do objeto e o aporte teórico lançado por Beltrão (1967).

A técnica da pesquisa de opinião baseia-se na aplicação de questionários para o público em geral. Entretanto, para esse estudo delimitamos o público, com o objetivo de diagnosticar como é percebida a identidade homoafetiva em telenovelas por adolescentes, analisando fatores como religião, religiosidade, grau de escolaridade, sexo, faixa etária, entre outros fatores.

Para poder descobrir então a influência das telenovelas no comportamento dos adolescentes, utilizaremos a linha de análise quantitativa-qualitativa, com a aplicação de 100 (cem) questionários para adolescentes nas faixas etárias entre 14 a 18 anos, alunos de escolas localizadas em Passo Fundo. A escolha de aplicar cem questionários foi estabelecida de forma eventual, vale ressaltar também que todos os questionários foram aplicados pessoalmente pela pesquisadora em ambas as escolas. A escolha de duas escolas diferentes se deve para se contemplar os diferentes modos de pensar das diferentes classes sociais encontradas na estrutura da sociedade, como defende o professor Luís Beltrão (2004) na teoria de Folkcomunicação.

No terceiro capítulo apresentamos também a análise do comportamento social dos adolescentes adquirida das repostas do questionário aplicado, que mudanças significativas são observadas pelos usuários. Em outras palavras, o interesse principal deste trabalho é, no mínimo, levantar as possibilidades de reflexão sobre um produto comunicacional que entra nos lares diariamente e que é consumido por milhares de crianças, adolescentes e adultos e que, de algum modo, se reflete no comportamento dos sujeitos em geral.

1 – UM PANORAMA SOBRE A TELENVELA

Neste capítulo veremos a classificação da telenovela enquanto gênero audiovisual e as fases históricas de construção da telenovela. O papel social que exerce na sociedade, a relação com o homossexual e a homoafetividade e por fim sua relação com o público adolescente.

1.1. A TELENVELA ENQUANTO GÊNERO AUDIOVISUAL

A telenovela certamente está entre os primeiros gêneros audiovisuais mais populares no Brasil. Autores como Renato Ortiz (1988), José Carlos Aronchi de Souza (2004) e Andres Teixeira Kalikoske (2010) a classificam como entretenimento, devido a seu formato que se espelhou em muito nos filmes, e assim como a maioria das películas apresenta uma história baseada em fatos reais ou totalmente de ficção, encenada por atores, dirigida por um diretor que conduz uma equipe de profissionais para contar uma determinada história em uma sequência de planos e movimentos de câmera. Tudo isso unidos a uma edição com um ritmo que visa despertar o interesse do público e o prender em frente à televisão a cada capítulo que poderá variar entre vinte a trinta minutos e sempre trará ao público novos elementos para o desfecho da história.

Segundo Souza (2004), o gênero telenovela desafia o conceito de telespectador passivo ou de TV como fonte de alienação, visto que o brasileiro percebe que sua vida está retratada nos folhetins diários. Um exemplo da valorização das telenovelas está na grade programação das emissoras de televisão no país. De cinco a seis dias por semana, as telenovelas aparecem entre a faixa de horários das 18h e 21h, separadas por telejornais ou outros programas. Na Rede Globo e SBT podemos encontrar ainda na parte da tarde uma reprise de uma das produções de sucesso.

Já Kalikoske (2010) vai além e nos explica que a criação do gênero é de origem publicitária, que foi criada para entreter e fidelizar as donas de casa com as histórias para que se pudessem vender produtos.

A criação do gênero – ou o modelo que é conhecido na contemporaneidade – foi mérito das agências de publicidade, que, no auge da recessão econômica, necessitavam fidelizar as donas de casas diante do rádio para vender sabão. Inicialmente, algumas emissoras latino-americanas investiram na realização de teleteatros, para somente mais tarde evoluírem à produção da telenovela diária. (KALIKOSKE, 2010 p. 71).

Para Ortiz (1988), essa aproximação do público com as histórias se dá devido ao fato que as histórias são classificadas de “realistas, literárias e comédias”. Ou seja, o sistema de produção de telenovelas apresenta inúmeros elementos organizados para motivar a resposta desejada do telespectador: melodrama, tipos humanos, atores, diálogos, locações, cenários, música, figurino, maquiagem, planos de câmera, horário, edição e muito mais.

O fator importante que os três autores defendem é a riqueza de detalhes, que chega a ser comparada por Kalikoske (2010), com as produções hollywoodianas, Souza (2004), vai além, e afirma que a prova dessas comparações com as produções internacionais, se dá devido aos inúmeros investimentos que estão cada vez maiores nas tramas, seja com compras de novos equipamentos técnicos, ou em locações nacionais e internacionais, assim como a produção de figurinos e cenários ricos em detalhes. Com isso pode-se ter um pouco da ideia da importância financeira do gênero no faturamento das redes de televisão no país.

Zevi Ghivelder, ex-diretor de programação da Rede Manchete, disse que “não há uma grande rede de televisão no Brasil sem novelas”. A explicação é direta: “A telenovela é o produto mais rentável da história da televisão mundial”, além do que ela “paga toda a televisão brasileira”. (SOUZA, 2004 p. 121).

Com certeza a atração do público por esse universo ficcional que molda as telenovelas é devido ela apresentar dentro da sua narrativa histórias realista e fiel ao cotidiano da família nacional, contando com um alto grau de hibridação em suas histórias que transita livremente com seus personagens do melodrama a comédia. Esse é sem dúvida um dos fatores para o sucesso do gênero até hoje, assim como sua rentabilidade econômica para quem a produz.

As redes brasileiras desenvolveram um tipo de texto na novela que estimula a interação familiar cotidiana até quando come, lê e conversa, possibilitando ao telespectador deixar de assistir alguns capítulos sem perder a sequência da trama. Os assuntos tratados são conflitos de interesses, luta de classes sociais, frequentemente no cenário urbano (SOUZA, 2004 p. 121).

Souza (2004) defende ainda, que a popularidade do gênero da telenovela não deve ser medida somente pela pesquisa de Ibope, mas, pelo espaço que ela ocupa nas conversas, debates e discussões nacionais, não somente pelas histórias dos personagens, mas também pelas questões sociais que ela aborda. Antes de entrarmos nessas questões de cunho mais sociais, vamos compreender de forma breve como foi o desenvolvimento histórico do gênero do entretenimento hoje conhecido como telenovela.

1.2. O DESENVOLVIMENTO HISTÓRICO DA TELENVELA

Para estudarmos o impacto da representação homoafetiva das telenovelas na opinião e comportamento do adolescente, precisamos em um primeiro momento compreender sua origem e todo seu processo de transformação para o então produto audiovisual que conhecemos e encontramos no momento atual nas grades de programação da televisão brasileira.

O pesquisador Andres Kalikoske Teixeira (2010), explica que a raiz histórica da telenovela que conhecemos hoje aparece pela primeira vez com os primeiros registros no romance-folhetim, que se popularizou nos jornais franceses do século XIX, como um gênero literário. Vários estudos reconhecem esse romance-folhetim, de origem francesa, como o princípio da fórmula da telenovela. No início a narrativa desfrutou de pouco prestígio, o espaço físico dado a ela em um jornal de periodicidade diária estava delimitado ao rodapé. Estratégia essa, comercial para fidelizar assinantes, uma vez que as histórias contidas dentro do folhetim passaram a acompanhar as transformações socioeconômicas que a sociedade atravessava, e o gênero acabou por difundir-se, caindo no gosto popular.

Outro pesquisador e autor de inúmeras pesquisas e livros em torno da telenovela é Renato Ortiz (1988), que expõe em uma de suas publicações que de fato, é no século XIX que emerge uma nova esfera de bens amparados por uma cultura de mercado, que encontra um ambiente propício para crescer. A oposição entre as duas culturas erudita e popular, é quebrada e outro polo de produção e consumo se constitui, e o mundo vê surgir à cultura de massas. Assuntos como moda, crime e o romance-folhetins centralizam agora os interesses do grande público, que se afasta da cultura erudita ou popular.

Para se compreender esse processo de transformação, é necessário ter em mente que ele é regido segundo Ortiz (1988), sobre bases sociológicas sólidas. O autor (1988) afirma que o primeiro momento é com o advento da Revolução Industrial.¹ O segundo deve-se as inovações tecnológicas da época, que permitiram impressões mais rápidas e em grande escala, assim como suas distribuições. O terceiro e último momento se dá ao aspecto que está diretamente ligado ao público consumidor e a sua aptidão a leitura, devido ao intenso movimento de alfabetização que a população francesa passou decorrente da Revolução Industrial. (1988, p.12).

Para Kalikoske (2010) no Brasil, o folhetim se desenvolveu quase que simultaneamente ao seu surgimento na França. A diferença entre um e outro está devido ao fato que em terras brasileiras a grande maioria dos folhetins publicados nada mais era que a traduções de obras já públicas em francês. A primeira publicação de um folhetim que se tem história no Brasil é datada de outubro de 1838, no Jornal do Comércio do Rio de Janeiro, que publica a obra *Capitão Paulo* de Alexandre Dumas, série essa que é iniciada em Paris, no jornal *Echo*. Ortiz (1988) salienta que as condições sociais para o crescimento do folhetim como literatura popular no Brasil foram adversas, seja pela falta de conotação popular, ou pelo fato que o país ainda era uma sociedade colonial, não acompanhando o ritmo de transformação dos países europeus, assim como não detinha grandes níveis de alfabetização.

Já na Inglaterra, segundo Kalikoske (2010), os primeiros registros desse romance-folhetim se encontra no caso do *railway literature* (literatura de trilhos), que eram contos de fácil leitura, produzidos com a mera função de distrair os usuários de trem das linhas férreas europeias. Somente em outubro de 1936, com a publicação inédita de um romance de *Balzac*, na *La Presse de Émile Girardin*, que esta forma seriada de literatura torna-se cada vez mais aceita pela população, desencadeando neste momento, as contratações dos autores das histórias como funcionários assalariados dos jornais.

Souza (2004) destaca outro fator na história e transformação do folhetim impresso para a telenovela: o de apresentar histórias em um formato curto, semelhante a um novelo se desenrolando em curto tempo. Formato esse que é mantido até hoje. Logo, foi fácil para os meios de comunicação incorporar esse gênero em suas linhas editoriais. O autor destaca

¹ A Revolução industrial foi um conjunto de mudanças que aconteceram na Europa nos séculos XVIII e XIX. A principal particularidade dessa revolução foi à substituição do trabalho artesanal pelo assalariado e com o uso das máquinas. (KALIKOSKE, 2010).

também o fato do texto escolhido ser literário (romance ou novela), impresso em capítulos, o que tornou fácil ser reaproveitado pelo teatro e pelo rádio em episódios. Com a popularidade do folhetim os demais gêneros da literatura e os meios de comunicação começam a ser influenciados.

No rádio, o folhetim também deixou sua marca nos programas de ficção. Na década de 1940, os Estados Unidos levaram as histórias seriadas ao rádio, mas foi em Cuba, por volta de 1935, que começaram a surgir as radionovelas. (SOUZA, 2004 p. 121).

A partir desse momento, que começaram a surgir as radionovelas oriundas das leituras em forma de dramatização dos folhetins impressos. Kalikoske (2010), explica que a chegada do gênero na América Latina ocorre de navio, que partindo da Europa, com destino a Buenos Aires e Havana, repleto de imigrantes dispostos a “fazer a América”.

Nas tabacarias da capital cubana, cria-se o hábito de ler textos dramáticos em voz alta, prática comum realizada em conventos e cárceres europeus. Neste momento, as rádios de Miami – frequentemente sintonizadas pelos cubanos – já fervilhavam de Soap Operas. (KALIKOSKE, 2010 p. 70).

Segundo Kalikoske (2010), no Brasil a primeira radionovela transmitida que se tem notícia, foi adquirida da nossa vizinha Argentina, mas de origem cubana. A obra *Em Busca da Felicidade* foi transmitida pela primeira vez em solo brasileiro pelo Rádio Nacional do Rio de Janeiro, em 1941. A ideia de transmitir radionovela aos lares brasileiros foi da agência Standard.

No entanto, com o advento da televisão, a história da radionovela não teria um final feliz. A migração dos anunciantes para o novo veículo fez com que o gênero desaparecesse do continente latino-americano nos anos 70.

1.3.O SURGIMENTO DA TELENVELA COMO A CONHECEMOS

Nos Estados Unidos, o sucesso das radionovelas estimulou a adaptação dessas linguagens para a TV. A televisão, utilizando-se da fórmula já consagrada da radionovela, batizando suas séries televisivas de *Soap Opera*. O nome vem das indústrias de sabão que patrocinaram as primeiras produções. Segundo Souza (2004), no Brasil, as novelas percorreram caminho semelhante ao das *Soap Operas* americanas, com algumas inovações. Como as demais produções latino-americanas, o produto brasileiro também constituiu inicialmente uma linguagem híbrida, herdada dos livretos cubanos.

Autores como Souza (2004) e Kalikoske (2010), sugerem que a era da telenovela brasileira começa em 1951, com *Sua Vida Me Pertence*, escrita e dirigida por Wálter Forster. A primeira telenovela brasileira foi produzida e exibida pela extinta TV Tupi localizada na cidade São Paulo. *Sua Vida Me Pertence* foi ao ar durante a década de 50. A obra foi apresentada em 15 capítulos e de periodicidade não diária.

Durante toda a década de 1950, inúmeros textos foram levados ao ar, em um formato de periodicidade não diária, mas que poderia transitar em duas vezes por semana, com duração média de 20 minutos por capítulo. Conforme Kalikoske (2010) de 1951 a 1953, as emissoras Tupi e Paulista exibiram 23 novelas. No entanto, enquanto as produções da Tupi eram originárias de dramáticos roteiros cubanos, a Paulista apostava em adaptações de romances brasileiros.

A partir do advento do videoteipe, que no final dos anos 50 viabiliza a gravação simultânea de som e imagens em fita magnética, empresas de comunicação passam a incrementar a circulação de seus produtos para diferentes territórios. Somando ao favorecimento da conjuntura econômica liderada pela instauração de uma política liberalista, já nos 70. (KALIKOSKE, 2010 p. 6).

Kalikoske (2010), afirma ainda, que só a partir da à ascensão do videoteipe no Brasil em 1962, onde surge com ele a possibilidade de gravar e editar as telenovelas, o gênero passa ganhar novos rumos e mercados. Prova disso é o lançamento no ano seguinte da *2-5499 Ocupado*, primeira telenovela diária da televisão brasileira, exibida pela extinta TV Excelsior.

Seguindo a linha de raciocínio de Kalikoske (2010), com o passar dos anos e a continuação da modernização do gênero aliada às inovações tecnológicas ocorridas no

decorrer da história do mundo. Os folhetins eletrônicos passam assim, a oferecer maior agilidade à narrativa: surge à linguagem coloquial e a interpretação natural por parte dos atores frente às câmeras.

Na América Latina, a década de 70 ficou marcada pela perda de notoriedade dos seriados estadunidenses no horário nobre das emissoras, o prime time. Com a crescente realização de telenovelas nacionais e a consolidação do gênero ficcional, a telenovela torna-se um produto fundamental na grade de programação. O produto brasileiro atravessa seu momento de nacionalização de temáticas, diversificando com enredos realistas, fiéis ao cotidiano da família nacional. (KALIKOSKE, 2010 p. 74).

Depois de “atravessar o momento de nacionalização de temáticas e diversifica os enredos realistas, fiéis ao cotidiano da família nacional” como explica Kalikoske (2010), a televisão brasileira estabelece a ficção seriada como seu principal produto, de consumo interno e exportação, devido a grande quantidade de público que telenovela mobiliza e por suas múltiplas possibilidades de comercialização publicitária dentro das suas narrativas.

1.4. A FABRICAÇÃO AUDIOVISUAL DO PRODUTO TELENOVELA

Para melhor compreendermos a influência das telenovelas no comportamento dos adolescentes, precisamos primeiro entender e compreender como ela é criada e pensada, qual a maneira que ela é desenvolvida e produzida. Apresentamos agora uma breve explicação do processo de produção desse importante produto audiovisual brasileiro.

Tanto para o Ortiz (1988) quanto para Rosa (2013) um dos primeiros passos a se dar para criação de uma telenovela é a definição e a direção da história da trama, escolha essa que deve ir de encontro ao horário a qual a telenovela ira ser exibida, já que para cada faixa de horário o público se torna diferente o respondem por objetivos diferentes. Essa definição se torna fundamental justamente para saber a qual público quer se atingir. Thiago Rosa (2013) vai além e afirma que esse fator é um ponto chave na produção da telenovela, já que as empresas de comunicação do país assim como qualquer outra empresa de outros ramos

precisam de estratégias comerciais para se manter no mercado, para ele as telenovelas precisam e devem estar aliadas a esses objetivos comerciais.

Por exemplo, em 2012 foi divulgado que a TV Globo estaria com uma estratégia focada em produtos para a chamada “Classe C” – a nova classe média brasileira. As mudanças visavam deixar programação mais popular e envolviam tanto à produção de novelas, de esportes e de jornalismo (STYCER, 2011). Pesquisas foram realizadas para compreender as mudanças ocorridas no perfil socioeconômico da população brasileira e, assim, orientar as diversas áreas da empresa. São atribuídas a novelas como “Cheias de Charme” (2012) e “Avenida Brasil” (2012) o grande marco dessa virada à procura da “Classe C” (ZYLBERKAN, 2012. Apud ROSA, 2013, p 16).

Para Renato Ortiz (1988) embora exista muitos trabalhos sobre a telenovela, poucos são os trabalhos científicos que realmente dão importância e destaque para o processo de produção da telenovela.

A telenovela brasileira tem sido discutida sob diversos pontos de vista: político, linguístico, ou de sua influência sobre o comportamento do público. Não há, no entanto, nenhum estudo mais sério sobre a sua produção. (ORTIZ, 1988 p. 111).

Realizada a primeira definição, a produção parte então para a escolha da história. Para isso entra em cena os autores e as suas ideias que são vendidas em forma de sinopse para a direção da empresa. Vale ressaltar aqui segundo Rosa (2013), que a empresa pode realizar também uma “encomenda da obra”. Entretanto, ainda segundo o autor, o mais comum é que os autores desenvolvam esse material em um processo criativo livre. Já que nesse processo de pré-sinopse e a sinopse, são desenvolvidos maiores detalhes do enredo da trama, do perfil dos personagens e dos ambientes nos quais a história vai se desenvolver. Rosa (2013) novamente vai além, e afirma que a sinopse do produto é fundamental na produção.

A sinopse é um documento chave para a produção, uma vez que permite já se ter uma ideia do número de personagens da trama, dos cenários que precisarão ser desenvolvidos, do figurino e, assim, é possível se ter a primeira estimativa dos recursos necessários para o desenvolvimento da produção. (ROSA, 2013, p 17).

Logo após aprovada a sinopse, entramos no processo de pré-produção da obra, onde profissionais como o diretor artístico² e o diretor de produção³ juntamente com o autor da história passam a fazer parte do processo. Nesse ponto com base nas afirmações de Rosa (2013) começa a ocorrer à escolha do elenco, a formação da equipe de cenógrafos, figurinistas, maquiadores, cabelereiros, equipe de produção, entre outros profissionais. Nessa fase encontra-se o desenvolvimento dos primeiros cronogramas de produção.

A equipe ligada a produção artística passa a fazer pesquisas sobre os cenários a serem utilizados, os figurinos, os objetos de cena, fotografia, caracterização e produção musical. Tais pesquisas são baseadas na trama que será desenvolvida. Por exemplo, uma novela de época exigirá diversos estudos para que o período em questão seja fielmente representado em termos artísticos, como figurinos, cenários e maquiagem. (ROSA, 2013 p. 19).

Depois de definidas todas as equipes que vão compor a obra, e realizadas as pesquisas específicas de cada área, e também é realizado um *Workshop* para divulgação das propostas e alinhamento dos conceitos. Este *Workshop* funciona como uma imersão da equipe no tema central da telenovela, assim como os atores desenvolve laboratório sobre os aspectos centrais dos personagens para se familiarizarem com os mesmos. Quando são necessários treinamentos especiais são realizados apenas para o elenco ou alguns de seus membros, como aulas de linguagem, luta, equitação, atitude corporal, etc. (CASTRO *et al.*, 2003 apud ROSA, 2013, p.20).

Com o fim dessa etapa de pré-produção, segundo Rosa (2013) iniciam-se os ciclos de gravação que podem ser divididos em dois: gravação sem e com exibição simultânea. Nesse momento entra em ação o roteiro ou como também é conhecido *script*. Rosa (2013) afirma que na TV, o roteiro também é utilizado com o significado de roteiro de gravação e produção. Sendo ele um documento fundamental de planejamento que contém o local da gravação, hora de entrada e saída previstas da equipe, data, a ordem das cenas que devem ser gravadas, se a

² Diretor artístico é responsável pela forma como a novela será contada (Rosa, 2013 p. 18).

³ Diretor de produção ou produtor executivo (PE) é um gerente de projeto que precisa conhecer toda a complexa estrutura de produção (as funções e atribuições de cada equipe) e da logística envolvida em todo o processo. Dentro do projeto novela, o PE é o responsável pelo cumprimento do orçamento, dos planos de gravação e por garantir que os capítulos estejam prontos em tempo hábil para exibição. (MAIA *et al.*, 2012, p.149 apud ROSA, 2013, p 18).

cena é diurna ou noturna, interna ou externa, os personagens que estão na cena, o figurino que eles estão utilizando, um resumo do que acontece na cena em poucas palavras e a lista de alguns objetos que constam na cena, etc.

Na etapa de gravação sem exibição simultânea grava-se para obtenção de frente de capítulos (estoque de segurança de capítulos prontos). Segundo o estudo de Casto *et al.* (2003), a empresa de televisão analisada em seu trabalho possui balizadores de produção que recomendam que, na data da estreia da novela, haja ao menos 18 capítulos finalizados. “Isto representa uma frente de três semanas, havendo ainda tempo para correções de rumo caso as pesquisas apontem neste sentido”. Esse é o ponto principal das novelas, consideradas como “obras abertas”. Elas são flexíveis e podem ir se moldando e se adaptando ao longo do tempo para encontrarem o melhor ajuste. (CASTO *et al.*, 2003, p.30 apud ROSA, 2013, p 22).

Realizada as gravações, as imagens das cenas filmadas entram na fase de pós-produção, onde tudo é editado, sonorizado, revisado e incluído os efeitos especiais caso haja necessidade. Só então terminada esta fase, o capítulo está pronto para ser exibido. É importante ressaltar com base nas afirmações de Rosa (2013), que a gravação dos capítulos não se dá em um fluxo contínuo, ou seja, não são gravadas todas as cenas do primeiro capítulo, depois todas as cenas do segundo, e assim sucessivamente.

Após cerca de sete ou oito meses de gravação, a telenovela termina e entra na sua última fase, a de desprodução, com duração de aproximadamente um mês. “É uma etapa pouco valorizada, apesar do seu potencial para o aprendizado e desenvolvimento de competências operacionais” (MAIA *et al.*, 2012, p.156 apud ROSA, 2013, p 26).

1.4. A TELENVELA E SEU PAPEL SOCIAL

Depois de abordadas todas as questões de gênero audiovisual, desenvolvimento histórico, produção e modificações com o passar dos anos, podemos então agora compreender que as telenovelas ganharam status e um espaço de sociabilidade cultural, uma vez que transpassaram o espaço de discussões da mídia e chega ao ambiente de conversas domésticas nos lares do próprio público, trabalho, escola e roda de amigos. Outro aspecto relevante é o que Marina Lopes (2003) ressaltava, os valores culturais são determinados de acordo a cada

época em que se vive, e tudo que não está dentro do padrão estabelecido pela sociedade vigente é considerado como “anormal”, como desvio. Tais situações provocam atos de preconceito, discriminação e a exclusão de minorias na sociedade. Por isso a autora defende que:

Tão importante quanto o ritual de assistir aos capítulos das novelas cotidianamente são as informações e os comentários que atingem a todos, mesmo àqueles que só de vez em quando ou raramente veem a novela. As pessoas, independente de classe, sexo, idade ou região acabam participando do território de circulação dos sentidos das novelas, formadas por inúmeros circuitos nos quais são reelaborados e ressemantizados. (LOPES, 2003 apud. CRETAZ, 2014).

Sendo assim, as narrativas das telenovelas, convidam o público a fazer julgamentos sobre os dramas ali representados. Não é de hoje que a homossexualidade e tudo que faz parte e se relaciona com esse mundo gera enredos nas telenovelas. Seja na forma relacionada com os personagens principais ou secundários, o universo homossexual está lá de maneira cômica ou polêmica, levantando o olhar da mídia e sociedade sobre seus elementos do dia-a-dia. Prova disso é a análise apresentada por Fernandes (2008), que demonstra a presença desses personagens desde a década de 70.

Desde 1970 com “Assim na Terra como no Céu” de Dias Gomes personagens homossexuais estão presentes em telenovelas da Rede Globo. Ainda na década de 70, novelas como “O Rebu” (1974 – Bráulio Pedroso) e “O Grito” (1975 – Jorge Andrade) apresentaram gays e lésbicas sem caírem na estereotipia – da mesma forma que fez Gilberto Braga em “Brilhante” (1981) – em plena época de Ditadura Militar no Brasil. Outras novelas como “O Astro” (1977 – Jante Clair); Dancin’Days (1978-Gilberto Braga); Os Gigantes (1979 – Lauro César Muniz) e Partido Alto (1984 – Aguinaldo Silva e Glória Perez) também contaram com personagens homossexuais, todavia sem grande repercussão cênica e/ou de forma estereotipada (FERNANDES, 2008, p. 1).

Uma possível aceitação desses personagens na televisão é simples: eles existem na vida real, então podem aparecer na telenovela. Mas, quando o assunto da homossexualidade ganha outra característica, como a afetividade, adoção e a construção de família e assim como as relações sexuais entre o casal homossexual, o posicionamento das pessoas pode mudar, uma vez que, essas demonstrações constroem, ou seja, não podem ser representadas, é o que defende Guilherme Fernandes (2012):

Manifestações de afeto só podem ser imaginadas na privacidade dos personagens e não em ambientes públicos. De certa forma, essa mesma perspectiva vale para nossa realidade. (FERNANDES, 2012 apud SOUZA, 2014).

Para o autor João Trevisan (2000) a presença de casos homossexuais já se tornou uma instituição dentro das telenovelas, já que os assuntos relacionados a eles vendem e gera polêmica. Uma vez que o homossexual ainda sofre de preconceito e não é aceito e visto com bons olhos dentro da sociedade, assim como também ocorre muitas vezes dentro das próprias famílias.

Trata-se de um tempero picante usado nos momentos apropriados, garantindo o crescimento da audiência, de maneira calculada, dentro de uma lógica simples: o assunto ainda gera polêmica, que gera Ibope, que aumenta o faturamento. Vários autores já vieram a público confirmar que a temática homossexual mais ajuda na audiência do que causa polêmica. (TREVISAN, 2000 apud SOUZA, 2014).

Com isso percebe-se que as pessoas não querem que a telenovela lhes dê uma visão da realidade, elas querem uma narrativa que ofereça uma visão que incentive o conviver bem, como se tudo fosse bonito e simples sem gerar uma reflexão audiovisual profunda. Elas esperam uma representação de mundo surreal, algo que fuja da realidade noticiada e encontrada nos telejornais.

Para título de esclarecimento a professora Maria Berenice Dias (2005), nos explica o que é a união homoafetiva. Como o próprio nome indica, é uma relação afetiva (que envolve sentimentos de emoções) entre pessoas do mesmo sexo. Que desejam ter os seus direitos reconhecidos e assegurados pela lei, assim como qualquer cidadão. “Um dos maiores desejos dessas pessoas é fazerem parte naturalmente da sociedade, ou seja, são duas pessoas ligadas por laços de afeto, que mantêm uma relação segura, pública e duradoura, casados e formando uma família semelhante a do casamento heterossexual”. (MOURA, 2013.p 2)

Sendo assim, o afeto passou a adquirir valor jurídico digno de tutela pela lei. Gonçalves (2005) explica que, a união homoafetiva, decorre da união entre duas pessoas do mesmo sexo, em convívio público, possuindo assim as mesmas características da união estável, com objetivos comuns que podem gerar fins de patrimônio moral ou econômico.

No próximo subcapítulo vamos apresentar mais elementos da relação telenovela e homoafetividade.

1.5. A TELENOVELA E A HOMOAFETIVIDADE

Para compreendermos mais sobre a relação que divide opiniões, entre os personagens homossexuais e o seu universo representado cada vez mais nas telenovelas. Apresentaremos agora uma breve história e explicação dessa relação entre esses dois objetos de estudos.

A visibilidade de homossexuais na telenovela normalmente é marcada por estereótipos que apresentam o personagem homossexual masculino com ares afeminados e a personagem homossexual feminina apresenta ares de masculinizada. Parte dessa visão caricata pode ter surgido devido ao fato de programas de humor usar e abusarem desses conceitos pré-estabelecidos sobre os homossexuais, generalizando assim trejeitos de um determinado sujeito a todos os demais. Essa representação satirizada que caiu nas graças do público, logo foi inserida e reproduzida nas telenovelas na busca de “agradar” a audiência.

O autor João Freire Filho (2004) levanta a discussão sobre uma análise mais crítica dessa sub-representação nas telenovelas, que apresenta uma visão distorcida de identidades sociais, para o autor, diferente de programas de humor a telenovela não pode ficar apenas na representação de estereótipo. A título de esclarecimento e melhor compreensão, a palavra estereótipo, segundo Filho (2004) surge nas ciências sociais no início da década de 1920, através do escritor e colunista político Walter Lippmann (1922), que oscila entre duas noções distintas de estereótipo.

Na primeira, o conceito surgiu com base psicológica. Lippmann (1922) descreve o estereótipo como um modo necessário de processamento de informações como uma forma de criar uma sensação de ordem. Esta definição para Filho (2004) equipara o estereótipo a outros padrões mais amplos de tipificação e representação, indispensável ao processo cognitivo mediante o qual estruturamos e interpretamos experiências, eventos e objetivos diversificados e complexos.

Na segunda conceituação segundo Filho (2004), os estereótipos apresentam-se como construções simbólicas e equivocadas, sendo elas contrárias a qualquer ponderação racional e resistente à mudança social. Ou seja, os estereótipos atuam como uma espécie de forma de impor um sentido de organização ao mundo social. Entretanto, o perigo desses pensamentos pré-estabelecidos podem impedir qualquer flexibilidade de novos pensamentos, impedindo assim ao sujeito de compreender o novo e o diferente. Tudo isso, com base em um dos pilares

que mantém o estereótipo, que para Filho (2004) é a manutenção da reprodução das relações de poder.

Os reflexos dessa manutenção da reprodução de poder, podemos observar nas narrativas da representação dos próprios personagens homossexuais, que quando apresentados ao público ainda trazem em seus elementos como, por exemplo, vozes afinadas, roupas justas e chamativas, trejeitos com a mão, bordões peculiares, tudo isso remetendo a uma satirização de comportamentos que nem sempre condizem com a realidade dos homossexuais. Os relacionamentos homoafetivos desses personagens são outro fator que sofre com a manutenção da reprodução de poder, defendida por Filho (2004). Uma vez que na maioria das telenovelas o personagem homossexual quase sempre é tratado como sendo um ser assexuado. Portanto, quando esses mesmo personagens homossexuais se apresentam na telenovela em forma de casais, mesmo assim, pouco se demonstra relações afetiva entre eles, diferente de casais heterossexuais os casais homoafetivos raramente trocam abraços, olhares apaixonados ou beijos em público, essas relações de características dos relacionamentos é quase sempre é deixada subentendida para que o público decida se quer ou não telas em seu imaginário.

Desde 1970 até agora em 2015 muitas telenovelas trouxeram personagens homossexuais e todo o seu universo. Foi a partir da década de 1970, segundo Guilherme Cavalcante (2014), é que ocorre de fato uma ruptura no modo de explorar temas diferentes para construir novas narrativas para as telenovelas. Para o autor, essa representação assídua e atual de personagens homossexuais na telenovela cresce à medida que este segmento conquista cada vez mais visibilidade social na esfera pública.

O primeiro personagem homossexual a aparecer em uma telenovela segundo os autores Cavalcante (2014) e Fernandes (2014) é Rodolfo Augusto, um cabelereiro interpretado por Ary Fontoura, apresentado na telenovela *Assim na terra como no céu*, escrita por Dias Gomes e exibida nacionalmente em 1970 às 22 horas.

Um fato curioso que os autores Lucas Silva (2014), Rayan Santos (2014) e Josefa Andrade (2014) levantam sobre a década de 70, é que além do Brasil estar dentro de um regime militar surge na mesma época o Movimento Brasileiro Homossexual.

É importante destacar que ainda na década de 70, as representações homossexuais que ocorreram nas telenovelas estavam entrelaçadas com o cenário político e social da época, pois, surge o *Movimento Brasileiro Homossexual*. Segundo Regina Facchini, o nascimento do movimento homossexual no Brasil é marcado pela afirmação de um projeto de politização da questão da homossexualidade em contraste às alternativas presentes no "gueto" e em algumas associações existentes no período anterior ao seu surgimento. (SILVA; SANTOS; ANDRADE, 2014, p.6).

Segundo os autores, embora o homossexual apareça na telenovela em 1970 é só a partir da década de 80 que os personagens homossexuais começam a se destacar e ganhar intensidade nas telenovelas, provocando polêmica e audiência ao mesmo tempo. Tudo isso, graças ao trabalho do Movimento Brasileiro Homossexual que buscava construir frente à sociedade a identidade social do homossexual.

Desde então a primeira aparição de um personagem homossexual, várias outras telenovelas foram ao ar e trouxeram novos personagens homossexuais e novos elementos desse mundo. Atualmente, nos últimos cinco anos, podemos citar como exemplo as tramas; *Fina Estampa* - exibida em 2011, *Amor à Vida* - exibida em 2013/2014, *Império* – exibida em 2013/2014, e *Babilônia* – exibida em 2015.

Entretanto, para autora Maria Immacolata (2009) essa aparição assídua do personagem homossexual nas telenovelas não significa mudanças na forma de representação, já que segundo a autora nota-se que em certas telenovelas, cenas de personagens homossexuais são censurados pela própria emissora ou autores, isso por que tanto um quanto o outro buscam adequar e agradar a história ao público.

Os autores declaram expressamente à imprensa que procuram pessoas na rua para saber as suas opiniões sobre o que está escrevendo para assim ter ideias sobre o desenvolvimento dos personagens (IMMACOLATA, 2009, p. 30 Apud. SILVA; SANTOS; ANDRADE, 2014, p11).

Para a autora esse mecanismo de interatividade entre o público, emissora e autor configurou-se na criação de um “padrão” de qualidade, com isso a real preocupação e responsabilidade de abordar o homossexualismo e todos os assuntos e problemáticas relacionados com ele foi jogado em segundo plano, uma vez que as histórias se moldam para o gosto e aceitação do público e não mais para uma crítica social voltada a levantar debates para inclusão e respeito para com essas pessoas.

Outro autor que bate na mesma tecla é Guilherme Fernandes (2014). Ele ressalta que em virtude dessa marginalidade da homossexualidade e representação superficial do homossexual, faz com que muitas pessoas reais tenham dificuldade em se assumir homossexuais perante a sociedade e prefiram assim se manter no anonimato.

Em virtude da marginalidade da homossexualidade, muitos gays e lésbicas preferem ficar, politicamente, no “armário”. Isso não significa, necessariamente, que eles e elas não se autoassumiram. Sabem da condição homossexual, porém preferem não a expor socialmente. A vivência da homossexualidade fica, desta maneira, limitada a guetos fechados (clubes, saunas etc) ou à intimidade de um quarto. (FERNANDES, 2014, p.3).

Até mesmo por que, segundo ele, a telenovela transpõe intimidades da esfera privada para o domínio público, saturando assim o espaço público com um tratamento supérfluo, já que há um abismo entre a forma de representação de um casal heterossexual para um casal homossexual.

A afirmação de uma identidade sexual (o dizer “eu sou gay”, “eu sou transexual” etc) é uma afirmação política: a política de identidade concentra-se em afirmar a identidade cultural das pessoas que pertencem a um determinado grupo oprimido ou marginalizado. Desta forma, existe claramente uma marca de pertencimento, uma tomada de posição diante das normas sociais que reprimem a diversidade sexual. (WOODWARD, 2007, p. 34. Apud. FERNANDES, 2014, p 3).

Entretanto, Fernandes (2014) defende e apoia também o mesmo pensamento de Lopes (2009), que explica que embora o tratamento ainda não seja o mesmo, muito já se foi conquistado nas tramas, uma vez que as telenovelas abordam atualmente o tema como uma forma informativa e pedagógica, fazendo com que o público repense as suas convicções sobre a sexualidade.

O certo é que esses dramas nas novelas já não são lineares nem unilaterais mas, antes, bastante nuanceados e marcados por um movimento ambivalente de transgressão e conformismo. Com relação ao tema da discriminação racial e sexual, o tratamento vem sendo crescentemente informativo, antidogmático e a favor da tolerância e do respeito às minorias. Nesse sentido, a novela parece configurar-se como uma linha de força na construção de uma sociedade multicultural no Brasil. (LOPES, 2009, p. 28-29 Apud. FERNANDES, 2014, p. 3).

Se relacionarmos o personagem homossexual é representado na telenovela como homossexual real que aparece na mídia vamos encontrar os mesmo vestígios de representação. Embora esse não seja o foco deste estudo, vale ressaltar que durante as pesquisas realizadas para o trabalho a pesquisadora, pesquisou e acompanhou notícias, filmes e entrevistas relacionados ao assunto, e na maioria das vezes em que o homossexual foi pauta

em reportagens a figura dele estava relacionada a notícias de cunho negativo, como mortes, violência, prisão, prostituição etc, ou então aparecem em forma de polêmica, salvo aqui algumas exceções, de reportagem aparecem em formato de reportagens de superação.

Logo, percebe-se que o assunto homossexualidade e seus elementos ainda é um tabu e de uma forma generalizada é tratada preconceituosamente pela sociedade, o que gera reflexos na mídia e principalmente nas telenovelas objeto deste estudo, já que as mesmas são uma representação de um dado momento e características e padrões vividos pela sociedade. Um fator que prova que o assunto ainda é tratado como tabu tanto pela mídia quanto para o público, é à mudança sofrida na trama da telenovela *Babilônia* que está no ar pela Rede Globo, em uma notícia publicada no dia 14 de maio de 2015, pela colunista da *Folha de São Paulo*, Camila Gomes, ela destaca que a *Babilônia* é a quarta telenovela mais curta da emissora, “A Globo resolveu encurtar *Babilônia* em três semanas, (...) será a quarta (telenovela) mais curta dos 50 anos da emissora na faixa das 21 horas. A trama tem tido média de 25 pontos, pior audiência da história do horário”. Em outra notícia da *Folha de São Paulo*, assinada por Gabriela Sá Pessoa, publicada no dia 03 de junho de 2015, a jornalista destaca que o Ministério da Justiça afirmou que chegou a receber reclamações do público após o beijo das personagens de Nathalia Timberg e Fernanda Montenegro, exibido no primeiro capítulo da telenovela *Babilônia*. Já a jornalista Michele Vaz Pradella do jornal *Diário Gaúcho* abre o alerta sobre uma possível campanha de boicote a telenovela, “O público mais conservador não aceita as cenas de homossexualidade, traição, prostituição, tráfico de drogas e outras polêmicas retratadas na trama. Existe até uma campanha de boicote à novela, promovida pelos evangélicos e com o apoio de parlamentares ligados à Igreja Universal do Reino de Deus”.

1.6. A TELENOVELA E O ADOLESCENTE

A adolescência é conhecida popularmente como a fase que marca a transição entre a infância e a idade adulta. Algumas características dessa fase, segundo a psicóloga Vânia Cristina Rosário Vidigueira (2006), são marcadas por alterações físicas, psicológicas e sociais, onde o indivíduo passa por um processo de distanciamento de formas de comportamento típicos da infância e começa a adquirir formas de comportamento adulto.

Ainda segundo a autora, a adolescência é um período em que os adolescentes começam a se tornarem jovens, tudo isso após um longo período repleto de momentos de amadurecimento. Vidigueira (2006) afirma ainda, que é nesse período que o adolescente molda e solidifica a sua identidade, os seus pontos de referências, escolhendo o seu caminho profissional e o seu projeto de vida. Neste sentido, podemos dizer que a adolescência pode ser definida enquanto um período relativo que envolve fatores biológicos, psicológicos e sociais, em que ocorrem modificações corporais e de adaptação a novas estruturas psicológicas e ambientais, que conduzem o indivíduo nessa transformação da infância à idade adulta.

Com isso conclui-se que, a adolescência é uma fase única na vida de todas as pessoas, caracterizada por um conjunto de inúmeras transformações e revestida de grande importância no processo de consolidação da identidade pessoal.

A psicóloga vai além e nos explica que a principal tarefa do desenvolvimento da adolescência é o estabelecimento de uma identidade e de uma noção sólida e coerente de quem é, para onde vão, e qual o seu papel na sociedade. Ela nos explica também que a personalidade se desenvolve em uma sequência de estágios, realizados através de conflitos e crise pessoais.

O conceito que possuímos do eu, a forma como nos vemos a nós mesmo e o modo como somos vistos pelos outros, constitui a base da personalidade adulta. Se esse alicerce for firme e sólido, dele resultará uma identidade pessoal igualmente consistente. (VIDIGUEIRA, 2006 pág. 14).

A partir de meados de 1970, segundo Vidigueira (2006), muitos estudos foram realizados sobre os efeitos da televisão no desenvolvimento cognitivo de crianças e adolescentes. Desses estudos concluíram que, a televisão ajudava na forma de apreender e compreender, uma vez que esse público construía com seus próprios sentidos os novos pensamentos, com base em cima daquilo que viam e ouviam na programação da televisão.

Outro fator importante que a autora revela é que o entretenimento entorpece, mas também fascina. Fenômenos como imitação, sugestão, impregnação aparecem nessa nova forma de aprendizagem que desenvolvemos com a nossa interação junto aos meios de comunicação. Nesse ponto para Vidigueira (2006), destaca a aprendizagem por meio da impregnação, modo esse em que as pessoas assimilam de forma inconsciente o que percebem na televisão. Esse tipo de aprendizagem se caracteriza por quem aprende muitas

vezes sem saber que está apreendendo. Para a psicóloga esse contato adolescente mais televisão somado ao entretenimento favorece a influência precoce de novos modelos com os quais o adolescente entra em contato e progressivamente tende a imitar, fazendo surgir então um novo processo, como resultado surge novas formas de socialização.

Porém, antes de analisarmos essa questão de influência das telenovelas no comportamento e opinião do adolescente, precisamos compreender algumas teorias da comunicação que dão suporte a esta pesquisa. No segundo capítulo deste trabalho, abordamos os fundamentos teóricos para então chegarmos a nossa análise.

2 – A COMUNICAÇÃO HUMANA - PANORAMA SOBRE FOLKCOMUNICAÇÃO E INDÚSTRIA CULTURAL

Para analisar os impactos da telenovela na opinião e comportamento dos adolescentes, precisamos antes compreender, através de alguns autores e teorias da comunicação como é esse relacionamento do produto audiovisual e o público. Neste capítulo, portanto, veremos o referencial teórico para construção da análise sobre os elementos da teoria da folkcomunicação e indústria cultural.

2.1. FOLKCOMUNICAÇÃO - A COMUNICAÇÃO DOS MARGINALIZADOS

Em uma sociedade composta por diferentes grupos de pessoas que vivem separados pelas suas diferenças culturais e econômicas, o processo de comunicar-se e se fazer entendido é ainda maior. Essa dificuldade, segundo Beltrão (2004), aumenta ainda mais, uma vez que, para se estabelecer uma comunicação de fato o emissor e receptor precisam estar em sintonia e ambos precisam se fazer entender e compreender, para que enfim se estabeleça um diálogo.

O importante é explicitar que o produto da pesquisa científica em comunicação social é a teoria, e que teorias de comunicação têm por objetivo melhorar nossa compreensão de como a comunicação de massas funciona. Na verdade, as teorias de comunicação nos permitem explicar o passado e como consequência, prever o futuro. (BACALTCHUK, 2010, p. 3).

Para estudarmos a representação dos relacionamentos homoafetivos nas novelas e a sua influência no comportamento dos adolescentes em Passo Fundo, precisamos antes de tudo entender e compreender uma das teorias da área de comunicação, a folkcomunicação, teoria essa conhecida como a comunicação dos marginalizados⁴.

⁴ A expressão marginal surge, na literatura científica, pela primeira vez em 1928, em artigo de Robert Park sobre as migrações humanas, publicado no *American Journal of Sociology*. O imigrante é ali definido como um

Essa teoria foi escolhida basicamente por que os grupos de homossexuais embora numerosos ainda são minoritários no Brasil e no mundo se enquadram perfeitamente no perfil de grupos marginalizados descrito por Beltrão (2004) no livro *Folkcomunicação: a comunicação dos marginalizados*. “Marginalizados de uma maneira branda significa estar separado do resto da sociedade, forçado a ocupar as beiras ou as margens e a não estar no centro das coisas. Pessoas marginalizadas não são consideradas/aceitas como parte da sociedade”. (BELTRÃO, 2004, p. 83) Para enquadrarmos a figura do homossexual nesse contexto de grupos marginalizados usaremos os critérios utilizados por Luiz Beltrão em 1967 na sua pesquisa;

- 1) Os grupos rurais marginalizados, sobretudo devido ao seu isolacionismo geográfico, sua penúria econômica e baixo nível intelectual.
- 2) Os grupos urbanos marginalizados, compostos de indivíduos situados nos escalões inferiores da sociedade, constituindo as classes subalternas, desassistidas, subinformadas e com mínimas condições de acesso.
- 3) Os grupos culturalmente marginalizados, urbanos ou rurais, que representam contingentes de contestação aos princípios, à moral ou a estrutura social vigente.

(BELTRÃO, 2004, p.84)

Ou seja, utilizamos o critério do terceiro item onde Beltrão diz: “*Os grupos culturalmente marginalizados, urbanos ou rurais, que representam contingentes de contestação aos princípios, à moral ou a estrutura social vigente*”. (BELTRÃO, 2004, p.84) O termo folkcomunicação surgiu no Brasil ano de 1967. Como tema da tese de doutorado de Luiz Beltrão de Andrade Lima, um dos pioneiros na introdução da Comunicação como estudo científico no país. Logo, a folkcomunicação é a única teoria brasileira desenvolvida no país sobre comunicação, ou seja, genuinamente brasileira. *Folk* vem do inglês e significa povo e comunicação são os canais por onde são transmitidos os conteúdos. Em uma tradução livre podemos citar como: a comunicação do povo, para o povo.

“híbrido cultural”, um “marginal”, que, embora compartilhe da vida e das tradições culturais de dois povos distintos, ”jamais se decide a romper, mesmo que lhe fosse permitido, com seu passado e suas tradições, e nunca (é) aceito completamente, por causa do preconceito racial, na nova sociedade em que procura encontrar um lugar”. (BELTRÃO, 2004, p 83).

A folkcomunicação constitui uma disciplina científica dedicada ao estudo dos agentes e dos meios populares de informação de fatos e expressão de ideias. Seu objeto de estudo situa-se na fronteira entre o folclore (resgate e interpretação da cultura popular) e a comunicação de massas (difusão industrial de símbolos por meios mecânicos ou eletrônicos destinados às audiências amplas, anônimas e heterogêneas (MARQUES DE MELO, 2004, p.11).

Para chegar a essa conclusão Beltrão (2004) apoiou-se nos ensinamentos do pesquisador austríaco, naturalizado norteamericano, Paul Felix Lazarsfeld (1941), que dizia haver no processo da comunicação coletiva duas etapas significativas: a do comunicador ao líder de opinião e a deste ao receptor comum. Os estudos, segundo Corniani (2005), identificaram duas etapas, do qual os líderes de opinião têm grande importância. Ou seja, de um lado existem pessoas bem informadas, que estão o tempo todo expostas a mídia ou por dentro dos assuntos diários. E de outro, existem pessoas não expostas à mídia e dependem dos mais informados para se manterem atualizadas. Resumindo: mesmo que o conteúdo da mídia não chegue à massa, os formadores ou líderes de opinião se dispõem em levar as notícias ao público.

Em outras palavras, a folkcomunicação é, por natureza e estrutura, um processo artesanal e horizontal, semelhante em essência aos tipos de comunicação interpessoal já que suas mensagens são elaboradas, codificadas e transmitidas em linguagens e canais familiares à audiência. (BELTRÃO, 2004, p 74).

Beltrão (2004) defendia a tese que os meios de comunicação de massa eram fortemente controlados pela cultura erudita, ou seja, pelas classes como maior poder econômico, onde a realidade brasileira era constatada por sociólogos, psicólogos sociais, antropologistas, políticos e economistas mostravam dois brasis que se defrontavam. Na época em que seus estudos iniciaram no país grande parte da população era analfabeta ou semianalfabeta deixando nítido que a comunicação não chegava totalmente clara e estabelecida para essa parte da população, levando em consideração também o fator econômico que influenciava na falta de aparelhos como rádio e televisão na casa da população de classes mais baixas.

Para Marques de Melo (2004), de uma maneira geral folkcomunicação é basicamente uma linha de pesquisa dentro da área de comunicação e visa estudar e compreender o processo de relação entre a cultura das classes populares e os meios de comunicação de massa

seja eles por meio do impresso, audiovisual ou radiofônico ou a internet. Ou seja, compreender como um lado é beneficiado e influenciado pelo outro, tanto a mídia se apropriando de informações e manifestações folclóricas e o outro lado, do folclore a cultura popular que retrabalha e incorpora informações das mídias de massa no seu cotidiano no seu contexto de realidade.

Beltrão (2004) assegurava ainda que a comunicação não se dava somente através da grande imprensa: televisão, rádio e cinema. Que a comunicação não se limitava somente aos que eram dominadores da arte erudita e da ciência acadêmica. O autor dizia que, as conversas nas portas de rua, na barbearia, no barzinho, nas manifestações folclóricas podem provocar uma ação uniforme e eficaz na comunicação. Para ele, todas essas linguagens, muitas vezes desprezadas por aqueles que se dizem de alta cultura demonstram uma expressão de pensar e sentir que em muitos casos podem estar na contracorrente das classes oficiais e dirigentes.

A investigação da natureza, dos elementos e da estrutura, dos agentes e usuários, do processo, das modalidades e dos efeitos da folkcomunicação é absolutamente necessária, notadamente em países como o nosso, de elevado índice de analfabetos, de disseminação populacional irregular, de reconhecida má distribuição de rendas e acentuado nível de pauperismo e caracterizado, em consequência deste e de outros fatores, por frequentes crises institucionais que conduzem à inevitável instabilidade política. A redução desses males exige a colaboração de todo o povo, e surpreende que se confie à emissão de mensagens, que se aspiram construtivas de unidade de propósitos, quase exclusivamente à comunicação convencional por meios de massa, fora do alcance de imensas porções de audiência como um todo, quando nem mesmo conhecemos realmente bem os que usamos no dia-a-dia em nossos diálogos. (BELTRÃO, 2004, p 73).

Então para Beltrão (2004) a folkcomunicação pode se dar naquelas mensagens muitas vezes debochadas dentro dos banheiros, nos programas de humor; telenovelas; nos para-lamas de caminhão através daquelas frases de amor, de ironia ou saudade; nas cruces da beira da estrada indicando sem que ninguém pergunte, que ali morreu alguém, etc. É neste ponto que o autor afirma que a folkcomunicação é a comunicação dos marginalizados, ou seja, daqueles que estão à margem da grande mídia e precisam comunicar aos seus pares algumas informações. Portanto, cada povo tem sua maneira de se manifestar e expressar seus dramas ou alegrias e juízos de valor.

O cenário atual da mídia no Brasil, principalmente a televisão, mostra que o público “os consumidores atuais” querem fazer parte, contar e editar suas histórias. A internet

possibilitou e se tornou palco para esta forma de expressão, reforçando e consolidando esse comportamento contemporâneo de selecionar, editar e divulgar informações criando um novo paradigma na comunicação, onde surgem às figuras virtuais de produtores de conteúdos, comentadores de notícias, compartilhadores ou simplesmente espectadores.

Assim como ocorre com o público fica fácil perceber que com os profissionais da informação não é diferente, tudo isso indica que todos os critérios do que é notícia passam hoje, além do que se conhece como o critério da pirâmide invertida⁵, pela batalha entre corações e mentes e ideologias de que fazem o espaço midiático. Ou seja, quando consumimos alguma notícia além dos fatos crus apresentados, consumimos também a visão e o ponto de vista do profissional que conta àquela história. Isso cabe também ao produto mediático denominado telenovela, que possui em seu corpo de produção além de um autor central toda uma equipe de profissionais de diferentes áreas para dar vida ao enredo e ganhar espaço nas casas de milhões de telespectadores.

O que faz a telenovela se enquadrar nas teorias de folkcomunicação é exatamente consenso do senso comum erudito, onde esse produto é considerado ruim, algo sem relevância social, para os padrões da então classe social dominante. Luiz Beltrão (2004) em sua tese vez questão de salientar o risco que corremos com esse preconceito de aceitar essas manifestações:

Aprender e difundir o pensamento e as aspirações das parcelas marginalizadas, sem acesso aos poderosos meios de comunicação a serviço de elites privilegiadas. O discurso dessas camadas populacionais não deve continuar a ser considerado como fato curioso e colorido, como expressão do seu conformismo e de sua vida cultural vegetativa. Penso que deveremos procurar nele as raízes da sua participação necessária em um programa desenvolvimentista, que a todos beneficie, e não de um processo que lhes é imposto de cima, como se não passassem de insignificantes peças de engrenagem social, que devem permanecer alienadas e silenciosas, sem hora e sem vez, nas mesmas condições, no último quartel do século XX, em que se encontravam quando as multidões de escravos se tornaram párias livres ao raiar da aurora republicana. (BELTRÃO, 2004, p 95)

⁵A técnica da pirâmide invertida pode resumir-se em poucas palavras: a redação de uma notícia começa pelos dados mais importantes – a resposta às perguntas O quê, quem, onde, como, quando e por quê – seguido de informações complementares organizadas em blocos decrescentes de interesse. (CANAVILHAS, 2006, p.5) - <http://www.bocc.ubi.pt/pag/canavilhas-joao-webjornalismo-piramide-invertida.pdf>

Outro fator importante é visível o esforço da linguagem coloquial apresentado nos diálogos entre os personagens para que o público mais leigo possa entender e compreender a trama ao longo do seu desfecho, não podemos esquecer de que também praticamente todas as telenovelas realizadas pelas emissoras de televisão do país são ambientadas nos Estados brasileiros, e até certo ponto retratam a cultura regional daquele lugar, incorporando assim mais um elemento da folkcomunicação, onde o folclore regional ganha destaque e passa a fazer parte da mídia das massas. No subcapítulo a seguir estudaremos mais essa relação da mídia e população.

2.1. INDÚSTRIA CULTURAL E SEUS ELEMENTOS

Com bases no estudo do professor Kalikoske (2010) podemos dizer que quando falamos em cultura tudo se torna um tanto vago e abstrato uma vez que, a cultura em si pode ser classificada como uma relação complexa entre a sociedade e o indivíduo e as relações humanas, o conceito de cultura apresenta-se de forma ampla e flexível, podendo ser diferentemente empregado nas mais diversas áreas de conhecimento. Max Weber (1989), dizia que o homem é um animal amarrado em teias de significados que ele mesmo teceu, a cultura é um exemplo de teia criada pelo homem, ou seja, ele mesmo criou e é rodeado por ela.

Seguindo esse raciocínio de Weber (1989) podemos interpretar que: ao nascer, a criança é inserida em uma sociedade e consecutivamente a uma cultura, esse treinamento cultural que é iniciado, logo, não é só importante para o seu desenvolvimento particular da criança, mas para todo equilíbrio da sociedade. Consideramos então assim, a cultura como uma adaptação do homem à vida em sociedade.

Vale ressaltar, segundo Kalikoske (2010), que antes do século XIX, a humanidade era limitada na troca de conhecimento e informação, que se restringia entorno da fala, pinturas, escritas. Logo, após a prensa de Gutemberg, essa troca de conhecimentos e informação ganhou novos rumos chegando ao atual cenário que se encontra, entre impressos, rádio, televisão, internet...

Que a realidade contemporânea é, cada vez mais, marcada e taxada pela presença cotidiana dos meios de comunicação de massa na vida das pessoas, não é novidade, uma vez

que os fenômenos de variados campos como políticos, econômicos, e principalmente os culturais, são impactados, em alguma medida, pelas variações entre o processo de mediação da informação feito pelos veículos de comunicação. Neste sentido, discutir e analisar qual é a efetiva extensão desses impactos constitui uma questão importante para a compreensão da realidade atual, e os novos rumos que ela vem ganhando.

Para pensarmos em novos rumos, precisamos antes de tudo compreender os rumos do passado. O emprego do termo indústria cultural surgiu do pensamento crítico dos filósofos e sociólogos alemães Theodor Adorno (1947) e Max Horkheimer (1947). De acordo com Kalikoske (2010), o conceito surge em oposição ao conceito de cultura de massa, vastamente utilizado pela pesquisa norte-americana a fim de designar a situação da arte na sociedade capitalista industrial, que aderiu o modelo de fazer cultura, a partir da lógica de produção e reprodução em série, criada e desenvolvida por Henry Ford na Revolução Industrial.

Os filósofos defendiam a ideia que a arte passou a ser produzida com a finalidade do lucro, perdendo assim todo o contexto artístico e crítico. Dessa forma, criam-se alguns padrões para se desenvolver arte e no fundo, toda a produção artística ficou padronizada e similar perdendo o valor único e criativo do artista, assim como o da expressão e da crítica à sociedade etc.

Em meados dos anos 40, Adorno e Horkheimer criam o conceito de indústria cultural. Analisam a produção industrial dos bens culturais como movimento global de produção da cultura como mercadoria. Os produtos culturais, os filmes, os programas radiofônicos, as revistas ilustram a mesma racionalidade técnica, o mesmo esquema de organização e de planejamento administrativo que a fabricação de automóveis em série ou os projetos de urbanismo. (MATTELART, 2012, p. 77).

A professora Santana (2004) ressalta que antes do advento da indústria cultural, havia diversas configurações culturais: a popular, em contraposição à erudita; a nacional, que reforçava a identidade de uma população; a cultura no sentido geral, definida como um conglomerado histórico de valores estéticos e morais; e outras tantas culturas que produziam diversificadas identidades populares em uma sociedade. Mas, com o nascimento do século XX e, com ele, dos novos meios de comunicação, estas modalidades culturais foram aos poucos engolidas ao domínio da indústria cultural. Veículos como o cinema, o rádio e a televisão, ganharam notório destaque e se dedicaram, em grande parte, a homogeneizar os processos e padrões da cultura.

Essa nova forma, segundo Santana (2004), consiste então em “moldar” toda a produção artística e cultural, de modo que elas assumam os padrões comerciais se tornando produtos de fácil reprodução. Partindo do pressuposto dessa ideia, chegamos à sociedade do consumo, que nasce nessa época pós-revolução industrial, onde as pessoas passam a consumir mais, mas, sem a menor consciência do que consomem.

Dessa ideia surgem inúmeros autores que defendem a teoria que a população com o passar dos anos desenvolveu então uma visão passiva e sem crítica da sociedade, uma vez que os veículos da informação dão ao público apenas o que ele quer. Isso faz com que as pessoas procurem e consumam apenas o padrão conhecido, o já experimentado. Tudo que se apresenta com um novo formato ou em contra partida ao modelo criado como padrão não é aceito pela grande massa acostumada as formas de cultura e arte já imposta ao longo dos anos.

A industrial cultural fornece por toda à parte bens padronizados para satisfazer às numerosas demandas, identificadas como distinções às quais os padrões da produção devem responder. Por intermédio de um modo de produção, obtém-se uma cultura de massas feitas de uma série de objetos que trazem de maneira bem manifestada a marca da industrial cultural: serialização-padronização-divisão do trabalho. Essa situação não é resultado de uma lei da evolução da tecnologia enquanto tal, mas de sua função na economia. (MATTELART, 2012, p. 78).

Membros da Escola de Frankfurt⁶, os dois filósofos empregaram o termo pela primeira vez na publicação ensaio *Dialética do Esclarecimento*, concluída em 1944, mas publicada somente em 1947 em Amsterdã. Foi a partir dos estudos sobre a mídia norte americana, onde Adorno vê o sistema da indústria cultural de forma “enrustida” principalmente no entretenimento. Logo, segundo Kalikoske (2010), Adorno começa a desenvolver um pensamento crítico sobre a maneira como o lazer das pessoas passa a ser enxergado e tratado pela grande mídia, que começa a tratá-lo não mais como um momento de descanso que envolva descontrações simples, diversão ou entretenimento, mas sim, como um momento para se obter um comportamento dócil e uma multidão domesticada, através da exploração sistemática dos bens culturais.

⁶ Escola de Frankfurt, fundada em 1923, dedicada ao estudo de pensamento filosófico, sociólogo e a pesquisa social, de cunho marxista. (MATTELART, 2009, p 74)

Na realidade, é por causa desse círculo de manipulação e necessidades derivadas que a unidade do sistema torna-se cada vez mais impermeável. O que não se diz é que o ambiente em que a técnica adquire tanto poder sobre a sociedade encarna o próprio poder dos economicamente mais fortes sobre a mesma sociedade. (ADORNO, 1947, p. 6).

Em contrapartida ao pensamento de Adorno e Horkheimer surge o filósofo Walter Benjamin (1940) que via algo bom na possibilidade de copiar o que se produz. Para Benjamin há uma democratização da arte, a partir do processo da reprodução, ou seja, o processo possibilita levar a cultura e a arte para um maior número de pessoas. A fotografia pode ser um exemplo desse pensamento, já que possibilitou a observação de um quadro em um museu distante, sem a necessidade de o observador ter de se deslocar até lá. O cinema e a televisão possibilita o mesmo. Mesmo que as imagens contidas na fotografia, cinema e televisão seja um fragmento do olhar de quem estava por trás da lente da câmera é possível apresentar esse pedaço do mundo para outras pessoas, que de certa forma não teriam a chance de conhecer, seja por questões econômicas ou qualquer outra circunstâncias.

Outro autor que assim como Benjamin defende essa democratização da arte, da comunicação e da informação é Dominique Wolton (1996), autor esse que se dedica a debater e discutir essa democratização através da televisão. Para ele a chegada da televisão na década de 1950 veio revolucionar uma comunicação que, com o rádio, já se havia libertado das limitações de distâncias geográficas. Wolton (1996) defende que a televisão com seu milagre da imagem, não só apresentou um espetáculo aos olhos da civilização, mas também abriu a janela para o mundo através da informação. Em outras palavras, o autor defende que a televisão é elemento central da democracia de massa, devido ao seu laço muito forte entre a democracia de massa e comunicação de massa proporcionada por ela.

Na realidade, o surgimento da televisão há meio século e o seu sucesso são inseparáveis do surgimento da democracia de massa e da progressiva abertura para o mundo. Historicamente, a televisão é, até hoje, um instrumento na longa história da emancipação e da democracia. Devido ao seu próprio status: acessível a todos, gratuita, como possibilidade de oferecer mensagens de todas as naturezas, abertura para o mundo através das informações, dos documentários e dos filmes. (WOLTON, 1996 p. 5).

Partindo das ideias da teoria da folkcomunicação e unindo-a as formas de ver e pensar a indústria da cultural, podemos concluir que a linha de troca entre a mídia e as manifestações folclóricas da população é algo muito tênue, onde não podemos descartar também para a melhor compreensão deste estudo a discussão e os paradigmas em torno das pesquisas e teorias de Harold Lasswell (1948) - Quem Diz? o quê diz? Por qual canal? Com que efeito? Para quem?

O “Quem?” referia -se aos estudos dos emissores; “Diz o quê?”, relativo às pesquisas sobre o conteúdo; “Por qual canal?” estudo dos canais; “Com que efeito”, estudo dos efeitos globais; e, finalmente, o “Para quem?” referia-se aos estudos dos receptores. (SOUSA e VARÃO, 2006 p. 5).

Segundo Lasswell (1948), o processo de comunicação cumpre três funções principais na sociedade: “a) a vigilância do meio, revelando tudo o que poderia ameaçar ou afetar o sistema de valores de uma comunidade ou partes das partes que a compõem; b) o estabelecimento de relações entre os componentes da sociedade para produzir uma resposta ao meio; c) a transmissão da herança social”. (Lasswell, 1948 apud MATTELART, 2012, p 41).

A partir dessas visões não resta dúvida, que a cultura de massa pode provocar uma reviravolta completa no quadro dos valores culturais de uma sociedade, uma vez que a mesma acelera todo um processo de mudança na estrutura e no conteúdo das demais culturas existentes. Aproximando assim, um indivíduo situado no Brasil de algo cultural que está acontecendo, por exemplo, no hemisfério norte.

O desenvolvimento acelerado da tecnologia e dos meios de comunicação contribuiu para o aumento da integração dos mercados e da interligação entre as economias globais. Em outras palavras, os países não vivem mais isoladamente: fatores que atingem uma nação alastram-se rapidamente a outras. (KALIKOSKE, 2010 p. 36).

Todas essas mudanças sociais e culturais ganharam espaço nas telenovelas brasileiras ao trazer muito material a ponto de informação retratada de maneira fictícia para a construção e crescimento de um pensamento. Parte dessa mudança deve-se pela forma como a telenovela apresentou novos horizontes e expandiu suas histórias para outros países, questionando certos comportamentos e mostrando para sociedade brasileira outras realidades. Quem explica com

propriedade este elo entre realidade e ficção é novamente o professor José Marques de Melo (1998).

Do ponto de vista da comunicação, a cultura de massas constitui uma verdadeira ponte entre a cultura clássica e a cultura popular. Não que a cultura de massas assuma, sociologicamente, o caráter de uma cultura intermediária; ao contrário, ela ocupa, em determinado sentido, um nível superior porque tem características marcantes de cosmopolitismo e universalidade, contrastando assim com a natureza local ou regional da cultura clássica e da cultura popular, portanto de significação sociológica. (MARQUES DE MELO, 1998 p. 190).

Para Kalikoske (2010) o surgimento desse novo cenário e a sua consequência, é que as empresas de comunicação passam a incrementar a circulação de seus produtos para diferentes territórios, devido às mudanças tecnológicas, fazendo com que a humanidade passa a integrar uma nova ordem mundial. No mercado televisivo o panorama não é diferente e também não fica atrás, e a partir daí as empresas mundiais passam a explorar novos modos de produção. Nesse contexto, a telenovela ressurgiu com mais voz, espaço e força, tanto no viés cultural quanto no fator econômico para as empresas de comunicação.

No mercado televisivo, a telenovela – principal produto audiovisual da América Latina – ganha fluxo constante no âmbito internacional, configurando-se como um lucrativo negócio para seus investidores. (KALIKOSKE, 2010 p. 14).

Kalikoske (2010) ressalta ainda que, a atual fase da sociedade em que estamos à indústria cultural é representada por organizações ligadas diretamente à proliferação de produtos oriundos de conceitos, conhecimentos, técnicas e artefatos, padrões de comportamento e atitudes que caracterizam determinada sociedade. Atualmente grande parcela da população mundial possui acesso a algum tipo de informação, seja ela por meio de mídia impressa, rádio, televisão, internet, ou qualquer outro meio, isto se deve à globalização, que tem como função principal a facilitação da comunicação global.

Então se o público é aquele que através da mídia de massa tudo observa, a cultura de massa gera então um fator participativo. Esse consumo de produto pode estruturar assim

valores e práticas de relações sociais, construindo uma nova identidade cultural no pensamento das futuras gerações. Roger Silverstone vai além e afirma:

Aprendemos como e o que consumir pela mídia. A mídia, não é exagero dizer, nos consome. E, como já opinei e continuarei a garantir, o consumo é, ele mesmo, uma forma de mediação, à medida que os valores e significados dados de objetos e serviços são traduzidos e transformados nas linguagens do privado, do pessoal e do particular. Consumimos objetos. Consumimos bens. Consumimos informação. Mas, nesse consumo, em sua trivialidade cotidiana, construímos nossos próprios significados, negociamos nossos valores e, ao fazê-lo, tornamos nosso mundo significativo. (SILVERSTONE, 2002 apud CRETAZ, 2014).

Isso é o que veremos no próximo capítulo desta pesquisa, onde descobriremos através de um questionário se o público pode captar e perceber diferentes realidades do seu meio através das narrativas de ficção das telenovelas.

3 – METODOLOGIA

O universo da presente pesquisa abrange a uma análise de pesquisa qualitativa-quantitativa sobre como os adolescentes de duas escolas de Passo Fundo - RS percebem as representações homoafetivas das telenovelas. A pesquisa visa analisar a forma que essas representações podem influenciar e contribuir para a construção de valores e identidade desse público e também para compreensão do jornalista sobre a relação entre a telenovela – principal produto audiovisual do Brasil e o adolescente. Com base no objeto de estudo da presente pesquisa, que trata de uma análise de levantamento de opinião, empreende-se a tarefa de verificar qual a real relação entre a produção de conteúdo e o público. O repertório cultural que o indivíduo carrega e o grau de influência que ele permite receber interfere no modo pelo qual ele vai decodificar a mensagem da mídia? Partimos daqui por uma pergunta feita pelas teorias da comunicação: “o que faz o indivíduo com os meios?”, em especial neste trabalho as telenovelas. Por fim, neste capítulo serão apresentados os dados adquiridos das respostas dos questionários, seguido juntamente da análise do mesmo.

Tendo o presente trabalho foco nos sentidos socialmente atribuídos à homoafetividade, é importante, antes, compreender a suposição de que os meios de comunicação, no caso neste trabalho, as telenovelas, ocupam papel de destaque na formação de valores. Isso, porém, não significa que as telenovelas sejam os únicos agentes a fazerem essa formação, e tampouco que os consumidores desse produto sejam passivos nos processos de apreensão das mensagens por ela transmitida. Logo, sem abrir mão da importância das telenovelas na construção da sociedade brasileira, uma vez que este produto é um dos mais consumidos no país, não se adota neste trabalho a afirmação de que os valores sociais retratados nas telenovelas sejam as únicas fontes possíveis para a construção de sentidos sobre a homoafetividade ou qualquer outro tema.

Segundo Castelo Branco (2006) a Folkcomunicação pode compreender pesquisas qualitativas e quantitativas, além de diversas técnicas de coletas de dados, como questionários e entrevistas, tudo de acordo com as especificidades do objeto e dos objetivos de estudo. Portanto, existe uma abrangência de assuntos e também de métodos, que podem ser abordados. Castelo Branco (2006) vai além e afirma que a Folkcomunicação não tem uma metodologia própria, e o que a distingue das demais pesquisas é a especificidade do objeto e o aporte teórico lançado por Beltrão (1967).

Para analisar as respostas adquiridas usamos os critérios de análise de conteúdo de Laurence Bardin (2011). Segundo a professora em seu livro *Análise de Conteúdo* o objetivo é apresentar uma avaliação crítica de análises como uma abordagem em pesquisas quantitativas e qualitativas. Basicamente a técnica de análise de conteúdo é uma interpretação dos dados das respostas adquiridas.

A técnica de análise do conteúdo surgiu pelas necessidades no campo da sociologia e na psicologia. Tal acontecimento ficou marcado pela sistematização das regras e o interesse pela simbólica política, entre 1940 e 1950 nos Estados Unidos; pelo alargamento das aplicações da técnica a diferentes contextos e pelo surgimento de novas problemáticas no campo metodológico, entre 1950 e 1960; e, devido aos três fenômenos que afetaram as investigações e as análises de conteúdo: o recurso de computador, os estudos sobre comunicação não verbal e os trabalhos linguísticos, de 1960 até a atualidade. (BARDIN, 2011 Apud. SANTOS, 2012, p 1).

Para Bardin (2011), o foco principal para análise de conteúdo é o desvendar crítico. Logo a análise de conteúdo é uma espécie de leitura profunda e analítica de determinada respostas adquiridas através de entrevistas, questionários.

Para essa pesquisa, pesquisadora e orientadora optaram pela técnica de pesquisa de opinião, que pode ser baseada na aplicação de um questionário para o público em geral. Entretanto, para esse estudo delimitamos o público, com o objetivo de diagnosticar como é percebida a identidade homoafetiva em telenovelas por adolescentes, analisando fatores como religião, sexo, relação com os pais, entre outros fatores.

Para poder descobrir então a influência das telenovelas no comportamento dos adolescentes, utilizamos a linha de análise quantitativa-qualitativa, com a aplicação de 100 (cem) questionários para adolescentes nas faixas etárias entre 14 a 18 anos. As respostas são anônimas e foi tomado o expresse cuidado de não revelar a identidade dos adolescentes. Para não interferir de nenhuma maneira sobre os posicionamentos dos adolescentes ou influenciá-los a tomarem qualquer partido ou posicionamento sobre o tema, a pesquisadora fez a entrega dos questionários com uma breve explicação sobre o objetivo, porém, sem adiantar hipóteses.

Os questionários foram divididos da seguinte forma: 50 (cinquenta) questionários foram aplicados em uma Escola Particular e os outros 50 (cinquenta) questionários aplicados em uma Escola Pública, ambas localizadas na cidade de Passo Fundo, Rio Grande do Sul. A escolha de duas escolas diferentes foi estabelecida para contemplarmos públicos de classes econômicas distintas e a escolha de dividir 50 (cinquenta) questionário para cada escola se

deve para que em ambas as escolas tivessem o mesmo número de participantes. A escolha da quantidade ser cinquenta foi a mesma da opção de cem questionário, foi apenas um número aleatório que a pesquisadora e orientadora concordaram de comum acordo.

Para seguirmos com a linha de raciocínio de completarmos um maior número de pessoas distintas, ficou estabelecido como critério o modo aleatório procurando contemplar na escolha alunos de diferentes turmas. Para as aplicações estabelecemos aos adolescentes a livre escolha de participar ou não da pesquisa.

Como já dito antes, este estudo visa auxiliar na compreensão da relação entre a telenovela e o adolescente contemporâneo, adolescente esse que está inserido em uma sociedade onde o real e o instantâneo estão fortemente ligados, diferente da realidade encontrada em outras épocas da sociedade. Quem nos define melhor essa ideia é o professor Luciano Carvalho Lírio (2012).

É necessário pensar essa adolescência pós-moderna: no que ela nos incita; perturba-nos; marca-nos; atormenta-nos; nos cativa! É uma adolescência diferente da que tivemos. Esse adolescente tem um quarto/*lanhouse* globalizado, espaço informatizado, cheio de argúcias! É o escritório/dormitório atual do adolescente na contemporaneidade. É uma infância “condenada a uma obsolescência acelerada”. (LÍRIO, 2012 p. 38).

O presente estudo quer contribuir para uma discussão saudável dessa relação do adolescente e o seu meio, relação essa que gerou e gera até hoje muita polêmica.

3.1 APRESENTAÇÕES DOS DADOS

Por acreditar na influência da condição sociocultural na forma do adolescente se relacionar com a telenovela, relação essa, que pode gerar diferentes abordagens e leituras de uma mesma mensagem transmitida pela representação dos relacionamentos homoafetivos, optamos então pesquisadora e orientadora, em trabalhar com dois polos culturais distintos, ou seja, foram pesquisados em grupos formados por cinquenta adolescentes, estudantes de escola pública e escola particular.

O objetivo desta segmentação foi demonstrar que existe sim uma decodificação diferente sobre a mesma mensagem, bem como Luís Beltrão (2004) afirma na teoria de Folkcomunicação, onde a sociedade é composta por diferentes grupos de pessoas que vivem separados pelas suas diferenças culturais e econômicas. Entretanto, com o advento da tecnologia e indústria cultural, os pensamentos de Walter Benjamin (1940) e Dominique Wolton (1996) ganham força, já que a televisão com seu milagre da imagem, não só apresentou um espetáculo aos olhos das civilizações, mas também abriu a janela para o mundo através da informação, podendo assim, tornar possível o pensamento de pessoas de diferentes classes sociais iguais ou similares.

A ideia de aplicar os questionários nas escolas se deu, primeiramente porque sem dúvida, é o local mais fácil de localizar e encontrar o público da pesquisa em grande quantidade. Segundo, tendo a escola como aparato para aplicar o questionário, o trabalho ganha mais credibilidade com os adolescentes, para que eles respondessem com mais a seriedade as perguntas.

Para aplicação do questionário, a pesquisadora se fez presente na escola pública no dia 09 de junho de 2015, e na escola particular no dia 12 de junho de 2015. De forma democrática após a breve explicação, foram liberados os alunos que não quiseram participar. Na escola pública a grande adesão dos adolescentes se deu entre as meninas com idade entre 14 a 17 anos, ressaltando que os meninos que participaram, também apresentam a mesma faixa de idade.

Tabela 1. Demonstrativo de aplicação questionários Escola Pública

Questionários respondidos	Escola Pública
27	Meninas
23	Meninos

*Dos 50 questionários aplicados, 45 deles foram respondidos por alunos do 1º Ano, os outros 5 respondidos por alunos do 2º Ano do Ensino Médio.

Na escola particular, assim como ocorreu na pública, a maior adesão dos adolescentes a participar da pesquisa também foi entre as meninas, com idades entre 15 a 17 anos. Em relação aos meninos participantes, as idades variam entre 16 a 18 anos.

Tabela 2. Demonstrativo de aplicação questionários Escola Pública

Questionários respondidos	Escola Particular
28	Meninas
22	Meninos

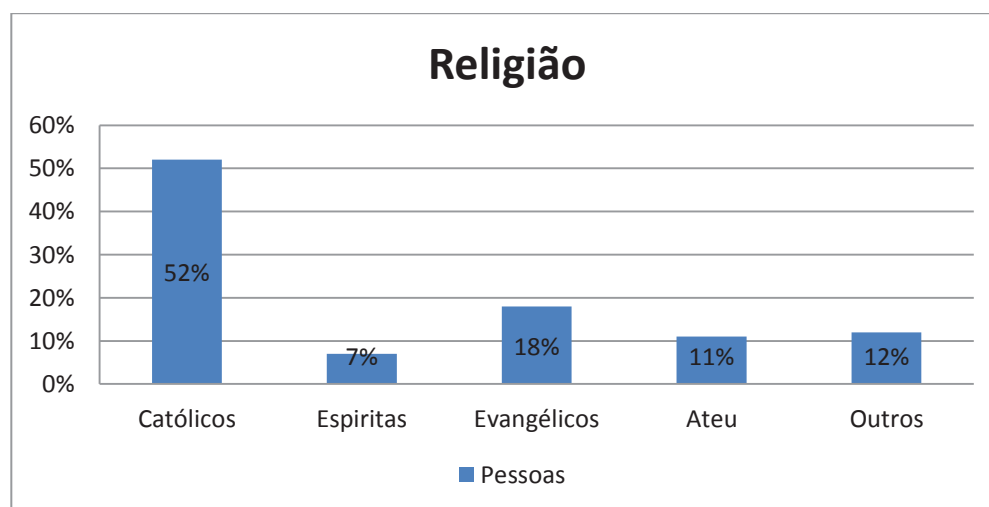
*Dos 50 questionários aplicados na escola particular 40 deles foram respondidos por alunos do 3º Ano e 10 por alunos do 2º Ano.

Para contemplarmos um breve perfil dos adolescentes que responderam ao questionário, perguntamos quais suas atividades nas horas livres. Entre a maioria das respostas encontramos; internet (90%), prática de esportes (56%), filmes/series (54%), ouvir música (48%), leitura (80%), dormir (34%) e sair com os amigos (24%). Neste item não ocorreram contrastes entres os adolescentes, ambos despertam os mesmos interesses por entretenimento e atividades de esporte e lazer com os amigos. Ressalto aqui, que todos os adolescentes destacaram mais de uma única opção em suas respostas.

Dos 100 questionários aplicados com os adolescentes, 55% deles foram respondidos pelo sexo feminino e 45% pelo sexo masculino. Um dado importante para a melhor compreensão deste trabalho, nos anexos da estrutura da pesquisa, apresenta-se gráficos demonstrativos individuais gerais das escolas, e gráficos individuais do sexo feminino e masculino também de ambas as escolas.

Na questão sobre religião, temos o Catolicismo como à prática religiosa com mais adeptos na pesquisa, com 52% dos participantes, seguida logo após pelos Evangélicos com 18%. Mais informações no apêndice B – gráfico 23.

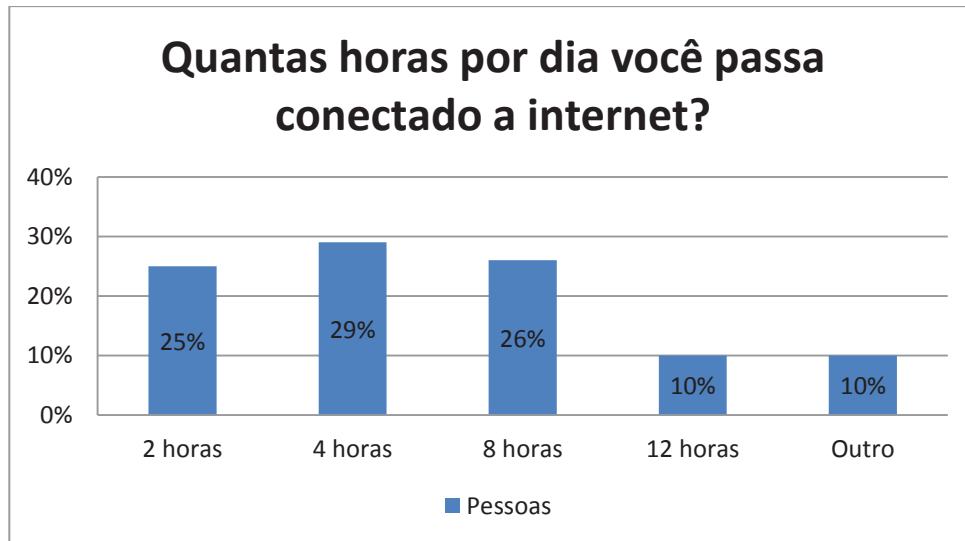
Gráfico 1. Gráfico das práticas religiosas



Fonte: Regiele Oliveira, 2015.

Um dado relevante a salientar, é que, todos os adolescentes declararam ter acesso à internet. Abaixo no gráfico podemos perceber que 29% declara passar 4 horas/dia conectados a internet, sendo que dos 29%, 17% são da escola particular e 12% de escola pública. Dados mais específicos, nos apêndices: B – gráfico 24, C – gráfico 46 e D – gráfico 68.

Gráfico 2. Gráfico tempo na internet.

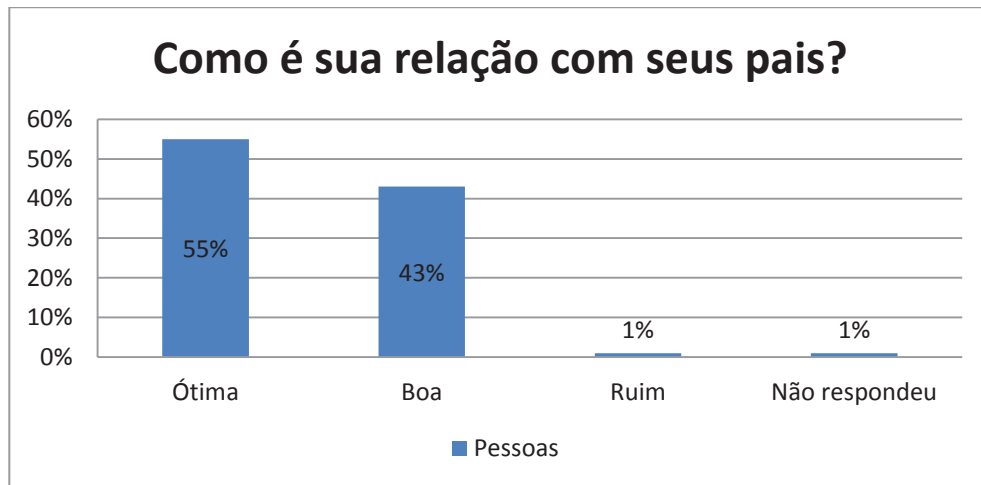


Fonte: Regiele Oliveira, 2015

Sobre os sites mais acessados pelos adolescentes participantes da pesquisa estão; redes sociais, sites de entretenimento como, por exemplo, *YouTube*, revistas e jogos. Aqui novamente não ocorre contrastes entre os adolescentes de escola pública e particular. Sobre os assuntos mais procurados pelos adolescentes, destaca-se; assuntos sobre, fatos curiosos, relacionamentos/comportamento, esportes, entretenimento como filmes e series e notícias no geral. Novamente sem distinção de comportamento entre eles.

Na questão referente à relação com os pais, 55% deles considera relação ótima, 43% boa, e obtivemos apenas uma única resposta negativa. Na escola pública a opção ótima foi assinalada por 27% adolescentes; na escola particular esse índice sobe 1% ficando com 28% no total. Abaixo no gráfico, estão especificados os dados gerais. Informações detalhadas por escola e sexo nos apêndice: B – gráfico 25, C – gráfico 47 e D – gráfico 69.

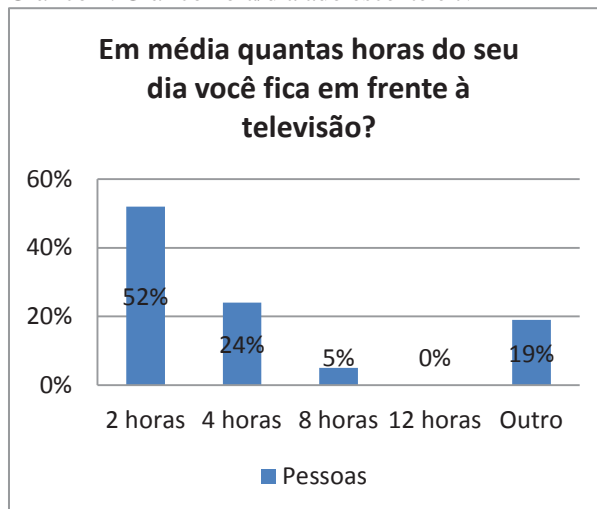
Gráfico 3. Gráfico geral das relações com os pais



Fonte: Regiele Oliveira, 2015.

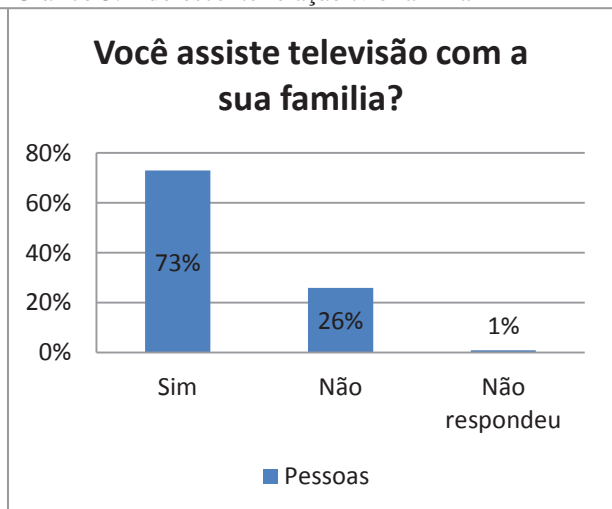
Sobre a relação adolescente e televisão 52% deles declaram ficar duas horas/dia em frente à televisão, sendo que 73% deles dizem assistir televisão acompanhados da família e 26% não. Ou seja, mais da metade dos adolescentes possuem uma relação de lazer que envolve televisão e família. Entre assistir televisão acompanhados da família, o índice negativo dos que alegam não assistir da escola particular comparado ao da escola pública sobe 10% ficando com 18% dos adolescentes no total, já na escola pública esse percentual fica em 8%. Dados mais específicos nos apêndices: B – gráfico 26/28, C – gráfico 48/50 e D – gráfico 70/72.

Gráfico 4. Gráfico hora/dia adolescente e tv



Fonte: Regiele Oliveira, 2015.

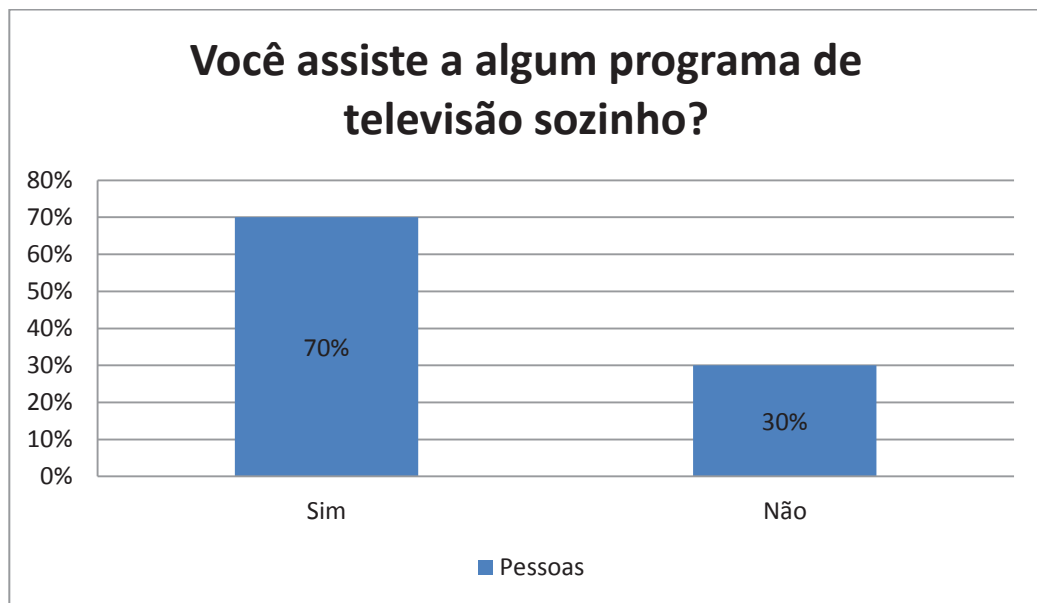
Gráfico 5. Adolescente relação tv e família



Fonte: Regiele Oliveira, 2015.

30% declaram não assistir a programas televisão sozinhos. Dos 70% que declaram assistir algum programa de televisão sozinho, quando perguntado sobre quais programas seriam, destaques para: séries, filmes e desenhos. Com relação aos programas de televisão preferidos estão séries, telenovelas e jornais. Dados mais específicos nos apêndices: B – gráfico 28, C – gráfico 49 e D – gráfico 71.

Gráfico 6. Adolescente e televisão



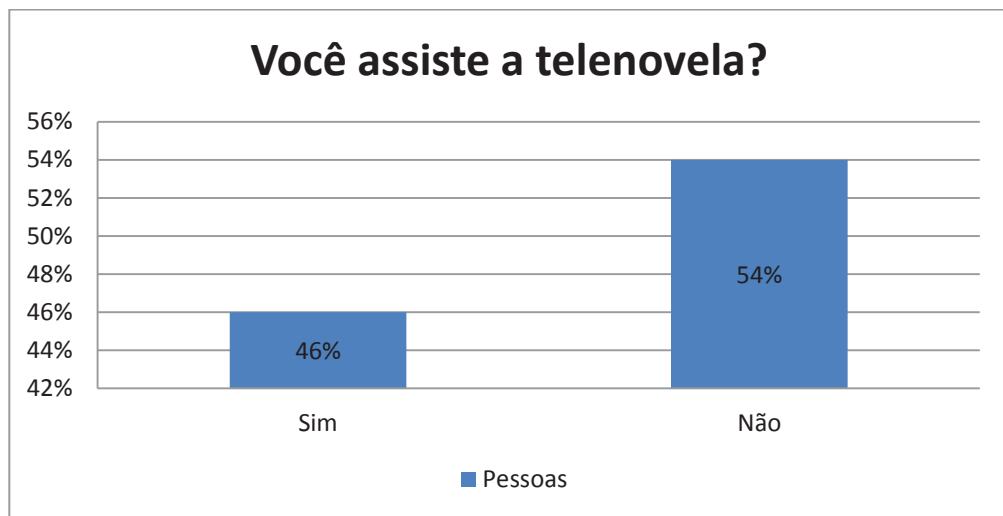
Fonte: Regiele Oliveira, 2015.

Já quando a pergunta é sobre assistir telenovela, 54% dos adolescentes dizem não assistir contra 46% dos adolescentes que declaram assistir a telenovelas. Entretanto, quando perguntamos quantas vezes por semana o adolescente assiste a telenovela, o índice dos que não assistem cai para 48%. Ou seja, aqui percebemos que dos 54% que declaram não assistir as telenovelas, 6% deles declaram em outra pergunta acompanhar as narrativas ao menos algum dia da semana ou na pergunta sobre quais as telenovelas preferidas citam uma opção ou mais. Dos 22% que negam assistir telenovela na escola pública temos apenas 18% que marcam opção de “não assisti” na pergunta depois, ou seja, 4% dos 22% que negam assistem sim telenovela. Já na escola particular esse índice é menor, dos 32% que não assistem, 2% marcar algum dia na semana na outra pergunta, referente quantas vezes por semana o adolescente assiste a telenovela.

Com isso podemos validar aqui mais um argumento e critério da Folkcomunicação, onde podemos perceber certa relutância em assumir o consumo do produto, o colocando em uma subcategoria, como um produto marginalizado, onde não merece ter certa importância.

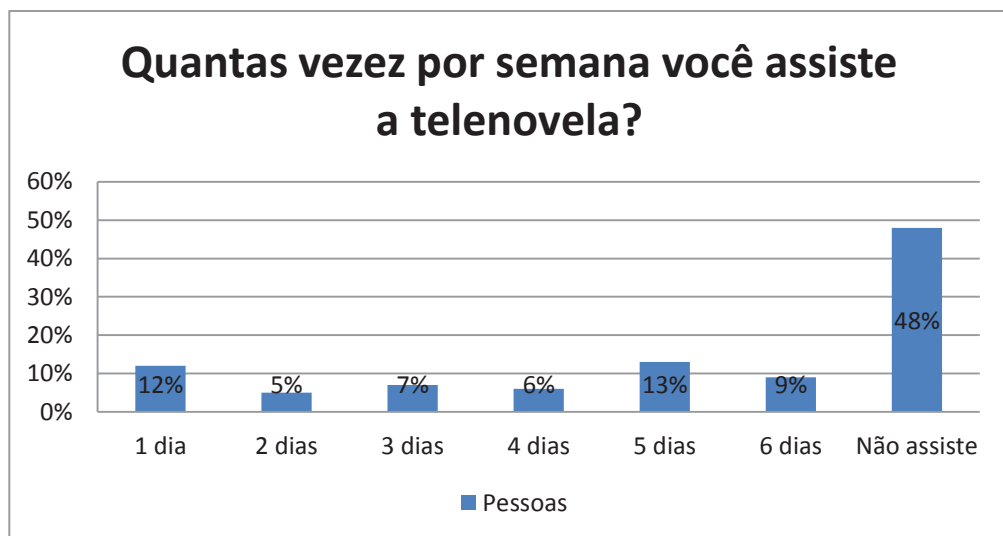
Para dados mais específicos consultar nos apêndices: B – gráfico 29/30, C – gráfico 51/52 e D – gráfico 73/74.

Gráfico 7. Adolescente e telenovela



Fonte: Regiele Oliveira, 2015.

Gráfico 8. Adolescente e a relação com a telenovela por semana

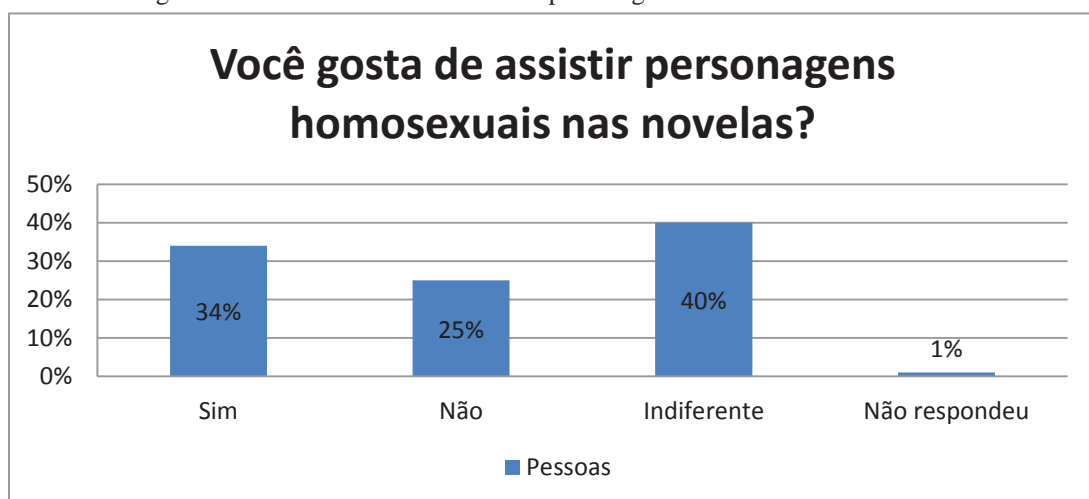


Fonte: Regiele Oliveira, 2015.

Na pergunta sobre as telenovelas preferidas, *Malhação* aparece em praticamente todas as respostas se tornando a mais citada entre os adolescentes. Entre os personagens em que o público estabelece alguma identificação, estão aqueles caracterizados como personagens protagonistas de mocinhos ou mocinhas que lutam por seus objetivos. A título de curiosidade, obtivemos um número relevante de identificação com a personagem Carminha (Adriana Esteves), da telenovela *Avenida Brasil*, exibida pela Rede Globo, personagem essa descrita como vilã na história da telenovela.

Passamos agora as questões mais referentes ao objetivo da pesquisa, a percepção dos adolescentes sobre as representações dos relacionamentos homoafetivos nas telenovelas. Na pergunta, *Você gosta de assistir personagens homossexuais nas telenovelas?* 34% dizem que sim, 25% dizem que não. O índice maior fica aos que se declaram indiferentes, 40% dos adolescentes. Um dado relevante a salientar é que dos 25% que dizem não gostar de assistir a personagens homossexuais nas novelas, 21% deles são da escola pública. O índice de aceitação dos mesmos personagens também é maior na escola pública. Dos 34% que gostam de assistir, 22% dos adolescentes são da escola pública, já os que se declaram indiferentes o maior percentual fica na escola particular. Dos 40% que marcaram a opção 34% estudam na escola particular. Dados mais específicos nos apêndice: B – gráfico 31, C – gráfico 53 e D – gráfico 75.

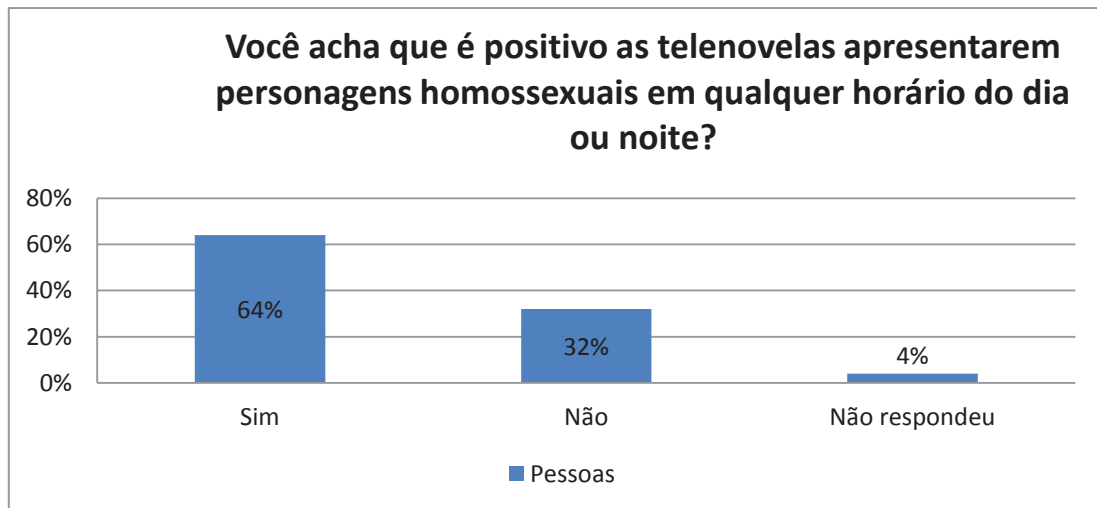
Gráfico 9. O gosto dos adolescentes referente aos personagens homossexuais



Fonte: Regiele Oliveira, 2015.

Na questão que se refere sobre ter personagens homossexuais nas telenovelas, independente do horário em que ele for exibido, novamente obteve-se uma resposta positiva. 64% dos adolescentes declaram ser positivos em ter representação dos personagens homossexuais na telenovela independente do horário. Nesta questão o maior índice de aceitação ficou com os estudantes da escola particular com 39%. Já no índice dos que não aprovam a escola pública fica com a maior porcentagem somando 27% dos 32% que não gostam. Os gráficos mais detalhados por escola e sexo pode ser conferidos nos apêndices: B – gráfico 33, C – gráfico 55 e D – gráfico 77.

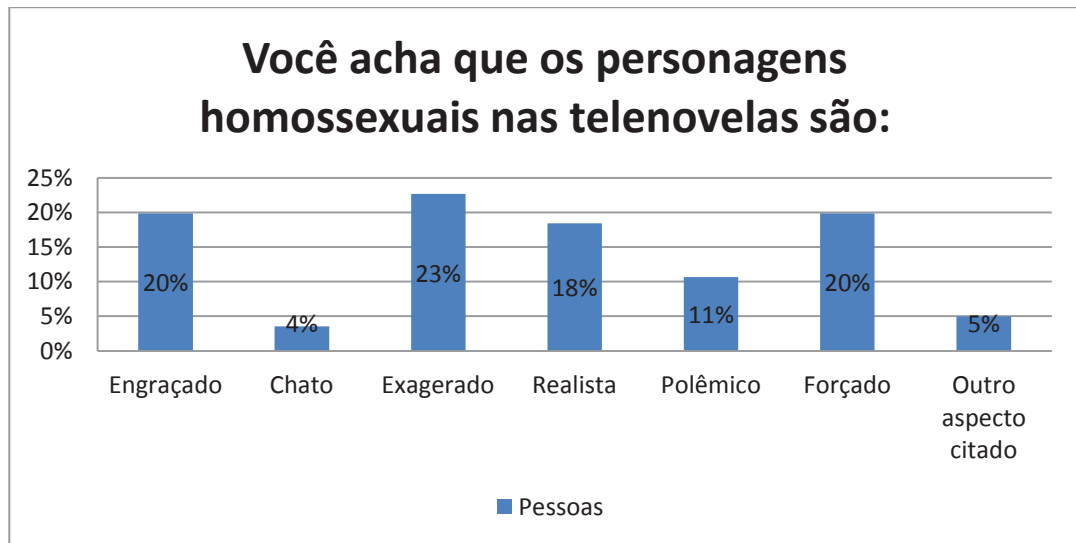
Gráfico 10. O sentimento positivo da representação homossexual em qualquer horário



Fonte: Regiele Oliveira, 2015.

Na pergunta que se refere sobre o que eles acham dos personagens homossexuais representados nas telenovelas, damos a opção de marcarem mais de uma alternativa entre as opções estavam: Engraçados, Chatos, Exagerados, Realistas, Polêmicos e Forçados. Os gráficos mais detalhados você encontra nos apêndices: B – gráfico 32, C – gráfico 54 e D – gráfico 76. Abaixo no gráfico demonstramos os índices gerais.

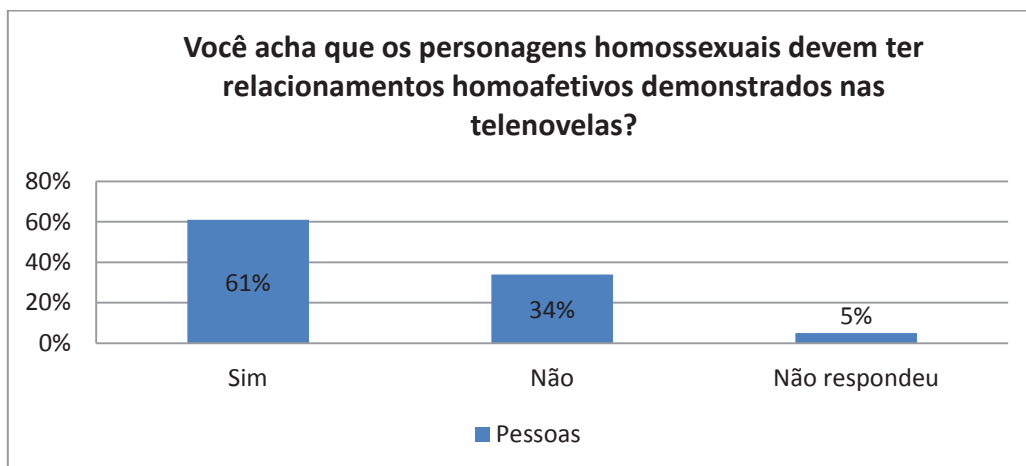
Gráfico 11. O adolescente e a percepção sobre os personagens homossexuais



Fonte: Regiele Oliveira, 2015.

Como forma de mostrar a opinião dos entrevistados sobre os relacionamentos homoafetivos representados nas telenovelas, perguntamos: *Você acha que os personagens homossexuais devem ter relacionamentos homoafetivos demonstrados nas telenovelas?* Mais da metade dos adolescentes participantes da pesquisa se mostraram favorável à representação das relações homoafetivas. A taxa de aceitação maior fica novamente com os adolescentes da escola particular, com 42% deles, contra 22% dos adolescentes da escola pública. Dados comparativos entre escolas e por sexo nos apêndices: B – gráfico 34, C – gráfico 56 e D – gráfico 78.

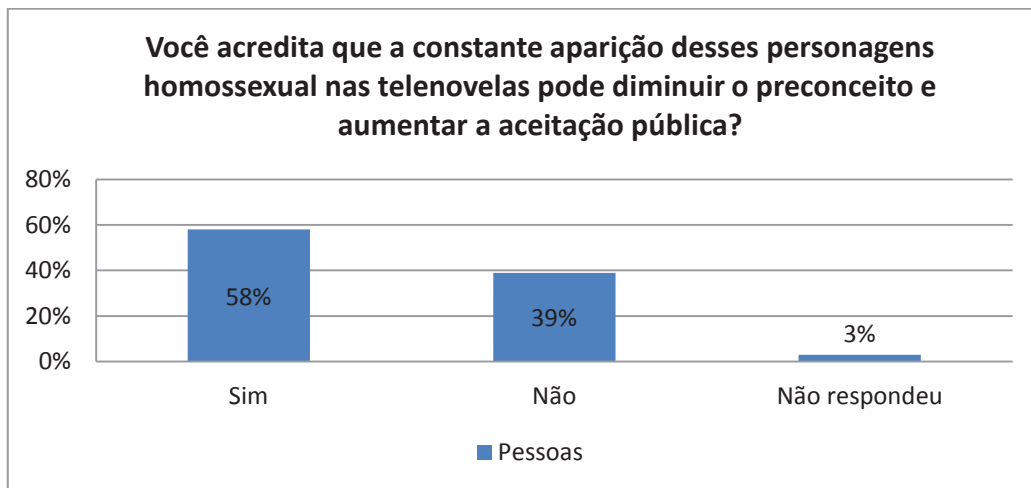
Gráfico 12. O adolescente e a representação dos relacionamentos homoafetivos



Fonte: Regiele Oliveira, 2015.

Na questão, *Você acredita que a constante aparição desses personagens homossexuais nas telenovelas podem diminuir o preconceito e aumentar a aceitação pública?* Novamente mais da metade dos participantes acredita ser positivo a representação homossexual nas telenovelas. E novamente o maior índice de aceitação é referente aos adolescentes da escola particular com 35% dos 58% favoráveis. Dados mais específicos nos apêndices: B – gráfico 35, C – gráfico 57 e D – gráfico 79.

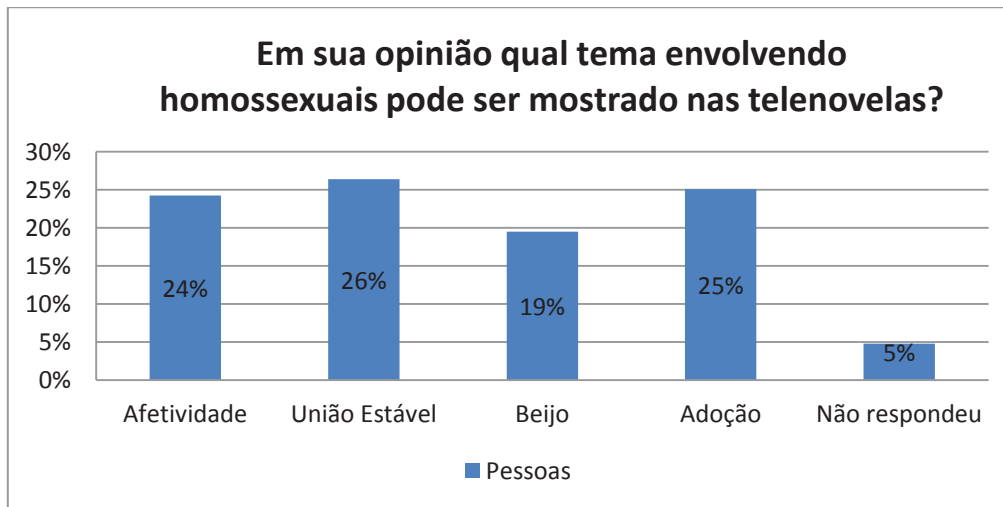
Gráfico 13. Gráfico demonstrativo geral sobre representação e aceitação pública



Fonte: Regiele Oliveira, 2015

Na questão referente sobre quais temas às telenovelas poderiam apresentar com relação aos homossexuais, obtivemos um número relevante de resposta com todas as alternativas marcadas, entretanto, em muitas respostas afetividade e o beijo não foram muito bem aceitas. Com isso podemos perceber certa contradição nas respostas, já que 61% dos adolescentes responderam que os relacionamentos homoafetivos deveriam aparecer nas telenovelas. Dados comparativos entre as escolas e por sexo, você pode conferir nos apêndices: B – gráfico 36, C – gráfico 58 e D – gráfico 80.

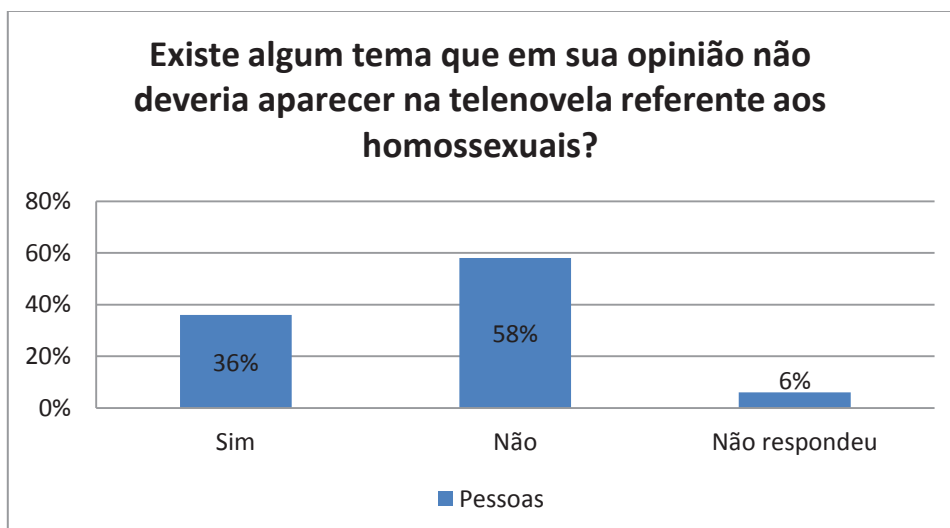
Gráfico 14. O adolescente e temas homossexuais em telenovelas 1



Fonte: Regiele Oliveira, 2015.

Quando perguntamos se existe algum tema envolvendo homossexuais que não deveria aparecer nas telenovelas 58% declaram não existir, e 36% sim, entre os temas citados pelos adolescentes na grande maioria das repostas se refere a cenas de sexo. Dados comparativos você pode conferir nos apêndices: B – gráfico 37, C – gráfico 59 e D – gráfico 81.

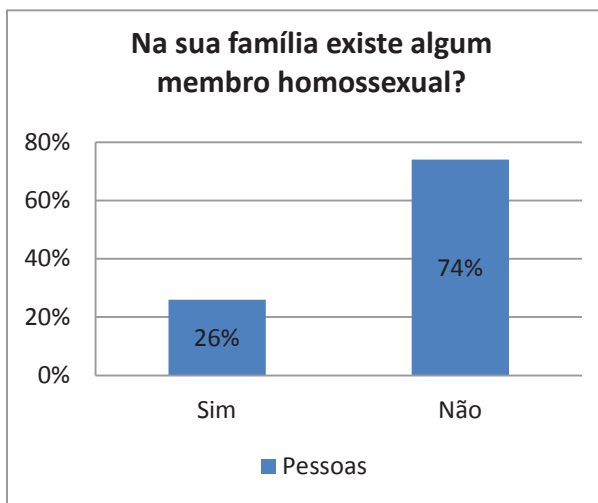
Gráfico 15. O adolescente e temas homossexuais em telenovelas 2



Fonte: Regiele Oliveira, 2015.

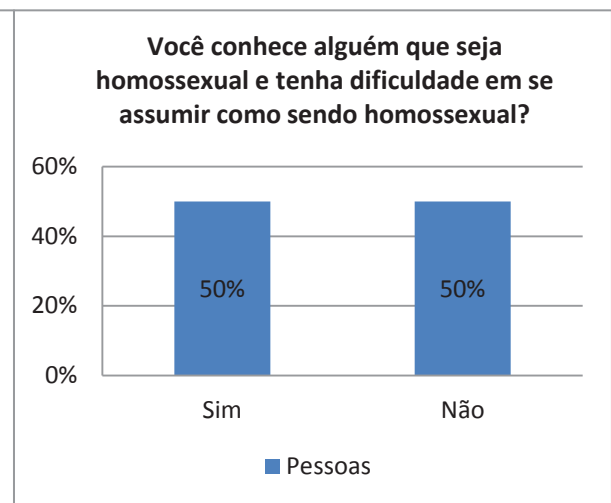
De acordo com as respostas nos questionários, 74% das famílias dos adolescentes que participaram da pesquisa não apresentam nas suas estruturas familiares parentes homossexuais. Um dado relevante a salientar, é referente o maior índice de famílias que possuem em sua estrutura algum membro homossexual refere-se às famílias dos adolescentes da escola particular com 17% do total dos 26%. Dados comparativos você pode conferir nos apêndices: B – gráfico 38/39, C – gráfico 60/61 e D – gráfico 82/83.

Gráfico 16. Relação de homossexuais nas famílias



Fonte: Regiele Oliveira, 2015.

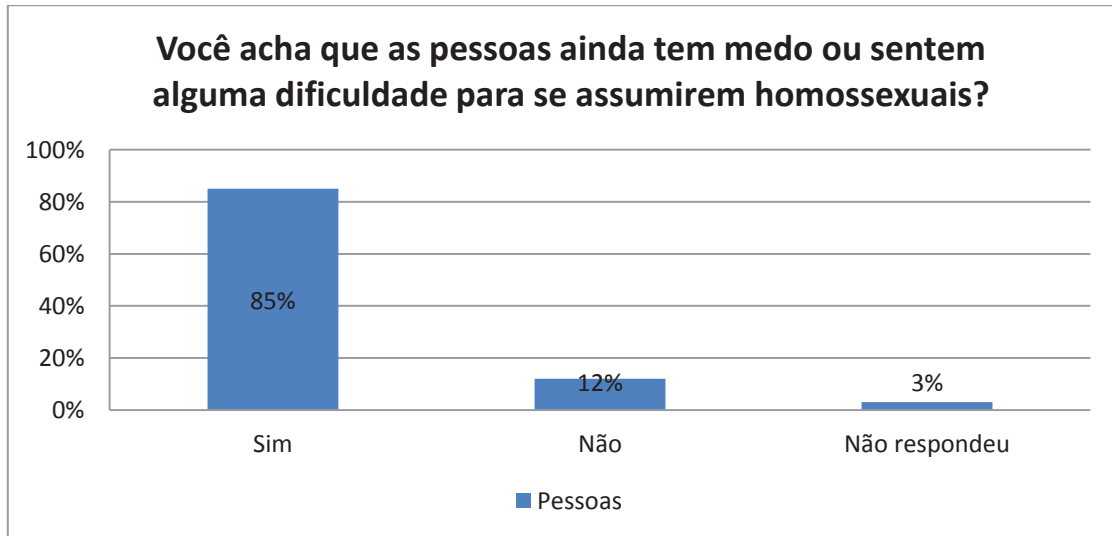
Gráfico 17. Relação de homossexuais como conhecidos



Fonte: Regiele Oliveira, 2015.

85% dos adolescentes acreditam que o medo e preconceito por parte da família é a principal dificuldade para que a pessoa se aceite como homossexual. Novamente o maior índice fica entre os adolescente da escola particular com 32% contra 18% da escola pública que também acreditam. Abaixo, os dados gerais demonstrados. Para dados mais específicos, você pode conferir nos apêndices B – gráfico 40, C – gráfico 62 e D – gráfico 84.

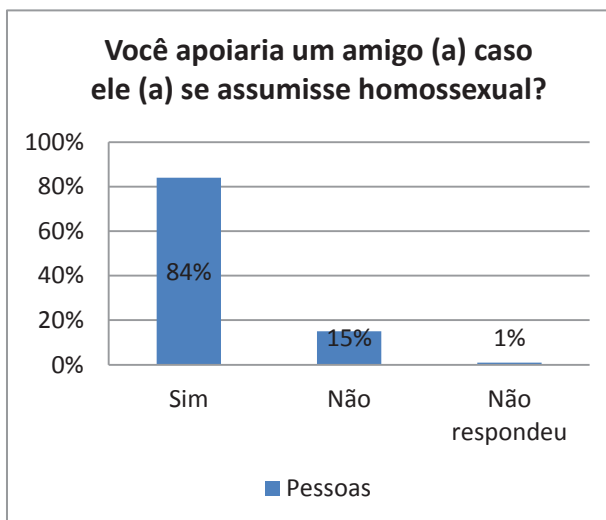
Gráfico 18. O sentimento sobre os homossexuais



Fonte: Regiele Oliveira, 2015.

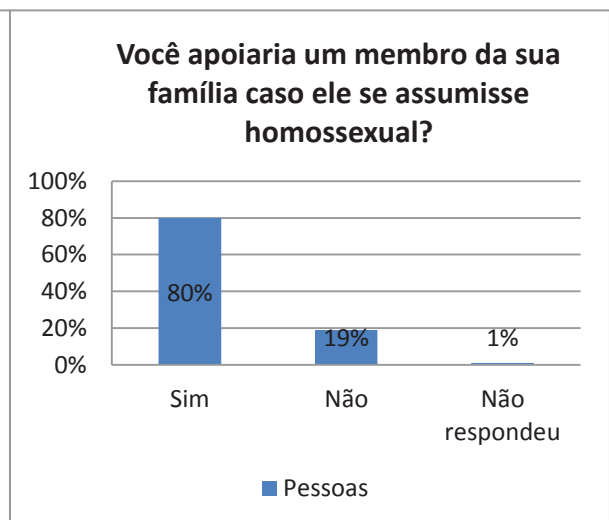
Nas perguntas: *Você apoiaria um amigo (a) caso ele (a) se assumisse homossexual?* e *Você apoiaria um membro da família caso ele se assumisse homossexual?* Ambas apresentaram respostas positivas, porém, o índice de aceitação na família diminuiu 4% comparado ao índice de aceitação com relação aos amigos. Dados comparativos mais específicos nos apêndices: B – gráfico 41/42, C – gráfico 63/64 e D – gráfico 85/86.

Gráfico 19. O adolescente e o apoio ao amigo



Fonte: Regiele Oliveira, 2015.

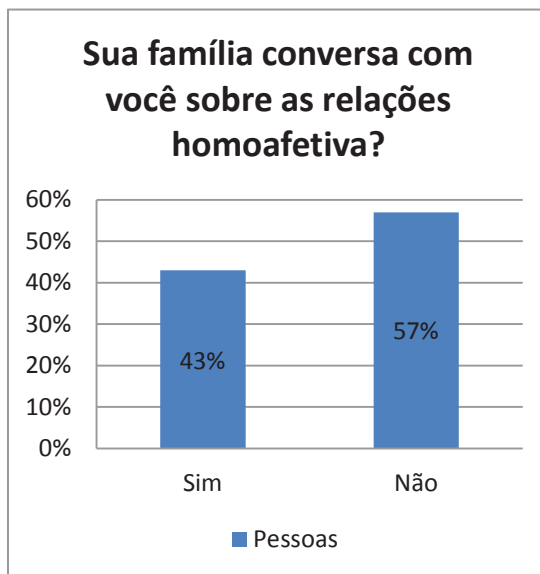
Gráfico 20. O adolescente e o apoio à família



Fonte: Regiele Oliveira, 2015.

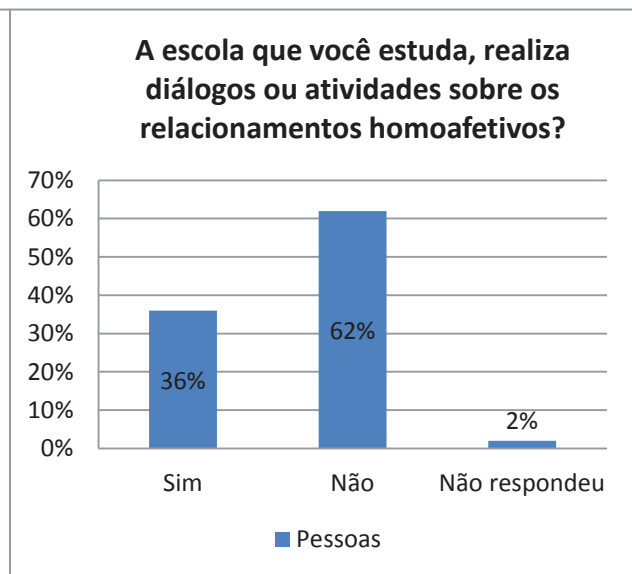
Um fator curioso que chama a atenção é sobre a relação de diálogo entre família, escola, relações homoafetivas e adolescente. Em nenhuma das duas perguntas sobre a possibilidade de existir diálogo do assunto na família e na escola obtivemos respostas positivas, isso é claro em grande maioria. Os dados mais comparativos das respostas você pode conferir nos apêndices: B – gráfico 43/44, C – gráfico 65/66 e D – gráfico 87/88.

Gráfico 21. O assunto abordado em família



Fonte: Regiele Oliveira, 2015.

Gráfico 22. O assunto abordado na escola



Fonte: Regiele Oliveira, 2015.

3.2 ANÁLISE

Depois de apresentados os dados coletados acima, podemos concluir que os estudos realizados pelo professor Luís Beltrão (2004) e de seus seguidores atestam a importância da Folkcomunicação como possibilidade de discurso capaz de fortalecer identidades dos grupos considerados marginalizados pela sociedade e, assim, fazer com que esses grupos surjam do submundo em que a sociedade os colocou para, ao menos, conquistarem voz nos debates contemporâneos.

As pesquisas realizadas para a produção deste trabalho permitiram constatar a diferença de recepção existente entre os adolescentes da escola pública e particular, reforçando aqui mais uma das percepções de Beltrão (2004), já citada no trabalho: em uma

sociedade composta por diferentes grupos de pessoas que vivem separados pelas suas diferenças culturais e econômicas. O processo de comunicar-se e se fazer entendido são ainda maior. Entretanto, também podemos perceber elementos da indústria cultural nas respostas, já que nas questões de cunho mais investigatórios sobre o perfil dos adolescentes pesquisados, ambos os grupos demonstraram maior interesse para as mesmas coisas, como por exemplo, a internet, assistir series/filmes. Podemos perceber então que a tecnologia neste ponto os aproxima já que na rede os dois grupos citaram em grande maioria buscar os mesmo assuntos, como por exemplo, series/filmes, esportes, curiosidades. Saliento que talvez se esta pesquisa tivesse sido realizada em outra década, muito provavelmente não teríamos tantas proximidades de gostos e opiniões, uma vez que o contexto entre informação e acessibilidade era muito diferente da realidade contemporânea encontrada hoje, em que apenas com uma rápida busca pela internet encontramos inúmeros acervos digitais de assuntos.

Logo, podemos perceber a importância da comunicação ser levada a sério, principalmente na televisão. Embora semelhante à internet, existe um contraponto entre as duas, na internet você procura e seleciona o que quer, podendo fazer todo ou qualquer tipo de recorte. Já na televisão é oferecido a você a visão e os recortes dos profissionais, claro que podemos trocar de canal, mas, normalmente mesmo discordando das posições acompanhamos o conteúdo até seu final. Prova disso foram às respostas contraditórias dos adolescentes que dizem não assistir telenovelas. Embora não queriam admitir assistir ou gostar do gênero, muitos alegam ter suas “novelinhas” preferidas independente de estar no ar ou já terem sido veiculadas, bem como alguns citaram, “não é sempre, mas, às vezes eu dou uma olhadinha”. Aqui novamente, podemos perceber elementos da Folkcomunicação, onde o professor Beltrão (2004) salienta o perigo de termos pensamento estabelecidos por senso e consenso daqueles em situação econômica dominante. Perigo esse ao qual podemos cair em uma ditadura do que devemos consumir por ser considerado algo culto ou erudito e o que não devemos ver por ser marginalizado e taxado como ruim por aqueles que dominam a economia.

A telenovela como já dito e frisado antes, é um gênero audiovisual enquadrado no formato de entretenimento, gênero esse que está pesquisa comprovou exercer uma percepção positiva sobre os relacionamentos homoafetivos, mais do que isso, é inegável a tentativa de traduzir de uma maneira mais coloquial e leve ao público assuntos mais complexos, como tráfico de pessoas, drogas, prostituição, entre muitos outros que foram abordados e talvez pela primeira vez de maneira compreensiva ao público. Embora o entretenimento não seja levado muito a sério, ele aborda de maneira eficaz assuntos polêmicos, talvez mais eficaz do que

debates acadêmicos repletos de termos técnicos e distante da realidade de muitos. Não que estes não sejam eficazes, porém, requer um público mais preparado.

Por isso a necessidade e a importância de uma representação não estereotipadas desses grupos homossexual nas telenovelas, para então, quem sabe poder gerar a possibilidade de maior fortalecimento das identidades do grupo, eliminando essa característica marginal, desconhecida pela grande população. Com os questionários aplicados podemos perceber que em uma visão geral as respostas foram mais positivas do que negativas, entretanto, não podemos esquecer que existiram sim, respostas de cunho negativo nas questões. Em outras palavras, podemos concluir que os adolescentes estão tendo um avanço na compreensão dos relacionamentos homoafetivos, e com certeza a representação desses relacionamentos nas telenovelas devem ter uma parcela de responsabilidade para essa mudança. Porém, ainda há muito que se avançar.

Um fator que auxilia nessa aceitação positiva é simples: eles existem na vida real, então podem aparecer na telenovela. Mas, quando o assunto da homossexualidade ganha outra característica, como a afetividade, adoção e a construção de família e assim como as relações sexuais entre o casal homossexual, o posicionamento pode mudar, uma vez que, essas demonstrações constroem, ou seja, não podem ser representadas. Prova disso, podemos perceber nas respostas da pesquisa que indica, por exemplo, que a exibição de um beijo homoafetivo é problemática, visto que das 100 pessoas entrevistadas, apenas 19% delas foram a favor de ter essa representação exibida. Na questão sobre como eles enxergarem os personagens homossexuais podemos perceber o quanto os estereótipos apresentados e reforçados na trama aparecem, a listar palavras que associam os personagens homossexuais a termos como exagerados, forçados e alegres se somarmos as porcentagens destas três opções em uma só teremos 63% das pessoas contra 18% que acreditam serem personagens com percepções realistas do homossexual real.

Porém, reafirmo com base nas respostas adquiridas que a percepção do adolescentes sobre os relacionamentos homoafetivos representados nas telenovelas é positivo, isso desde que a telenovela foque em personagens bem estruturados e não estereotipados. Assim, como Filho (2004) menciona, os estereótipos apresentam-se como construções simbólicas e equivocadas, sendo elas contrárias a qualquer ponderação racional e resistente à mudança social. O perigo desses pensamentos pré-estabelecidos pode impedir qualquer flexibilidade de novos pensamentos, impedindo assim ao sujeito de compreender o novo e o diferente. Tudo isso, com base em um dos pilares que mantém o estereótipo, que para Filho (2004) é a

manutenção da reprodução das relações de poder. Quando as telenovelas conseguem transpassar essa barreira de caracterização estereotipada nasce pensamentos como esse, manifestado por um menino de 16 anos, participante da pesquisa: “(...) mostrar para as novas gerações que isso é normal, aumentará o respeito conseqüentemente”.

Ou seja, a telenovela pode contribuir para que haja uma mudança de pensamento sobre a homoafetividade por parte de quem hoje ainda está em um processo de construção e consolidação de identidade. Os adolescentes podem também contribuir para que a representação dessa identidade seja, cada vez menos, estigmatizada como marginal, já que este público participante da pesquisa será as próximas gerações de adultos que iram constituir e construir novas estruturas de família.

Podemos compreender com bases nas repostas que tanto a escola quanto a família ainda apresentam dificuldades em como abordar o assunto, o que reforça o papel que a telenovela tem para levantar debates. Neste contexto, trago a linha de raciocínio de pensamento da psicóloga Vidigueira (2006). Segundo ela, fenômenos como imitação, sugestão, impregnação aparecem nessa nova forma de aprendizagem que desenvolvemos com a nossa interação junto aos meios de comunicação. Ou seja, o entretenimento entorpece, mas também fascina, assim como desenvolve a curiosidade, o que pode gerar uma busca por mais informações sobre diferentes assuntos. Assim como professor Luis Beltrão (2004) reforça na sua teoria que a comunicação pode se dar até em frases de banheiro, a telenovela comunica, e por sinal bem, como antes mencionado nessa pesquisa, ela apresenta aos adolescentes o assunto tornando-o assim menos nebuloso. Para uma menina de 17 anos, participante da pesquisa, “as telenovelas tem grande público que não aceita ou reconhece o homossexualismo. A exibição de personagens homossexuais pode demonstrar que é algo natural, comum”.

4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Após todas as questões acima explanadas, podemos concluir que o contato do adolescente com a telenovela e todo o seu enredo ficcional que aborda a relação homoafetiva, pode trazer contribuições positivas como, por exemplo, uma melhor compreensão dos relacionamentos homoafetivos ou até mesmo sua aceitação. Essas contribuições, se existentes e em longo prazo, podem sim levar a uma melhor convivência entre a sociedade, uma vez que as telenovelas estão assumindo um papel pedagógico levando o público a rever questões antes não debatidas ou levantadas, gerando assim uma reflexão, mesmo que seja em meio a polêmicas.

Vale ressaltar que a realização deste trabalho encontrou alguns obstáculos. Podemos citar aqui a dificuldade de encontrar livros técnicos de comunicação e atualizados sobre o objeto telenovela, bem como artigos científicos sobre o assunto. Outro fator de atenção é para as definições de comportamento e estudos sobre adolescência. Para a realização desta pesquisa, a pesquisadora encontrou inúmeros livros, artigos científicos e teses de mestrados e doutorados de deferentes autores, que emitem opiniões e levantamentos científicos divergentes entre si, tornando assim o assunto adolescência ainda mais complexo para definições e rumos para essa pesquisa.

Vale ressaltar aqui também, que o conteúdo apresentado neste trabalho não teve a menor pretensão de afirmar que as teorias contidas aqui sejam de todas as mais relevantes sobre o tema ou que detenham poder acima das demais pesquisas já realizadas. Em outras palavras, as pesquisas e opiniões apresentadas neste trabalho, surgiram devido à relação estabelecida de identificação de pensamentos desta pesquisadora com os demais teóricos e pesquisadores sobre o mesmo tema.

Diante das respostas dos questionários, foi possível relacionar muitas citações de autores com as respostas dos adolescentes. Como um possível resultado, constatou-se que mais da metade desse público vem percebendo as representações dos relacionamentos homoafetivos nas telenovelas como algo positivo para construção de uma nova visão da sociedade sobre o tema.

Desta forma, assim como Luís Beltrão (2004) percebeu em sua pesquisa a necessidade de comunicação dos grupos marginalizados para se manifestar ao mundo, percebo aqui com essa pesquisa como um lado é beneficiado e influenciado pelo outro, tanto a mídia se

apropriando de informações e manifestações, quanto à cultura popular que retrabalha e incorpora essas informações das mídias de massa no seu cotidiano no seu contexto de realidade.

Reforço o pensamento de que não se pode deixar de considerar, pesquisar e debater as influências dos meios de comunicação sobre o comportamento dos adolescentes, uma vez que os mesmo estão cotidianamente em contato com eles, seja em casa, trabalho ou escola. Isso não significa que só a mídia exerce tal influência, pois como antes apresentado nesta pesquisa, o contexto social é muito mais relevante para mudanças de comportamento.

O presente trabalho não tem como pretensão tecer conclusões sobre a influência das telenovelas na sociedade, muito pelo contrário. Como sabemos a sociedade é um organismo vivo, que está sempre em constante movimento e transformações. Para encerrar faço minhas as palavras de Maria de Fátima Faila Elias, “*A telenovela parece colocar um pouco de fantasia na vida real e um pouco de realidade na fantasia*”.

REFERÊNCIAS

- ADORNO, Theodor W. **Indústria cultural e sociedade**. 2. ed. São Paulo: Paz e Terra, 2004. 119 p.
- BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. São Paulo: Edições 70, 2011, 229 p.
- BELTRÃO, Luiz. **Folkcomunicação: teoria e metodologia**. São Bernardo do Campo: Ed. Universidade Metodista de São Paulo, 2004. 160 p.
- BACALTCHUK, Bemami: **I - Modelos em Comunicação**, - 2010.
- CASTELO BRANCO, S. Folkcomunicação: metodologias possíveis. In: SCHMIDT. **Folkcomunicação na arena global: avanços teóricos e metodológicos**. São Paulo: Ductor, 2006a. p. 101-115.
- CASTELO BRANCO, S. Metodologia folkcomunicacional: teoria e prática. In: DUARTE, Jorge; BARROS, Antônio (org.). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. São Paulo: Atlas, 2006b. p. 110-124.
- CAVALCANTE, Guilherme Ary: **O beijo gay na teledramaturgia brasileira: Caminhos para desconstruir a heteronormatividade**. Portal Intercom 2014. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2014/resumos/R9-1458-1.pdf>
Acessado em 06/abril/2015.
- CORNIANI, Fabio: **Afinal, o que é Folkcomunicação?** (2002) Disponível em: http://www2.metodista.br/unesco/agora/pmc_acervo_pingos_fabio.pdf
Acessado em 23/março/2015.
- CRETAZ, Livia: **Telenovela e o Consumo Cultural: a telenovela e seu papel na cultura brasileira** – Portal Intercom 2014. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2014/resumos/R9-0531-1.pdf>
Acessado em 16/setembro/2014.
- DUARTE, Rodrigo A. de Paiva. **Teoria crítica da indústria cultural**. Belo Horizonte: Ed. Universidade Federal de Minas Gerais, 2003. 218 p. ; (Humanitas).
- EVANGELISTA, Ulisflávio Oliveira: **A influência da narrativa telenovelística na construção histórica da sociedade brasileira** – Portal Intercom 2014. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2014/resumos/R9-1837-1.pdf>
Acessado em 16/setembro/2014.
- FERNANDES, Guilherme; BRANDÃO, Cristina: **Identidade homoafetiva em telenovelas: percepção distinta entre a audiência massiva e a audiência folk** – Revista Geminis. Disponível em: <http://www.revistageminis.ufscar.br/index.php/geminis/article/download/34/31>
Acessado em 18/setembro/2014.

FERNANDES, Guilherme: **A representação do protagonismo homossexual masculino nas telenovelas do horário nobre da Rede Globo: revivendo os amores de Inácio e de Félix.**

Portal Intercom 2014. Disponível em:

<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2014/resumos/R9-1487-1.pdf>

Acessado em 11/maio/2015.

FERNANDES, Guilherme: **A recepção dos personagens homossexuais nas telenovelas da Rede Globo.** Portal de Revistas Eletrônicas do UniBH. Disponível em:

<http://revistas.unibh.br/index.php/ecom/article/view/607>

Acessado em 31/março/2015.

FILHO, João Freire: **Mídia, estereótipo e representação das minorias.** Revista Eco Pós.

Disponível em: http://revistas.ufrj.br/index.php/eco_pos/article/view/1120

Acessado em 10/abril/2015.

KALIKOSKE, Andres Teixeira, **A telenovela econômica: mercados e estratégias de internacionalização** – Biblioteca ASAV. Disponível em:

<http://biblioteca.asav.org.br/vinculos/tede/AndresKalikoskeTeixeira.pdf>

Acessado em 31/março/2015.

KÖCHE, José Carlos. **Fundamentos de metodologia científica: teoria da ciência e iniciação à pesquisa.** 20. ed. Petrópolis: Vozes, 2002. 182 p.

LÍRIO, Luciano de Carvalho. **Adolescência na contemporaneidade.** Revista Eletrônica do Núcleo de Estudos e Pesquisa do Protestantismo da Faculdade EST Disponível em:

<http://periodicos.est.edu.br/index.php/nepp/article/viewFile/251/478>

Acessado em 10/maio/2015.

MELO, José Marques de. **Teoria da comunicação: paradigmas latino-americanos.** Petrópolis: Vozes, 1998. 412 p. (Comunicação de Massa)

MOURA, Maria Clara Fernandes de; BRITO, Zulma de Jesus Santos; **Homoafetividade, reconhecimento e direitos humanos: Olhares a partir das relações familiares.** – III Simpósio Mineiro de Assistentes Sociais, 2013. Disponível em:

<http://www.cressmg.org.br/arquivos/simposio/HOMOAFETIVIDADE,%20RECONHECIMENTO%20E%20DIREITOS%20HUMANOS.pdf>

Acessado em 06/abril/2015.

MORIN, Edgar: **Cultura de massas no século XX : o espírito do tempo.** Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1990. 2V.

ORTIZ, Renato: **Telenovela, história e produção.** São Paulo: Brasiliense, 1988. 187 p.

ROSA, Thiago Farias da: **Produção audiovisual: um jogo de simulação de telenovela para aprimoramento do negócio.** Disponível em:

<http://monografias.poli.ufrj.br/monografias/monopoli10008516.pdf>

Acessado em 18/maio/2015.

SANTANA, Ana Lucia: **Cultura de Massa** – Info Escola. Disponível em:
<http://www.infoescola.com/sociedade/cultura-de-massa/>
Acessado em 02/abril/2015.

SANTOS, Fernanda Marsaro dos: **Análise de Conteúdo: A visão de Laurence Bardin**.
Revista Eletrônica de Educação. Disponível em:
<http://www.reveduc.ufscar.br/index.php/reveduc/article/viewFile/291/156>
Acessado em 05/maio/2015.

SILVA, Lucas; SANTOS, Rayan; ANDRADE, Josefa: **A abordagem homossexual nas telenovelas brasileiras**. Portal Intercom 2014. Disponível em:
<http://www.portalintercom.org.br/anais/nordeste2014/resumos/R42-1253-1.pdf>
Acessado em 05/maio/2015

SOUZA, Cinthia Ferreira: **Um novo olhar sobre a questão da homoafetividade nas Telenovelas**- Portal Intercom 2014. Disponível em:
<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2014/resumos/R9-0808-1.pdf>
Acessado em 16/setembro/2014

SOUZA, José Carlos Aronchi de. **Gêneros e formatos na televisão brasileira**. São Paulo: Summus, 2004. 196 p.

SOUZA, Janara Kalline Leal Lodes de; VARÃO, Rafiza. **Harold Lasswell: as contribuições do “paladino” do saber comunicacional** – Portal do Intercom 2006. Disponível em:
<http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/89974872763076237253875879774728175707.pdf>
Acessado em 16/março/2015.

VIDIGUEIRA, Vânia Cristina Rosário. **A influência da televisão no desenvolvimento sócio emocional dos adolescente** – O Portal dos psicólogos 2006. Disponível em:
<http://www.psicologia.com.pt>
Acessado em 16/abril/2014.

WEBER, Max. **Conceitos básicos de sociologia**. São Paulo: Moraes, 1989. 113 p.

WOLTON, Dominique; SIQUEIRA, José Rubens. **Elogio do grande público: uma teoria crítica da televisão**. São Paulo: Ática, 1996. 319 p.

APÊNDICES

APÊNDICE A – Modelo do questionário aplicado

UNIVERSIDADE DE PASSO FUNDO
FACULDADE DE ARTES E COMUNICAÇÃO
COMUNICAÇÃO SOCIAL COM HABILITAÇÃO EM JORNALISMO
COMO O ADOLESCENTE PERCEBE OS RELACIONAMENTOS HOMOAFETIVOS NAS
TELENOVELAS

Idade: _____ Sexo: **Feminino** () **Masculino** ()

Qual a sua religião? **Católico** () **Espirita** () **Evangélico** ()

Outra _____

Em qual série você está? **1º Grau** () **2º Grau** () **3º Grau** ()

Qual é o seu hobby nas horas livres?

Você possui acesso à internet? **Sim** () **Não** ()

Quantas horas por dia você passa conectado a internet?

2 horas () **4 horas** () **8 horas** () **12 horas** () **Outro** _____

Quais são os sites que você mais acessa e por quê?

Sobre que assuntos você mais gosta de ler? E a onde você procura informações sobre esses assuntos?

Como é a sua relação de diálogo com os seus pais? **Ótima** () **Boa** () **Ruim** ()

Você assiste televisão com a sua família? **Sim** () **Não** ()

Você assiste a algum programa de televisão sozinho? **Sim** () **Não** ()

Qual? _____

Quais são os seus programas de televisão preferidos?

Em média quantas horas do seu dia você fica em frente à televisão?

2 horas () **4 horas** () **8 horas** () **12 horas** () **Outro** _____

Você assiste telenovela? **Sim** () **Não** ()

Quantas vezes por semana você assiste telenovelas?

() **1 dia** () **2 dias** () **3 dias** () **4 dias** () **5 dias** () **6 dias** () **Não assiste** ()

Quais foram suas telenovelas preferidas e por quê?

Lembre-se de suas telenovelas preferidas e cite 3 personagens com o qual você se identificou e por quê?

Você gosta de assistir personagens homossexuais nas novelas?

Sim () **Não** () **Indiferente** ()

Você acha que os personagens homossexuais nas telenovelas são:

Engraçados () **Chatos** () **Exagerados** () **Realista** () **Polêmicos** () **Forçados** ()

Outro aspecto não citado acima? _____

Qual o seu pensamento sobre os homossexuais?

Você acha que é positivo as telenovelas apresentarem personagens homossexuais em qualquer horário do dia ou noite? **Sim** () **Não** () **Por que?**

Você acha que os personagens homossexuais devem ter relacionamentos homoafetivos demonstrados nas telenovelas? **Sim () Não () Por que?**

Você acredita que a constante aparição desses personagens homossexual nas telenovelas pode diminuir o preconceito e aumentar a aceitação pública? **Sim () Não () Por quê?**

Em sua opinião qual tema envolvendo homossexuais pode ser mostrado nas telenovelas?

Afetividade () União Estável () Beijo () Adoção ()

Outros temas não citado em cima? _____

Existe algum tema que em sua opinião não deveria aparecer na telenovela referente aos homossexuais? **Sim () Não () Qual?** _____

Na sua família existe algum membro homossexual? **Sim () Não ()** Qual o grau de parentesco entre vocês? _____

Você conhece alguém que seja homossexual e tenha dificuldade em se assumir como sendo homossexual? **Sim () Não ()**

Você acha que as pessoas ainda tem medo ou sentem alguma dificuldade para se assumirem homossexuais? **Sim () Não () Por quê?**

Você apoiaria um amigo (a) caso ele (a) se assumisse homossexual? **Sim () Não ()**

Você apoiaria um membro da sua família caso ele se assumisse homossexual?

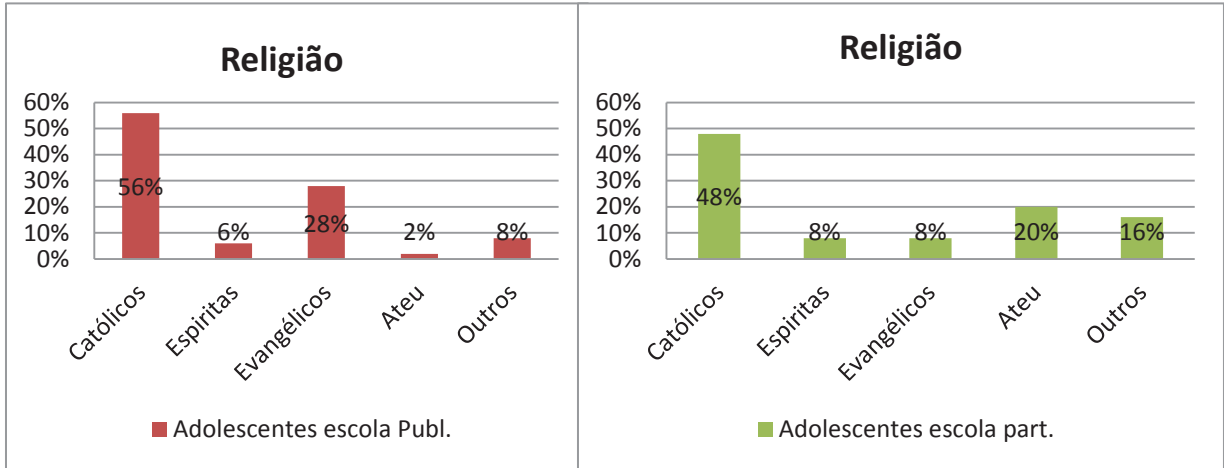
Sim () Não ()

Sua família conversa com você sobre as relações homoafetiva? **Sim () Não ()**

A escola que você estuda, realiza diálogos ou atividades sobre os relacionamentos homoafetivos? **Sim () Não ()**

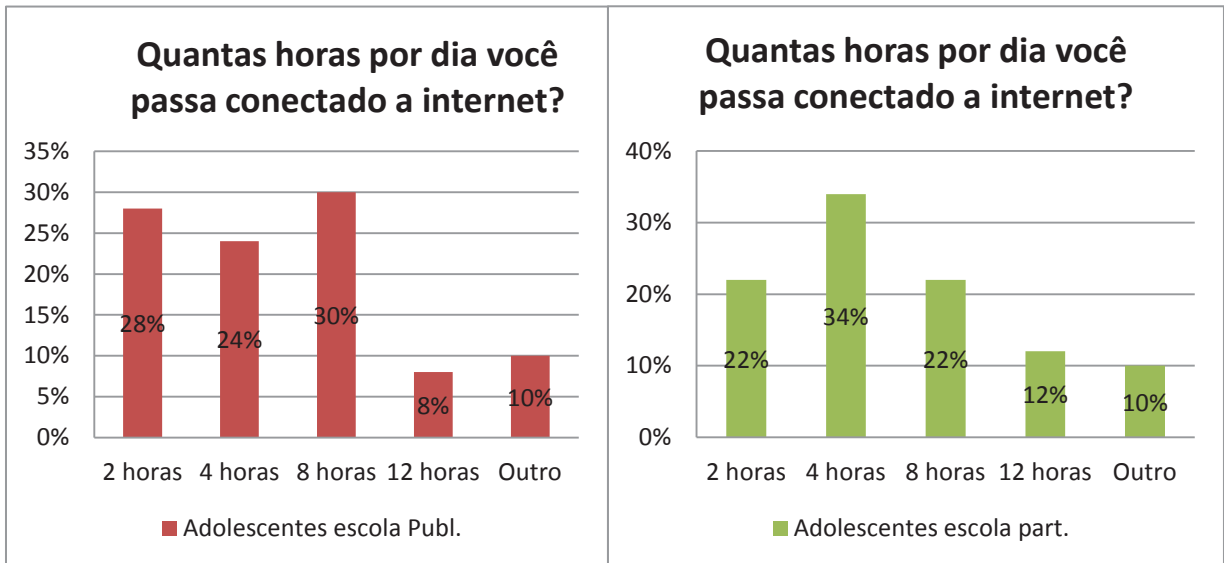
APÊNDICE B - Gráficos comparativos gerais entre as escolas

Gráfico 23. Religião



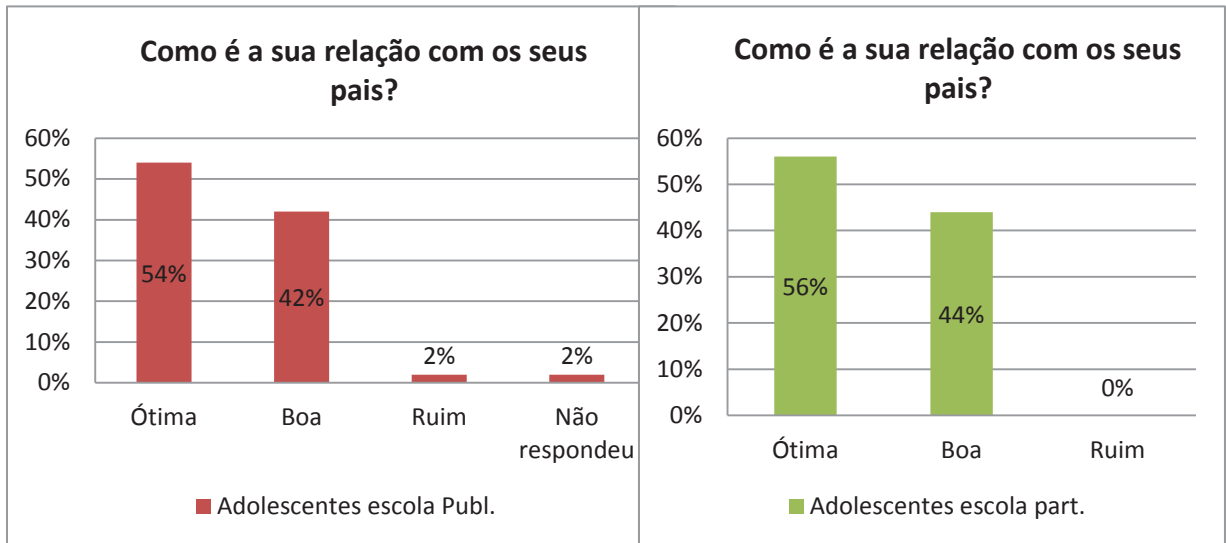
Fonte Regiele Oliveira, 2015.

Gráfico 24.



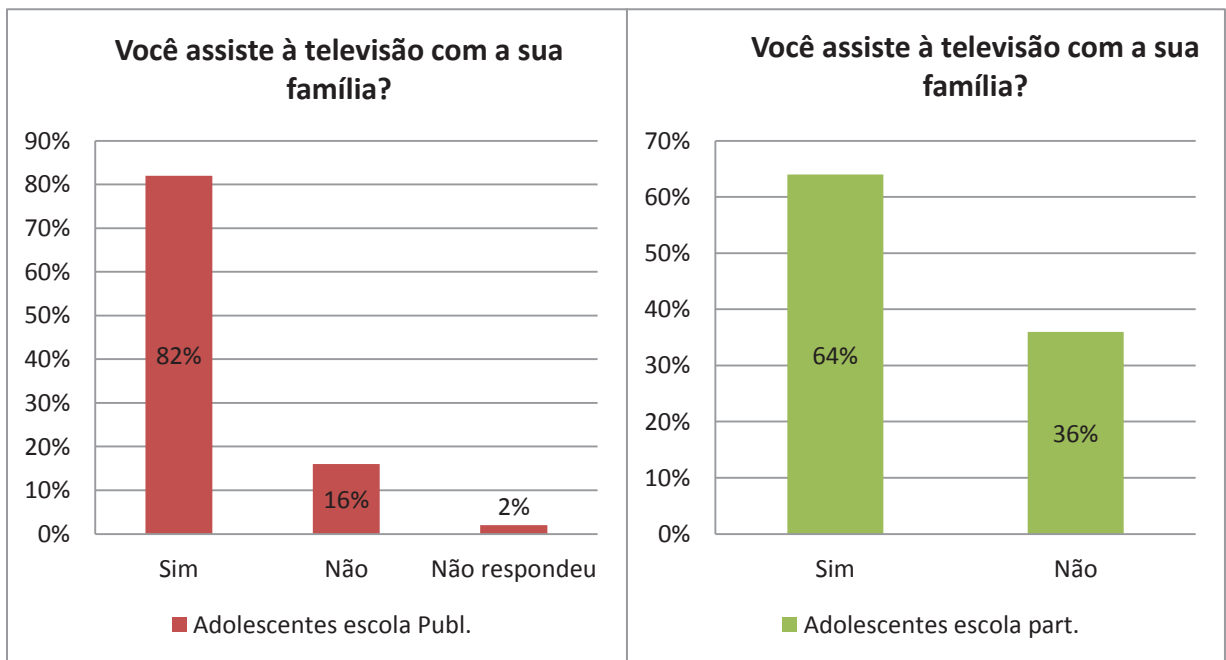
Fonte: Regiele Oliveira, 2015.

Gráfico 25.



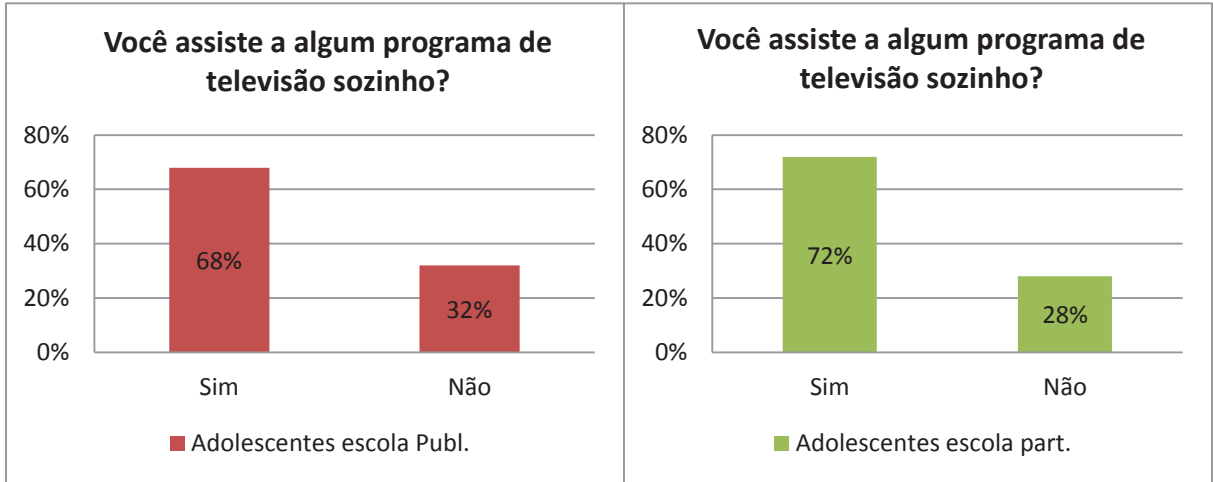
Fonte: Regiele Oliveira, 2015.

Gráfico 26.



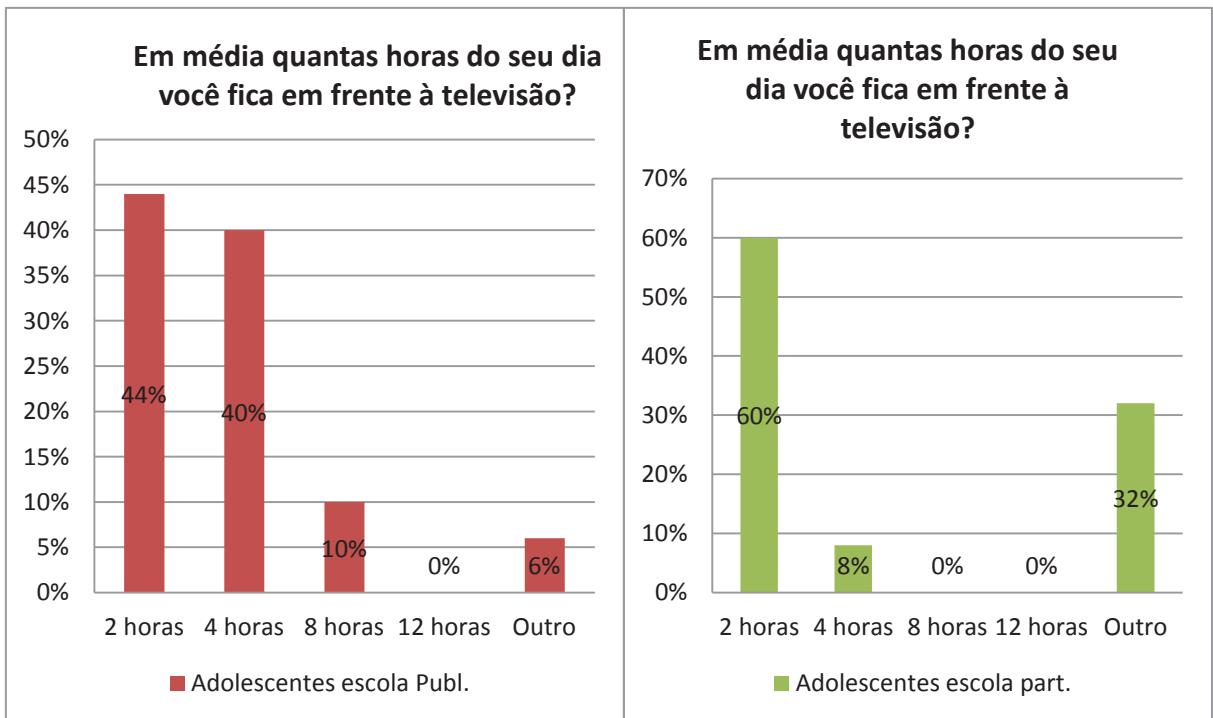
Fonte: Regiele Oliveira, 2015.

Gráfico 27.



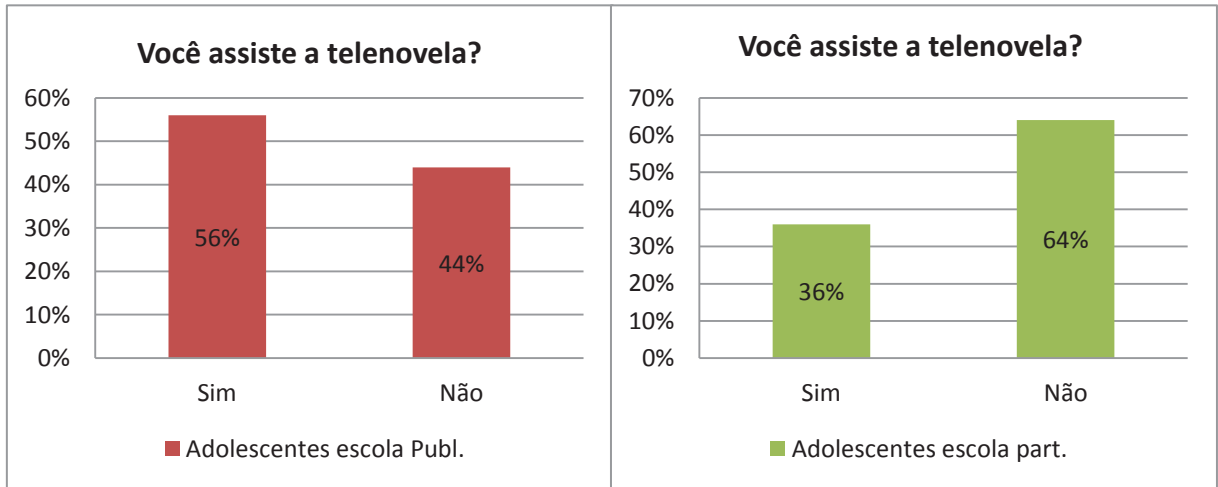
Fonte Regiele Oliveira, 2015.

Gráfico 28.



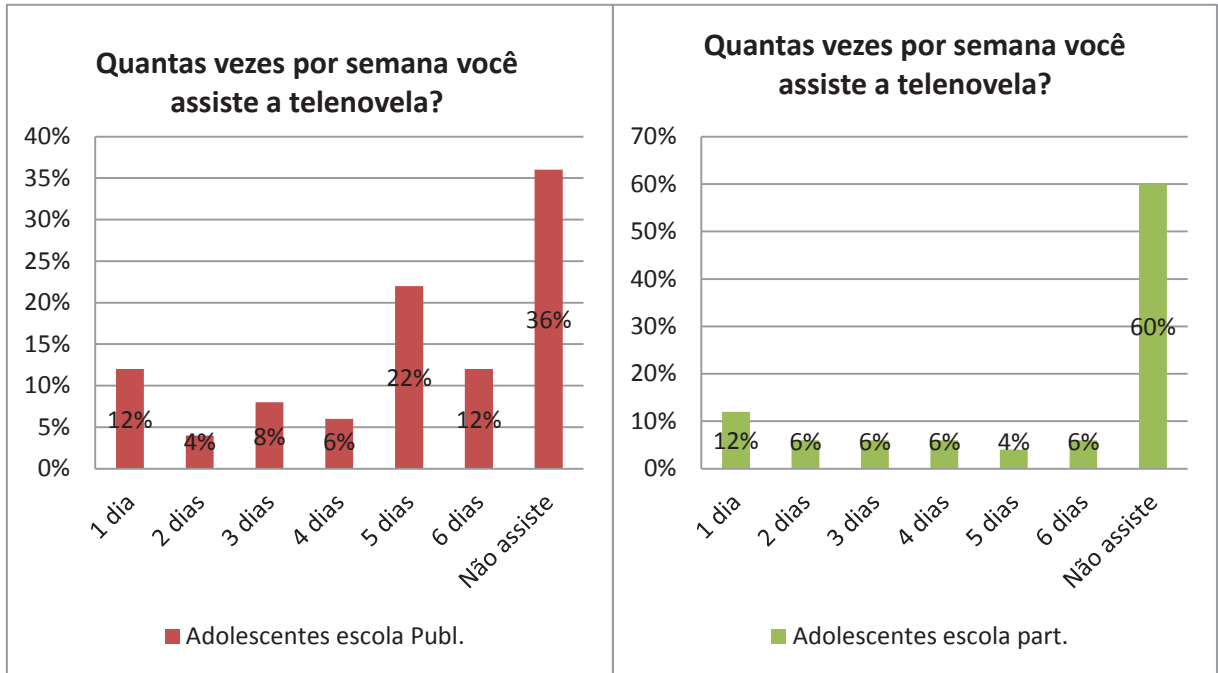
Fonte: Regiele Oliveira, 2015.

Gráfico 29.



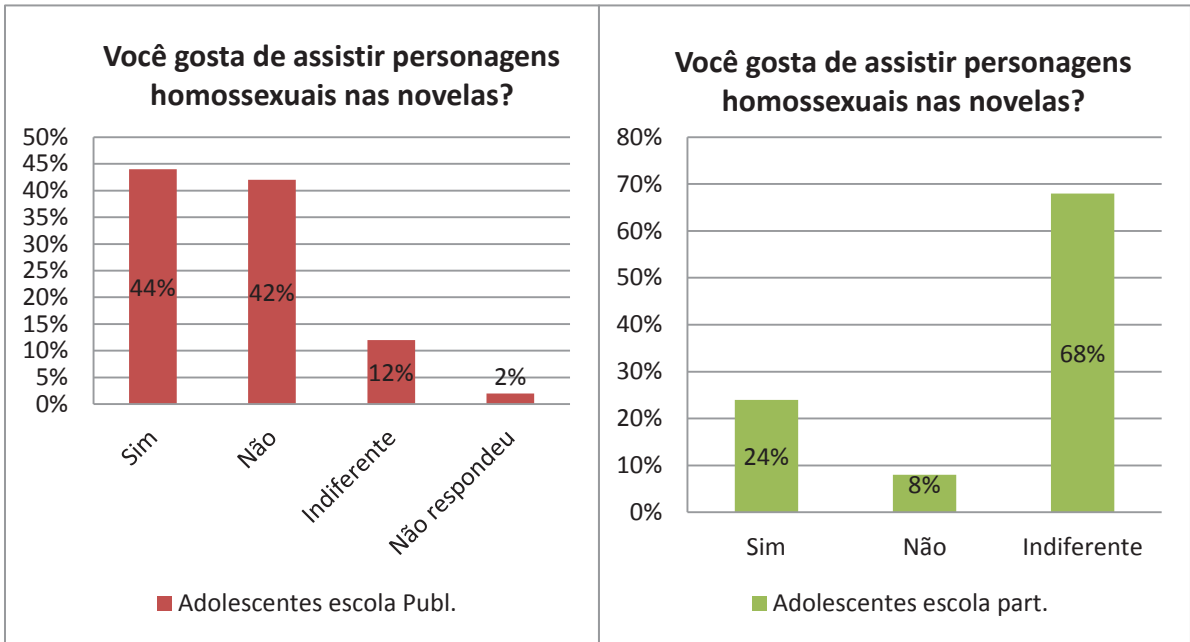
Fonte: Regiele Oliveira, 2015.

Gráfico 30.



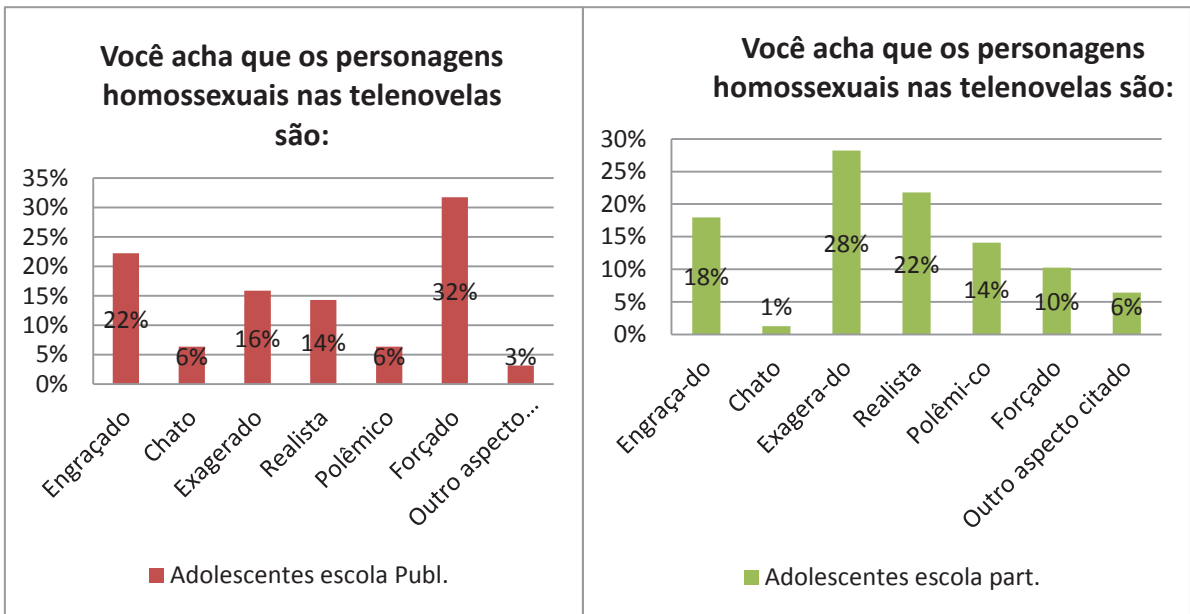
Fonte: Regiele Oliveira, 2015.

Gráfico 31.



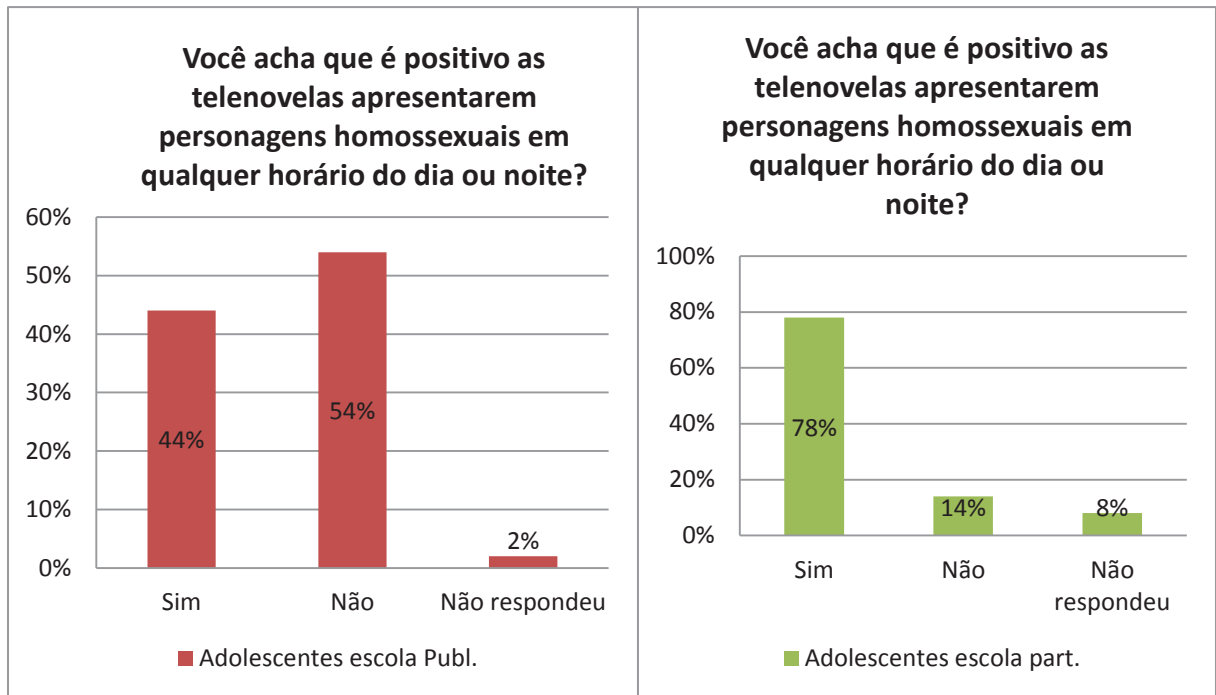
Fonte Regiele Oliveira, 2015.

Gráfico 32.



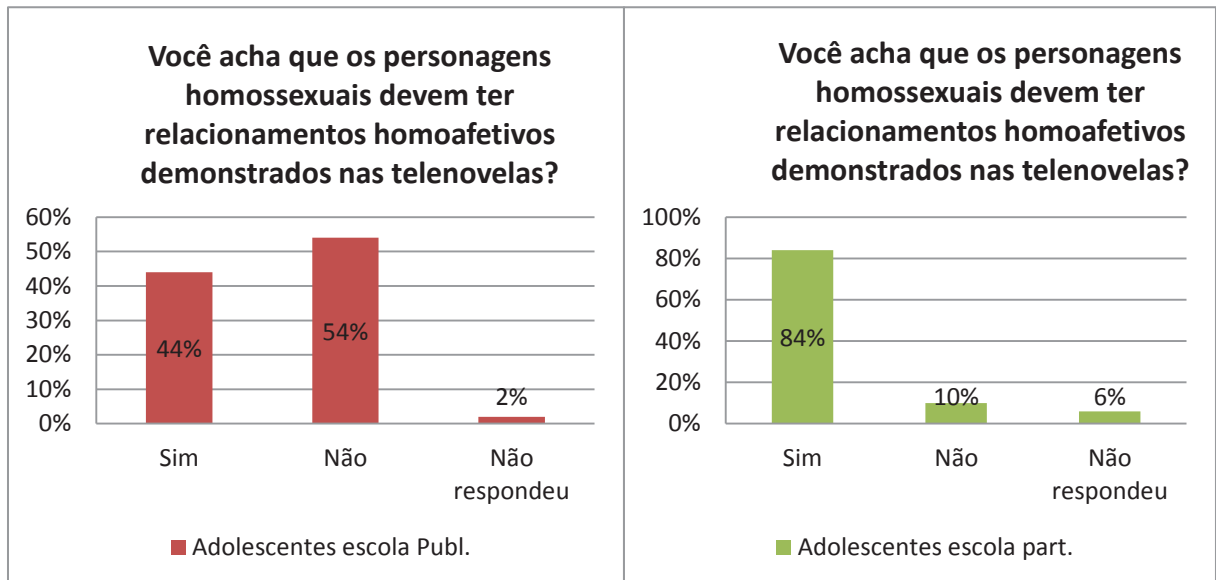
Fonte Regiele Oliveira, 2015.

Gráfico 33.



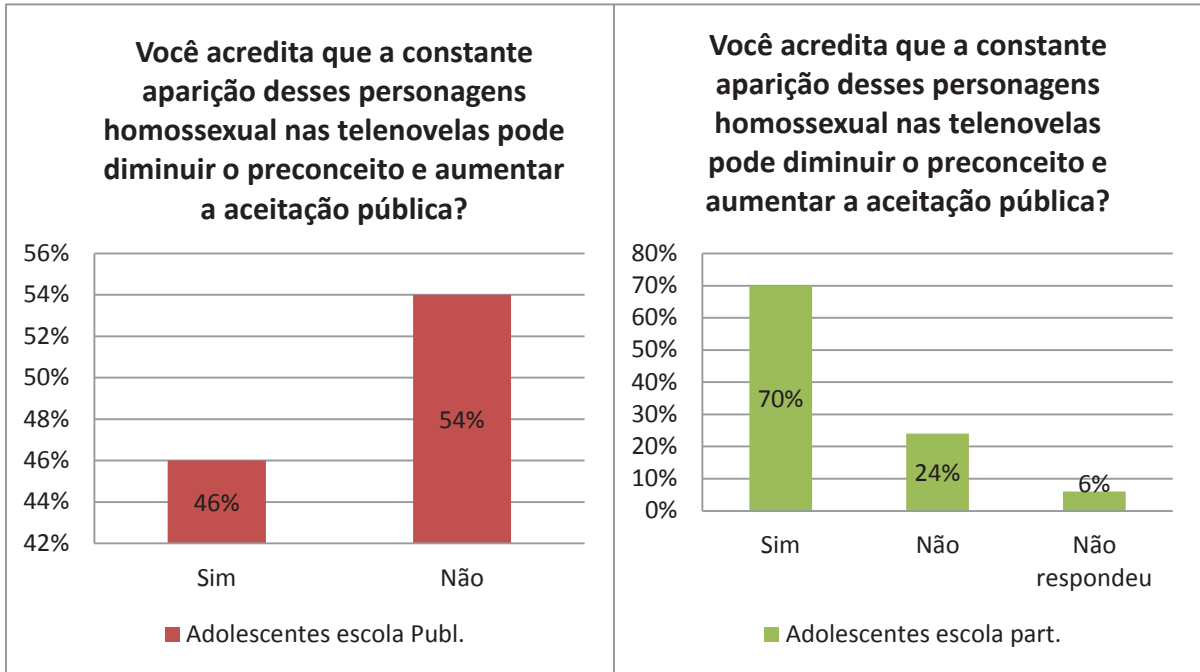
Fonte Regiele Oliveira, 2015.

Gráfico 34.



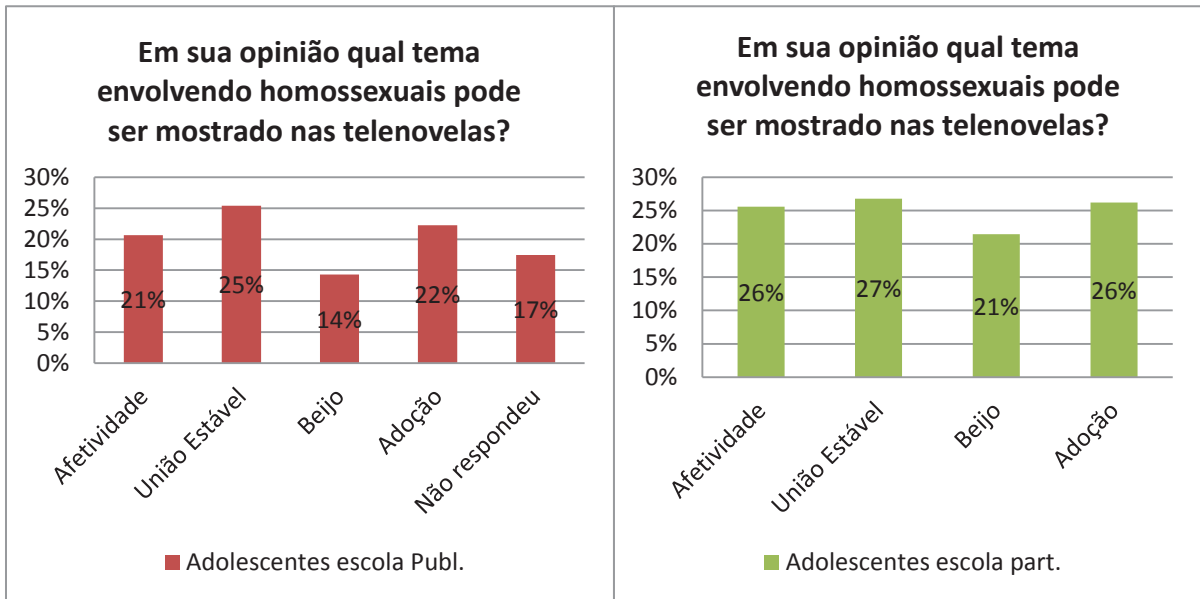
Fonte Regiele Oliveira, 2015.

Gráfico 35.



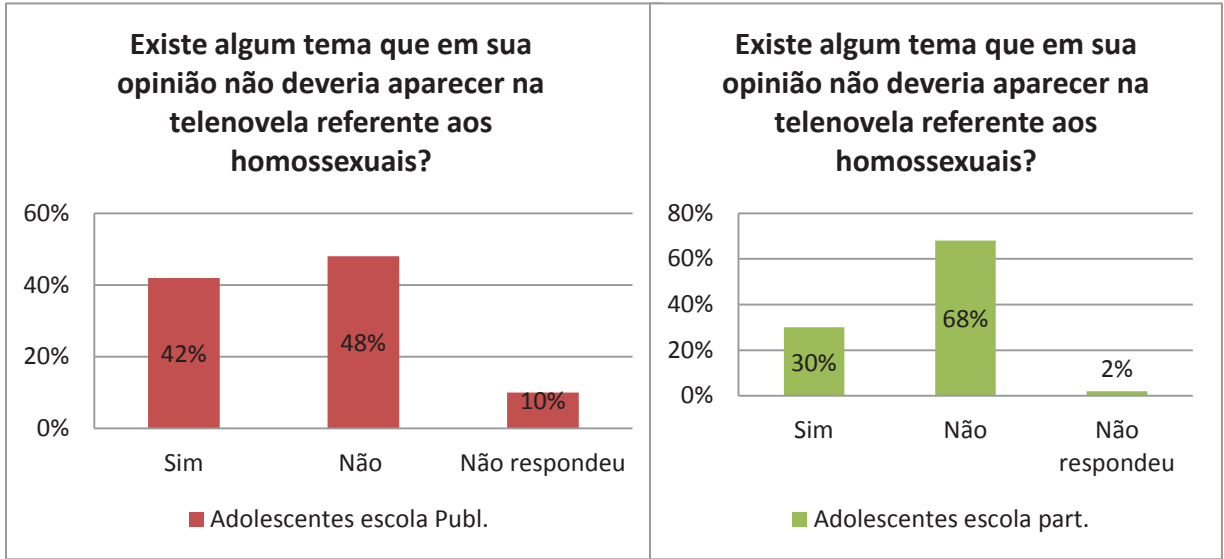
Fonte: Regiele Oliveira, 2015.

Gráfico 36.



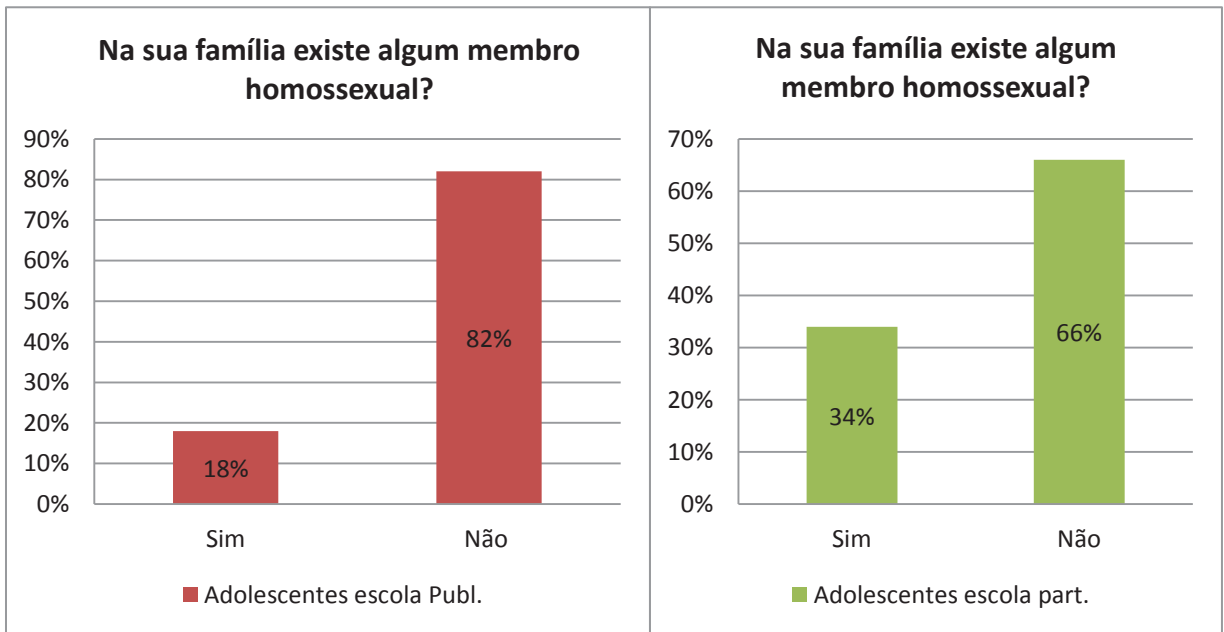
Fonte: Regiele Oliveira, 2015.

Gráfico 37.



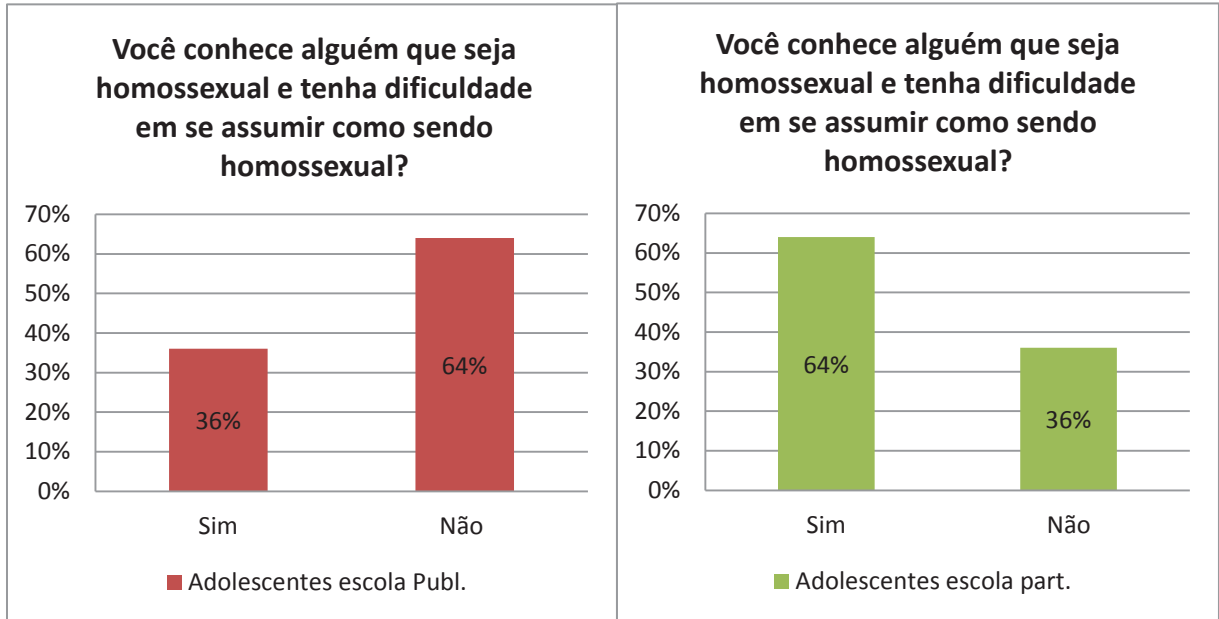
Fonte: Regiele Oliveira, 2015.

Gráfico 38.



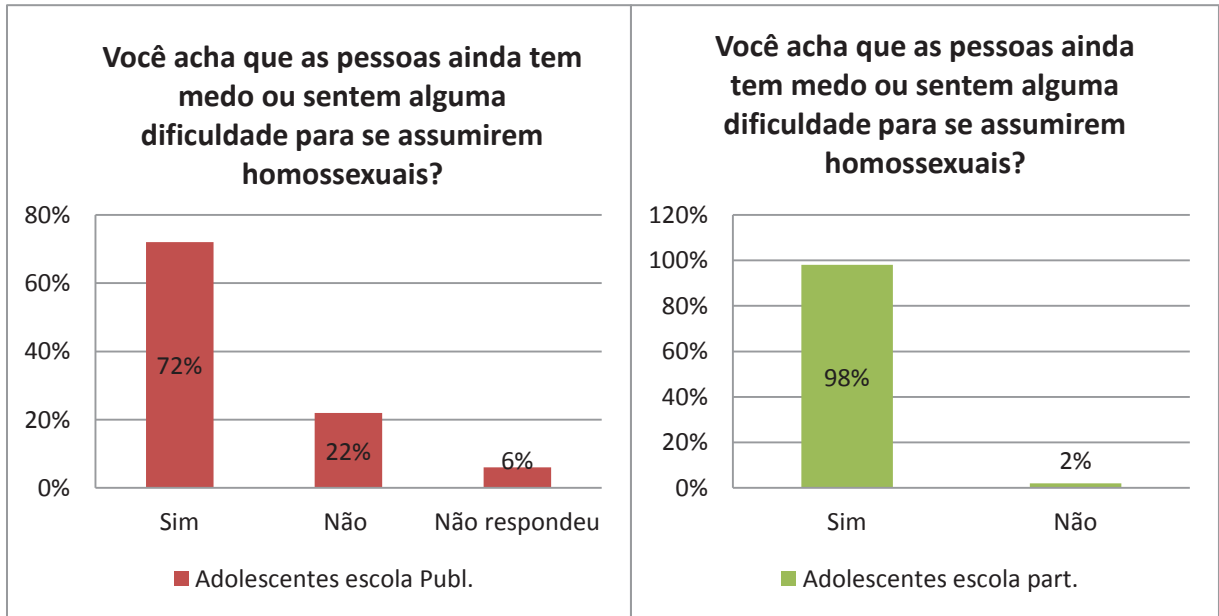
Fonte: Regiele Oliveira, 2015.

Gráfico 39.



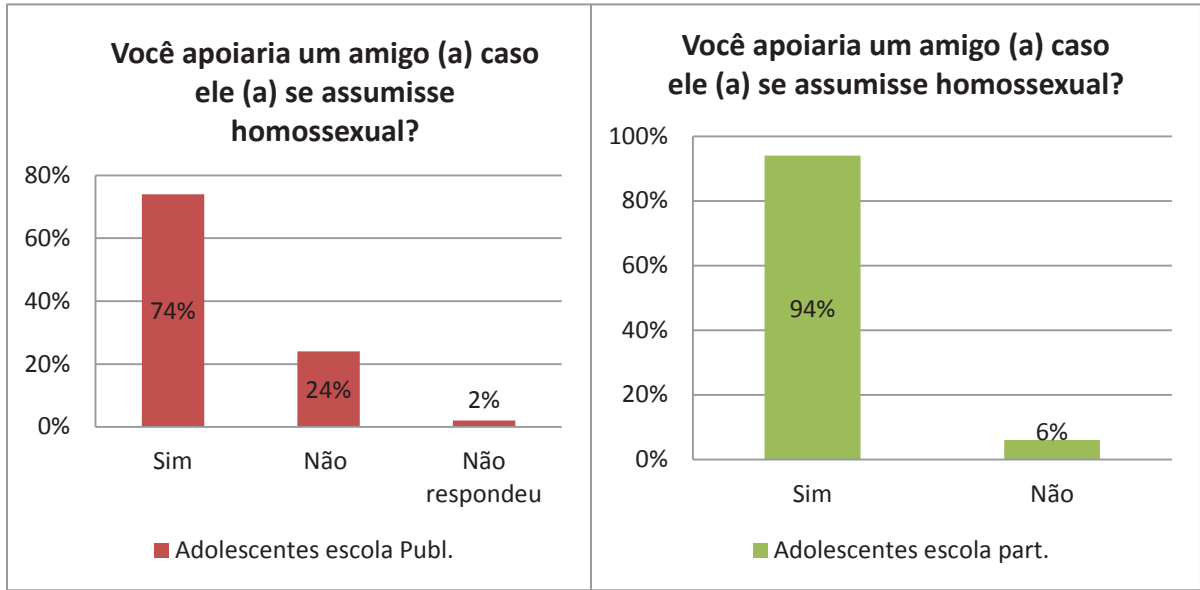
Fonte: Regiele Oliveira, 2015

Gráfico 40.



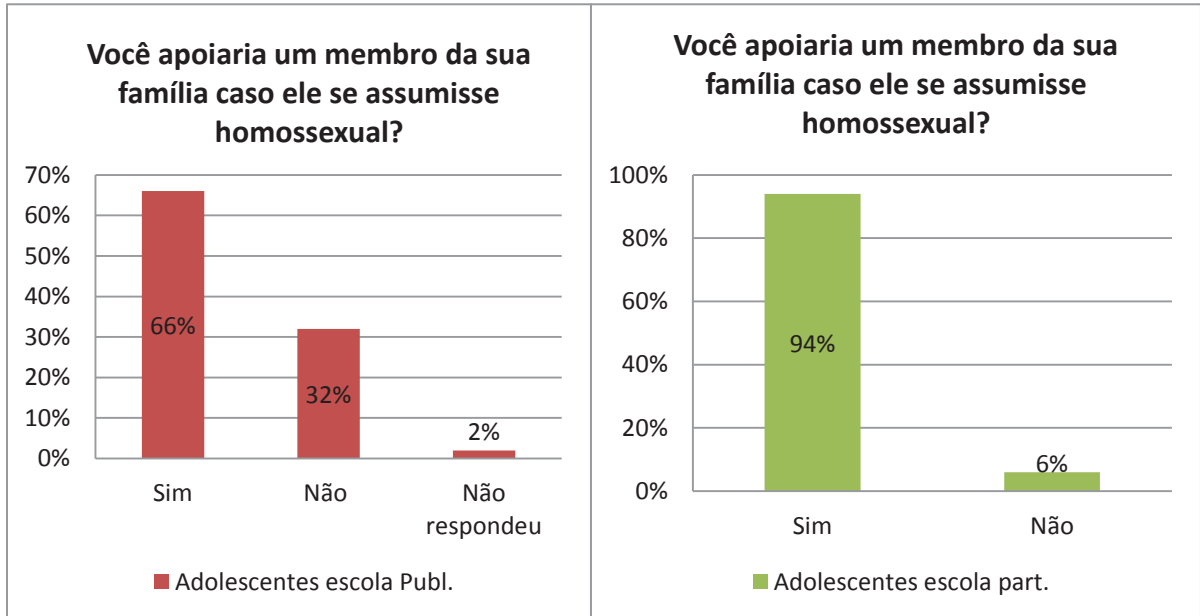
Fonte: Regiele Oliveira, 2015.

Gráfico 41.



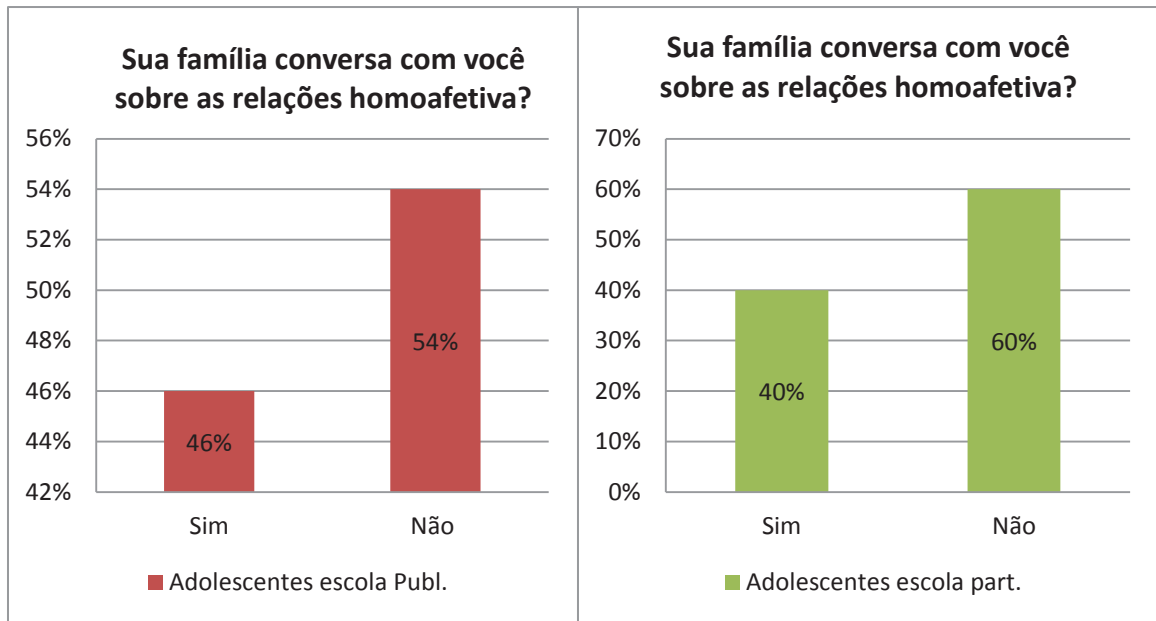
Fonte: Regiele Oliveira, 2015.

Gráfico 42.



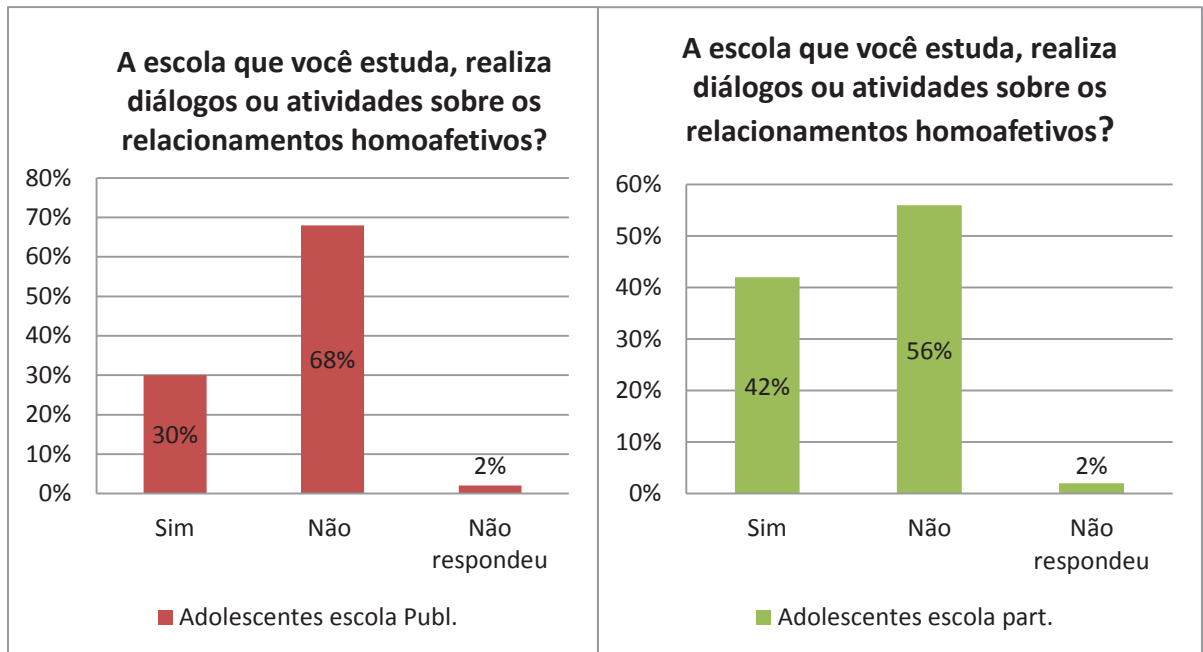
Fonte: Regiele Oliveira, 2015.

Gráfico 43.



Fonte: Regiele Oliveira, 2015.

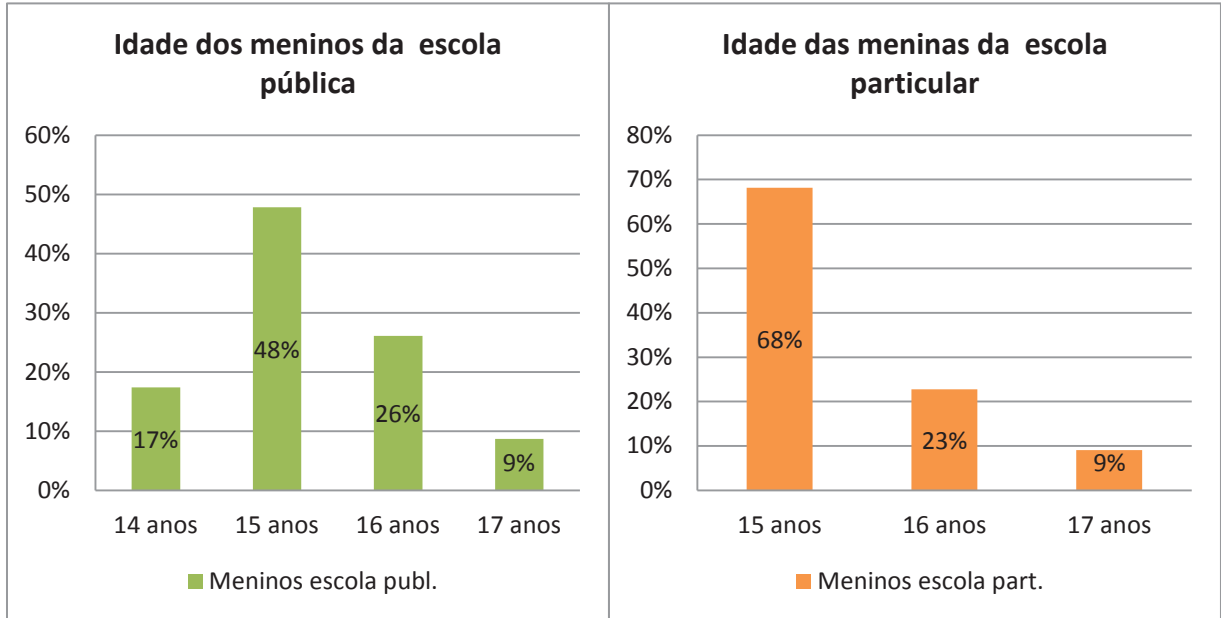
Gráfico 44.



Fonte: Regiele Oliveira, 2015.

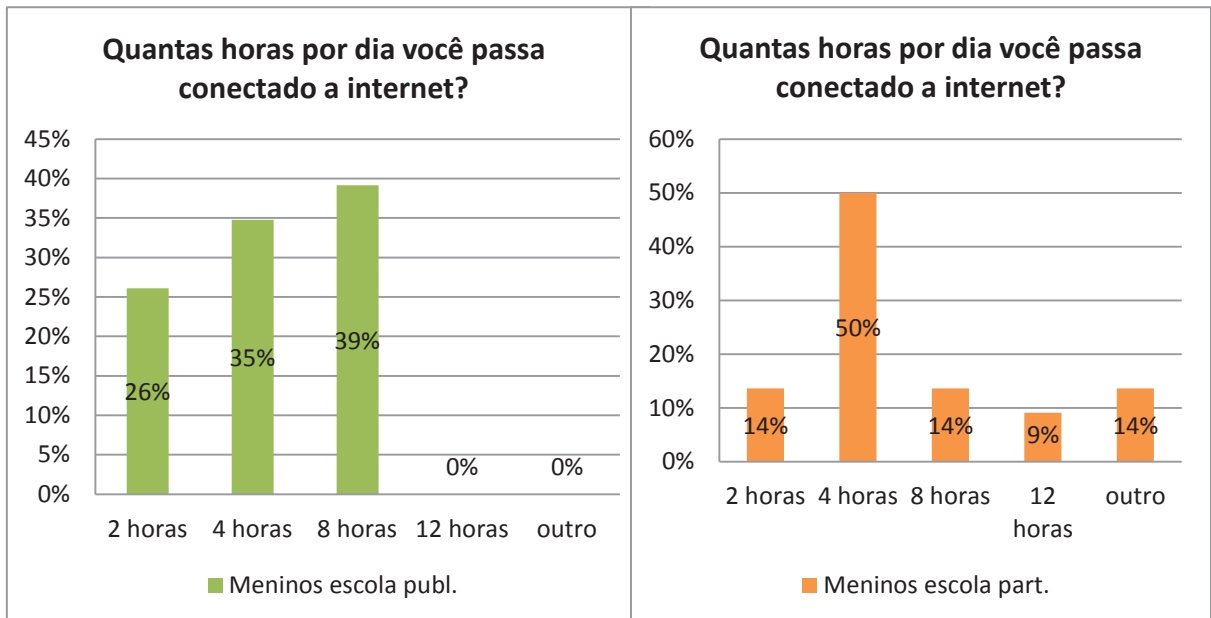
APÊNDICE C - Gráficos comparativos gerais entre os meninos de ambas as escolas

Gráfico 45.



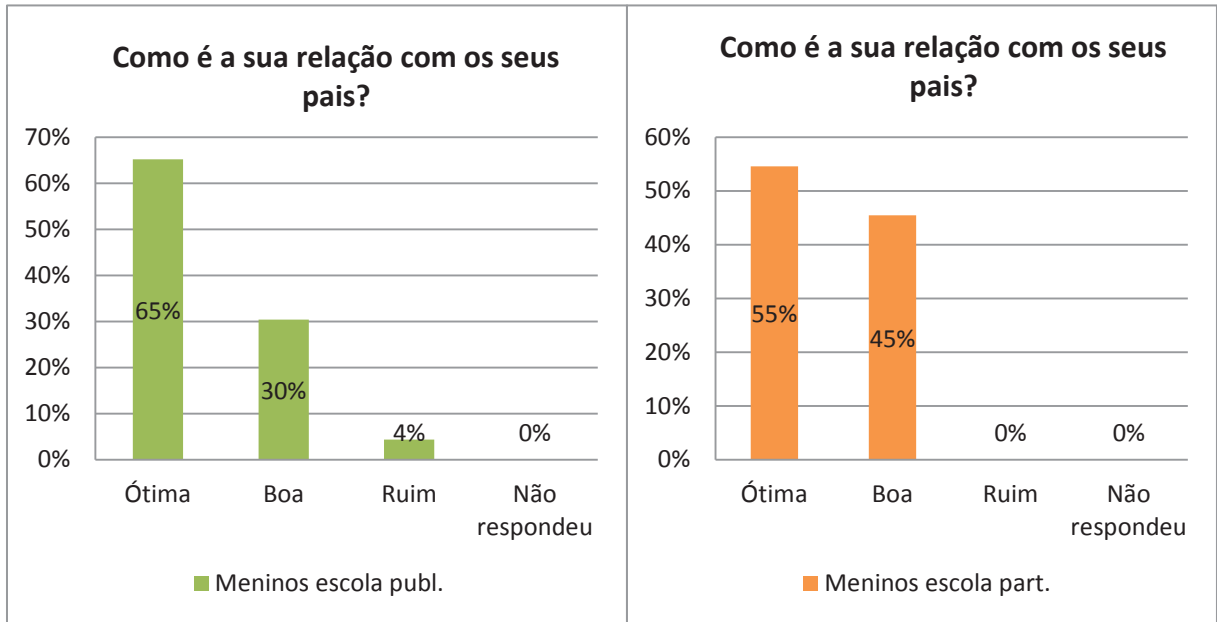
Fonte: Regiele Oliveira, 2015.

Gráfico 46.



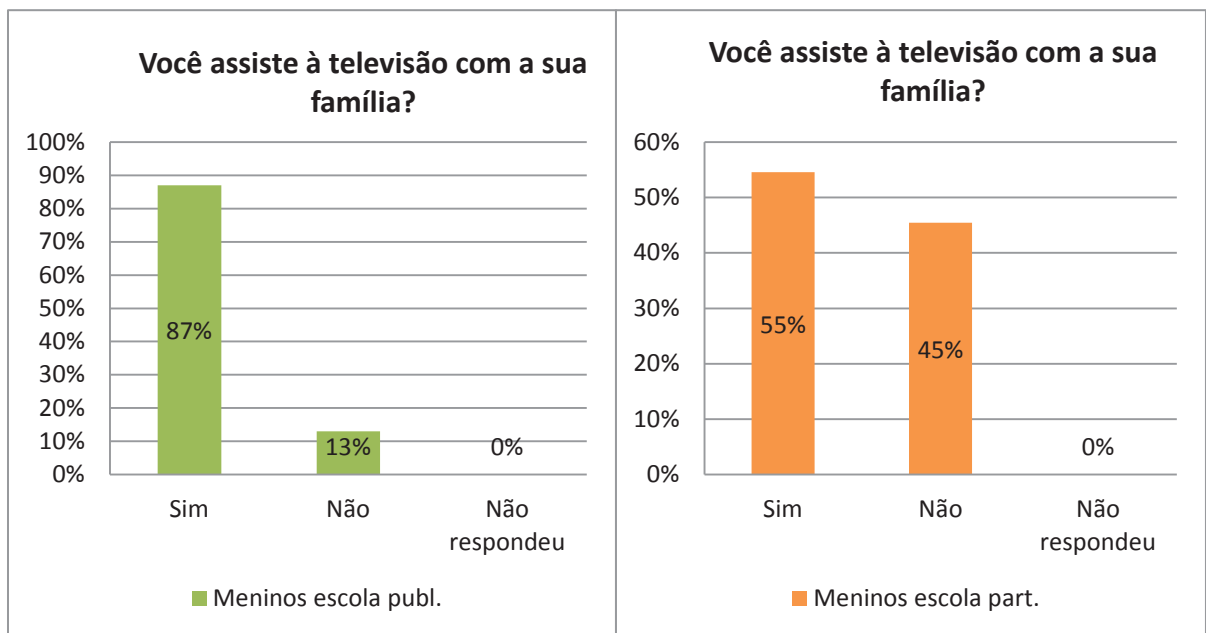
Fonte: Regiele Oliveira, 2015.

Gráfico 47.



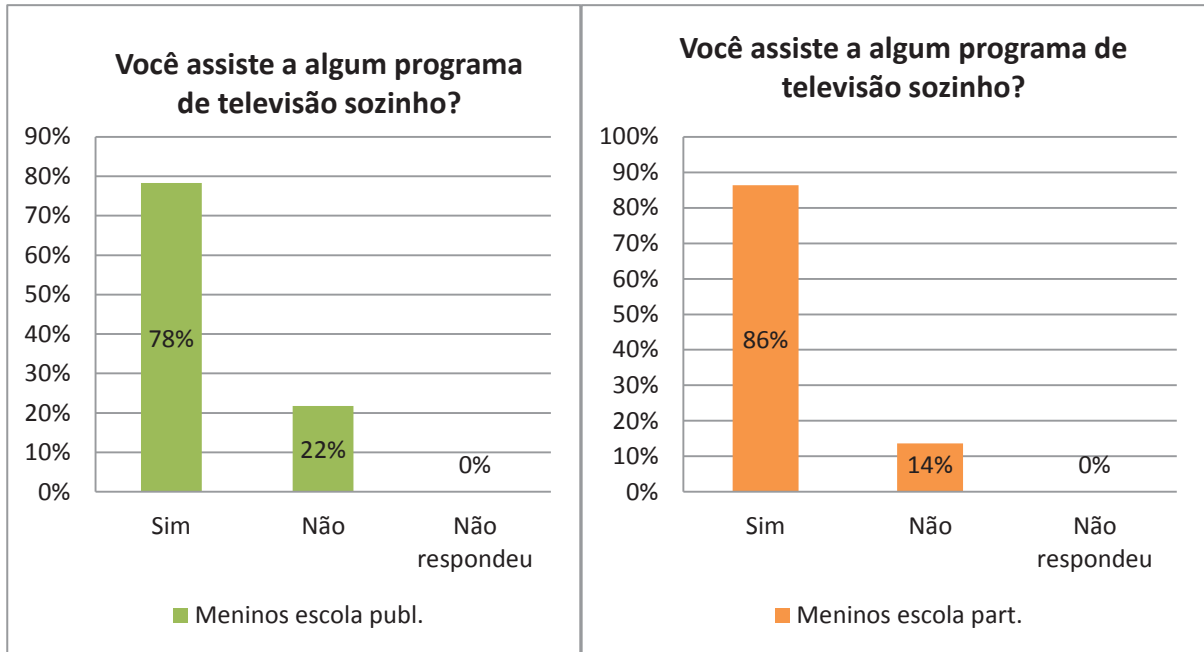
Fonte: Regiele Oliveira, 2015.

Gráfico 48.



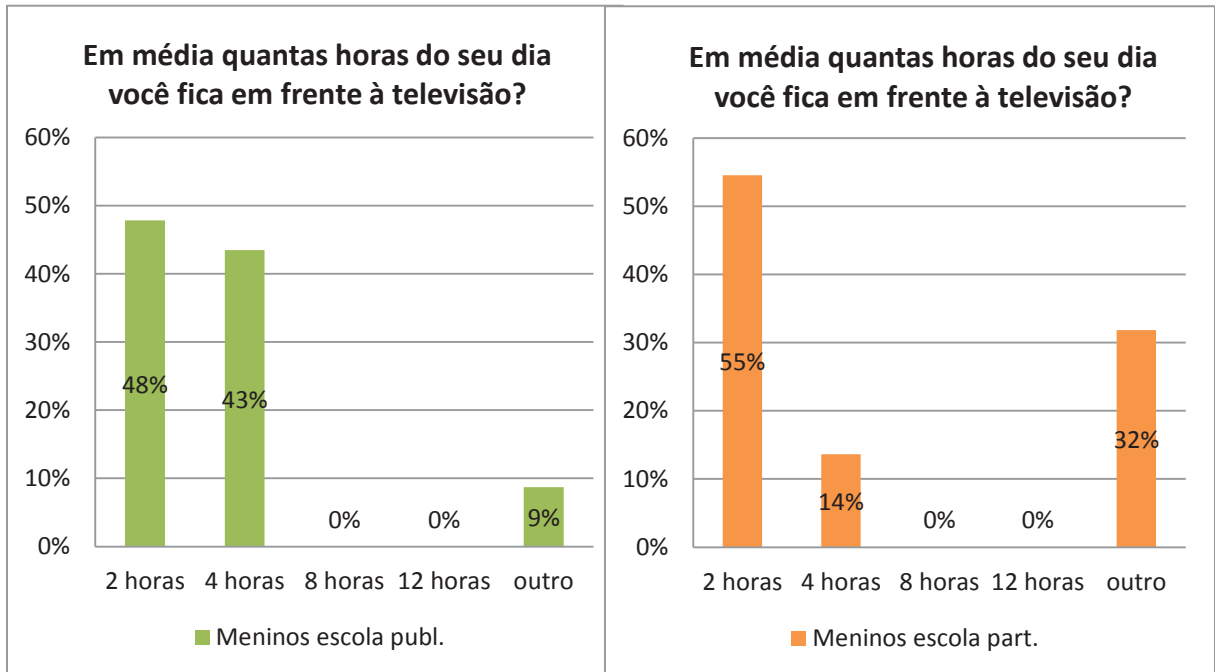
Fonte: Regiele Oliveira, 2015.

Gráfico 49.



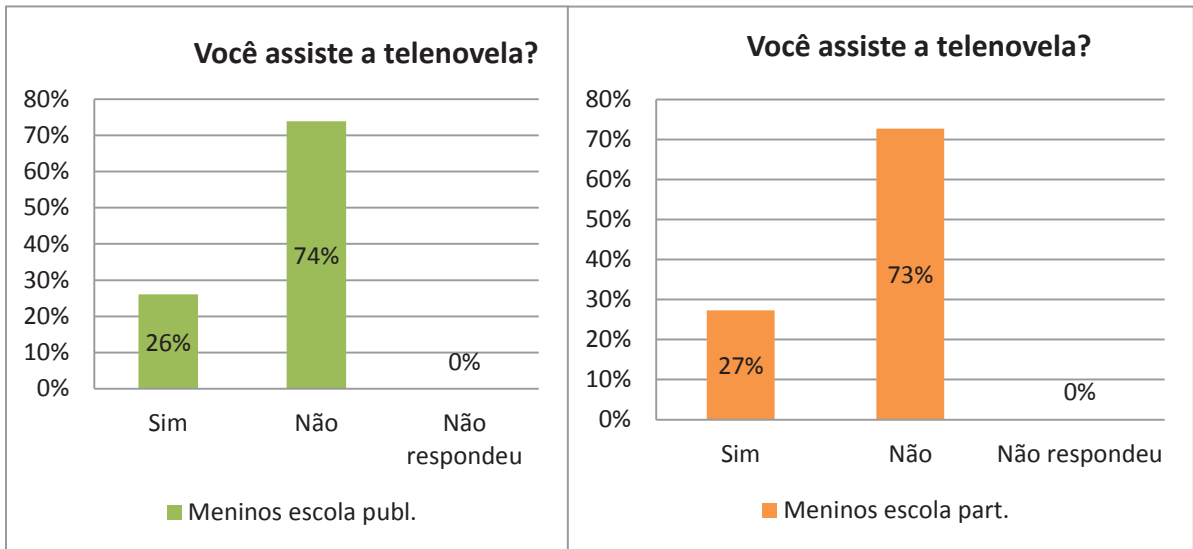
Fonte: Regiele Oliveira, 2015.

Gráfico 50.



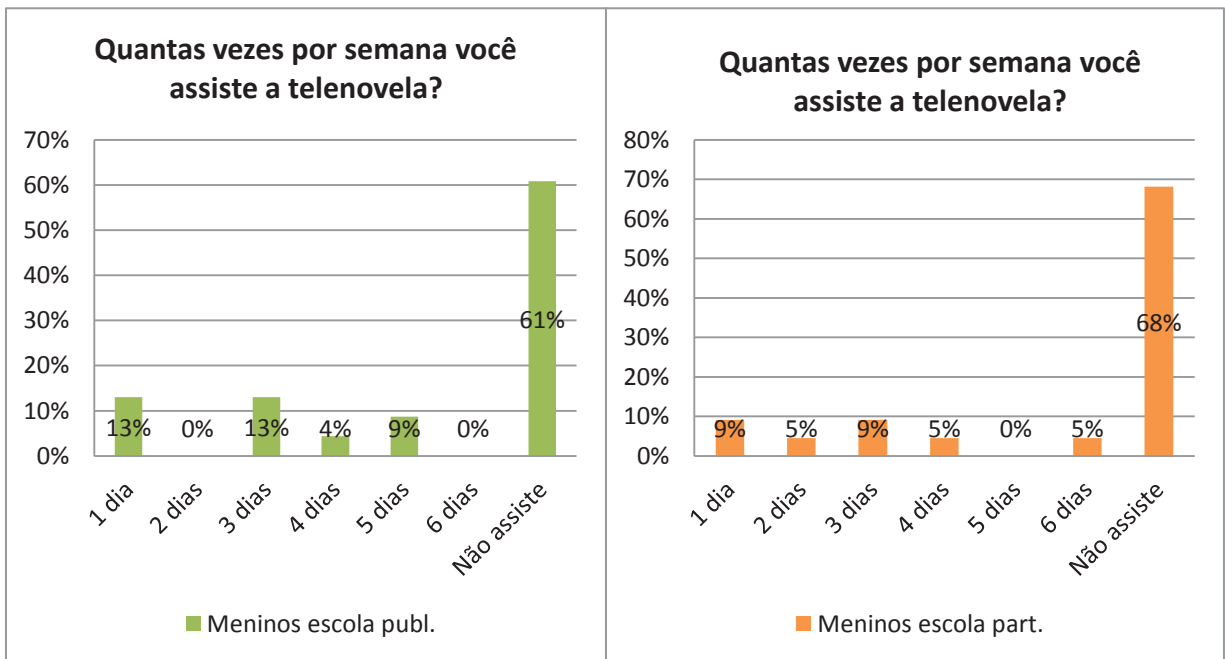
Fonte: Regiele Oliveira, 2015.

Gráfico 51.



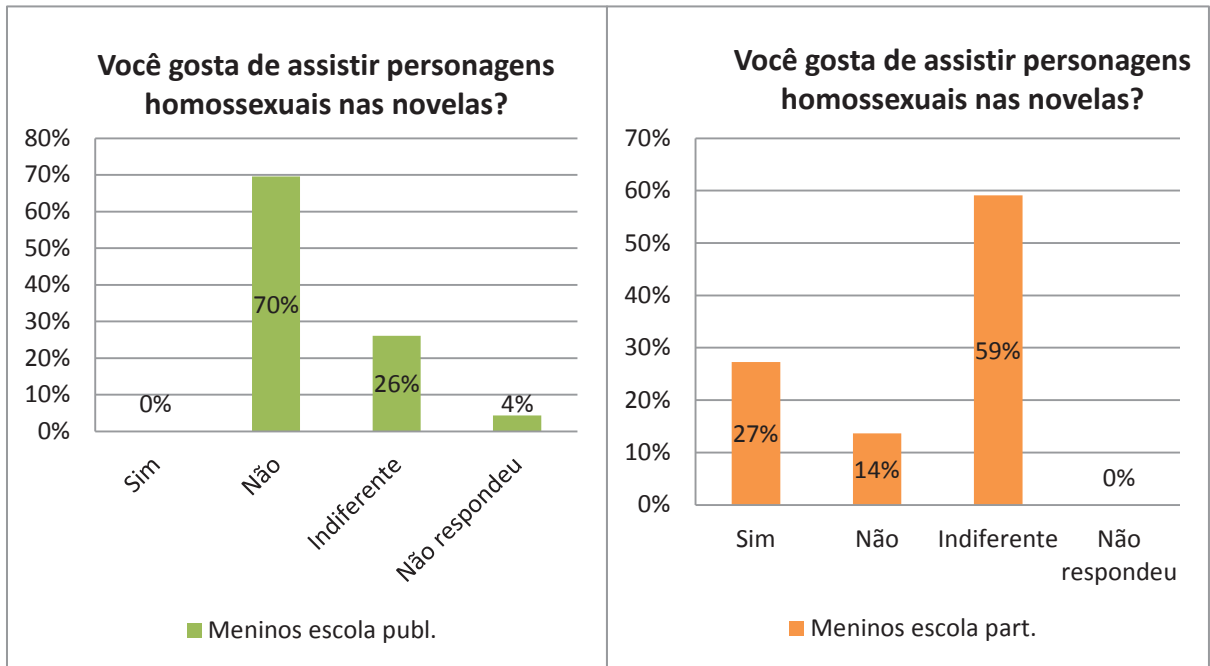
Fonte: Regiele Oliveira, 2015.

Gráfico 52.



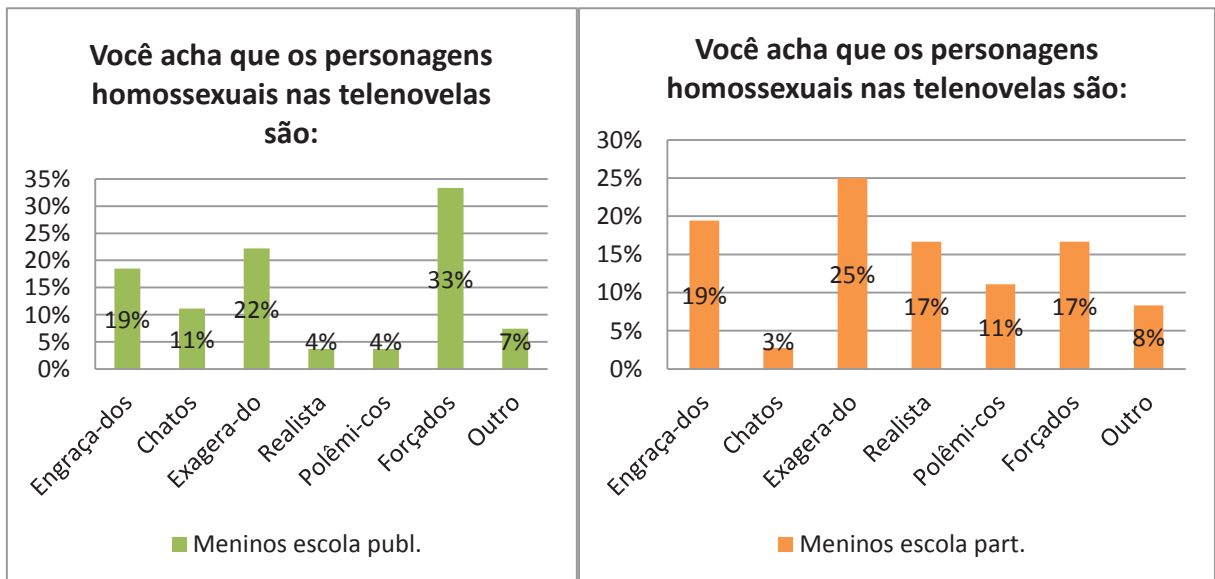
Fonte: Regiele Oliveira, 2015.

Gráfico 53.



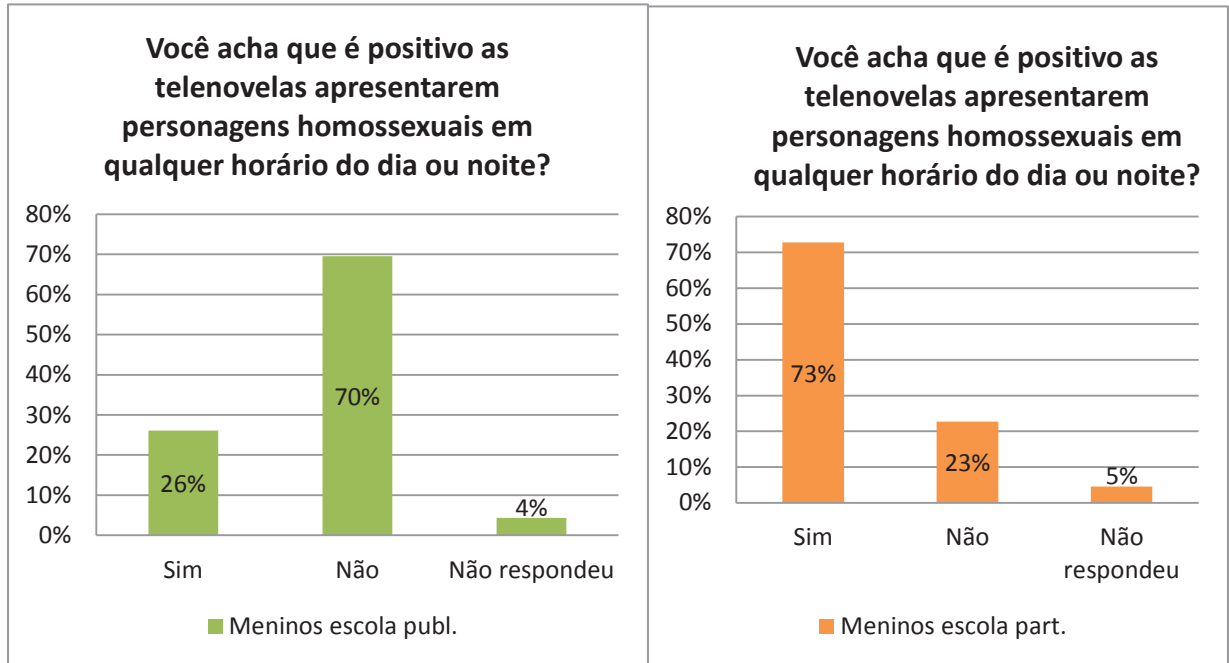
Fonte: Regiele Oliveira, 2015.

Gráfico 54



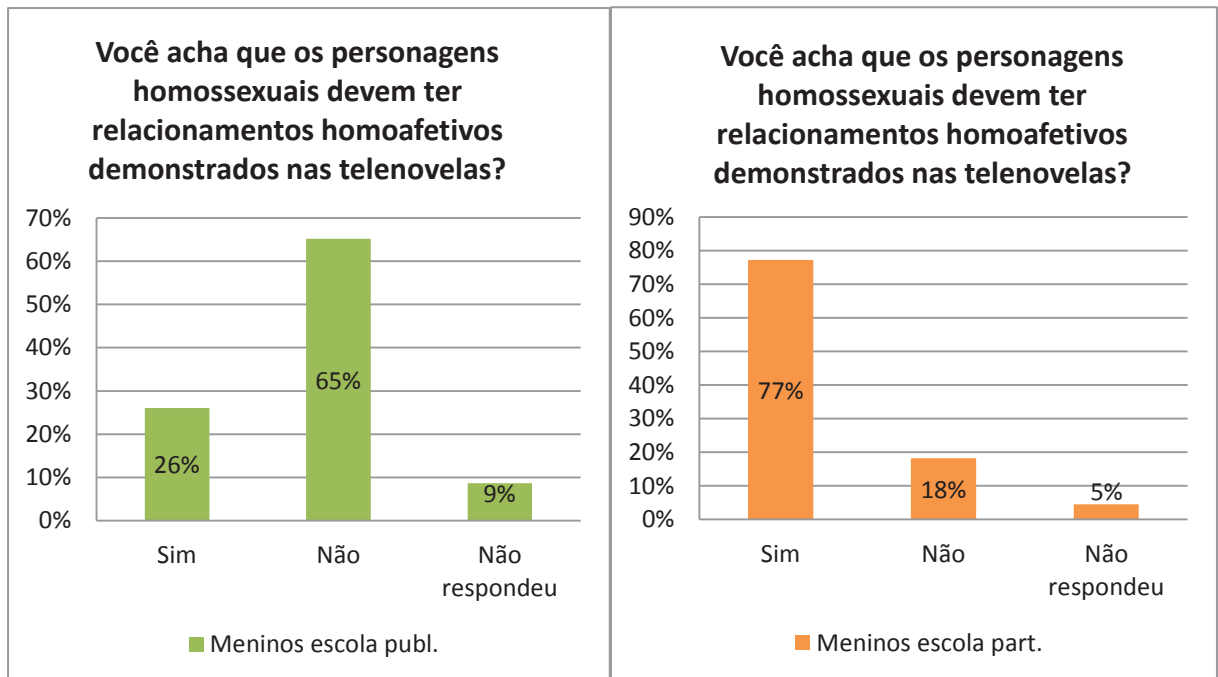
Fonte: Regiele Oliveira, 2015.

Gráfico 55.



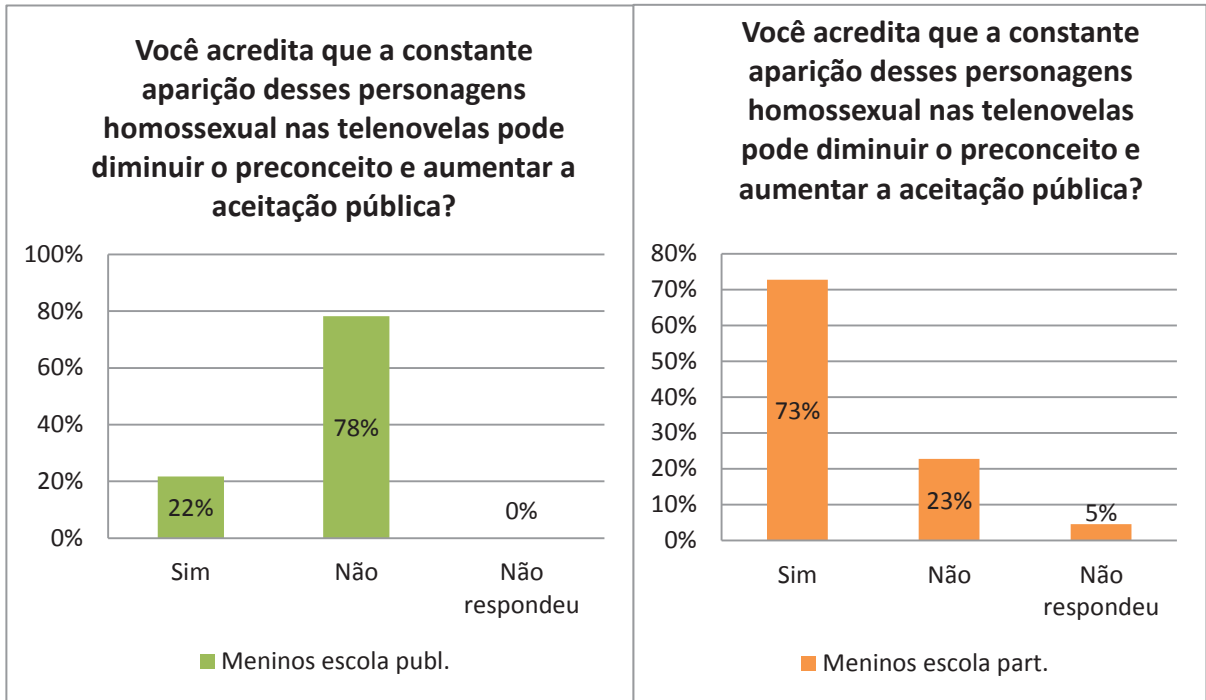
Fonte: Regiele Oliveira, 2015.

Gráfico 56.



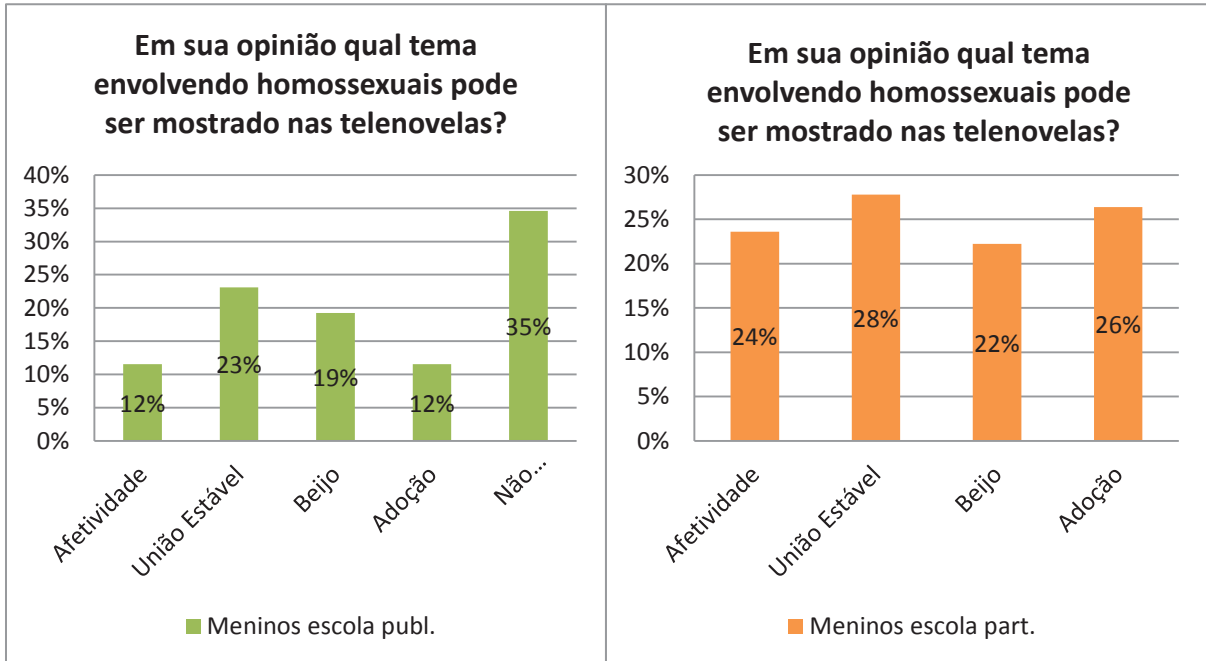
Fonte: Regiele Oliveira, 2015.

Gráfico 57.



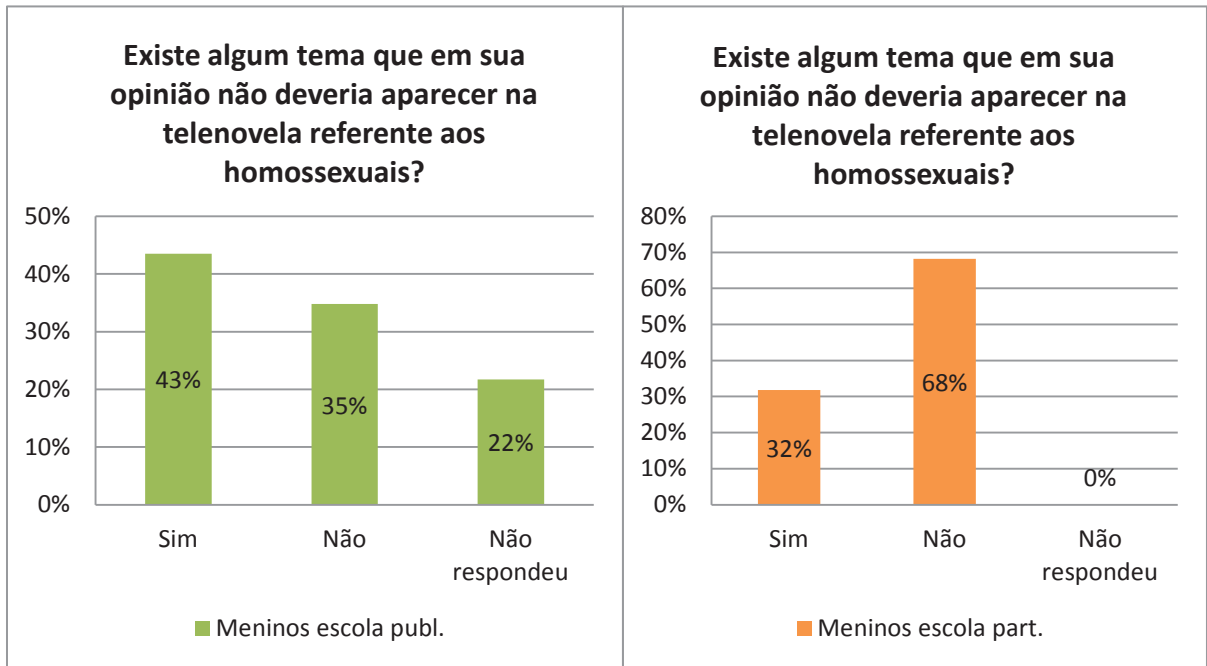
Fonte: Regiele Oliveira, 2015.

Gráfico 58.



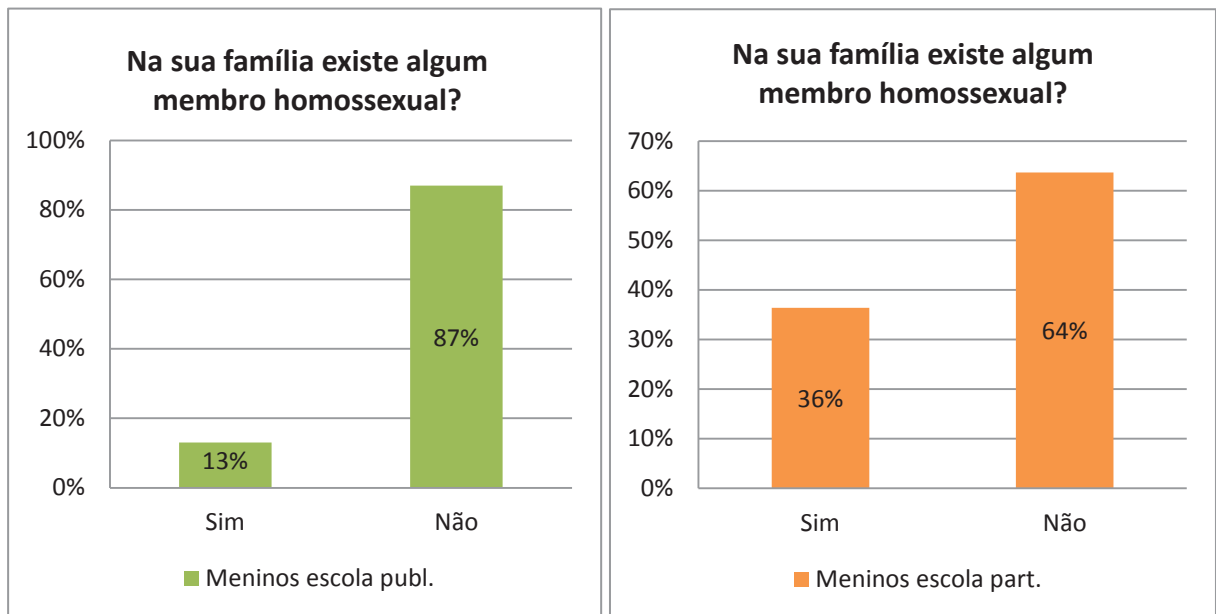
Fonte: Regiele Oliveira, 2015.

Gráfico 59.



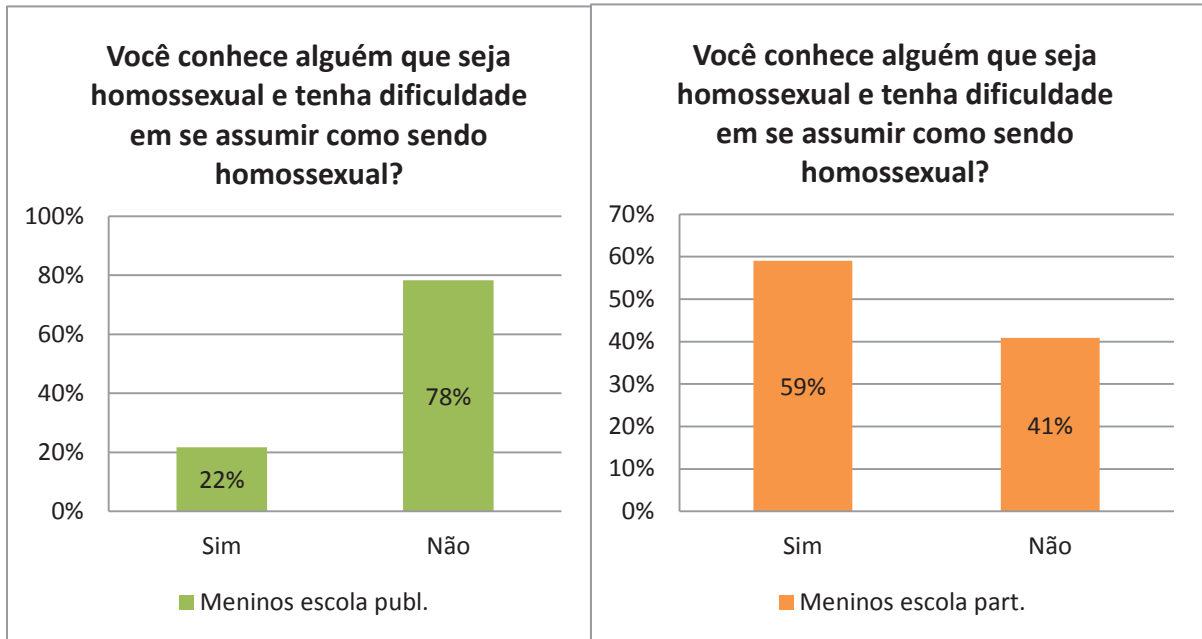
Fonte: Regiele Oliveira, 2015.

Gráfico 60.



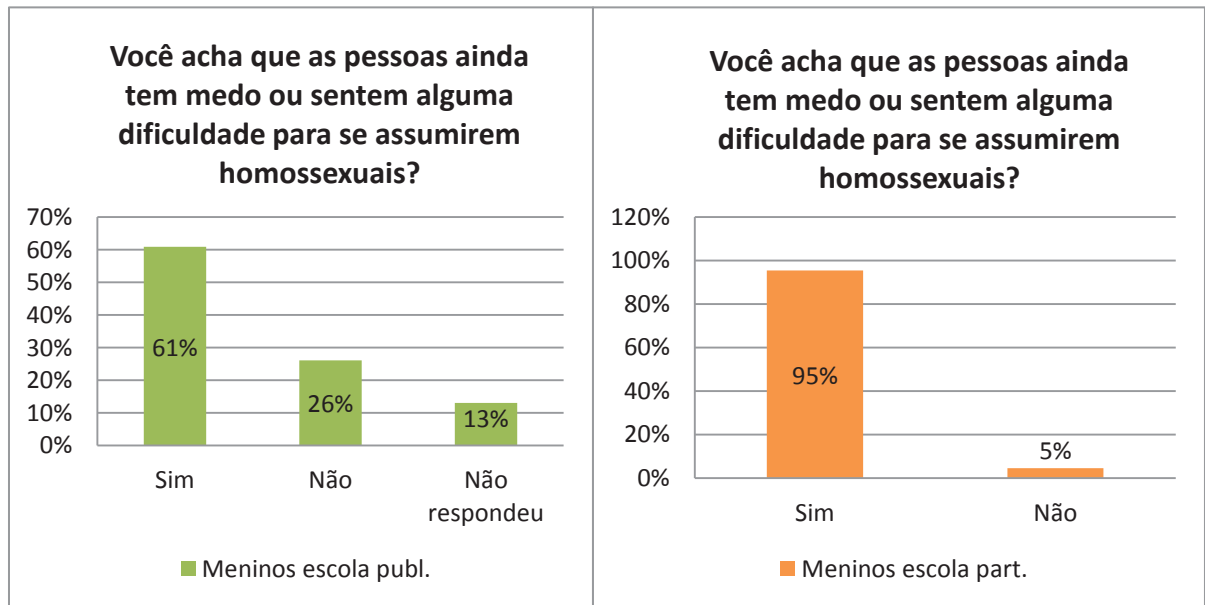
Fonte: Regiele Oliveira, 2015.

Gráfico 61.



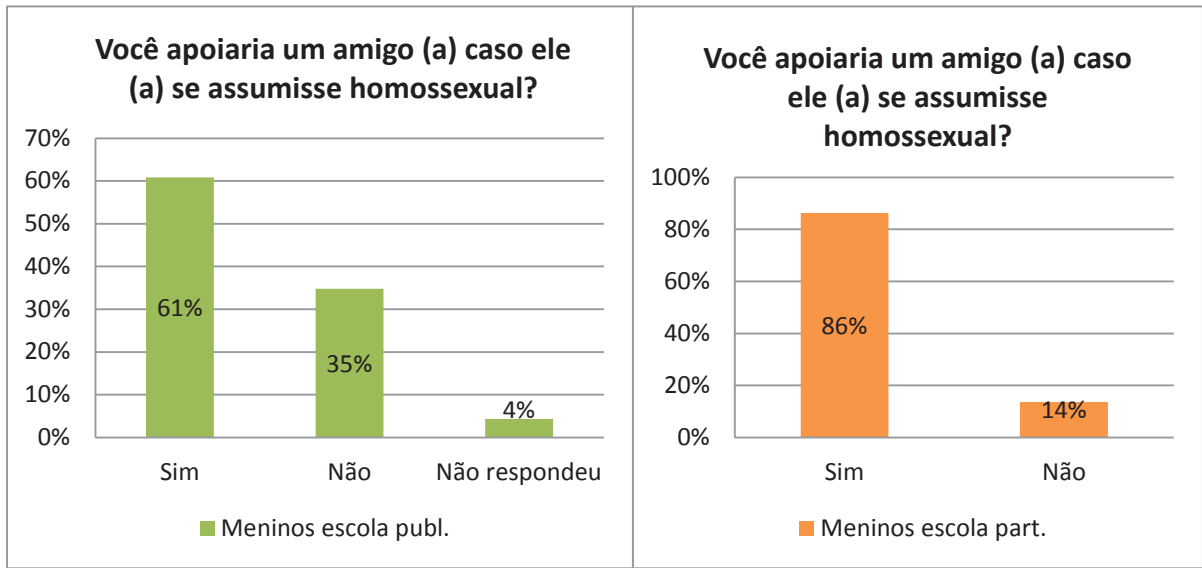
Fonte: Regiele Oliveira, 2015.

Gráfico 62.



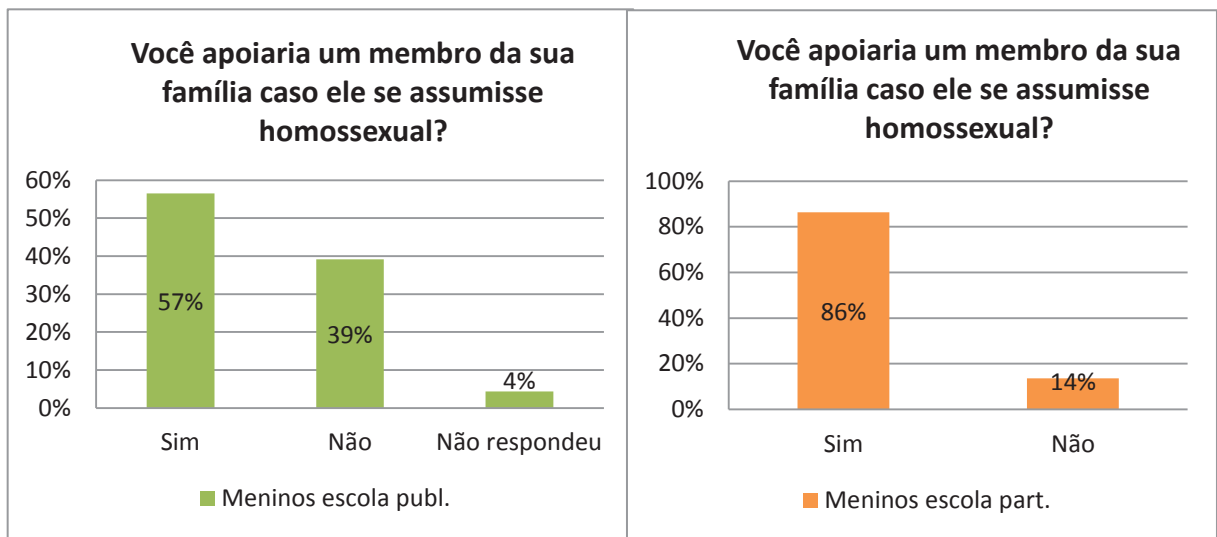
Fonte: Regiele Oliveira, 2015.

Gráfico 63.



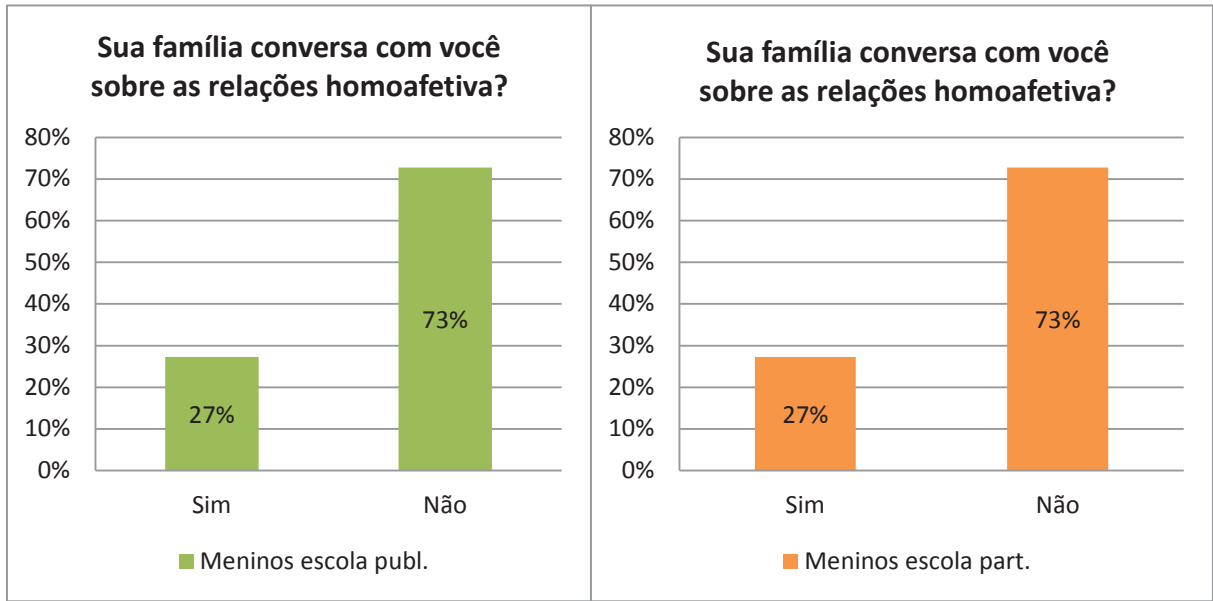
Fonte: Regiele Oliveira, 2015.

Gráfico 64.



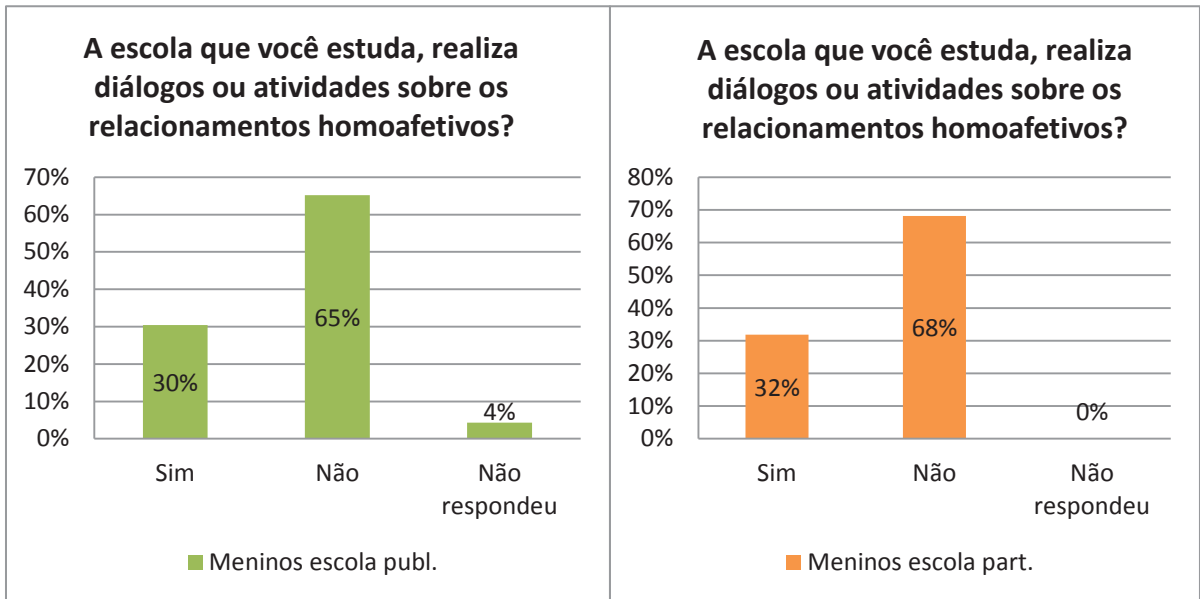
Fonte: Regiele Oliveira, 2015.

Gráfico 65.



Fonte: Regiele Oliveira, 2015.

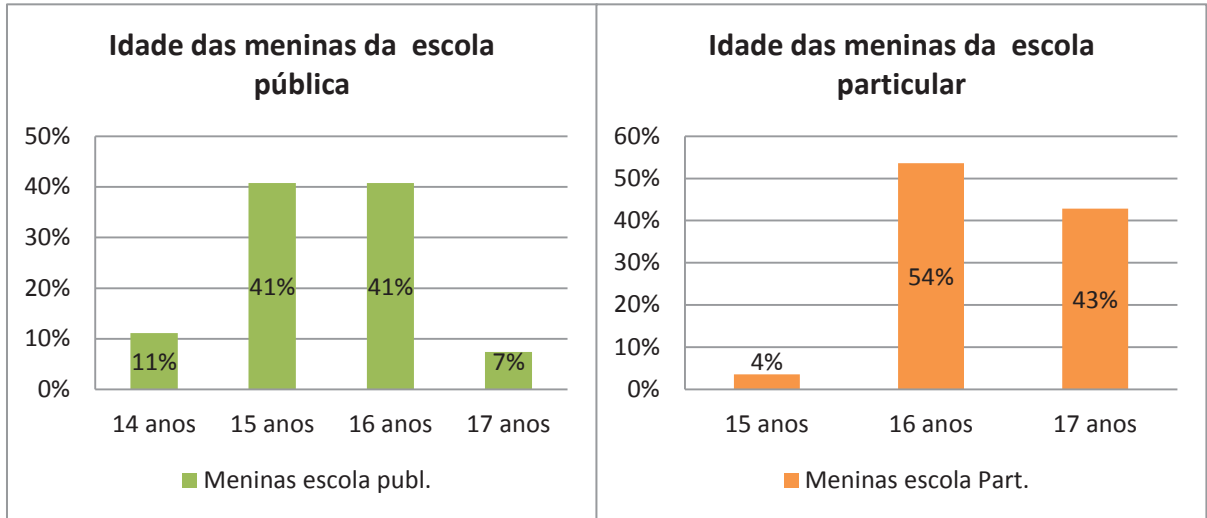
Gráfico 66



Fonte: Regiele Oliveira, 2015.

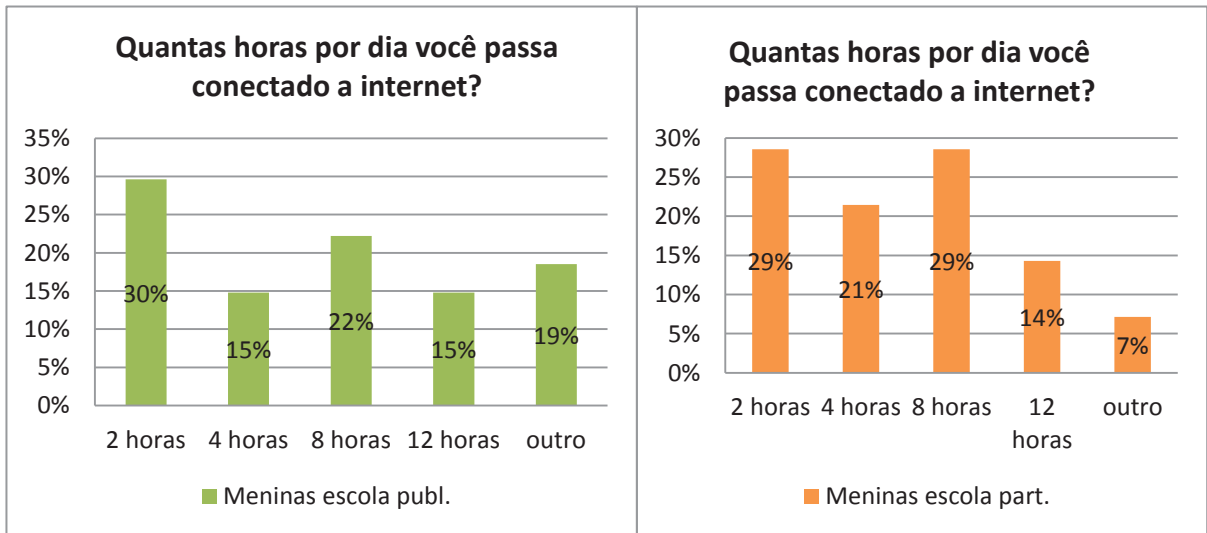
APÊNDICE D - Gráficos comparativos gerais entre as meninas de ambas as escolas

Gráfico 67.



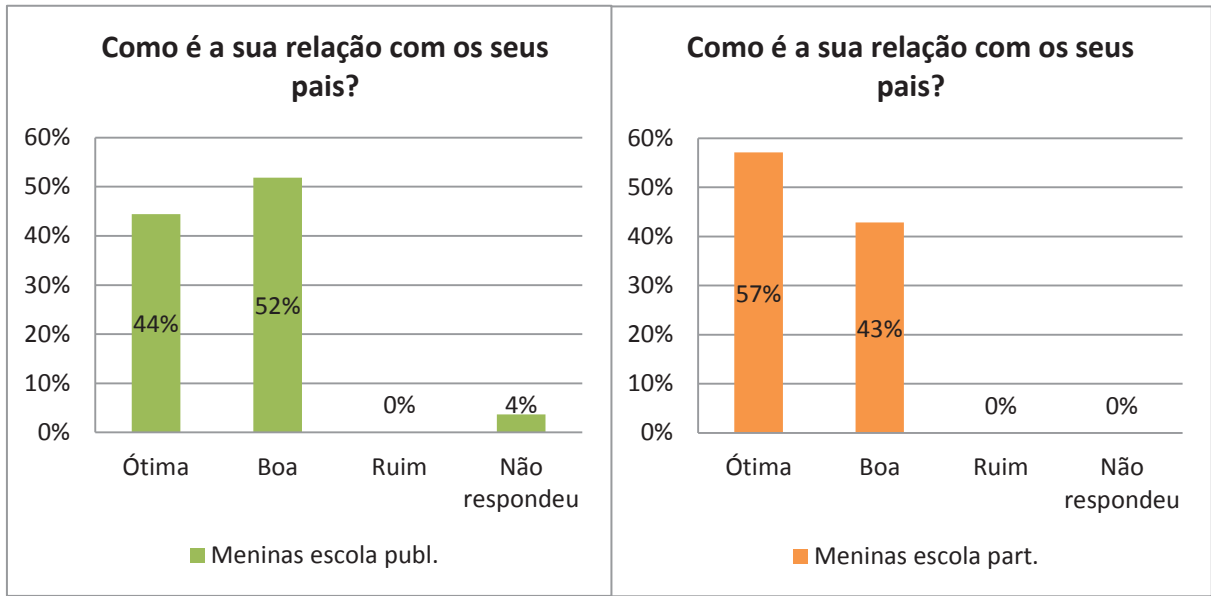
Fonte: Regiele Oliveira, 2015.

Gráfico 68.



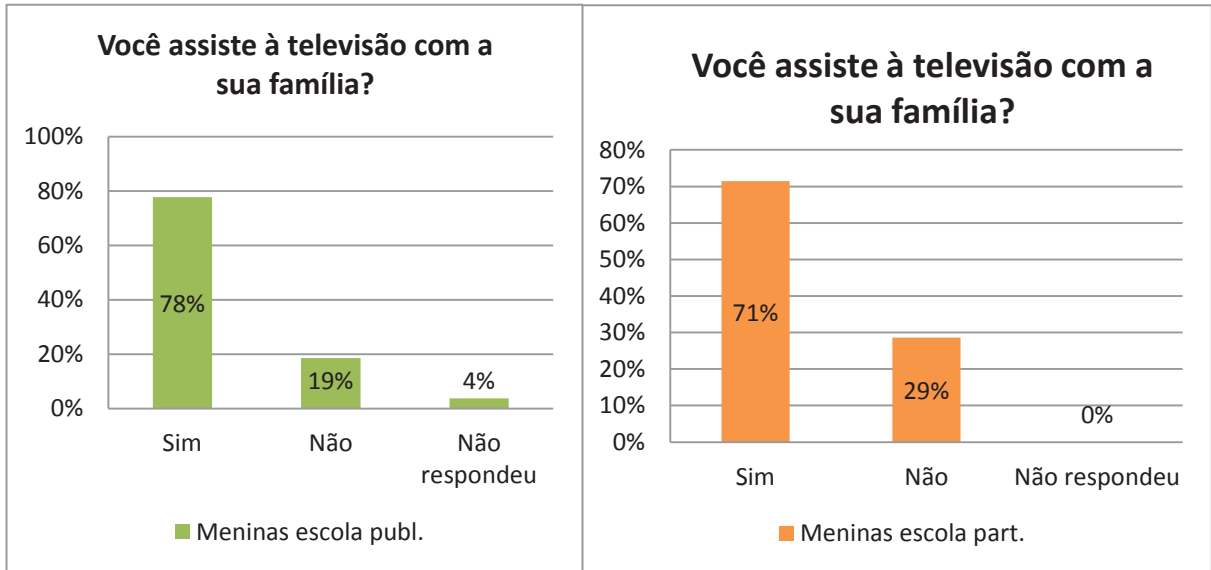
Fonte: Regiele Oliveira, 2015.

Gráfico 69.



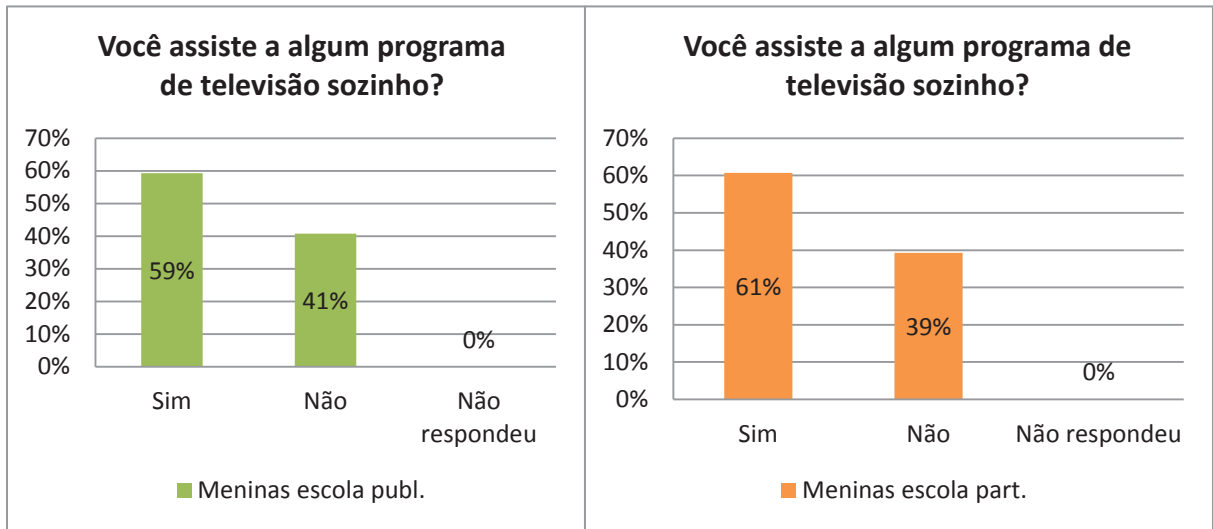
Fonte: Regiele Oliveira, 2015.

Gráfico 70.



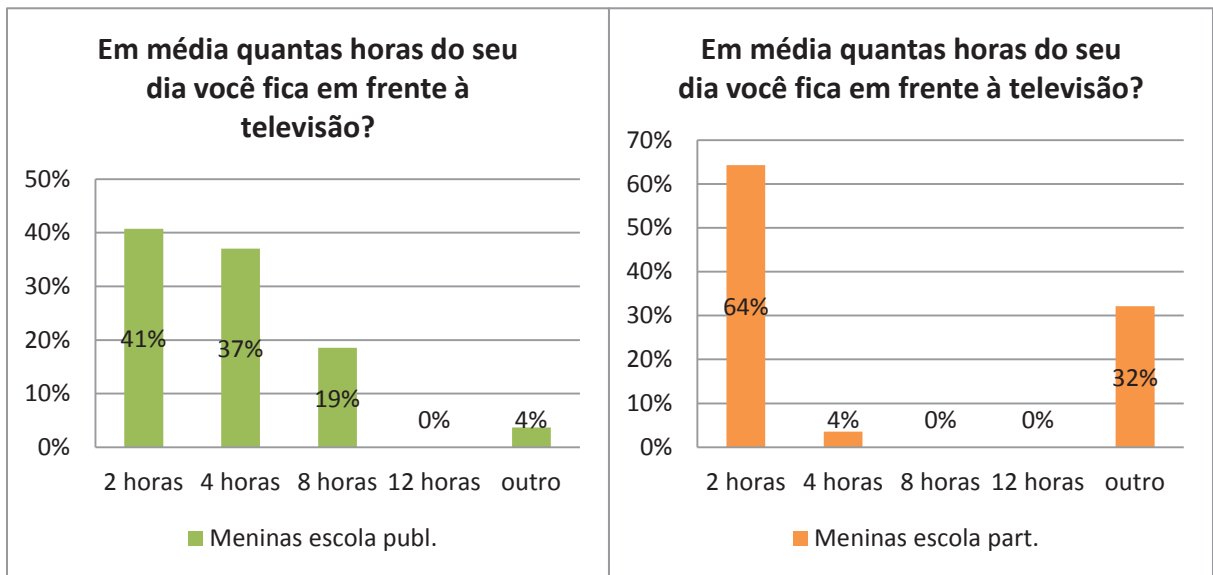
Fonte: Regiele Oliveira, 2015.

Gráfico 71.



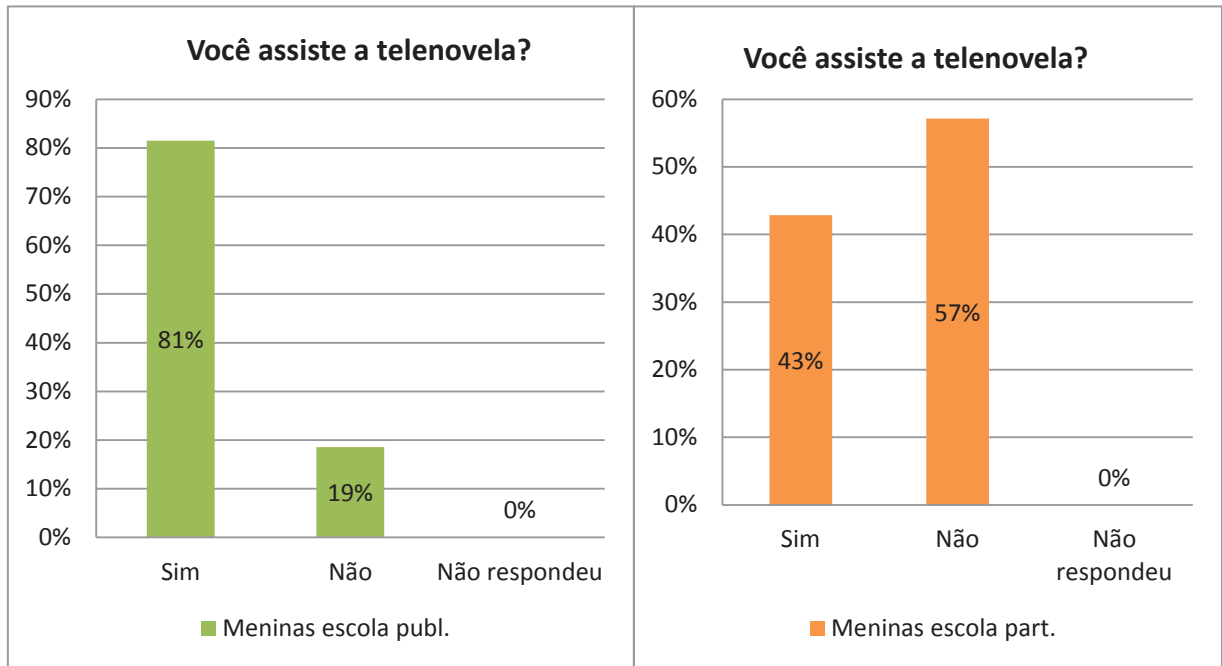
Fonte: Regiele Oliveira, 2015.

Gráfico 72.



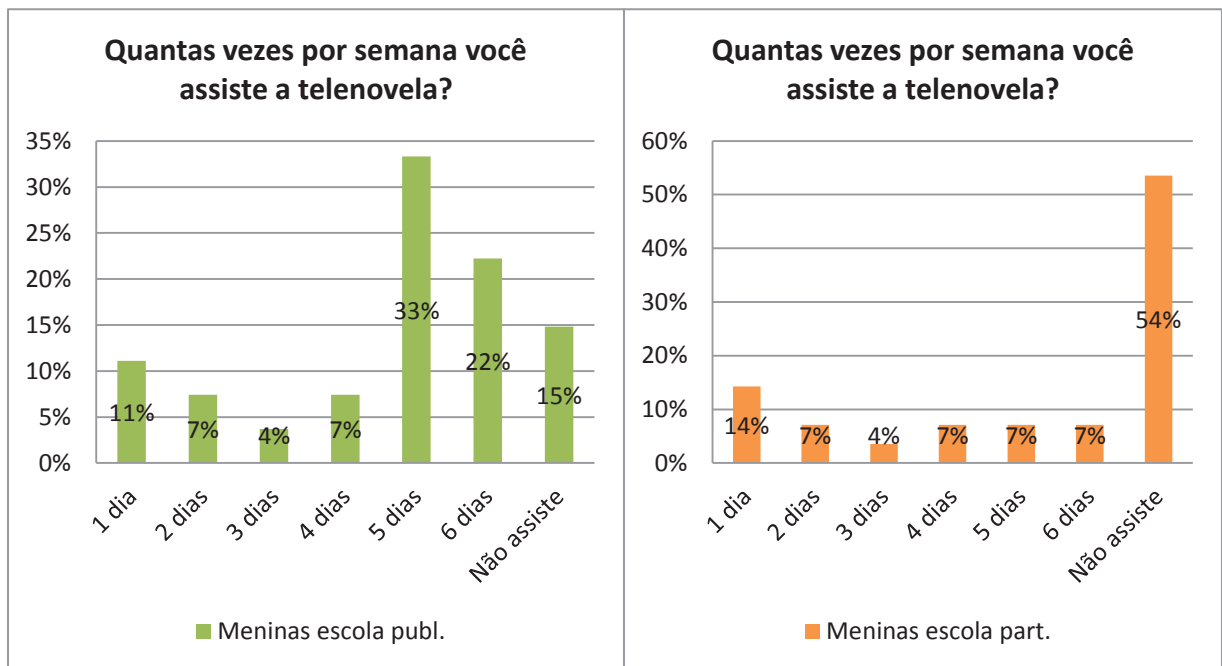
Fonte: Regiele Oliveira, 2015.

Gráfico 73.



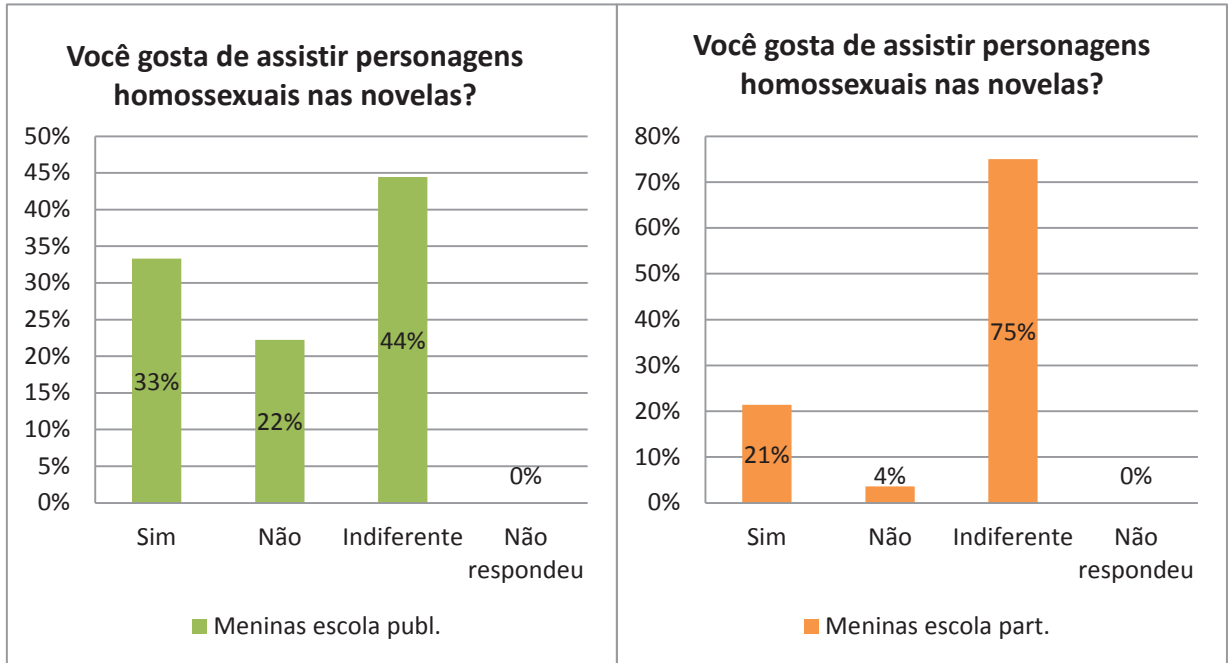
Fonte: Regiele Oliveira, 2015.

Gráfico 74.



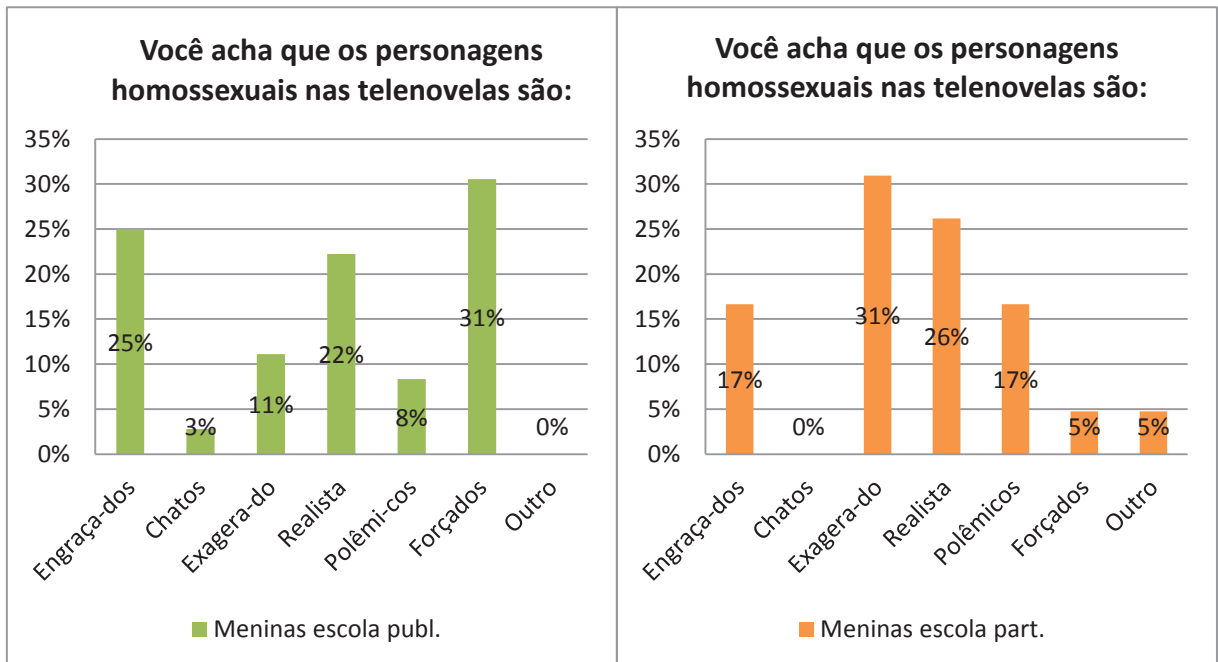
Fonte: Regiele Oliveira, 2015.

Gráfico 75.



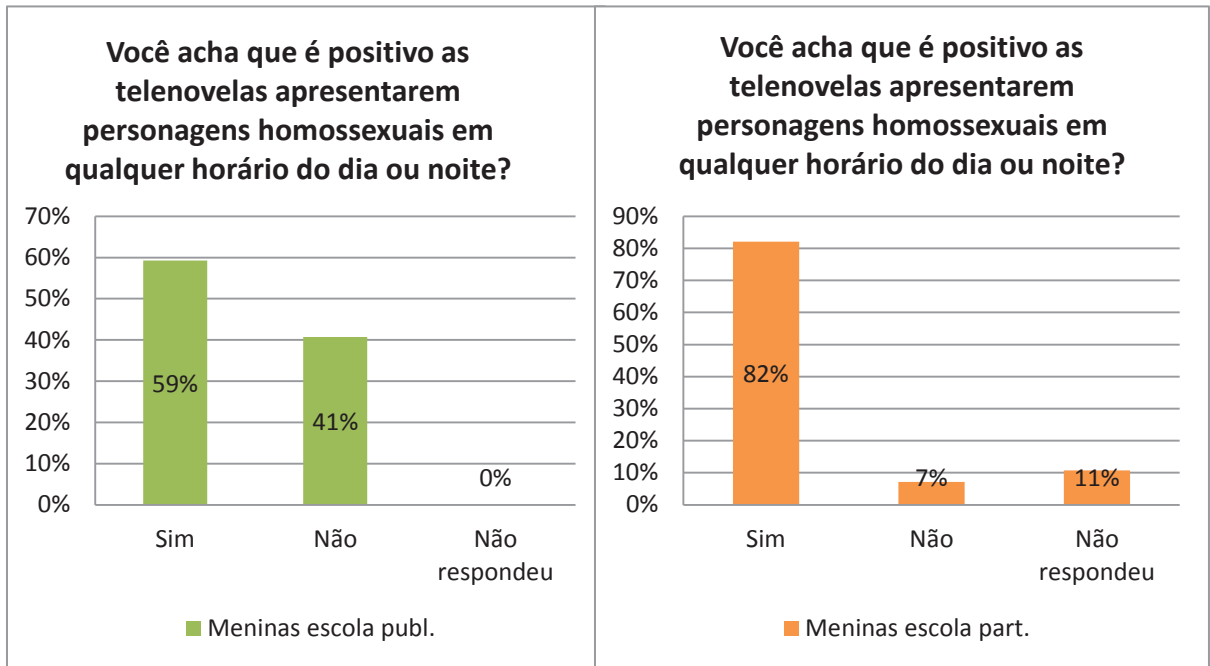
Fonte: Regiele Oliveira, 2015.

Gráfico 76.



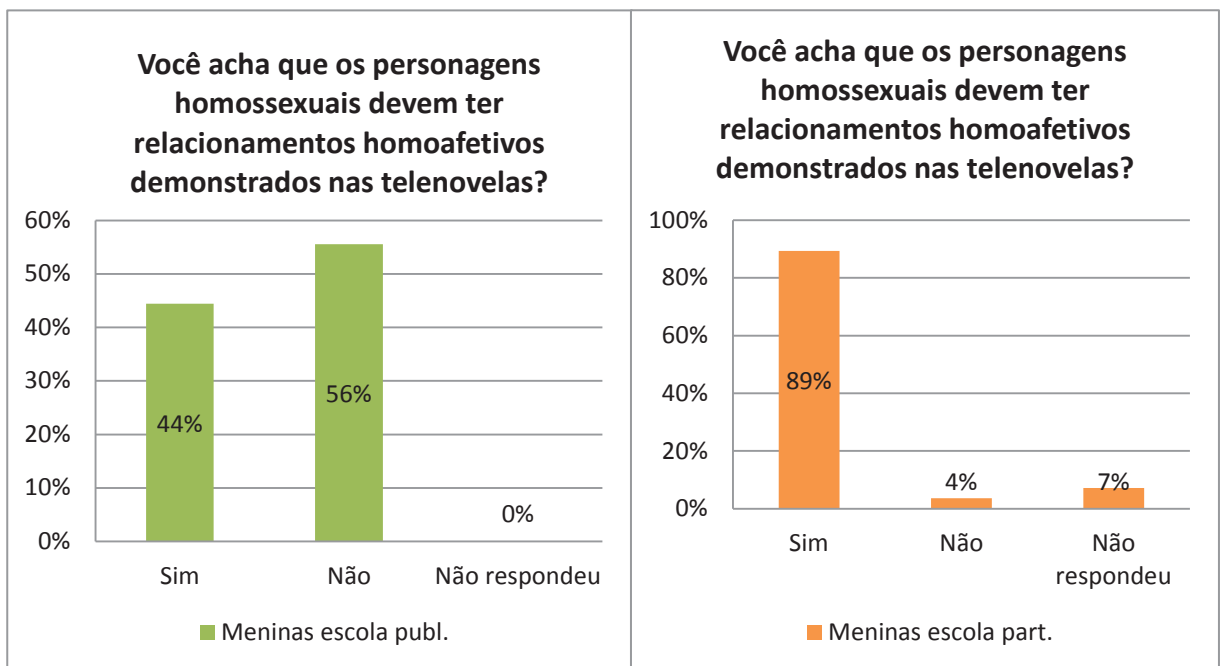
Fonte: Regiele Oliveira, 2015.

Gráfico 77.



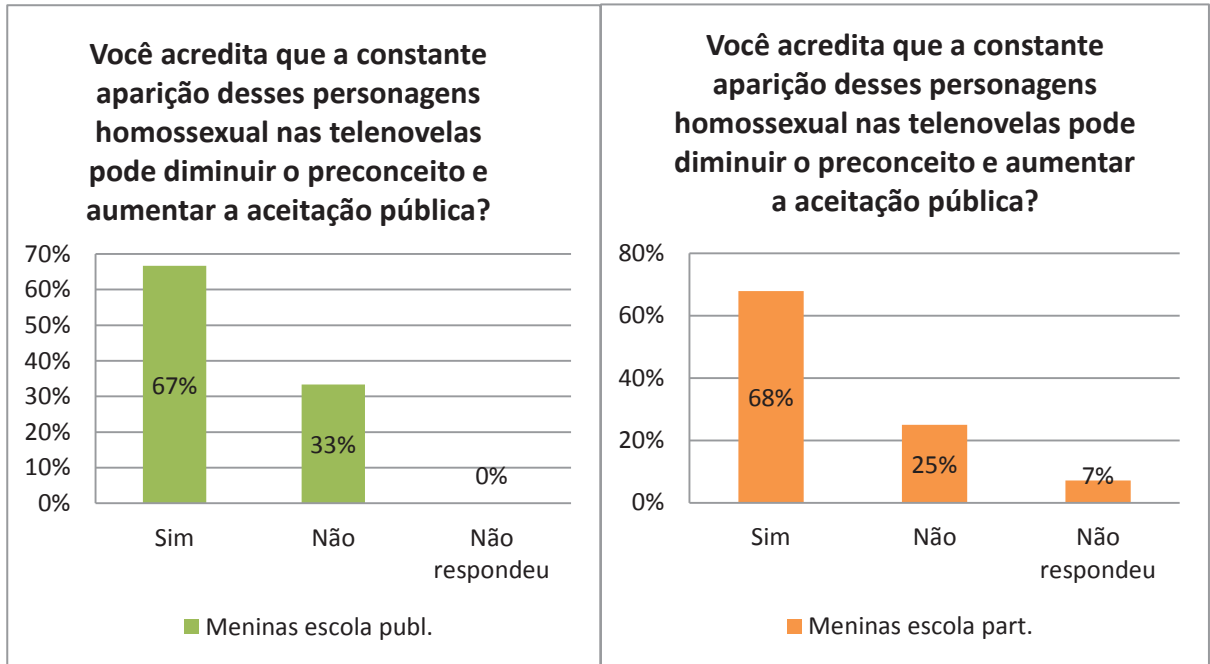
Fonte: Regiele Oliveira, 2015.

Gráfico 78.



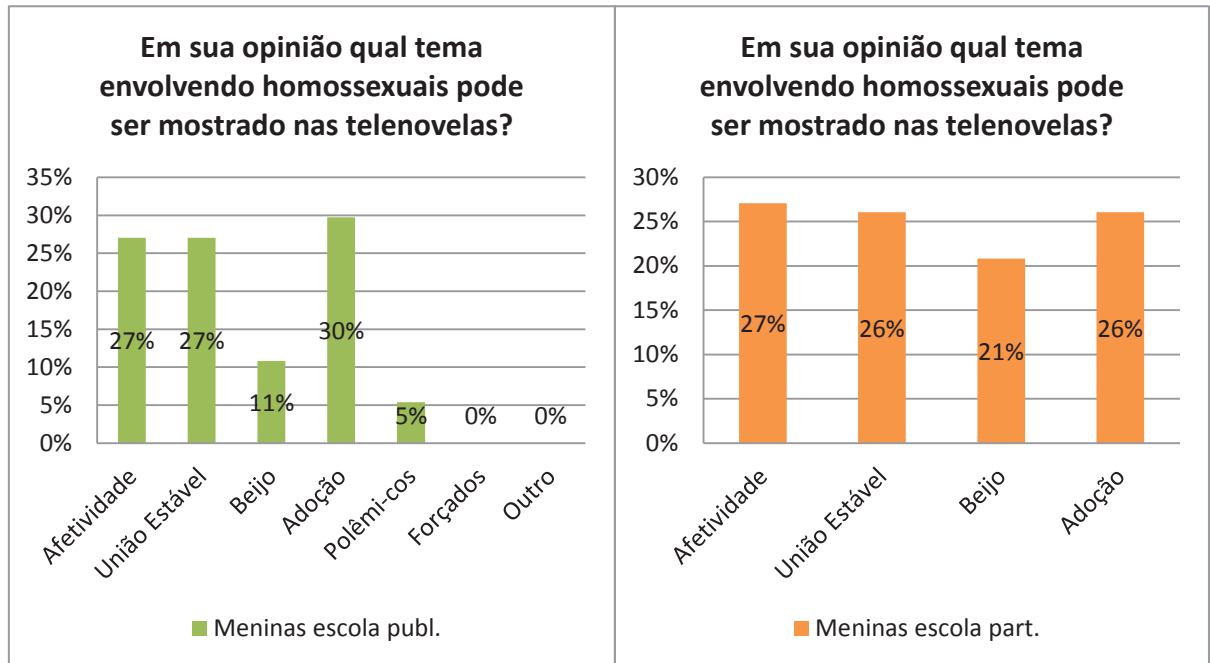
Fonte: Regiele Oliveira, 2015.

Gráfico 79.



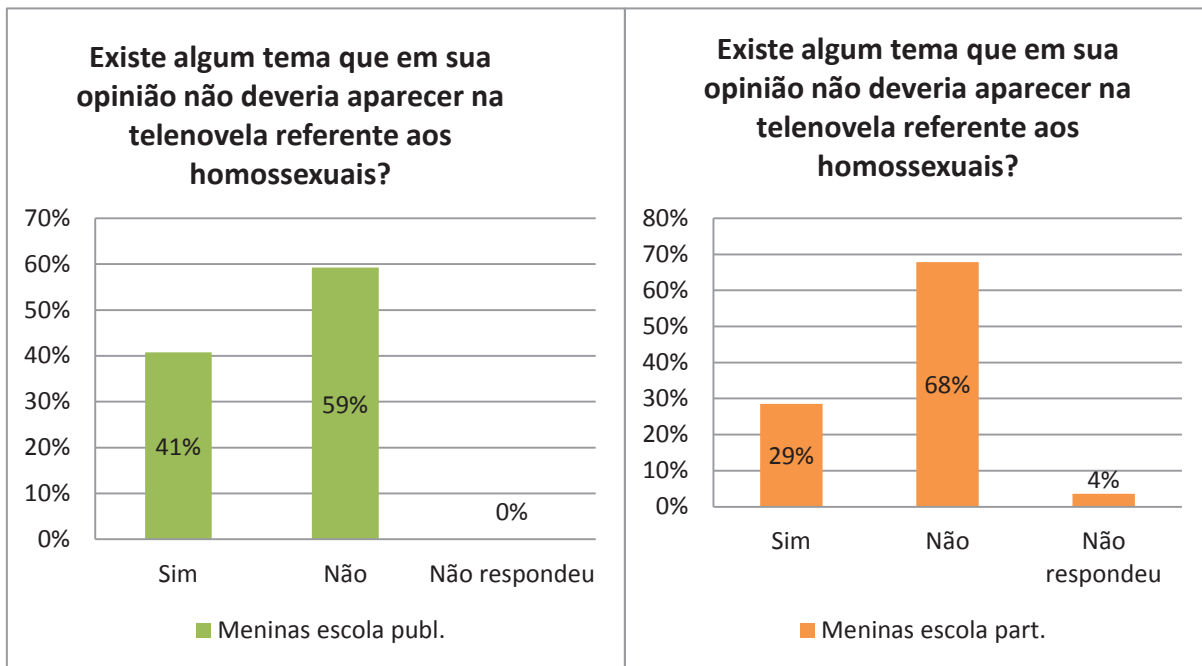
Fonte: Regiele Oliveira, 2015.

Gráfico 80.



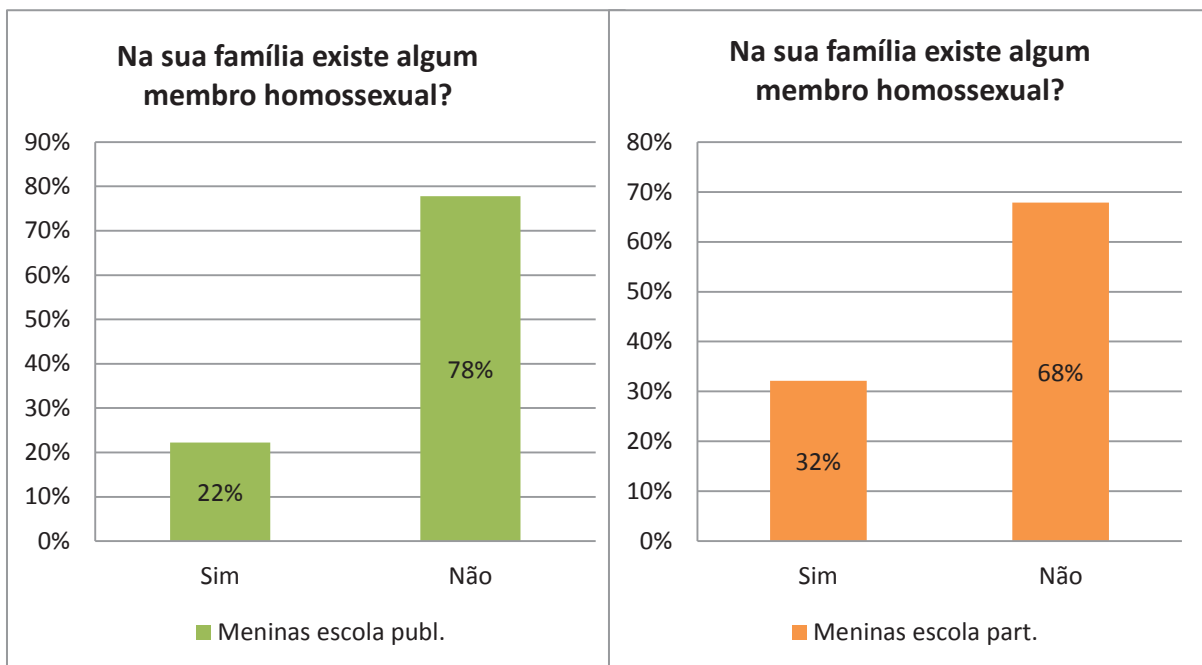
Fonte: Regiele Oliveira, 2015.

Gráfico 81.



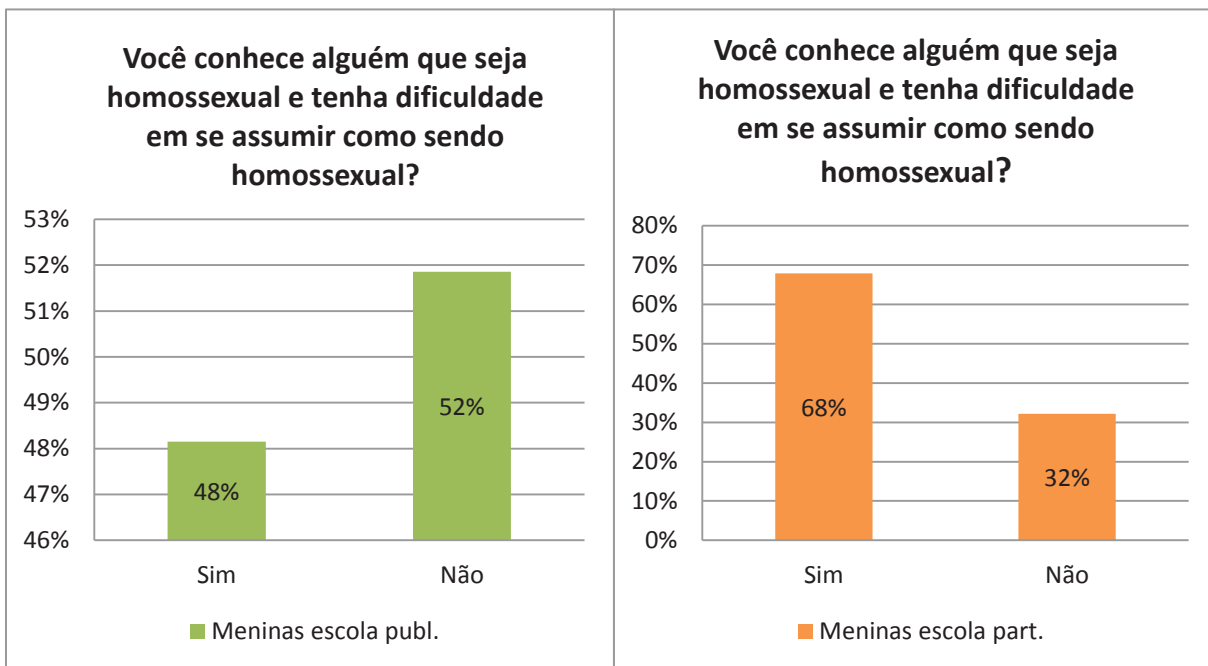
Fonte: Regiele Oliveira, 2015.

Gráfico 82.



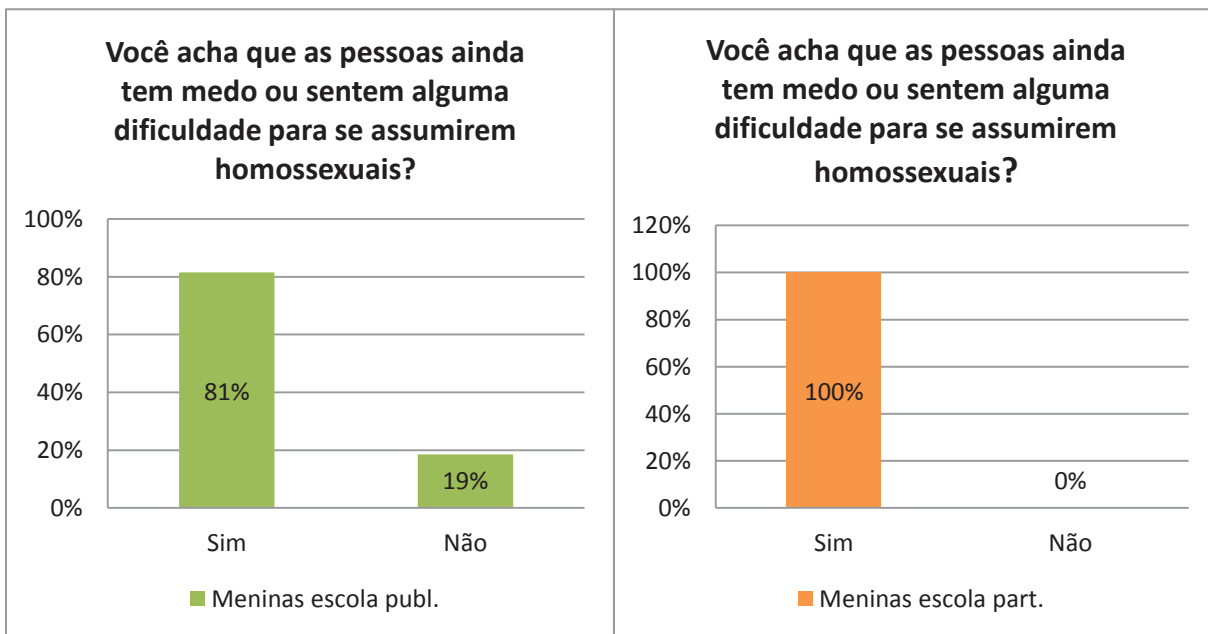
Fonte: Regiele Oliveira, 2015.

Gráfico 83.



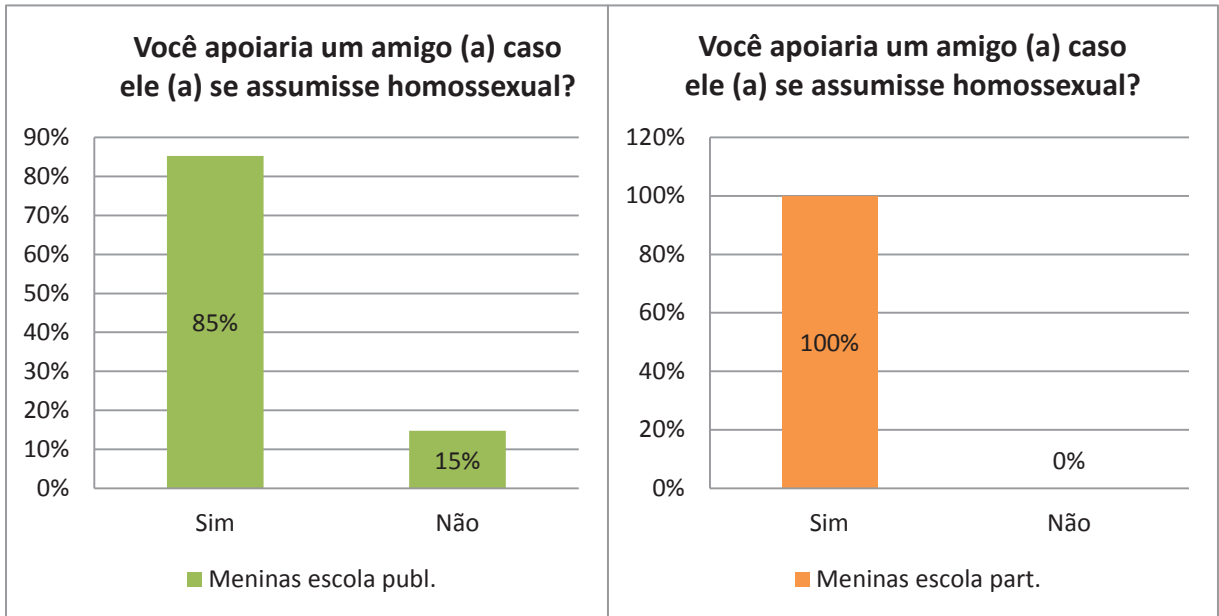
Fonte: Regiele Oliveira, 2015.

Gráfico 84.



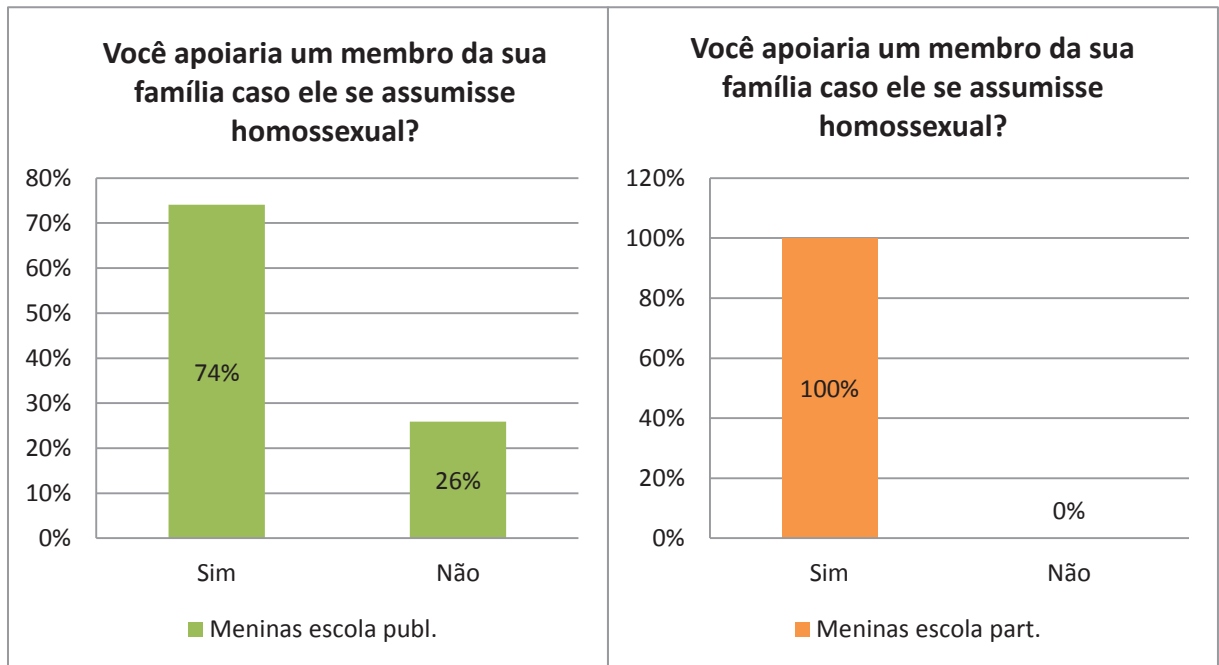
Fonte: Regiele Oliveira, 2015.

Gráfico 85.



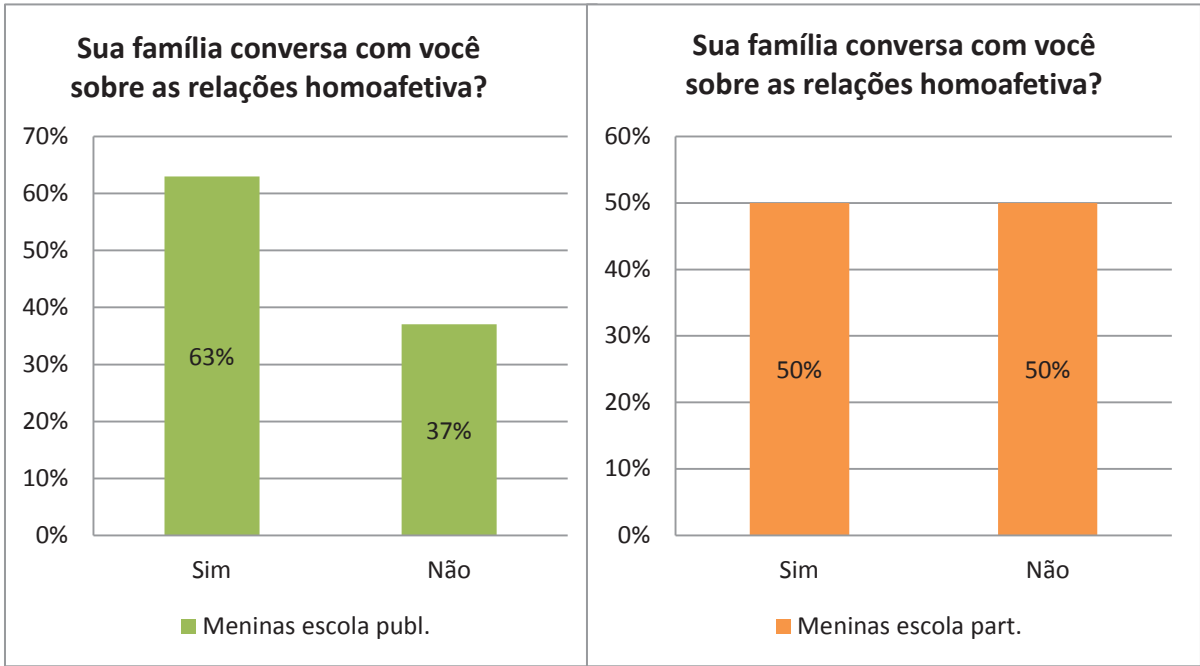
Fonte: Regiele Oliveira, 2015.

Gráfico 86.



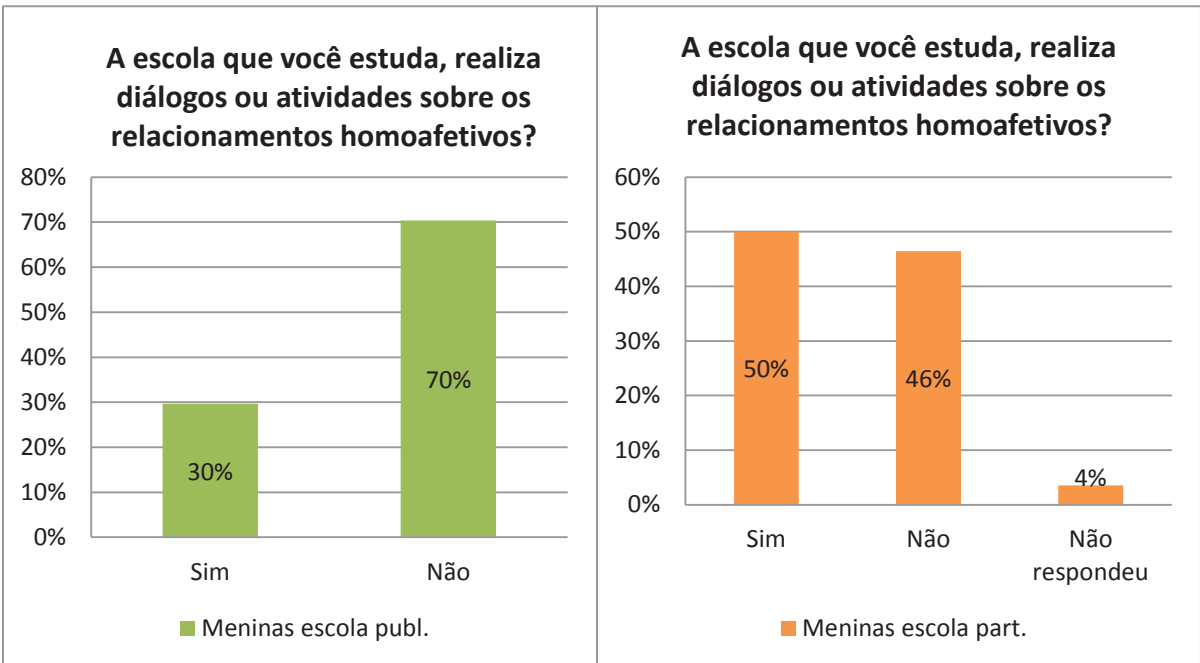
Fonte: Regiele Oliveira, 2015.

Gráfico 87.



Fonte: Regiele Oliveira, 2015.

Gráfico 88.



Fonte: Regiele Oliveira, 2015.